

Análise de viabilidade, custos e oportunidade de negócio

Elaborado para: Renato Moraes — Agência Climb Digital

Data: Julho 2026

Data: 09/07/2026

Elaborado para: Renato Moraes - Agência Climb Digital

1. O QUE É RCS E POR QUE ESTÁ CRESCENDO

RCS (Rich Communication Services) é o sucessor do SMS. Funciona no app nativo de mensagens do celular (Messages no Android, aplicativo Mensagens no iPhone), sem precisar de download de app. Permite imagens em alta resolução, carrosséis, botões de ação, leitura confirmada, indicador de digitação - tudo que o WhatsApp tem, mas direto no app de mensagens padrão.

A diferença crítica em relação ao WhatsApp e SMS:

- SMS: texto puro, sem confirmação de leitura, sem rich media. Custo baixo, mas conversão ruim.
- WhatsApp: rico, mas exige que o usuário tenha o app instalado e aceite o número. No Brasil o WhatsApp domina, mas tem custo de mensagem mais alto.
- RCS: nativo no aparelho (sem app), rico como WhatsApp, potencialmente mais barato por mensagem.

DADO-CHAVE: A partir do iOS 18 (setembro 2024) a Apple passou a suportar RCS. Isso foi o maior evento da década para o canal. O tráfego global aumentou 500% imediatamente após o lançamento no iOS. Antes, RCS só funcionava em Android - excluindo 30-40% da base de smartphones globalmente.

LATAM (crescimento em 2025 via Infobip): 7x de crescimento de tráfego ano a ano.

Global: 311% de crescimento de tráfego em 2025.

Projeção de usuários ativos: 3,8 bilhões até fim de 2026 (vs. 900 milhões pré-Apple).

Comparativo de performance (dados de mercado):

- Taxa de abertura RCS: 72-90%
- CTR (click-through): 15-30% (vs. 1-3% de email)
- Conversão: 60-70% maior que MMS
- Case brasileiro (Ótima Digital): ROI no RCS foi 2x melhor que WhatsApp, com 12% de conversão no RCS vs. 6,5% no WhatsApp.

2. CHEGADA DO RCS NO BRASIL

Brasil é o 2º maior mercado mundial de RBM (RCS for Business). Antes do iPhone, já era líder em adoção no Android.

Operadoras suportando RCS no Brasil:

- Vivo: primeira a suportar RCS no iPhone (setembro 2025). Crescimento de 127% no tráfego RCS em set/2025 vs. set/2024.
- TIM: ativou suporte RCS com criptografia no iOS 26.5 (maio/2026)
- Claro: prevista para suportar RCS em iPhones até final de 2026

Quando Claro e TIM completarem a ativação no iPhone, a base habilitada para RCS no Brasil chegará a aproximadamente 185 milhões de dispositivos - patamar similar ao WhatsApp.

Cobertura atual Android: mais de 50% dos assinantes Vivo conseguem receber RCS. Na Pontaltech, a taxa de entrega subiu de 20% (3 anos atrás) para 55% hoje - e algumas campanhas chegam a 70%.

Volume crescendo rápido:

- Ótima Digital: passou de 73 milhões de mensagens RCS (1º sem. 2024) para 209 milhões (1º sem. 2025) - crescimento de 180%.
- Pontaltech: volume do 1º sem. 2025 é 5x maior que 1º sem. 2024.
- 60% dos 800+ clientes da Pontaltech já usam RCS.

3. PRINCIPAIS AGREGADORES PARA CONSTRUIR SOBRE

Para construir uma plataforma de anúncios RCS, você não vai às operadoras diretamente. Você usa um agregador (CPaaS) que já tem os acordos com operadoras globais.

OPÇÕES GLOBAIS:

a) Sinch

- Presença em 60+ países
- API bem documentada, developer-friendly
- Adquiriu MessengerPeople para cobertura SMB
- Preço: sob consulta para Brasil (não tem tabela pública)
- Ponto forte: infraestrutura global consolidada

b) Infobip

- Parceiro oficial do Google para RCS no Brasil
- Um dos poucos com relacionamento direto com TODAS as operadoras brasileiras
- API multi-canal (SMS + RCS + WhatsApp + Email em uma integração)
- Preço: também sob consulta, sem tabela pública
- Ponto forte: footprint Brasil, parceiro Google direto

c) Twilio

- RCS a partir de US\$ 0,0083/mensagem (mercado americano)
- Mais voltado para desenvolvedores
- Cobertura no Brasil mais limitada que Infobip/Sinch

d) Pontaltech (nacional)

