



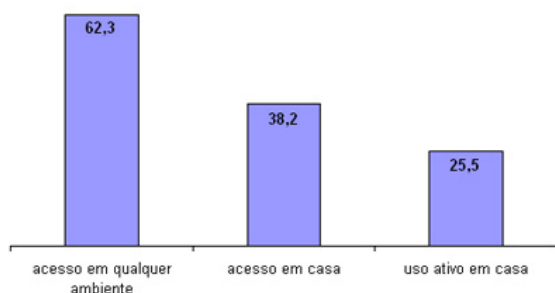
Internet para as massas

06/07/2009

Artigo publicado pelo IBOPE Mídia no jornal Meio & Mensagem, na edição de 22 de junho de 2009

No início de 2009, o número de pessoas com acesso à internet no Brasil manteve crescimento. Segundo o IBOPE Nielsen Online, que mensura a internet em residências há 9 anos e que neste momento também começa a monitorar a internet no local de trabalho, mais de 38 milhões de pessoas têm acesso em casa, com perspectivas de superar a marca de 40 milhões nos próximos meses. Dessas, 25,5 milhões navegam efetivamente todo mês, com a taxa de crescimento anual em 14%. Considerando somente usuários com banda larga, a taxa de crescimento em doze meses é de 22%, com a maior parte desse aumento concentrada neste ano.

Número de internautas, em milhões - Brasil



Dados de pessoas com acesso em todos os ambientes consideram pessoas de todo o Brasil com 10 anos ou mais de idade, e de acesso e uso residencial consideram pessoas de todo o Brasil, com 2 anos ou mais de idade. Números de acesso são do quarto trimestre de 2008 e de uso ativo são de março de 2009

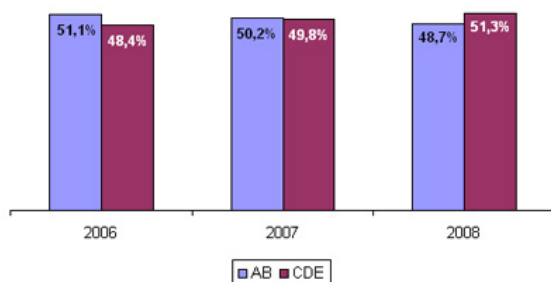
Fonte: IBOPE Nielsen Online

Em todos os ambientes, incluindo, além de residências, o local de trabalho e os pontos públicos pagos e os gratuitos, como lan houses, escolas, bibliotecas e telecentros, já há 62,3 milhões de brasileiros com acesso à internet.

A última pesquisa Internet Pop, realizada anualmente pelo IBOPE Mídia em 9 regiões metropolitanas brasileiras, constatou que 49% da população de dez anos ou mais de idade já tem acesso à internet. Um ano atrás, esse índice era de 45%, já tendo sido de 39% dois anos antes.

A Internet Pop também mostrou que entre pessoas com acesso à internet a participação da classe C, que era de 34% em 2006, igualou-se no final de 2008 à classe B, ao chegar a 40%. E, pela primeira vez, a participação das classes C, D e E, juntas, com 51,3%, superou a das classes A e B.

Composição do perfil dos internautas brasileiros, por classe social - 2006 a 2008



Fonte: 20a Internet Pop (22/09/2008 a 05/10/2008)

COMPRA ONLINE

Audiência de Internet

Tenha acesso a uma fonte rica de dados sobre os perfis dos internautas, obtidos por meio de painéis de medição de audiência na web.

Cursos e treinamentos

Turmas abertas do IBOPE Educação para profissionais interessados em aprimorar suas competências em diversas áreas do conhecimento e atuar de forma mais objetiva frente aos desafios do dia-a-dia.

Essa evolução se deve sobretudo ao maior uso do computador nos domicílios, porque enquanto até 2007 o crescimento do acesso vinha ocorrendo por meio de lan houses, o acesso em residências ao longo de 2008 foi, de longe, o que mais aumentou. Das pessoas que navegam ainda que de vez em quando, 56% já têm internet na própria casa. O índice total de internet domiciliar chega a 68% se forem incluídas as pessoas com acesso na casa de amigos e parentes. A internet móvel também tem crescido. Mais de um milhão de pessoas tem acesso por meio de outros equipamentos que não o computador.

Ainda de acordo a Internet Pop, a região metropolitana com maior índice de acesso à internet é a do Distrito Federal. Porém, os maiores crescimentos ocorrem neste momento em regiões do Nordeste, como Fortaleza e Recife.

Entre os principais meios, a internet ocupa a terceira posição em consumo frequente, já que 45% dos brasileiros que moram nas 11 regiões metropolitanas pesquisadas pelo Target Group Index dizem usar regularmente a internet. E as metrópoles em que esse índice é ainda maior são Brasília, Curitiba, Porto Alegre e São Paulo.

