

# Penetração e Uso da Internet em Empresas e Domicílios no Brasil

**20 de abril de 2006**

**FISL 7.0**

*www.cgi.br*

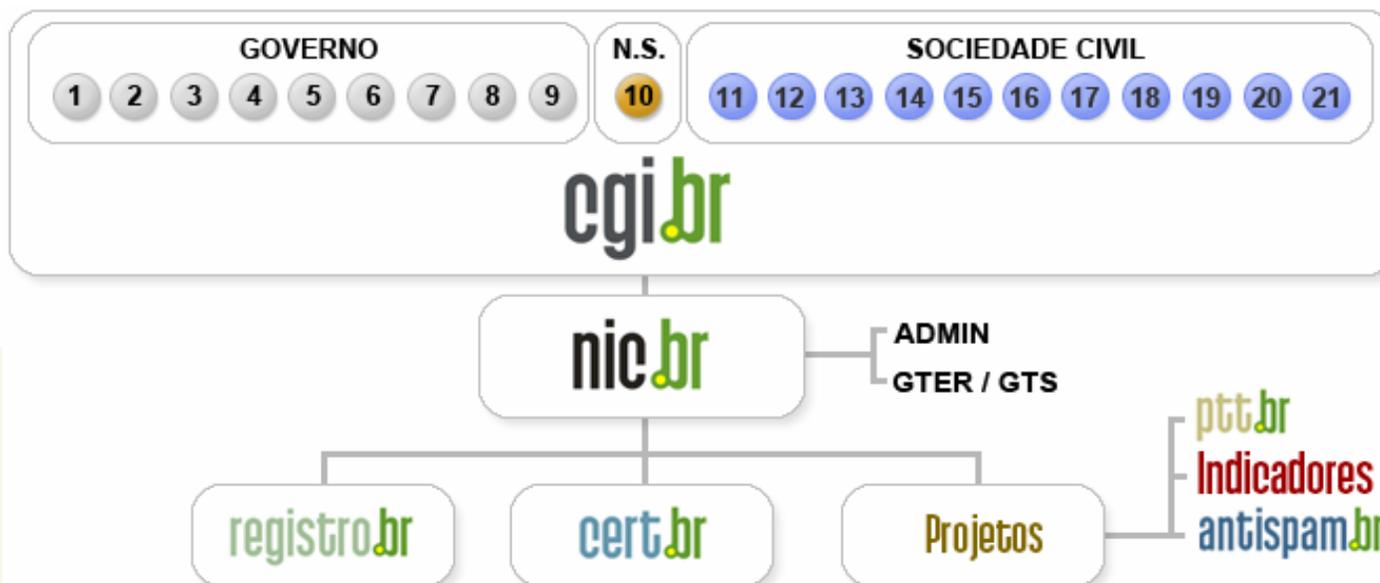
Penetração e Uso da Internet no Brasil  
FISL 7.0 - 20 de abril de 2006

## Agenda

- **O que é o CGI.br**
- **Iniciativas do CGI.br em desenvolvimento**
- **Apresentação da Pesquisa TIC Domicílios**
- **Apresentação da Pesquisa TIC Empresas**

## Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br)

- criado em maio de 1995
- pela **Portaria Interministerial N° 147 de 31/05/1995**, alterada pelo **Decreto Presidencial N° 4.829 de 03/09/2003**
- Responsável pela **coordenação e integração dos serviços Internet no país**
- Modelo **multistakeholder** composto por membros do governo, setor empresarial, do terceiro setor e da comunidade acadêmica



- 1 – Min. da Ciência e Tecnologia
- 2 – Min. das Comunicações
- 3 – Casa Civil da Presidência da República
- 4 – Min. do Planejamento, Orçamento e Gestão
- 5 – Min. do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior
- 6 – Min. da Defesa
- 7 – Agência Nacional de Telecomunicações
- 8 – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
- 9 – Fórum Nac. Secretários Est. p/ Assuntos de Ciência e Tecnologia
- 10 – **Notório Saber**

- 11– provedores de acesso e conteúdo
- 12– provedores
- 13– indústria TICs e software
- 14– empresas usuárias
- 15 – Terceiro Setor
- 16 – Terceiro Setor
- 17 – Terceiro Setor
- 18 – Terceiro Setor
- 19 – Academia
- 20 – Academia
- 21 – Academia

## Principais atribuições:

- **fomentar o desenvolvimento de serviços Internet no Brasil;**
- **recomendar padrões e procedimentos técnicos operacionais para a Internet no Brasil;**
- **coordenar a atribuição de endereços Internet (IPs) e o registro de nomes de domínios usando ccTLD <.br>;**
- **coletar, organizar e disseminar informações sobre os serviços Internet – indicadores e estatísticas.**

## Objetivo específico

Esses dados e indicadores são fundamentais para:

- ***Elaborar políticas públicas que garantam o acesso às TICs no Brasil***
- ***Acompanhar, monitorar e avaliar o impacto sócio econômico das TICs***
- ***Permitir a comparabilidade da realidade brasileira com outros países***

## Iniciativas em processo

### 1. Parceria com o IBGE

Inclusão de um **módulo com 23 questões** básicas sobre penetração e uso da internet na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio – **PNAD 2005**

- 140 mil domicílios entrevistados
- Resultados em outubro de 2006
- Indicadores domicílio
  - Número de linhas fixas, de celulares, de televisores, de PCs, de PCs com acesso à internet
- indicadores indivíduo
  - Local de uso, freqüência de uso, total de horas de uso por semana, tipo de serviços e atividades

Iniciativas  
em processo

## 2. Parceria com IBOPE

**Publicação de Indicadores mensais em**  
[www.nic.br/indicadores](http://www.nic.br/indicadores)

- Internautas domiciliares ativos e horas navegadas
- Sessões por pessoa
- Perfil da audiência por gênero
- Penetração da Internet nos domicílios
- Perfil do internauta e atividades realizadas
- Acesso mundo

## Iniciativas em processo

### 3. Pesquisa TIC Específica Domicílios

Questões detalhadas sobre penetração e uso da internet em domicílios, *incluindo uso de governo eletrônico, comércio eletrônico, segurança, educação e barreiras de acesso*

### 4. Pesquisa TIC Específica Empresas

Questões detalhadas sobre penetração e uso da internet em empresas, *incluindo uso de governo eletrônico, comércio eletrônico, segurança, entre outros*

→ Ipsos Opinion

→ Realizada em agosto e setembro de 2005

## Pesquisas Específicas

### TIC Domicílio e Empresas

#### Metodologia

- Metodologia (OCDE/Eurostat) que permite comparabilidade internacional
- amostragem probabilística compatível ao IBGE,
- Entrevistas presenciais (domiciliar) e por telefone (empresas)
- Margem de erro de no máximo 1,5% nacional e 5% regional

## Pesquisas Específicas

### TIC Domicílio e Empresas

## Amostra

- **Domicílios**

- Quebra por 15 regiões e áreas metropolitanas, classe social, instrução, idade e sexo
- Faixa etária – a partir dos 10 anos

- **Empresas**

- Quebra por região (N, S, CO, NE, SE), por atividade e porte
- Empresas com 10 ou mais funcionários
- Foram entrevistados apenas os 7 segmentos da CNAE (seção D, F, G K, I, grupo 55.1 e 55.2, e grupo 92.1 e 92.2) correspondentes ao modelo Eurostat (\*)

# Pesquisa TIC Domicílios

[www.cgi.br](http://www.cgi.br)

Penetração e Uso da Internet no Brasil  
FISL 7.0 - 20 de abril de 2006

## Amostra – TIC Domicílio

Estratos regiões → PNAD

<b>Estratos</b>	<b>Amostra</b>	<b>Erro Aprox.</b>	<b>Over Internet</b>
RM SP	<b>500</b>	4,5%	<b>0</b>
RM RJ	<b>500</b>	4,5%	<b>10</b>
RM BH	<b>500</b>	4,5%	<b>22</b>
Outros Sudeste	<b>600</b>	4,1%	<b>21</b>
RM Salvador	<b>500</b>	4,5%	<b>40</b>
RM Recife	<b>500</b>	4,5%	<b>48</b>
RM Fortaleza	<b>500</b>	4,5%	<b>58</b>
Outros Nordeste	<b>600</b>	4,1%	<b>75</b>
RM Belem	<b>500</b>	4,5%	<b>56</b>
Outros Norte	<b>600</b>	4,1%	<b>76</b>
RM Curitiba	<b>500</b>	4,5%	<b>0</b>
RM POA	<b>500</b>	4,5%	<b>5</b>
Outros Sul	<b>600</b>	4,1%	<b>19</b>
Brasília	<b>500</b>	4,5%	<b>0</b>
Outros Centro-Oeste	<b>600</b>	4,1%	<b>45</b>
<b>Amostra Total</b>	<b>8.000</b>		<b>475</b>

## Amostra – TIC Domicílio

Regiões	Amostra	Erro Aprox.	Expansão	erro internet aprox. min.
Norte	1100	3,0%	132	
Centro Oeste	1100	3,0%	45	
Nordeste	2100	2,2%	221	
Sudeste	2100	2,2%	53	
Sul	1600	2,5%	24	
<b>TOTAL</b>	<b>8000</b>	<b>1,1%</b>	<b>475</b>	<b>4,6%</b>

# Pesquisa TIC Domicílio

## Conteúdo

- Módulo A: Acesso às Tecnologias de Comunicação e Informação
  - Posse de equipamentos
  - Acesso a equipamentos
- Módulo B: Uso de computadores, local e freqüência de uso.
- Módulo C: Uso da internet, local e freqüência de uso.
- Módulo D: Propósitos e Atividades na Internet
- Módulo F: Segurança na Rede
  - Problemas e medidas de segurança na rede
- Módulo S: Spam
  - Problemas com e-mail e freqüência de spam
- Módulo G: Comércio Eletrônico
  - Penetração, freqüência e volume de compra
- Módulo E – Governo Eletrônico
  - Uso de serviços do governo
- Módulo H – Acesso sem fio
  - Uso de celulares
- Módulo I – Habilidades com o computador
  - Instrução ligada ao computador e internet
  - Habilidades ligadas ao computador e à internet
- Mini - POF
- “Leilão”
  - Preço ótimo para computadores
  - Preço ótimo para internet
- Escolaridade dos Filhos
  - Instrução ligada ao computador e à internet aos filhos