- Maior agregador RCS do Brasil, parceiro oficial Google
- Produto "Easy RCS" e "RCS Connect"
- Já tem 800+ clientes, 60% usando RCS
- Preço da plataforma: ao mercado com tarifa similar ao SMS para facilitar adoção
- Ponto forte: equipe local, suporte em PT-BR, conhecimento do mercado brasileiro

e) Ótima Digital

- Também atua no Brasil com RCS
- Forte em campanhas de marketing de performance

f) AWS End User Messaging

- Solução mais técnica, para quem quer construir sobre infraestrutura AWS
- Requer configuração avançada

PARA O MODELO DE NEGÓCIO DO RENATO:

A escolha mais inteligente é a Pontaltech ou Infobip como agregador base. A Pontaltech tem a vantagem de ser nacional (mais fácil de negociar volume e suporte), enquanto a Infobip tem maior cobertura global se quiser expandir depois.

4. CUSTO ESTIMADO DE OPERAÇÃO (CUSTO DE API)

Preços de API para o Brasil (estimativas de mercado 2025/2026):

Tipo de mensagem | Custo estimado por mensagem (BRL)

RCS Basic (texto simples) | R\$ 0,04 - R\$ 0,06

RCS Single (rich media) | R\$ 0,08 - R\$ 0,12

RCS Conversacional | R\$ 0,15 (início conversa  o Vivo)

WhatsApp Marketing (ref.) | R\$ 0,33 (US\$ 0,0625)

SMS (referência) | R\$ 0,03 - R\$ 0,08

Em dólar (benchmark global - Brasil):

- Custo API estimado: US\$ 0,008 - US\$ 0,02 por mensagem
- Volume reduz significativamente (descontos de 30-45% são comuns em negocia  es)

SIMULA  O DE CUSTO DE ENVIO:

Volume	Custo API estimado (básico)	Custo API estimado (rich)
1.000 mensagens	R\$ 40 - R\$ 60	R\$ 80 - R\$ 120
10.000 msgs	R\$ 350 - R\$ 550	R\$ 700 - R\$ 1.100
100.000 msgs	R\$ 3.000 - R\$ 5.000	R\$ 6.000 - R\$ 10.000
1.000.000 msgs	R\$ 20.000 - R\$ 40.000	negociado diretamente

Nota: a preços de volume (acima de 1M/mês), o custo tende a cair 30-40% vs. tabela. Agregadores também cobram fees de setup e mensalidade de plataforma, geralmente entre R\$ 500 - R\$ 3.000/mês dependendo do plano.

5. PREÇO DE MERCADO PARA ANUNCIANTES (QUANTO COBRAR)

Aqui está o modelo de negócio: você compra da API por X e vende ao cliente por Y.

Referências de preço de mercado para o anunciante no Brasil:

Modelo | Preço de venda sugerido

Por mensagem entregue | R\$ 0,15 - R\$ 0,30 (básico) / R\$ 0,30 - R\$ 0,60 (rich)

Pacote de campanha | R\$ 1.500 - R\$ 5.000 para 10.000 mensagens (inclui cria  o)

CPM (custo/1.000) | R\$ 150 - R\$ 300 por mil mensagens entregues

Mensalidade SaaS | R\$ 800 - R\$ 5.000/mês por empresa, dependendo do volume

Comparativo de referência:

- WhatsApp Business API (revenda): R\$ 0,33 - R\$ 0,50 por mensagem de marketing
- SMS marketing: R\$ 0,08 - R\$ 0,20 por mensagem
- RCS: oportunidade de precificar entre SMS e WhatsApp, com performance superior

Modelo mais lucrativo: vender por campanha com setup fee + CPM/CPM, não só por mensagem.
Ex: Setup R\$ 1.000 + R\$ 250/mil mensagens entregues + mínimo de R\$ 2.000/campanha.

6. MARGEM ESTIMADA

Estrutura de margem no modelo de revenda/plataforma:

Custo API (mensagem rich) | R\$ 0,08 - R\$ 0,12

Preço de venda | R\$ 0,30 - R\$ 0,50

Margem bruta por mensagem | R\$ 0,18 - R\$ 0,40

Margem bruta percentual | 60-75%

Em volume:

10.000 msgs → custo: R\$ 1.000 → receita: R\$ 3.000 → margem: R\$ 2.000 (67%)

100.000 msgs → custo: R\$ 8.000 → receita: R\$ 25.000 → margem: R\$ 17.000 (68%)

Porém, considerar custos adicionais:

- Plataforma/infraestrutura própria: R\$ 2.000 - R\$ 10.000/mês (servidor, dev)
- Custo de vendas e onboarding de clientes
- Fallback SMS (quando dispositivo não suporta RCS): adiciona ~10-15% ao custo
- Equipe de suporte

Margem líquida realista (pós-custos operacionais): 35-55% em volume.

