5 tendências do mercado de aplicativos para 2024

Executivo de tecnologia lista o que deve impulsionar ainda mais o setor no próximo ano

Nos últimos anos, os aplicativos móveis tornaram-se uma parte integral da vida cotidiana, abrangendo desde comunicação e entretenimento até saúde e finanças. Segundo um estudo da Rocket Lab, a população mundial passa, em média, mais de 20% do seu dia nos celulares. Desse total, 88% é destinado à navegação em aplicativos, como redes sociais, ferramentas de produtividade e lojas de e-commerce.

No Brasil, esses números são ainda mais relevantes. O país se destaca como o 11º no ranking de usuários que mais gastam com mobile, registrando um total de US$ 1,37 bilhão. E, em relação aos downloads e tempo de uso, estamos na 4ª posição mundial, ficando atrás apenas da China, Índia e Estados Unidos.

Para **Marcell Rosa**, Gerente Geral Latam da CleverTap, plataforma de marketing digital especializada em retenção e engajamento de usuários mobile, esse comportamento deve se intensificar ainda mais em 2024: “Com o avanço do 5G no país, o investimento em *superapps* e o surgimento de novas tecnologias, a migração para o mobile se torna cada vez mais vantajosa. E não estamos falando apenas do abandono dos desktops. Serviços que antes não eram online ganharão espaço na internet apenas com ferramentas para os celulares”.

Analisando como foi o mercado mobile em 2023, **o especialista revela as tendências que permearão o setor no próximo ano**. Confira:

- **Avanço do 5G e Internet das Coisas (IoT)**

A cobertura 5G completou um ano de implementação no Brasil em julho de 2023, com cerca de 10 milhões de acessos, e a previsão é que esse número aumente cerca de 10 vezes até 2027, segundo a consultoria Omdia. A expansão da rede abrirá novas possibilidades para aplicativos que dependem de velocidades de conexão ultra rápidas e baixa latência, como streaming de alta qualidade e jogos online. Além disso, a integração com dispositivos IoT

permitirá o controle remoto de uma variedade de dispositivos, desde eletrodomésticos até carros conectados, impulsionando o desenvolvimento de plataformas centradas na automação e na conectividade total.

- **Experiências mais personalizadas**

  Uma pesquisa da McKinsey aponta que 72% das pessoas gostam de personalização e esperam ser reconhecidas pelas marcas que consomem. Em 2024, a demanda por experiências personalizadas continuará a crescer, levando os desenvolvedores a investir em algoritmos avançados de aprendizado de máquina. Aplicativos que oferecem conteúdo, recomendações e interfaces adaptadas às preferências individuais dos usuários terão uma vantagem competitiva significativa.

- **Investimento em cibersegurança**

  Apesar dos benefícios evidentes da personalização por coleta de dados, a estratégia também suscita preocupações em relação à privacidade dos usuários. Conforme indicado por um estudo da PSafe, três em cada cinco brasileiros têm receios de que suas informações possam ser comprometidas ao realizar compras online. Com a crescente preocupação, aplicativos que enfatizam a segurança e oferecem maior controle aos usuários sobre suas informações pessoais podem se tornar mais proeminentes.

- **Crescimento dos pagamentos digitais**

  De acordo com o Relatório de Economia Bancária, 79% das transações financeiras no Brasil foram feitas por celular em 2022, ante 69% no ano anterior. Em 2019, esse percentual era de apenas 28%. A tendência de pagamentos digitais ganhará ainda mais impulso em 2024. Os aplicativos buscarão integrar métodos inovadores, proporcionando transações seguras, rápidas e eficientes.

- **Realidade Aumentada (AR) e Realidade Virtual (VR)**

  Os óculos de realidade mista Apple Vision Pro prometem ser o principal lançamento de tecnologia do primeiro trimestre de 2024. Com a novidade, veremos mais aplicativos que exploram AR e VR para oferecer experiências imersivas em áreas como jogos, treinamentos

profissionais, simulações médicas e entretenimento. Ambas as tecnologias têm o potencial de revolucionar a forma como aprendemos, nos divertimos e realizamos tarefas cotidianas, abrindo novas possibilidades para a inovação e interação digital.

“Vale lembrar que essas são apenas especulações com base nas tendências analisadas nos últimos anos. O cenário real pode ser diferente. Por isso, é sempre importante estar atento às mudanças no mercado e às novas tecnologias emergentes”, finaliza Marcell.

Sobre a CleverTap

CleverTap é uma plataforma completa de envolvimento do cliente que ajuda as marcas a personalizar e otimizar todos os pontos de contato do consumidor para melhorar o envolvimento, a retenção e o valor de vida útil do usuário. A plataforma capacita as empresas a orquestrar experiências para indivíduos em seus ciclos de vida e projetar jornadas personalizadas que duram toda a vida. Ela oferece análises que abrangem todos os aspectos do ciclo de vida, permitindo que as empresas avaliem e otimizem cada experiência em tempo real. Sua capacidade única de IA é perspicaz, empática e prescritiva, facilitando decisões mais inteligentes e rápidas. A plataforma tudo-em-um unifica as experiências de todos os pontos de contato, abrindo caminho para uma nova era de envolvimento do cliente.

A plataforma é alimentada pelo TesseractDB™ – o primeiro banco de dados do mundo criado especificamente para engajamento do cliente, oferecendo velocidade e economia de escala.

CleverTap tem a confiança de 2.000 clientes, incluindo Electronic Arts, TiltingPoint, Gamebasics, Big Fish, MobilityWare, TED, English Premier League, TD Bank, Carousell, AirAsia, Papa John’s e Tesco.

Apoiada por investidores líderes como Peak XV Partners, Tiger Global, Accel, CDPQ e 360

One, a empresa está sediada em Mountain View, Califórnia, com presença em São Francisco, Nova York, São Paulo, Bogotá, Londres, Amsterdã, Sofia , Dubai, Mumbai, Bangalore, Cingapura e Jacarta.

Para mais informações, visite CleverTap.com ou siga no LinkedIn e X.