} CGI

} CGI

} Ipsos

Modelo Eurostat

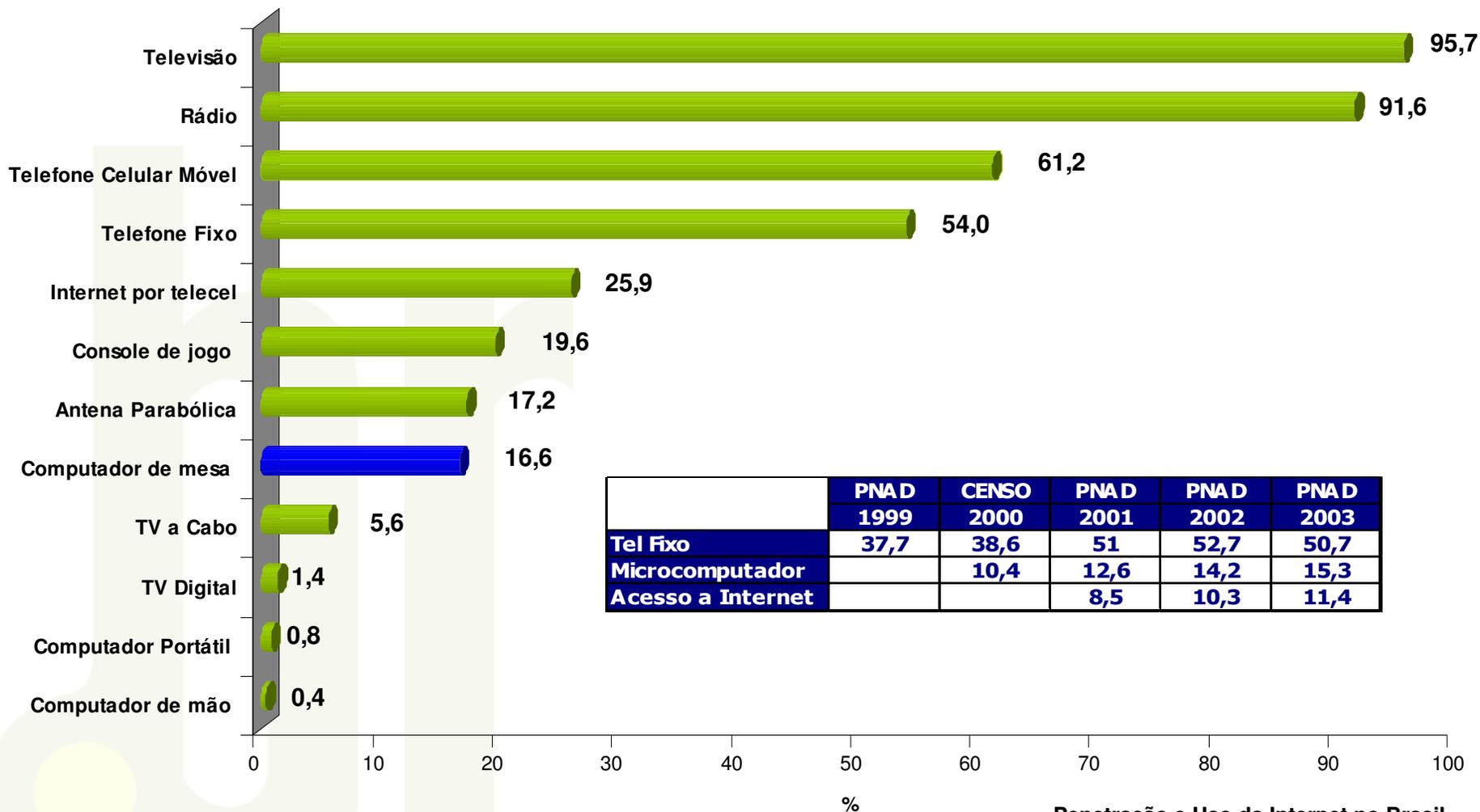
# Internet no Brasil

## População Geral

### Itens de Posse

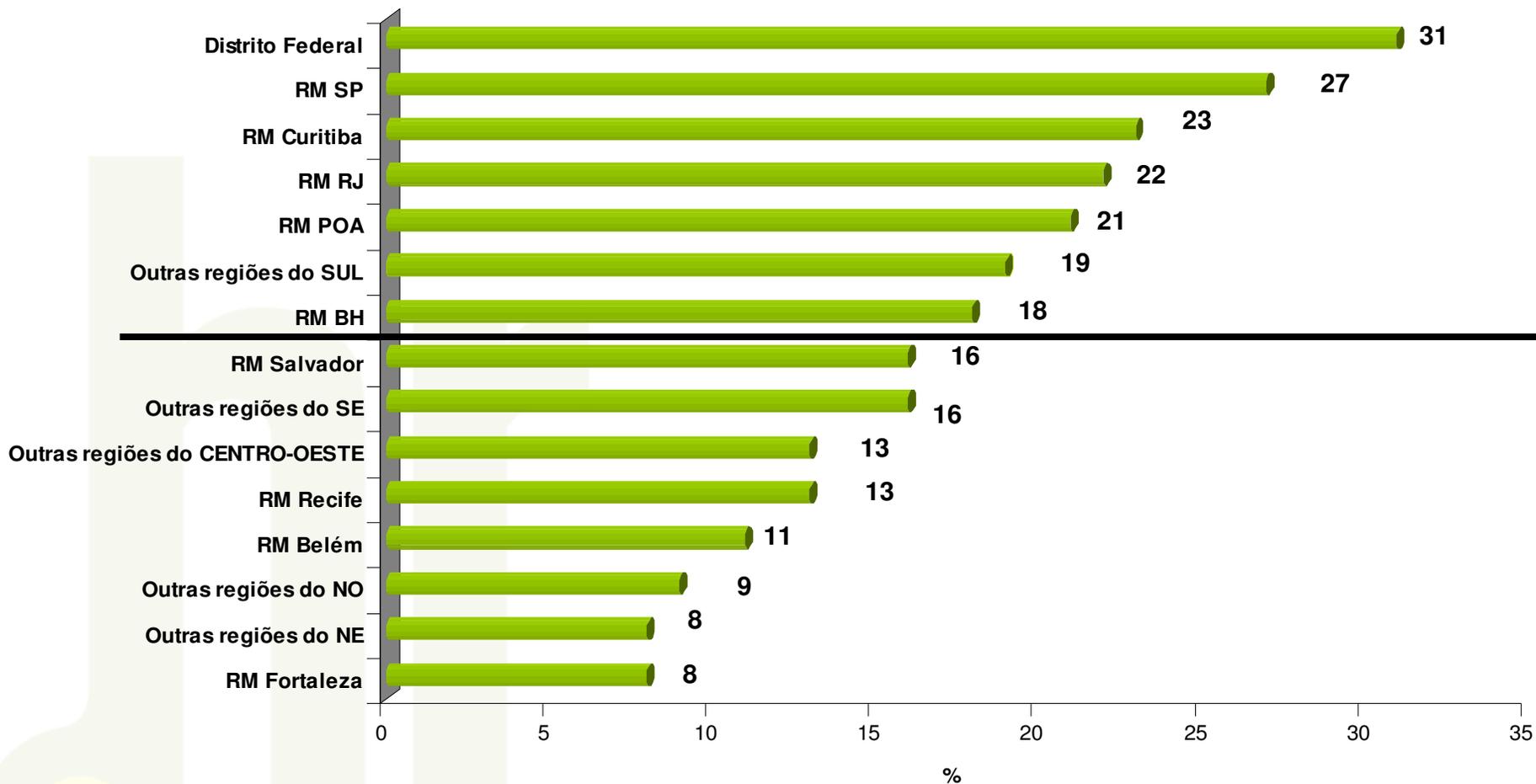
[www.cgi.br](http://www.cgi.br)

## A1- Itens de Posse → % que Possui cada equipamento

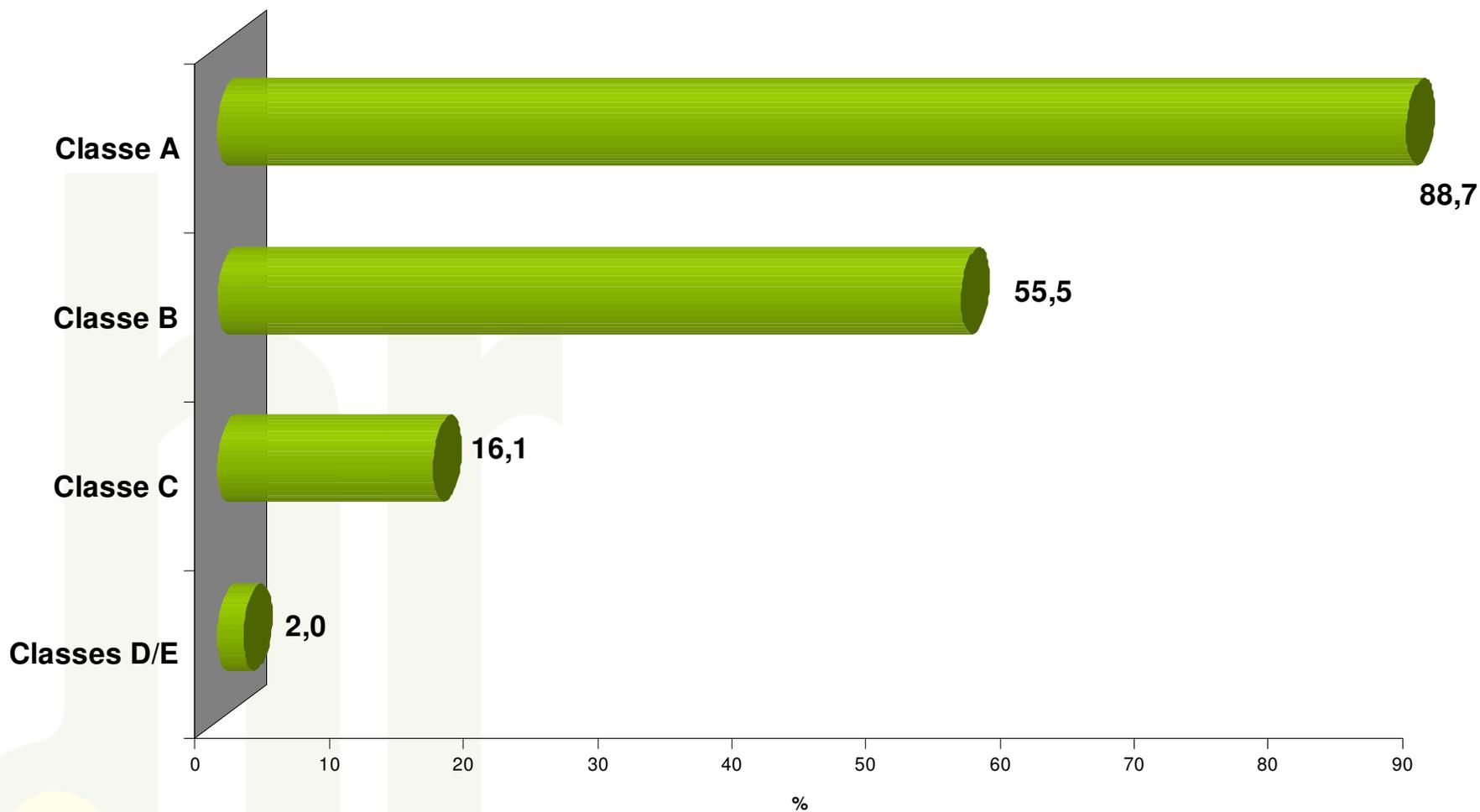


	PNAD 1999	CENSO 2000	PNAD 2001	PNAD 2002	PNAD 2003
Tel Fxo	37,7	38,6	51	52,7	50,7
Microcomputador		10,4	12,6	14,2	15,3
Acesso a Internet			8,5	10,3	11,4