Consumo dos meios

Meio	Consumidores em relação à população
TV Aberta - 7 dias	97%
Rádio AM/FM - 7 dias	78%
Internet - 7 dias	45%
Revista - Recente	38%
Jornal - Recente	37%
PAYTV	22%

Fonte: IBOPE Mídia - Target Group Index BrY9w2+Y10w1 (Fev08-Jan09)

Regiões metropolitanas com maior consumo frequente de internet

Regiões	Consumidores em relação à população
Brasília	56%
Curitiba	52%
Porto Alegre	50%
São Paulo	48%

Fonte: IBOPE Mídia - Target Group Index BrY9w2+Y10w1 (Fev08-Jan09)

Isso significa que a internet cresce em importância para os brasileiros, que encontram no meio utilidades para seu dia a dia. A internet se aproxima dos demais meios eletrônicos quanto à sua capacidade de atrair usuários que procuram entretenimento, além de se manter entre as mídias mais citadas como fonte de informação.

Motivo de consumo de cada meio, entre usuários recentes

	TV Aberta/TV Paga - 7 dias]	Rádio AM/FM - 7 dias	Jornal - Recente	Revista - Recente	Internet - 7 dias
Porque me entretém	53%	42%	14%	31%	41%
Quero me informar	77%	49%	94%	78%	74%
Para me distrair das tarefas habituais	43%	40%	10%	20%	27%

Fonte: IBOPE Mídia - Target Group Index BrY9w2+Y10w1 (Fev08-Jan09)

Mas o que mais tem mais crescido é o uso da internet como meio de comunicação e de relacionamento, por troca de mensagens instantâneas e pela navegação em

sites de comunidades. No último levantamento do Target Group Index, 49% dos que usaram a internet nos últimos sete dias disseram navegar constantemente em

sites de comunidades e 52% disseram que trocam mensagens regularmente.

Atividades realizadas na internet por internautas frequentes -
atividades que mais cresceram

	abr03- jan04	fev08- jan09
Fazer pesquisas pessoais	55%	63%
Enviar, receber mensagens instantâneas	31%	52%
Usar sites de comunidade virtual	---	49%
Ler notícias nacionais	40%	46%
Ler notícias internacionais	34%	38%
Baixar músicas	25%	34%
Ouvir música	28%	33%
Jogar on-line	19%	25%
Consultar previsão do tempo	10%	18%
Fazer vídeo-conferência, usar webcam	4%	10%

Fonte: IBOPE Mídia - Target Group Index BrY9w2+Y10w1 (Fev08-Jan09)

Neste momento, devido ao aumento do acesso por banda larga, há um crescimento natural da quantidade de adultos que usam a internet em casa, o que leva a um maior consumo de sites direcionados a esse público, principalmente de atividades como bancos, comércio eletrônico, imóveis, automóveis e viagens. Segundo o IBOPE Nielsen Online, as três categorias com maior crescimento anual até março de 2009 foram Informações Corporativas, com evolução de 33%, Viagens e Turismo, com 28%, e Comércio Eletrônico, com 21%. Em março de 2009, mais de 15 milhões de pessoas entraram em sites de compras, na internet residencial brasileira.

Categorias com maior crescimento, na internet domiciliar - em milhões de usuários únicos - março de 2008 e março de 2009

	março de 2008	março de 2009	crescimento anual
Comércio Eletrônico	12,5	15,1	21%
Informações Corporativas	8,5	11,3	33%
Viagens e Turismo	6,3	8,1	28%

Fonte: IBOPE Nielsen Online

Investimento publicitário

O aumento do interesse dos brasileiros pela internet se reflete no volume de investimento de publicidade, que ainda tem muito espaço para crescer. Segundo os dados registrados pelo IBOPE Monitor, o meio internet, ao lado do cinema, liderou o crescimento proporcional de investimentos publicitários recebidos, com 22% de aumento anual, alcançando no primeiro trimestre de 2009 mais de 382 milhões de reais. A participação da internet sobre o bolo publicitário passou de 2,6% para 3%, entre o primeiro trimestre de 2008 e o primeiro trimestre de 2009. Nestes valores, são considerados os investimentos de publicidade recebidos pelos maiores portais brasileiros.

Investimento Publicitário -
1o. trimestre de 2008 e 1o. trimestre de 2009

Total Brasil				
Meio	Jan/08 a Mar/08/R\$	Jan/09 a Mar/09/R\$	Part. (%) 2008	Var. (%)
CINEMA	67.241	81.903	1	22
INTERNET	313.538	382.184	3	22
JORNAL	3.127.229	2.891.239	23	-8
OUTDOOR	17.678	10.253	0	-42
RADIO	543.769	591.572	5	9
REVISTA	857.451	926.495	7	8
TV	6.065.173	6.952.195	54	15
TV ASSINATURA	856.302	975.245	8	14
	11.848.381	12.811.085	100	8

Fonte: IBOPE Mídia - Monitor Evolution - março de 2009

As empresas de internet também têm investido mais em publicidade. No primeiro trimestre de 2009, o volume publicitário aplicado por essas empresas atingiu 242,9 milhões de reais, o que representa um crescimento de 7% sobre o mesmo período do ano passado. Mais da metade desse valor foi destinado a publicidade na

televisão. O maior crescimento absoluto anual foi registrado no meio revista, com aumento de mais de 11 milhões de reais de investimento, e na própria internet, que recebeu no primeiro trimestre de 2009 cerca de 5 milhões de reais a mais que no primeiro trimestre de 2008.