Referência de mercado indiano (mais maduro no modelo reseller):

Taxa do agregador: ₹0,15/mensagem → venda ao cliente: ₹0,20/mensagem → margem: 33%.

No Brasil, as margens tendem a ser maiores pela menor concorrência.

7. MERCADO EM CRESCIMENTO OU NÃO

RESPOSTA DIRETA: SIM, está em crescimento acelerado, especialmente no Brasil.

Dados globais:

- Mercado global RCS: avaliado em US\$ 10-13 bilhões em 2025/2026
- CAGR projetado: 24-36% ao ano dependendo da fonte
- Tráfego global: 50 bilhões de mensagens de negócios em 2025 (vs. 33 bilhões em 2024)
- Receita de operadores com RCS: de US\$ 1,3 bi (2023) para US\$ 8 bi (2025)

- Projeção: US\$ 46,75 bilhões até 2030

Catalisadores do crescimento:

1. Apple iOS 18/26 adicionando RCS - impacto de 500% imediato no tráfego global

2. Brasil: segundo maior mercado global para RCS Business

3. Preço competitivo vs. WhatsApp (2-3x mais barato por mensagem)

4. Performance superior ao SMS e comparable ao WhatsApp

Maior risco: WhatsApp no Brasil. O Brasil tem a maior penetração de WhatsApp do mundo. Muitos usuários já estão acostumados a receber comunicação de marcas via WhatsApp. O RCS precisa provar vantagem de custo e conversão para ganhar budget de marketing.

Mas o dado da Ótima Digital (ROI 2x melhor que WhatsApp, conversão 12% vs. 6,5%) sugere que, para performance marketing, o RCS já vence.

8. CONCORRENTES E REFERÊNCIAS

QUEM JÁ FAZ ISSO NO BRASIL:

a) Pontaltech

- Maior player nacional, parceiro oficial Google para RCS
- Tem plataforma completa (SaaS) para envio de RCS
- 800+ clientes, referência de mercado
- Ponto fraco: focam em volume/infraestrutura, não em agência/performance marketing
- URL: pontaltech.com.br

b) Ótima Digital

- Forte em campanhas de marketing via RCS
- Cases fortes de ROI e conversão
- Mais focada em grandes empresas e operadoras

c) Comtele

- Plataforma de SMS/RCS voltada para PMEs
- Menos sofisticada em rich media e analytics

REFERÊNCIAS GLOBAIS:

d) Sinch (global)

- Infraestrutura, não plataforma de anúncios

e) Charles (Europa/Global)

- Especializada em RCS conversacional para e-commerce
- Modelo: conversational commerce via RCS + WhatsApp

f) CM.com (Europa)

- Plataforma multi-canal com RCS
- Forte em DACH (Alemanha, Áustria, Suíça)

g) Braze (EUA/Global)

- Enterprise, faz RCS como parte de orquestração multi-canal
- Clientes: HBO, Burger King, Domino's

h) nativeMsg (EUA)

- Focado em marketing RCS, mais acessível para PMEs americanas

LACUNA NO MERCADO BRASILEIRO: não existe ainda uma plataforma de anúncios RCS focada em agências e pequenos/médios anunciantes, com interface simples, dashboard de resultados, e modelo de self-serve ou agência como intermediário. Isso é a oportunidade.

9. COMPLEXIDADE TÉCNICA E REGULATÓRIA

PROCESSO DE APROVAÇÃO DE MARCA (obrigatório):

Para um anunciante enviar mensagens RCS com a identidade da marca (nome verificado, logo, cor), ele precisa passar pelo processo de Brand Verification do Google RCS for Business.

Etapas:

1. Registro como parceiro Google RCS for Business (você, a plataforma)

2. Criação de "agente" para cada marca cliente

3. Verificação da identidade da marca: CNPJ, site ativo, documentação

4. Review de conteúdo e casos de uso

5. Aprovação Google/operadora: 1-5 dias úteis para marcas, mais rápido para parceiros com histórico

Processo de aprovação do agente para envio em produção:

- Submissão com detalhes do país/operadora, tipo de mensagem, opt-in, opt-out
- Google faz revisão de qualidade, política de conteúdo, segurança
- Lançamentos gerenciados pelo Google: 1-3 dias úteis

Conteúdo proibido: jogos de azar não licenciados, conteúdo adulto, drogas ilegais, golpes - similar às políticas Meta.

LGPD E OPT-IN:

RCS Business Messaging no Brasil é totalmente compatível com LGPD e padrões ANATEL.