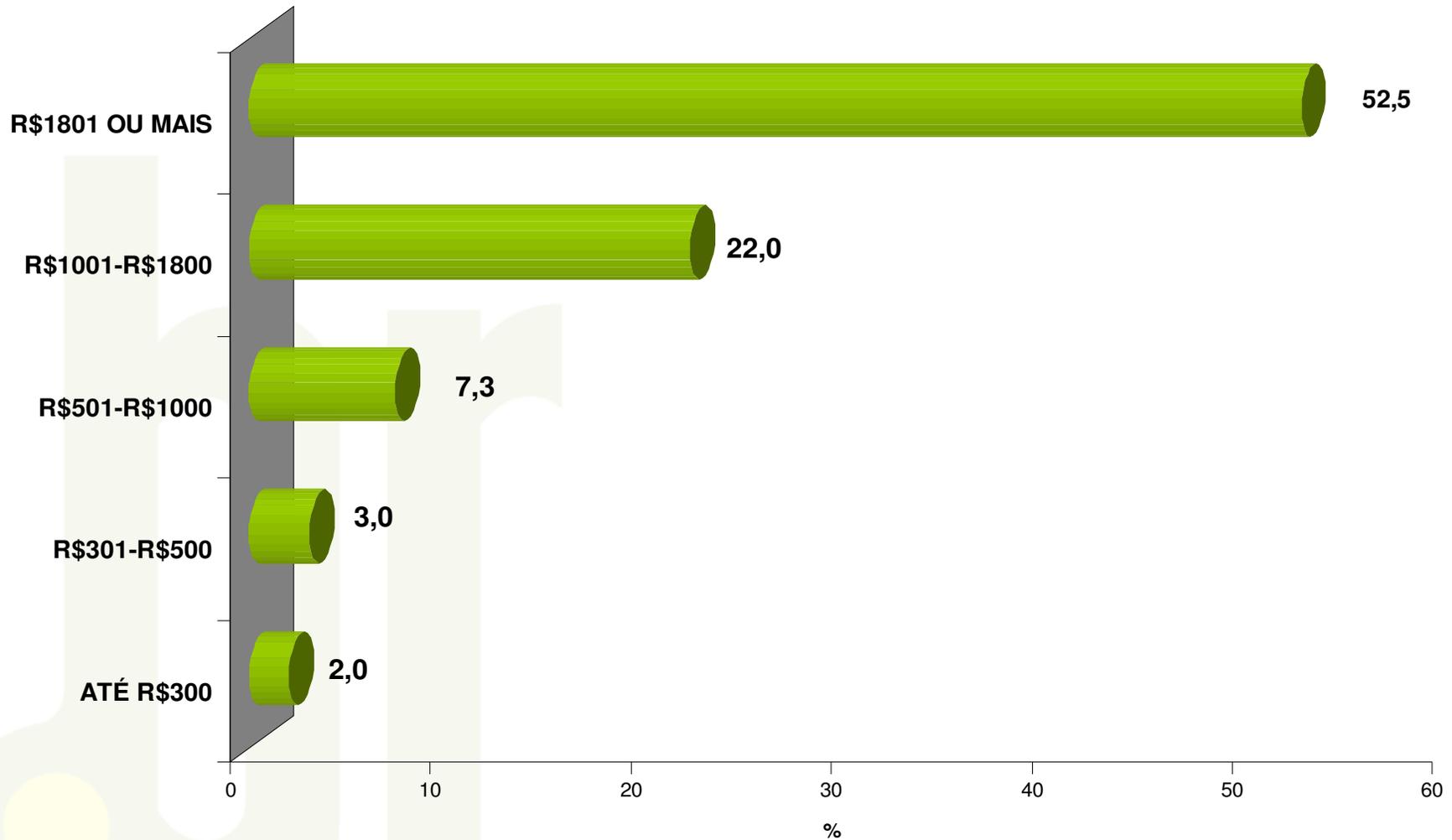
## A1- Posse de Computador em Casa segundo Região



## A1- Posse de Computador em Casa segundo Classe Social



## A1- Posse de Computador em Casa segundo Renda Familiar



# Internet no Brasil

## População Geral

### **Módulo B – Uso do computador, local e freqüência de uso**

## Uso de Computador

- **55% nunca utilizou um computador**
- **30% utilizou um computador nos últimos 3 meses**
- **13,8% usa um computador diariamente**

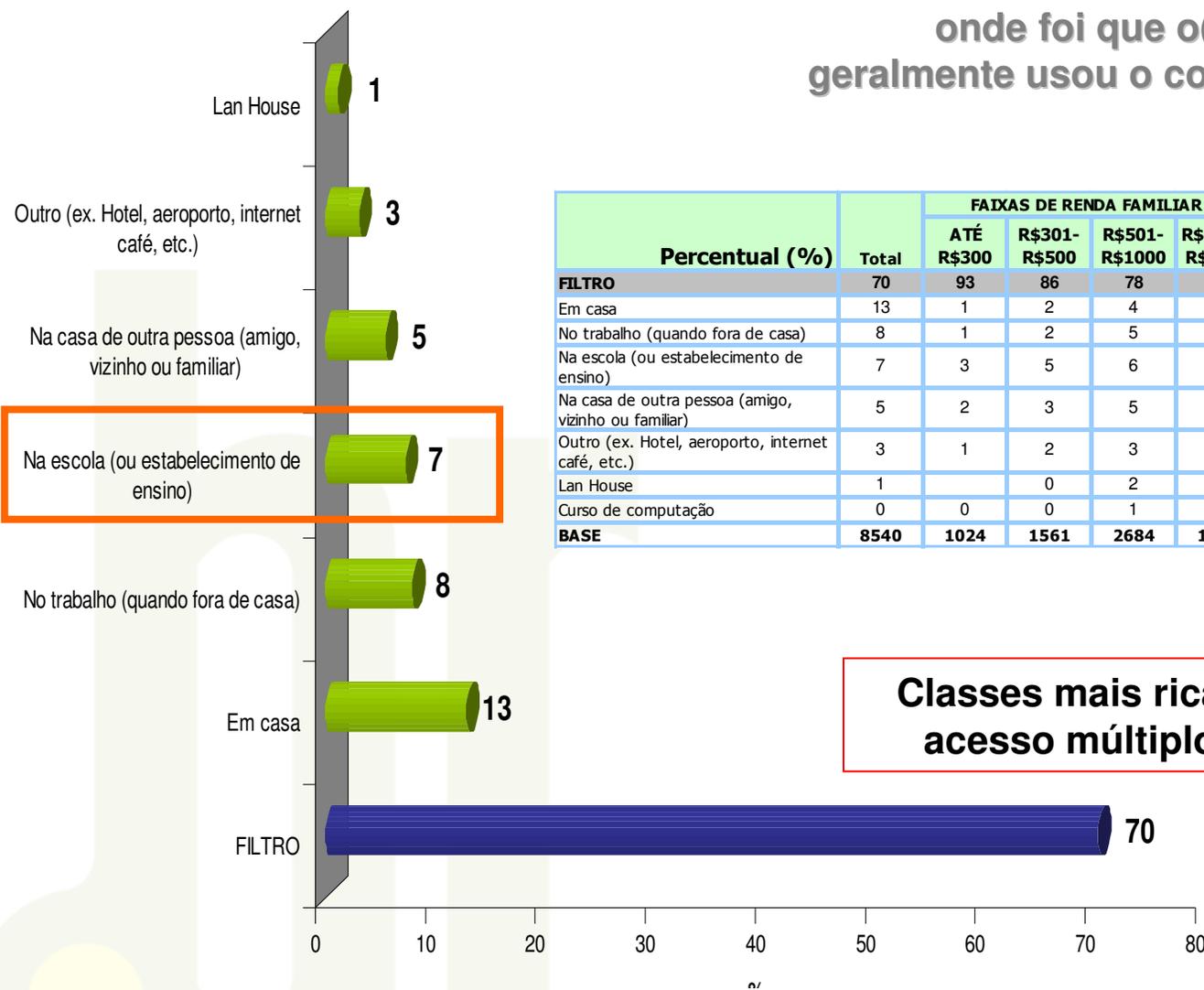
## B1. Quando o(a) senhor(a) utilizou um computador pela última vez?'

