



# O consumo de internet entre os mineiros

23/03/2012

Artigo publicado no jornal Minas Marca de março de 2012

Os moradores de Belo Horizonte estão entre os brasileiros mais conectados das praças estudadas no TG.net, em pesquisa realizada pelo IBOPE Media, ficando atrás apenas de São Paulo e Brasília. Acessar a internet é um hábito mensal de 56,3% desses mineiros, o que representa um total de 3,6 milhões de pessoas na região.

Diferente do que podemos visualizar em outros locais, as classes mais altas não são grande maioria entre os internautas de Belo Horizonte e já existe um bom equilíbrio na composição socioeconômica. A classe C tem expressiva participação, representando 47% desse grupo, contra 40% da média encontrada entre todas as praças contempladas pelo estudo.

		Brasil	Belo Horizonte	Afinidade
Universo Internautas (.000)		35.124	3.593	-
Classe Social	AB	56%	48%	87
	C	40%	47%	117
	DE	4%	5%	112
Idade	12 - 19	18%	16%	91
	20 - 24	16%	16%	103
	25 - 34	27%	27%	101
	35 - 44	18%	19%	105
	45 - 54	13%	14%	102
	55 - 64	6%	6%	96
	65 - 75	2%	2%	101
Sexo	Masculino	48%	47%	97
	Feminino	52%	53%	102

Como no restante do país, a maioria prefere usar computadores de mesa para acessar a internet e mais de um terço já faz uso de notebooks/netbooks para este fim. Um destaque no consumo, pode ser visualizado na maior procura de formas alternativas de se conectar. Esse mercado, por exemplo, tem uma afinidade maior com a utilização de smartphones para navegar na internet, conectam mais em outros locais além da casa e do trabalho e fazem mais uso das redes Wi-Fi.

Os sites de música (52% declaram acessar) e de comparadores de preço (quase 50% os acessam) são os mais populares entre os internautas e, em Belo Horizonte, esse interesse também é grande. Os mineiros, porém, têm uma afinidade maior com os sites de jornais locais/regionais, como também com os de beleza e moda. Quando o assunto é publicidade na internet, eles possuem uma afinidade um pouco maior com banners e anúncios pop-ups, afirmando que estes os ajudam a encontrarem coisas interessantes na internet.

Tipos de site que acessou (30 dias)	Brasil	Belo Horizonte	Afinidade
Universo (000)	35.124	3.593	-
Música	52%	51%	97
Download de música	44%	45%	102
Jornais nacionais	46%	45%	98
Comparação de preços	47%	44%	94
Jornais regionais/ locais	41%	44%	107
Filmes	43%	42%	98
Notícias (exceto jornais nacionais ou locais)	42%	39%	93
Jogos	39%	38%	98
Receitas	36%	36%	99
Educação	35%	35%	100

## 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.

Beleza	31%	33%	109
Saúde e higiene	31%	32%	102
Futebol	32%	31%	99
Serviços com informações locais	28%	30%	105
Clima	32%	30%	94
Sites relacionados com ciência/tecnologia	31%	30%	95

[Clique aqui para ampliar](#)

Quando comparados com a média nacional, os mineiros ainda não são ávidos usuários das ferramentas e serviços de instituições financeiras na web. Atividades como realizar transferências, pedir extratos ou checar operações recentes são menos realizadas em Belo Horizonte do que na média das praças brasileiras pesquisadas, mostrando que a internet ainda oferece outras oportunidades de crescimento.

Na hora de socializar, o interesse é tão alto quanto no restante do Brasil. Mais da metade acessa sites de comunidades virtuais e gosta de se comunicar e interagir com pessoas que já conhecem através da internet. Para 70% deles, as redes sociais são ideais para manter contato com os amigos, e já fazem parte de suas rotinas. Outro atrativo da internet para eles está na liberdade de expressão, 56% gostam de poder postar seu próprio conteúdo em um site.

Atividades em Redes Sociais Frequentemente (30 dias)	Brasil	Belo Horizonte	Afinidade
Universo (000)	35.124	3.593	-
Acessar a sites de comunidade virtual	57%	55%	97
Comunicação e interação com pessoas que eu já conheço	52%	50%	95
Ver fotos ou vídeos	47%	47%	102
Criar/ Manter sites de comunidade virtual	43%	43%	100
Ler um artigo, comentário ou crítica enviada a um site por um usuário	32%	34%	105
Baixar fotos ou vídeos	29%	30%	101
Colocar fotos ou vídeos em sites de compartilhamento	25%	28%	112
Acessar Blogs	25%	27%	108
Para fazer o upload de fotos	22%	21%	100

[Clique aqui para ampliar](#)

## Sobre o TG.net

O TG.net é uma pesquisa online, realizada com 2.900 internautas de 15 a 75 anos no Brasil.

Fusionada com a base regular do Target Group Index, permite análises diferenciadas em um único banco.

O levantamento foi realizado entre maio e junho de 2011, nos mercados de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba e Distrito Federal, além de Goiânia, Nordeste, São Paulo interior e interior do Sul e Sudeste.

Banco utilizado: TG.net Ano 2 (mai/11-jun/11)/Target Group Index Y11 w2 + Y12 w1 (fev/10 - jan/11)

[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; Internet; Consumo e comportamento

## NOTÍCIAS RELACIONADAS

### 47% dos internautas brasileiros são favoráveis à união civil entre gays

27/mar/2013

Entre os que se declaram homo ou bissexuais, 43% afirmam que certamente se casariam com a permissão da lei

### Número de usuários de redes sociais ultrapassa 46 milhões de brasileiros

26/mar/2013

Número de usuários de redes sociais ultrapassa 46 milhões de brasileiros

## SOLUÇÕES RELACIONADAS



**Adrelevance**  
Monitoramento e análise de campanhas online.



**BAM (Brand Association Map)**  
Mapeia as dimensões online de uma marca.



**Marcas nas Redes Sociais**  
O posicionamento no ambiente dos internautas.



**Internet Design**  
Apresenta e aprofunda o conhecimento sobre a estrutura da internet.

## 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

IBOPE

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