Requisitos de conformidade:

- Opt-in explícito: o usuário precisa ter dado consentimento para receber mensagens da marca por canal digitalmente. Pode ser via formulário web, QR code, app, keyword SMS.
- Opt-out fácil: deve ser tão fácil sair quanto entrar. Palavra PARAR ou botão de opt-out.
- Política de privacidade ativa: obrigatório ter URL de política de privacidade e termos de uso.
- Base de dados limpa: não pode enviar para listas compradas, apenas para usuários que optaram por receber.

Diferença prática vs. SMS: o SMS no Brasil tem bastante "lista fria" e spam que passa. No RCS, o Google e as operadoras são mais rigorosos porque querem proteger o canal.

REQUISITOS TÉCNICOS PARA CONSTRUIR A PLATAFORMA:

- API REST para integração com agregador (Sinch/Infobip/Pontaltech)
- Sistema de gerenciamento de marcas/agentes (um "agente" por cliente)
- Interface de criação de campanhas (templates com rich media: imagens, carrosséis, botões)

- Sistema de agendamento e envio em lote
- Dashboard de analytics (entrega, abertura, cliques, conversão)
- Gestão de opt-in/opt-out por base de contatos
- Fallback automático para SMS quando dispositivo não suporta RCS
- Webhook para receber respostas e interações do usuário

Complexidade técnica estimada: média-alta. Não é trivial, mas é bem documentado. Com time de desenvolvimento focado, uma MVP funcional pode ser construída em 60-90 dias.

10. VEREDICTO FINAL - VALE A PENA CONSTRUIR?

RESPOSTA: SIM, com modelo de negócio bem definido e posicionamento de nicho.

PONTOS FAVORÁVEIS:

- Brasil é o 2º maior mercado RCS do mundo. A infraestrutura já existe.
- iPhone agora suporta RCS no Brasil (Vivo já, Claro/TIM chegando) - base vai a 185 milhões
- Mercado crescendo 180-311% ao ano, sem sinal de desaceleração
- Margem bruta de 60-75% por mensagem
- Lacuna clara: não tem plataforma self-serve para agências e PMEs no Brasil
- Custo operacional competitivo vs. WhatsApp (2-3x mais barato)
- Performance demonstrável: conversão 2x maior que WhatsApp em cases nacionais

RISCOS:

- WhatsApp tem inércia brutal no Brasil. Convencer anunciante a experimentar um canal novo exige dados e education
- Aprovação de marca pode ser burocrática para clientes pequenos
- Concorrência de grandes (Pontaltech, Infobip) se o modelo escalar
- Precisa de base de opt-in. Anunciante sem base precisa construir do zero

MODELO DE NEGÓCIO MAIS VIÁVEL:

Opção A - Plataforma SaaS para Agências (RECOMENDADA para começo):

Você vira agregador para agências de marketing. A agência tem acesso white-label à plataforma, gerencia os clientes dela, você cobra mensalidade (R\$ 500-2.000/mês por agência) + markup nas mensagens. Escala sem precisar de time de vendas grande - cada agência traz os clientes dela.

Opção B - Plataforma de Performance (campanhas gerenciadas):

Você monta a plataforma e vende campanhas gerenciadas para anunciantes diretos. Fee de setup (R\$ 1.500-3.000) + CPM. Mais lucrativo por cliente, mas escala mais lenta (precisa de time de CS e vendas).

Opção C - Ferramenta para Lojas/E-commerces (self-serve):

Integração com VTEX, Shopify, WooCommerce. Lojista entra, conecta a loja, dispara campanhas de recuperação de carrinho, promoções. Modelo freemium com limite de mensagens gratuitas + planos pagos.

RECOMENDAÇÃO FINAL:

Começar pela Opção A (SaaS para Agências), usar a Pontaltech como agregador (parceria mais fácil de conseguir, suporte BR), construir MVP em 60-90 dias, lançar beta com 5-10 agências parceiras e validar o modelo antes de investir pesado.

O mercado está no timing certo. Com o iPhone chegando nas três principais operadoras brasileiras até o final de 2026, quem estiver posicionado agora vai capturar a onda de demanda que vem aí.

Fontes principais consultadas:

- Mobiletime.com.br (set/2025) - dados de tráfego RCS no Brasil
- Infobip.com/blog/rcs-statistics
- Chatarmin.com/en/blog/rcs-chat-costs
- Sinch.com/blog/rcs-pricing-explained
- Dotgo.com/blog/the-8-billion-rs-rs-opportunity
- MacMagazine.com.br - adoção iPhone Brasil
- Google RCS for Business Developer Docs