Percentual (%)	Total	REGIÕES DO PAÍS													
		Região Metropolitana de São Paulo	Região Metropolitana do Rio de Janeiro	Região Metropolitana de Belo Horizonte	Outras regiões do SUDESTE	Região Metropolitana de Salvador	Região Metropolitana do Recife	Região Metropolitana de Fortaleza	Outras regiões do NORDESTE	Região Metropolitana de Belém	Outras regiões do NORTE	Região Metropolitana de Curitiba	Região Metropolitana de Porto Alegre	Outras regiões do SUL	Distrito Federal
Em até menos de 3 meses atrás	30	39	34	31	29	28	28	27	19	29	27	37	35	31	50
Entre 3 e 6 meses atrás	3	4	4	3	4	4	2	3	2	4	3	5	4	3	4
Entre 6 meses e 12 meses atrás	4	4	4	4	4	4	5	2	3	4	4	3	5	3	2
Mais de 12 meses atrás	9	8	8	6	8	11	10	10	8	12	10	11	9	9	9
Nunca usou um computador	55	45	50	57	55	52	55	59	68	51	56	44	47	54	35
<b>BASE</b>	<b>8540</b>	<b>1061</b>	<b>676</b>	<b>269</b>	<b>2114</b>	<b>183</b>	<b>199</b>	<b>177</b>	<b>1436</b>	<b>107</b>	<b>442</b>	<b>158</b>	<b>216</b>	<b>888</b>	<b>121</b>

## B2. Em média, com que frequência o(a) senhor(a) usou um computador nos últimos 3 meses?'

Percentual (%)	Total	REGIÕES DO PAÍS													
		Região Metropolitana de São Paulo	Região Metropolitana do Rio de Janeiro	Região Metropolitana de Belo Horizonte	Outras regiões do SUDESTE	Região Metropolitana de Salvador	Região Metropolitana do Recife	Região Metropolitana de Fortaleza	Outras regiões do NORDESTE	Região Metropolitana de Belém	Outras regiões do NORTE	Região Metropolitana de Curitiba	Região Metropolitana de Porto Alegre	Outras regiões do SUL	
Todos os dias ou quase todos os dias	46	40	48	39	45	50	46	42	47	50	49	48	45	53	
Pelo menos uma vez por semana (mas não todo dia)	37	42	38	34	41	32	39	43	32	28	32	33	42	34	
Pelo menos uma vez por mês (mas não toda semana)	11	13	10	16	10	10	10	12	13	15	12	9	7	7	
Menos do que uma vez por mês	6	5	4	11	4	8	6	3	9	7	6	10	7	6	
<b>BASE</b>	<b>2538</b>	<b>413</b>	<b>232</b>	<b>82</b>	<b>609</b>	<b>51</b>	<b>55</b>	<b>47</b>	<b>277</b>	<b>31</b>	<b>119</b>	<b>59</b>	<b>77</b>	<b>277</b>	

### B3. Pensando nos últimos 3 meses, onde foi que o(a) senhor(a) geralmente usou o computador? -



Percentual (%)	Total	FAIXAS DE RENDA FAMILIAR IMPUTADA					CLASSE SOCIAL			
		ATÉ R\$300	R\$301- R\$500	R\$501- R\$1000	R\$1001- R\$1800	R\$1801 OU MAIS	A	B	C	DE
<b>FILTRO</b>	<b>70</b>	<b>93</b>	<b>86</b>	<b>78</b>	<b>57</b>	<b>36</b>	<b>13</b>	<b>31</b>	<b>65</b>	<b>89</b>
Em casa	13	1	2	4	17	44	80	47	11	1
No trabalho (quando fora de casa)	8	1	2	5	12	22	38	20	9	2
Na escola (ou estabelecimento de ensino)	7	3	5	6	9	12	16	13	9	4
Na casa de outra pessoa (amigo, vizinho ou familiar)	5	2	3	5	8	9	10	9	8	2
Outro (ex. Hotel, aeroporto, internet café, etc.)	3	1	2	3	5	4	4	6	4	2
Lan House	1		0	2	2	1		1	2	1
Curso de computação	0	0	0	1	1	0		0	1	0
<b>BASE</b>	<b>8540</b>	<b>1024</b>	<b>1561</b>	<b>2684</b>	<b>1402</b>	<b>1306</b>	<b>168</b>	<b>1243</b>	<b>3083</b>	<b>4047</b>

**Classes mais ricas acesso múltiplo**

# Internet no Brasil

## População Geral

### Módulo C – Uso da internet

[www.cgi.br](http://www.cgi.br)

Penetração e Uso da Internet no Brasil  
FISL 7.0 - 20 de abril de 2006

## Uso da Internet

- **68% nunca utilizou a internet**
- **24% utilizou nos últimos 3 meses**
- **9,6% usa a internet diariamente**

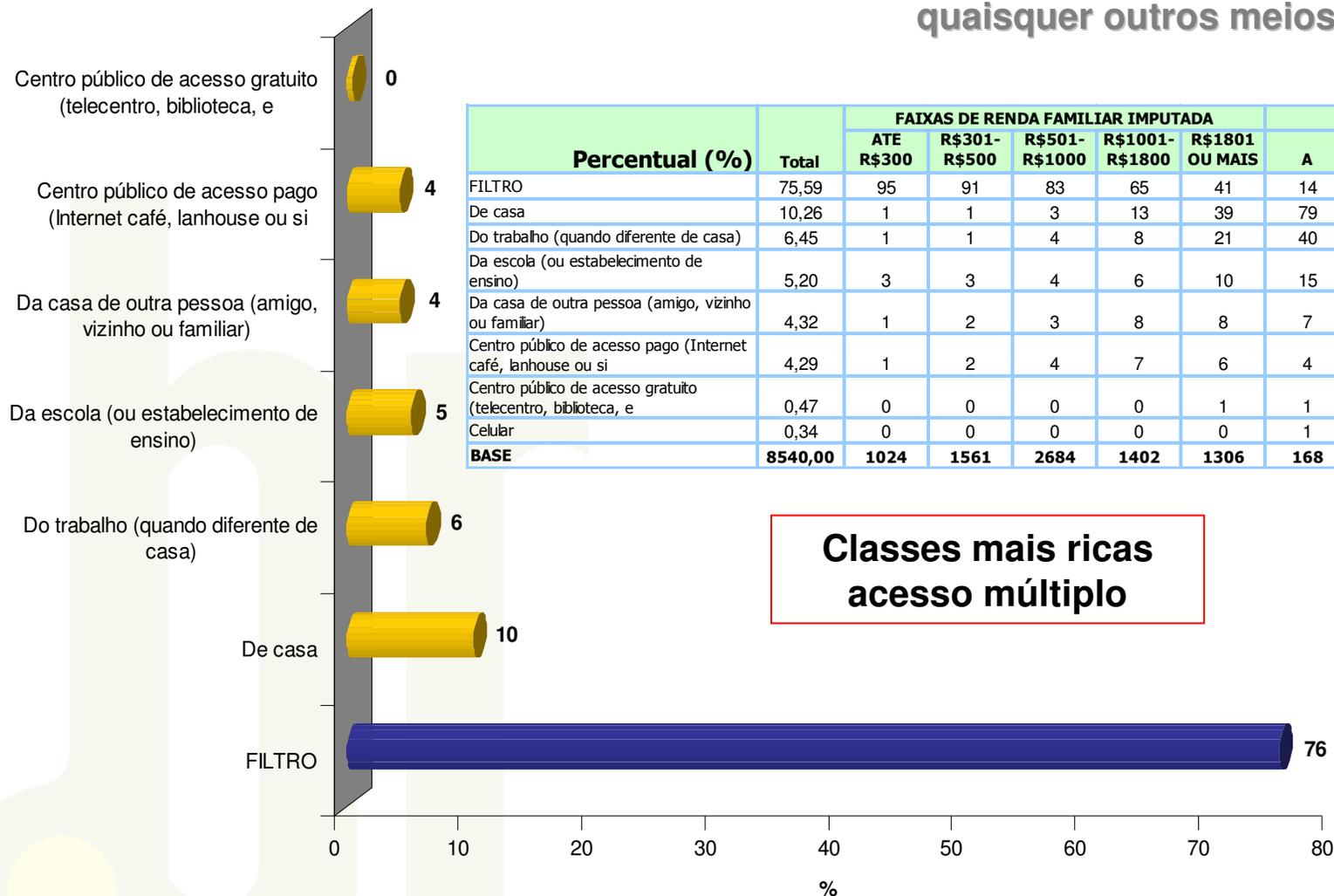
## C1. Quando o(a) senhor(a) utilizou a internet pela última vez?'

Percentual (%)	Total	REGIÕES DO PAÍS														
		Região Metropolitana de São Paulo	Região Metropolitana do Rio de Janeiro	Região Metropolitana de Belo Horizonte	Outras regiões do SUDESTE	Região Metropolitana de Salvador	Região Metropolitana do Recife	Região Metropolitana de Fortaleza	Outras regiões do NORDESTE	Região Metropolitana de Belém	Outras regiões do NORTE	Região Metropolitana de Curitiba	Região Metropolitana de Porto Alegre	Outras regiões do SUL	Distrito Federal	Outras regiões do CENTRO-OESTE
Há menos de 3 meses	24	34	30	25	24	23	22	21	15	22	18	30	29	25	43	24
entre 3 e 6 meses	3	5	3	2	3	3	2	2	1	2	2	4	4	3	3	3
entre 6 meses e 12 meses	2	3	2	2	3	1	2	1	1	2	1	4	4	2	2	2
mais de 12 meses atrás	3	5	2	3	2	6	3	3	2	2	2	7	3	3	6	3
Nunca usou a Internet	68	53	62	68	68	68	70	72	81	72	76	55	60	67	46	69
<b>BASE</b>	<b>8540</b>	<b>1061</b>	<b>676</b>	<b>269</b>	<b>2114</b>	<b>183</b>	<b>199</b>	<b>177</b>	<b>1436</b>	<b>107</b>	<b>442</b>	<b>158</b>	<b>216</b>	<b>888</b>	<b>121</b>	<b>492</b>

## C2. Em média, com que frequência o(a) senhor(a) usou a internet nos últimos 3 meses?'

Percentual (%)	Total	REGIÕES DO PAÍS														
		Região Metropolitana de São Paulo	Região Metropolitana do Rio de Janeiro	Região Metropolitana de Belo Horizonte	Outras regiões do SUDESTE	Região Metropolitana de Salvador	Região Metropolitana do Recife	Região Metropolitana de Fortaleza	Outras regiões do NORDESTE	Região Metropolitana de Belém	Outras regiões do NORTE	Região Metropolitana de Curitiba	Região Metropolitana de Porto Alegre	Outras regiões do SUL	Distrito Federal	Outras regiões do CENTRO-OESTE
Todos os dias ou quase todos os dias	40	37	45	31	36	50	41	45	31	41	45	46	34	48	50	46
Pelo menos uma vez por semana (mas não todo dia)	40	42	37	42	47	34	43	35	40	31	29	37	47	34	32	38
Pelo menos uma vez por mês (mas não toda semana)	14	16	16	15	12	9	9	15	18	22	20	8	11	12	12	14
Menos que uma vez por mês	6	5	2	13	5	6	7	6	12	7	6	9	8	6	6	2
<b>BASE</b>	<b>2085</b>	<b>358</b>	<b>204</b>	<b>67</b>	<b>504</b>	<b>41</b>	<b>45</b>	<b>38</b>	<b>222</b>	<b>24</b>	<b>81</b>	<b>47</b>	<b>62</b>	<b>223</b>	<b>52</b>	<b>118</b>