Investimento Publicitário – Setor Internet – Meios
1o. trimestre de 2008 e 1o. trimestre de 2009

Moeda: R\$ (000)				
SETOR = INTERNET;				
Meio	Jan/08 a Mar/08/R\$	Jan/09 a Mar/09/R\$	Part.(%) 2008	Var. (%)
CINEMA	4.026	7.754	3	93
INTERNET	221	5.226	2	2.260
JORNAL	51.570	44.818	18	-13
OUTDOOR	8	25	0	233
RADIO	5.168	6.501	3	26
REVISTA	15.552	27.089	11	74
TV	131.947	132.622	55	1
TV ASSINATURA	19.568	18.898	8	-3
Total	228.060	242.932	100	7

Fonte: IBOPE Mídia – Monitor Evolution – março de 2009

As empresas de internet que mais investem em publicidade são os provedores, com 43% de participação, sobretudo no meio televisão. Os sites têm passado a investir cada vez mais, aplicando fortemente em televisão, mas também nos meios impressos. As empresas de comércio eletrônico, por outro lado, direcionam mais de 40% de sua verba para o meio jornal.

Investimento Publicitário – Setor Internet – Categorias

Período de Janeiro a Março 2009										
Moeda: R\$ (000)										
Setor econômico INTERNET										
Categoria	Total	Part (%)	CINEMA	INTERNET	JORNAL	OUTDOOR	RÁDIO	REVISTA	TV	TV ASSINAT
E COMMERCE	30.497	13	0,0%	1,9%	43,8%	0,1%	1,8%	8,9%	34,6%	9,0%
INSTITUC INTERNET	25.645	11	14,5%	9,3%	8,4%	0,0%	6,1%	26,5%	22,0%	13,1%
PROVEDOR	103.472	43	3,9%	1,1%	10,8%	0,0%	1,0%	3,6%	74,6%	5,0%
SITE	83.318	34	0,0%	1,4%	21,8%	0,0%	4,0%	16,7%	47,0%	9,1%
	242.932	100	7.754	5.226	44.818	25	6.501	27.089	132.622	18.898

Fonte: IBOPE Mídia – Monitor Evolution – março de 2009

COMENTE

COMENTÁRIOS

ATENÇÃO: Os comentários publicados nesta seção são de responsabilidade integral de seus autores e não representam a opinião do IBOPE. Lembramos que não são permitidas mensagens com propagandas ou conteúdos ofensivos e desrespeitosos.

Ainda não foram adicionados comentários para esta página. Seja o primeiro a comentar.

TAGS

IBOPE Media; Consumo e comportamento

NOTÍCIAS RELACIONADAS

Entre os que assistem a esportes, 41% prestigiam a Fórmula 1

22/mar/2013

Homens são maioria entre os expectadores da Fórmula 1 (69%)

53% da população declara ter dificuldade em economizar

11/mar/2013

53% da população declara ter dificuldade em economizar. Dados do Target Group Index revelam ainda que 36% não sabem nada sobre investimentos e finanças

SOLUÇÕES RELACIONADAS



Target Group Index

Amplio estudo single source sobre consumo e estilo de vida.



TG.net

Combina informações do Target Group Index com uma pesquisa online exclusiva.



HAR

Hábitos e Atitudes Regional, da base do Target Group Index.

O IBOPE

Quem somos
Unidades de negócios
Investimento social
Executivos
O que fazemos
Como fazemos
Auditoria e qualidade
Onde Estamos
Nossos Valores
Integridade corporativa

Canal aberto
Sustentabilidade
Parcerias e associações

SOLUÇÕES

Ambiental
Análises
Consumo dos meios
Geonegócios
Mercado
Monitoramento dos meios
Opinião pública e política
Educação
Single source

CONHECIMENTO

Pesquisas de opinião e mercado
Pesquisas eleitorais
Pesquisas de mídia
Audiência de rádio
Audiência de TV RJ
Audiência de TV SP
Investimento publicitário
Leitura de jornal
Ranking de agências
Artigos e papers
Infográficos
Leitura de pesquisas eleitorais
Descubra com o IBOPE
Glossário
Hotsites
Vídeos

NEWSLETTER

E-Mail



NOTÍCIAS

Últimas Notícias

COMPRA ONLINE

Cursos e Treinamentos
Relatórios de internet
Orçamento de Pesquisa
Minhas Compras

RELACIONAMENTO

Entrevistados
Dúvidas frequentes
Fale Conosco
Relacionamento acadêmico
Imprensa
Releases
Organograma
Fact sheet
Política de divulgação

© 2005–2012. Todos os direitos reservados. Política de Privacidade