### C3. De onde o(a) senhor(a) acessou a internet nos últimos 3 meses? (usando um computador ou quaisquer outros meios)



**Classes mais ricas acesso múltiplo**

### A3. Em quais destes aparelhos a internet é acessada em sua casa?

Percentual (%)	Total	REGIÕES DO PAÍS													
		Região Metropolitana de São Paulo	Região Metropolitana do Rio de Janeiro	Região Metropolitana de Belo Horizonte	Outras regiões do SUDESTE	Região Metropolitana de Salvador	Região Metropolitana do Recife	Região Metropolitana de Fortaleza	Outras regiões do NORDESTE	Região Metropolitana de Belém	Outras regiões do NORTE	Região Metropolitana de Curitiba	Região Metropolitana de Porto Alegre	Outras regiões do SUL	Distrito Federal
Computador	60	82	72	51	60	48	43	33	45	23	43	57	64	59	71
Outros	26	11	13	44	18	24	48	52	46	62	42	33	17	24	25
Telefone celular com Internet (WAP, GPRS, UMTS, etc.)	21	20	24	5	27	43	15	22	12	18	17	17	19	23	16
Computador Portátil (laptop)	2	1	2	2	3	2	1		1			3	2	2	3
Console de jogo (vídeo-game / Playstation / Game-Box)	2	4	2	3	1	1	1	1		1	2	1	1		2
Televisor com um dispositivo de Internet específico	1	1			1	2		1			2		1	1	1
Não sabe	1	1	2	1				1		1	1	1		1	1
Computador de mão (palmtop)	0											1		1	3
Outros meios s/e (ou seja, nenhuma das alternativas acima)	0											1			
<b>BASE</b>	<b>1830</b>	<b>285</b>	<b>164</b>	<b>64</b>	<b>448</b>	<b>51</b>	<b>48</b>	<b>36</b>	<b>197</b>	<b>30</b>	<b>51</b>	<b>52</b>	<b>47</b>	<b>208</b>	<b>46</b>

# Internet no Brasil

## População Geral

### Barreiras de uso

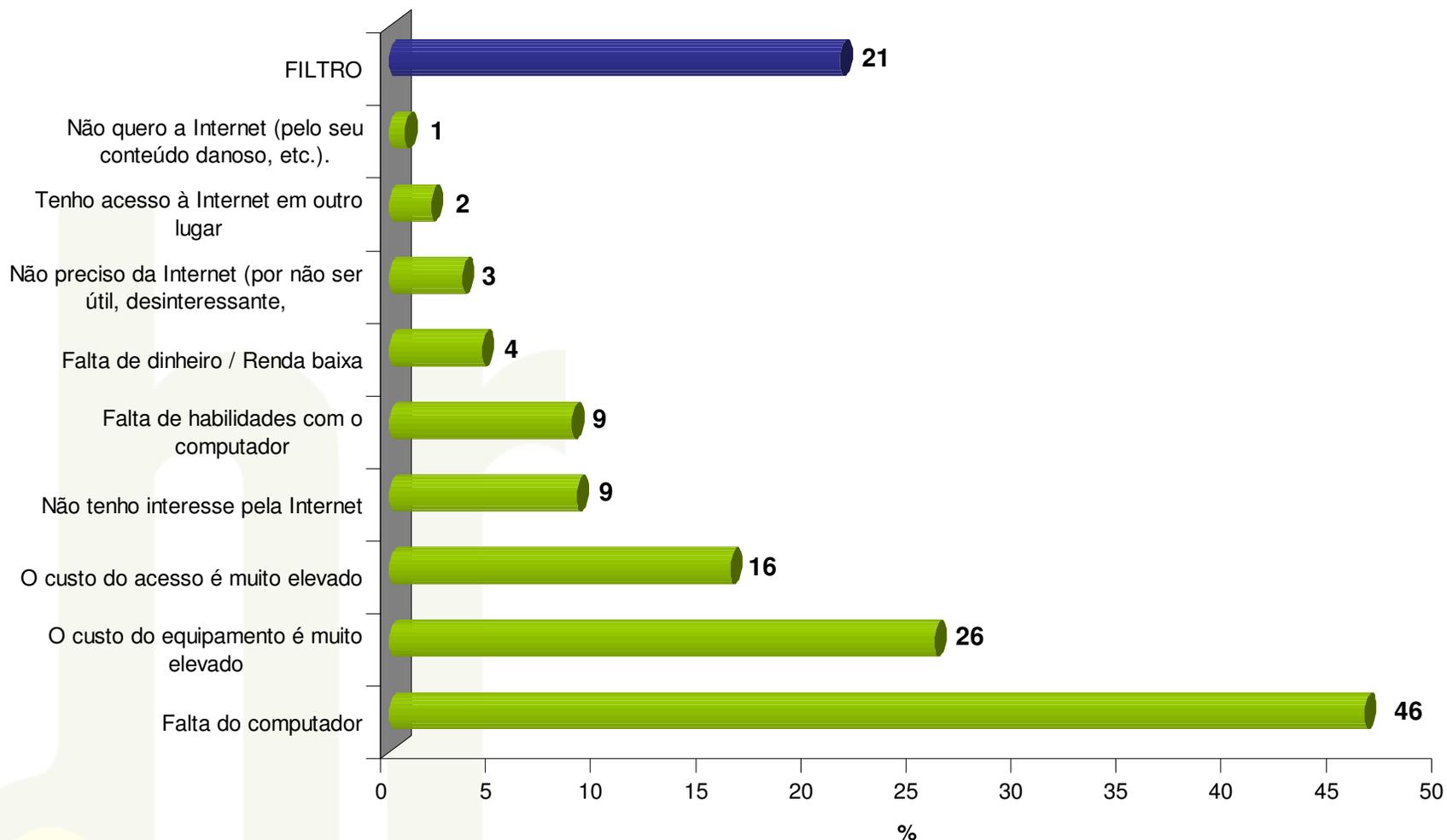


[www.cgi.br](http://www.cgi.br)

## Barreiras de Uso da Internet → por renda familiar e classe social

Percentual (%)	Total	FAIXAS DE RENDA FAMILIAR IMPUTADA					CLASSE SOCIAL			
		ATE R\$300	R\$301- R\$500	R\$501- R\$1000	R\$1001- R\$1800	R\$1801 OU MAIS	A	B	C	DE
<b>Não tem computador em casa</b>	<b>37</b>	<b>48</b>	<b>52</b>	<b>39</b>	<b>29</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>34</b>	<b>48</b>
<b>FILTRO</b>	<b>32</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>25</b>	<b>47</b>	<b>68</b>	<b>88</b>	<b>75</b>	<b>38</b>	<b>13</b>
Não sabe usar computadores	20	35	27	22	12	7	2	5	15	30
Não tem interesse	20	26	20	24	17	10	9	9	18	25
Não tem necessidade	12	17	14	12	10	7	3	5	10	16
Falta de habilidade com a Internet	12	14	14	13	9	7	3	4	11	15
Não tem internet em casa	7	8	11	8	6	2	2	1	7	9
Falta de recursos financeiros	2	4	4	1	2	0		0	1	4
Valor elevado / Preço alto	1	1	1	1	1	0		0	1	1
Não tem acesso a internet na cidade onde vive	1	2	1	1		0		0	0	1
Falta de oportunidade	1	1	1	1	0	0			1	1
<b>BASE</b>	<b>8540</b>	<b>1024</b>	<b>1561</b>	<b>2684</b>	<b>1402</b>	<b>1306</b>	<b>168</b>	<b>1243</b>	<b>3083</b>	<b>4047</b>

### A5. Quais são os motivos para que os membros deste domicílio não tenham acesso à internet em casa?



# Internet no Brasil

## População Geral

### Módulo D – Propósitos e Atividades na Internet

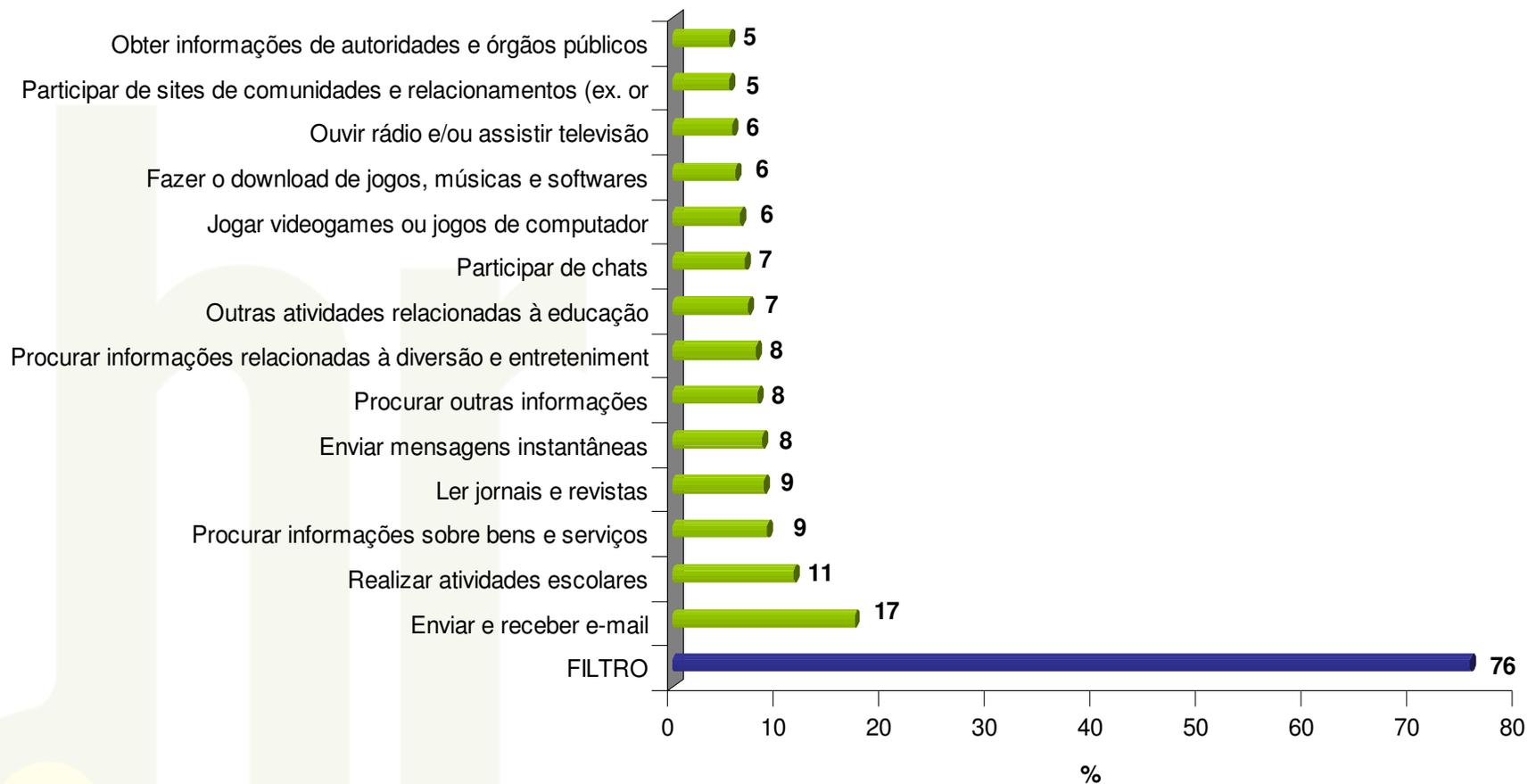
## Propósitos para o Uso da Internet nos últimos 3 meses

- **41% utiliza para educação / estudo**
- **32% utiliza para fins pessoais**
- **26% utiliza para trabalho**

## D1. Com quais propósitos o(a) senhor(a) usou a internet nos últimos 3 meses?

Percentual (%)	Total	REGIÕES DO PAÍS														
		Região Metropolitana de São Paulo	Região Metropolitana do Rio de Janeiro	Região Metropolitana de Belo Horizonte	Outras regiões do SUDESTE	Região Metropolitana de Salvador	Região Metropolitana do Recife	Região Metropolitana de Fortaleza	Outras regiões do NORDESTE	Região Metropolitana de Belém	Outras regiões do NORTE	Região Metropolitana de Curitiba	Região Metropolitana de Porto Alegre	Outras regiões do SUL	Distrito Federal	Outras regiões do CENTRO-OESTE
Educação ou estudos	41	41	37	44	38	43	44	47	48	53	48	42	39	43	40	37
Pessoal ou privado	32	37	36	30	34	33	33	23	28	25	25	20	35	29	24	30
Trabalho remunerado ou negócios	26	23	24	25	28	22	21	29	23	22	27	37	26	26	34	33
Trabalho voluntário ou comunitário	1		3	1	1	2	1	1	1			1		2	2	1
<b>BASE</b>	<b>2085</b>	<b>358</b>	<b>204</b>	<b>67</b>	<b>504</b>	<b>41</b>	<b>45</b>	<b>38</b>	<b>222</b>	<b>24</b>	<b>81</b>	<b>47</b>	<b>62</b>	<b>223</b>	<b>52</b>	<b>118</b>

## D2. Quais atividades você realizou na internet nos últimos 3 meses?



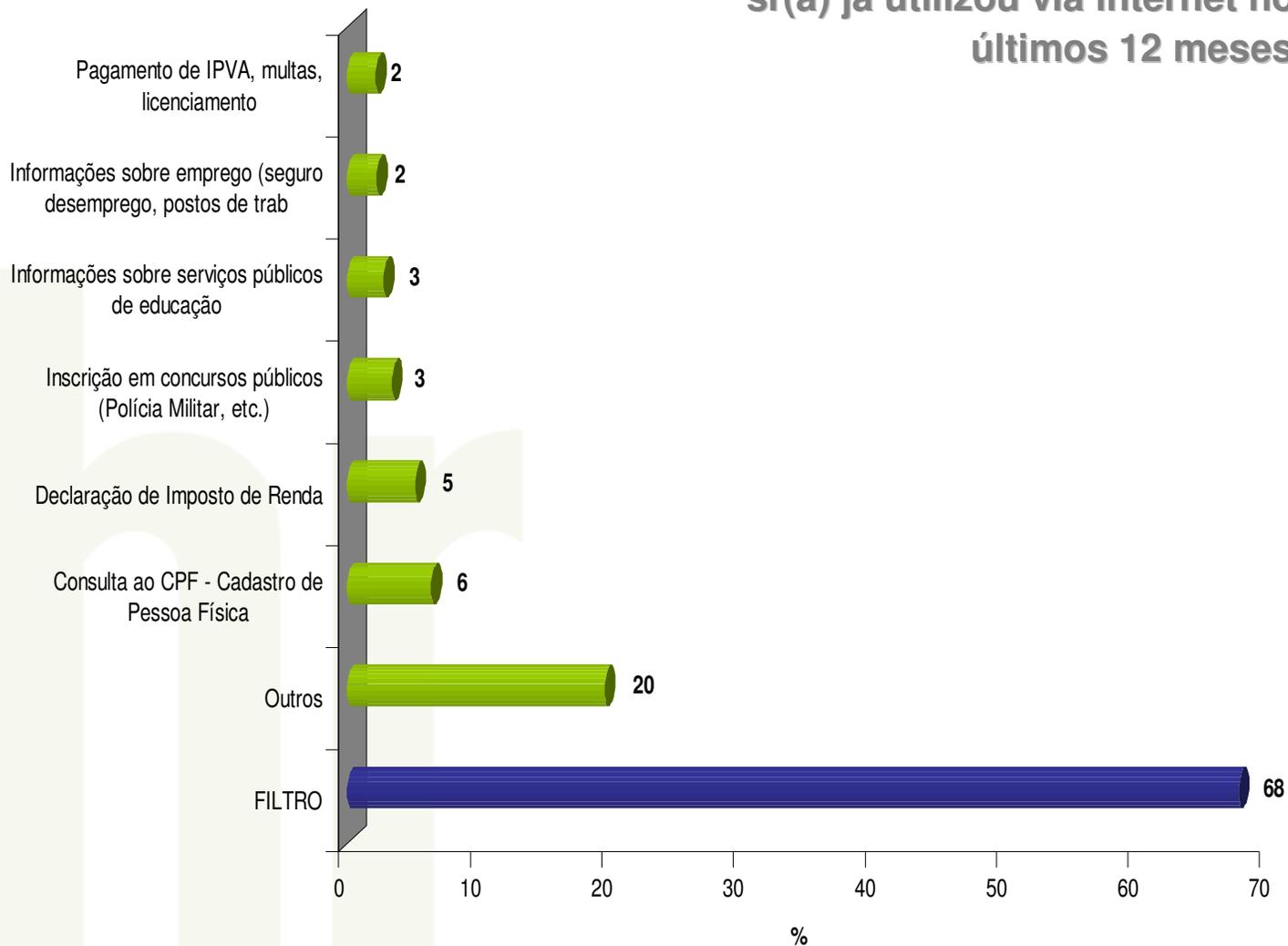
# Internet no Brasil

## População Geral

### Módulo E – Governo eletrônico

[www.cgi.br](http://www.cgi.br)

### E1. Quais serviços do governo o(a) sr(a) já utilizou via internet nos últimos 12 meses?



# Internet no Brasil

## População Geral

### Módulo H – Acesso sem fio

[www.cgi.br](http://www.cgi.br)

## H1. O(a) senhor(a) usou um telefone celular durante os últimos 3 meses?

Percentual (%)	Total	REGIÕES DO PAÍS														
		RM SP	RM RJ	RM BH	Outras regiões do SE	RM Salvador	RM Recife	RM Fortaleza	Outras regiões do NE	RM Belém	Outras regiões do NO	RM Curitiba	RM POA	Outras regiões do SUL	DF	Outras regiões do CENTRO-OESTE
Sim	55	56	62	57	52	67	61	59	43	55	51	62	74	55	78	64
Não	45	44	38	43	48	33	39	41	57	45	49	38	26	45	22	36
<b>BASE</b>	<b>8540</b>	<b>1061</b>	<b>676</b>	<b>269</b>	<b>2114</b>	<b>183</b>	<b>199</b>	<b>177</b>	<b>1436</b>	<b>107</b>	<b>442</b>	<b>158</b>	<b>216</b>	<b>888</b>	<b>121</b>	<b>492</b>

## H2. Para quais das seguintes atividades o(a) senhor(a) usou o telefone celular nos últimos 3 meses?

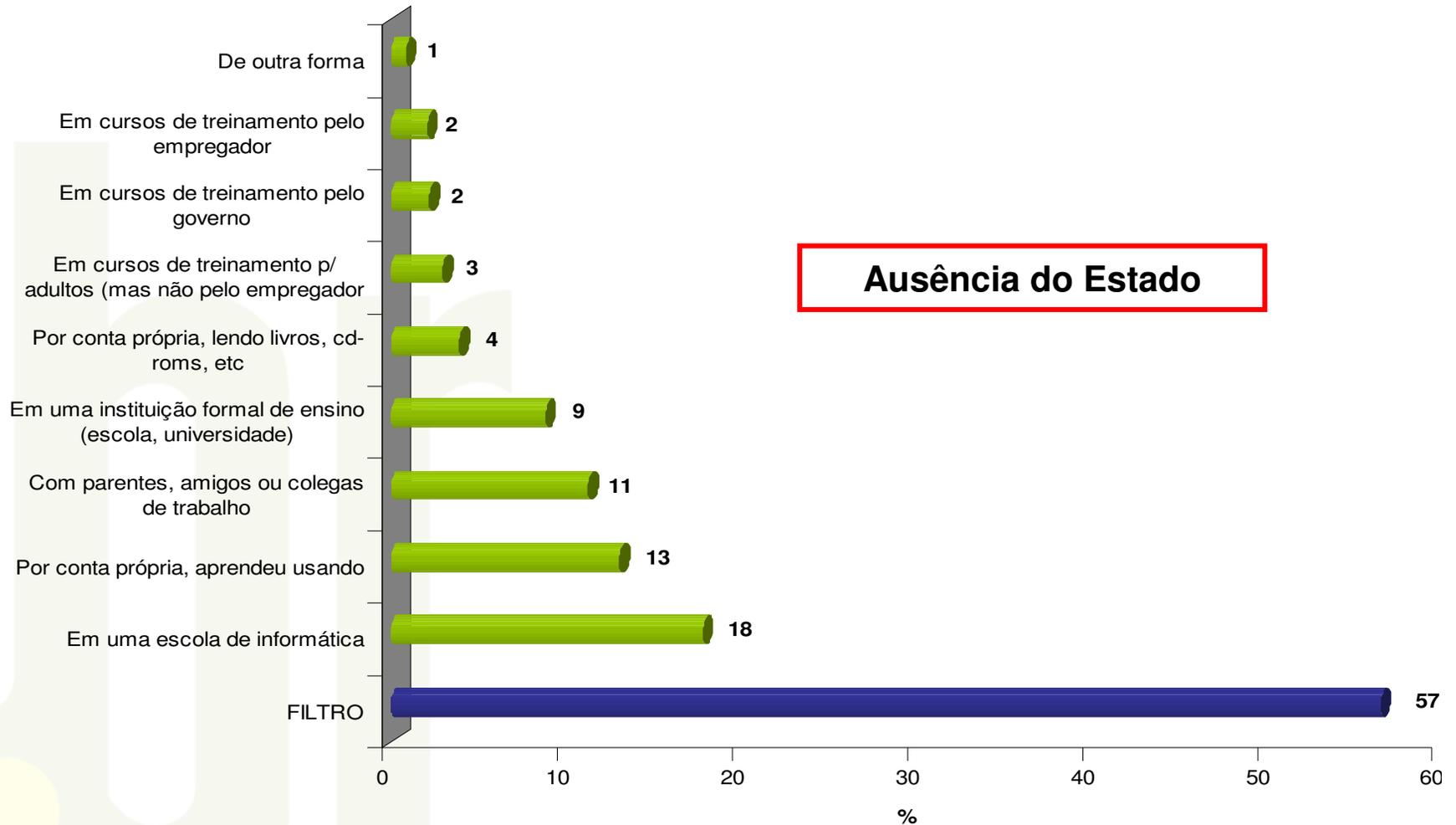
Percentual (%)	Total	REGIÕES DO PAÍS														
		Região Metropolitana de São Paulo	Região Metropolitana do Rio de Janeiro	Região Metropolitana de Belo Horizonte	Outras regiões do SUDESTE	Região Metropolitana de Salvador	Região Metropolitana do Recife	Região Metropolitana de Fortaleza	Outras regiões do NORDESTE	Região Metropolitana de Belém	Outras regiões do NORTE	Região Metropolitana de Curitiba	Região Metropolitana de Porto Alegre	Outras regiões do SUL		
Para efetuar e receber chamadas telefônicas	98	99	99	97	98	98	100	98	99	93	98	99	98	96		
Para mandar e/ou receber mensagens SMS (mensagens torpedo)	42	37	26	37	32	50	44	47	52	48	42	66	64	56		
Para acessar músicas ou vídeos excluindo tons telefônicos	9	10	9	10	6	16	8	9	7	16	11	10	6	10		
<b>Para acessar a Internet</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>6</b>		
Para mandar e/ou receber fotos e imagens	4	7	6	2	2	6	3	3	3	5	4	8	4	4		
Jogos	1	1		4	1	1	2	4	2	7	4	0	1	2		
Despertador	0	0		0				0		0						
Calculadora	0									1			0			
Agenda telefônica	0							1								
<b>BASE</b>	<b>4659</b>	<b>594</b>	<b>417</b>	<b>152</b>	<b>1092</b>	<b>123</b>	<b>122</b>	<b>105</b>	<b>614</b>	<b>59</b>	<b>224</b>	<b>98</b>	<b>160</b>	<b>492</b>		

# Internet no Brasil

## População Geral

### Módulo H – Habilidades com o computador e a internet

### I4. Onde ou como o(a) senhor(a) obteve as habilidades para realizar essas atividades?



**Ausência do Estado**

## Internet no Brasil

### População Geral

# Gastos Familiares e Renda Disponível

## Valor médio dos gastos que teve no último mês

RD3 - BASE TOTAL - Valor médio dos gastos que teve no último mês						
Médias	Total	FAIXAS DE RENDA FAMILIAR IMPUTADA				
		ATÉ R\$300	R\$301- R\$500	R\$501- R\$1000	R\$1001- R\$1800	R\$1801 OU MAIS
PRESTAÇÃO / FINANCIAMENTO DO DOMICÍLIO?	7,5	0,7	2,2	4,6	9,1	24,7
ALUGUEL?	42,1	14,8	21,4	36,8	65,3	75,9
CONDOMÍNIO?	2,3	0,0	0,1	0,5	1,5	11,0
ENERGIA ELÉTRICA?	62,0	25,4	39,1	57,2	74,1	109,7
ÁGUA E ESGOTO?	27,3	13,9	20,5	24,9	30,8	44,9
GÁS DE RUA OU DE BOTIJÃO?	28,2	22,8	27,4	28,1	29,6	32,7
TELEFONE CELULAR (PRÉ OU PÓS PAGO)?	20,0	2,6	5,6	12,6	24,4	65,3
TELEFONE FIXO?	43,2	6,0	16,8	32,8	57,0	106,6
ASSINATURA DE PROVEDOR DE INTERNET?	1,7	0,0	0,1	0,3	1,3	8,8
ASSINATURA DE BANDA LARGA?	1,8	0,0	0,0	0,2	1,4	8,8
ASSINATURA DE TV A CABO, SATÉLITE?	3,1	0,2	0,2	0,8	4,4	13,0
EDUCAÇÃO (MENSALIDADE ESCOLAR)?	40,8	0,9	6,0	11,4	37,2	180,3
SEGUROS (DE VIDA, AUTOMÓVEL, CASA)?	9,4	0,0	0,2	0,9	6,9	54,5
CONVÊNIO MÉDICO / PLANO DE SAÚDE?	17,3	1,2	1,5	6,8	20,4	73,4
PREVIDÊNCIA PRIVADA?	3,2	0,3	0,4	1,2	2,7	14,6
DESPESAS DE SUPERMERCADO (ALIMENTAÇÃO, LIMPEZA, HIGIENE PESSOAL, PADARIA, AÇOUGUE)?	312,1	139,2	204,6	293,0	380,4	545,3
EMPREGADA DOMÉSTICA MENSALISTA OU DIARISTA?	12,6	1,2	1,2	2,5	9,5	56,1
TRANSPORTE COLETIVO?	21,1	5,1	9,8	19,3	29,4	45,0
COMBUSTÍVEL?	37,0	1,2	3,8	13,5	44,7	155,5
LAZER (CINEMA, RESTAURANTE, CASAS NOTURNAS, CDS E FITAS ETC)?	28,0	1,8	4,9	12,4	34,3	109,5
VESTUÁRIO HOMEM, MULHER OU CRIANÇA (ROUPAS, SAPATOS)?	35,3	2,4	9,7	21,6	51,8	111,8
CIGARRO?	12,0	5,8	8,2	11,4	16,1	19,4
REMÉDIOS?	36,7	15,2	19,6	33,9	43,7	69,6
PAGAMENTO DE PRESTAÇÕES/ CREDIÁRIO?	68,1	10,8	20,6	50,1	95,4	186,0

RD4/5/6 - GASTO / INVESTIMENTO /  
RENDA DISPONÍVEL

Médias	Total	FAIXAS DE RENDA FAMILIAR IMPUTADA				
		ATÉ R\$300	R\$301- R\$500	R\$501- R\$1000	R\$1001- R\$1800	R\$1801 OU MAIS
RENDA FAMILIAR	1.086,27	248,77	414,96	732,15	1.275,15	3.069,94
GASTO TOTAL - SOMA DOS GASTOS	860,91	270,42	414,96	671,64	1.061,68	2.094,10
INVESTIMENTOS DECLARADOS	32,14	0,91	1,30	6,51	28,80	168,08
RENDA DISPONÍVEL COMPUTADA - familiar - gastos computados - investimentos	158,40	-20,75	-3,19	49,33	166,96	750,67

**35% da população não responderá a políticas de preços / subsídios (renda disponível negativo)**

- R\$ 500 ou mais → poderá responder a políticas de preço
- Até R\$ 500 → políticas alternativas de acesso

# Internet no Brasil

## População Geral

**“Leilão”**

**Preço Ótimo: Computador e Acesso a Internet**

A large, light green, semi-transparent watermark of the letters 'br' is positioned on the left side of the slide. The 'b' has a yellow circle at its base, and the 'r' has a small yellow circle at its top right. The watermark is partially overlaid by the text 'www.cgi.br'.

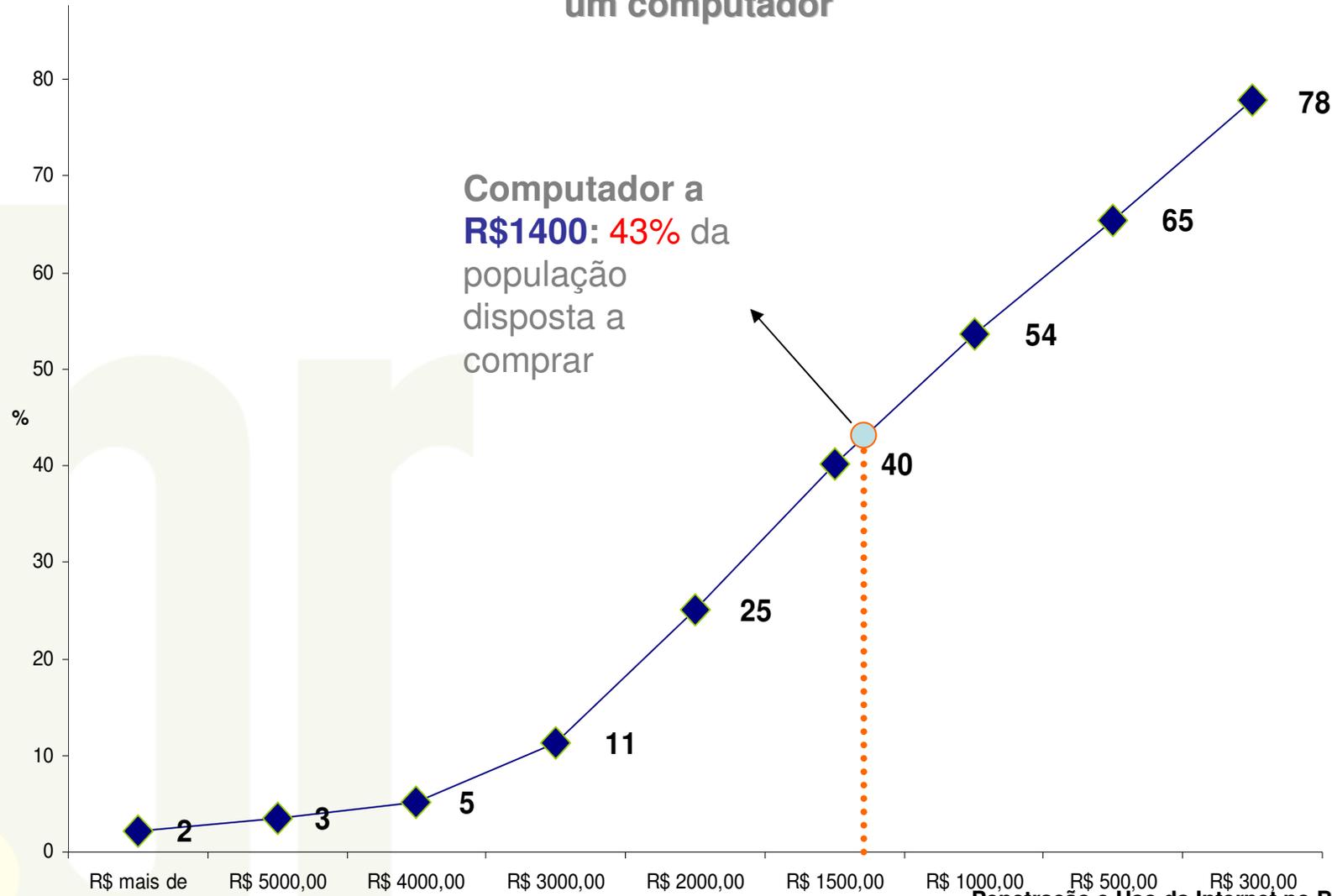
[www.cgi.br](http://www.cgi.br)

## LL1 - % de SIM - Quanto pagaria por um computador

	Total	FAIXAS DE RENDA FAMILIAR IMPUTADA					CLASSE SOCIAL			
		ATE R\$300	R\$301- R\$500	R\$501- R\$1000	R\$1001- R\$1800	R\$1801 OU MAIS	A	B	C	DE
R\$ mais de 5000,00	2,1	1,8	0,7	1,3	2,2	5,1	7,6	4,7	2,0	1,1
R\$ 5000,00	3,5	2,6	1,8	2,6	3,9	7,3	8,8	7,4	3,3	2,3
R\$ 4000,00	5,2	3,2	3,0	3,6	5,6	11,1	15,4	11,2	4,6	3,3
R\$ 3000,00	11,2	5,5	5,6	8,0	13,6	23,8	36,2	22,1	11,4	6,7
R\$ 2000,00	25,1	9,0	12,4	19,5	31,8	50,9	60,7	51,5	28,0	13,2
R\$ 1500,00	40,2	16,5	21,3	36,0	53,4	70,6	77,7	72,4	47,4	23,3
R\$ 1000,00	53,6	25,7	33,6	51,0	70,2	82,7	87,4	85,6	62,2	35,8
R\$ 500,00	65,4	36,3	51,1	64,4	79,7	89,2	94,8	90,9	73,7	50,0
R\$ 300,00	77,9	52,6	71,1	77,9	88,0	93,6	96,9	94,6	84,8	66,7

**49,6% da classe C  
estaria disposta a  
comprar um computador  
a R\$1400,00**

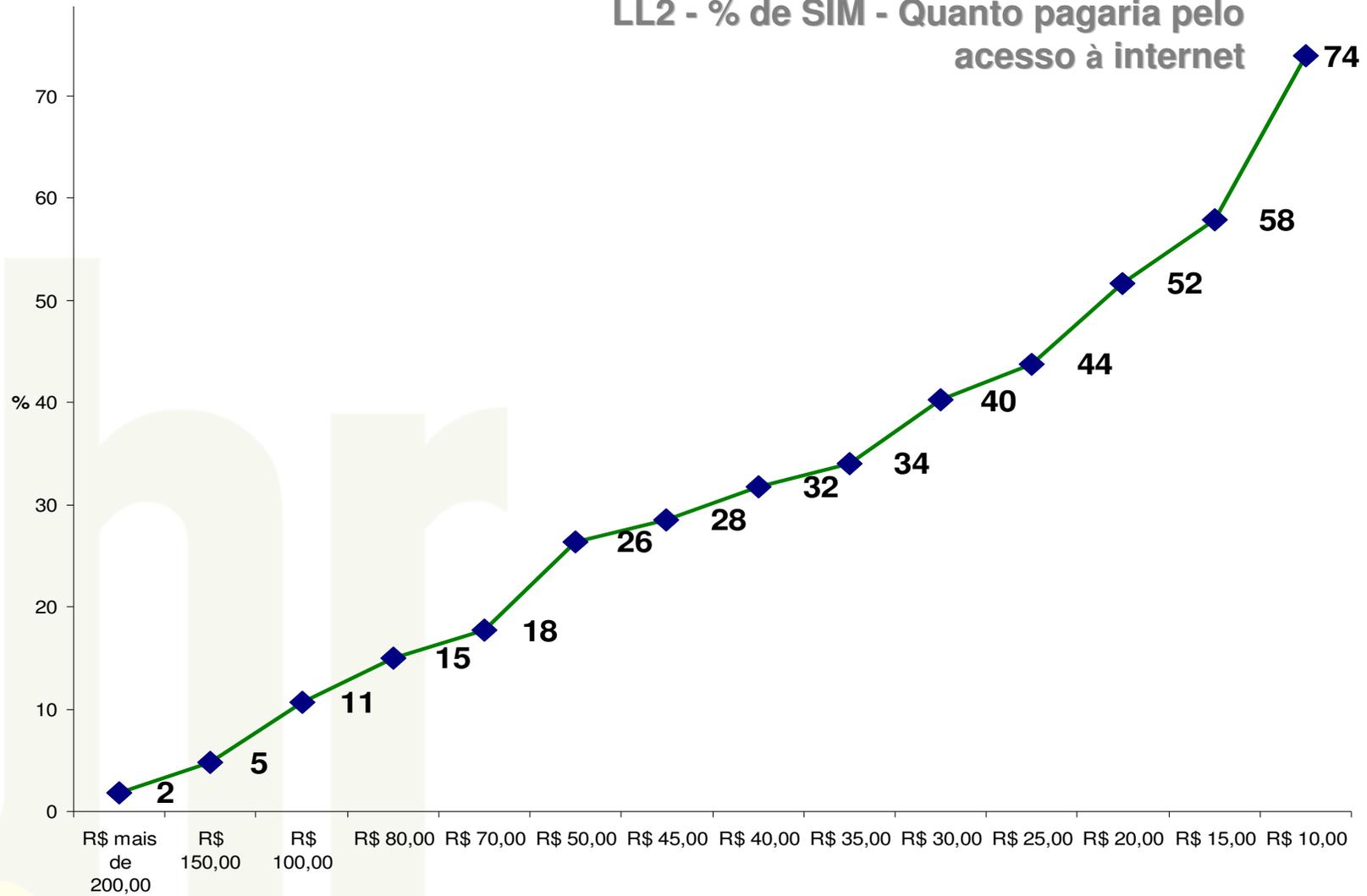
### LL1 - % de SIM - Quanto pagaria por um computador



## LL2 - % de SIM - Quanto pagaria pelo acesso à internet

Médias	Total	FAIXAS DE RENDA FAMILIAR IMPUTADA					CLASSE SOCIAL			
		ATE R\$300	R\$301- R\$500	R\$501- R\$1000	R\$1001- R\$1800	R\$1801 OU MAIS	A	B	C	DE
R\$ mais de 200,00	1,8	2,0	1,8	1,7	1,3	2,3	1,2	2,0	1,5	2,0
R\$ 150,00	4,8	3,0	3,9	3,9	5,7	7,2	3,1	7,4	5,4	3,7
R\$ 100,00	10,6	5,1	7,4	9,3	13,5	17,1	7,1	15,5	12,4	8,0
R\$ 80,00	15,0	7,1	10,0	13,1	19,7	24,1	15,6	22,7	17,5	10,8
R\$ 70,00	17,8	8,0	11,8	15,2	24,2	29,1	21,3	27,7	20,7	12,3
R\$ 50,00	26,3	11,4	16,1	24,2	36,4	41,2	34,3	40,7	31,4	17,7
R\$ 45,00	28,5	12,8	17,2	26,7	39,3	43,7	38,3	44,0	33,7	19,3
R\$ 40,00	31,7	14,3	19,9	29,8	43,3	49,2	46,3	47,8	37,8	21,6
R\$ 35,00	34,0	15,4	21,6	32,3	45,8	52,5	51,6	51,1	40,5	23,1
R\$ 30,00	40,2	18,8	26,5	38,9	54,0	59,8	55,7	59,4	48,0	27,9
R\$ 25,00	43,7	20,3	29,4	42,2	58,6	63,8	61,5	65,4	51,3	30,5
R\$ 20,00	51,7	25,8	37,7	51,2	67,1	71,5	73,7	73,8	59,0	38,4
R\$ 15,00	57,8	30,6	44,9	57,2	72,4	78,5	80,8	79,5	65,5	44,4
R\$ 10,00	73,8	50,2	65,9	73,9	84,5	89,2	91,3	90,0	80,6	63,0

### LL2 - % de SIM - Quanto pagaria pelo acesso à internet



# Pesquisa TIC Empresas



[www.cgi.br](http://www.cgi.br)

## Amostra - TIC Empresas

Amostra porte Vs Mercado					
		10 a 49	50 a 249	250 ou mais	Total
Seção D	Industria de transformação	200	50	50	300
Seção F	Construção	100	100	40	240
Seção G	Comércio/Reparação automotores	300	50	50	400
Grupo 55.1 e 55.2	Hotel/Alimentação	150	100	10	260
Seção I	Transporte/Armazenagem/Comunicação	100	100	80	280
Seção K	Atividades Imobiliárias, aluguéis e serviços	100	100	100	300
Grupo 92.1 e 92.2	Ativ Cinematogr/video/Radio/TV	225	20	5	250
	<b>Total</b>	<b>1175</b>	<b>520</b>	<b>335</b>	<b>2030</b>

Amostra Região			
	POP	Amostra Prop	Amostra Final
NORTE	11475	80	250
NORDESTE	38951	273	300
SUDESTE	159615	1119	780
SUL	58507	410	400
CENTRO OESTE	20962	147	300
	289510	2029	2030

## Módulos

- **Módulo A: Informações gerais sobre os sistemas TIC**
- **Módulo B: Uso da Internet**
- **Módulo C: Comércio eletrônico (e-commerce) via Internet**
- **Módulo D: Comércio Eletrônico via redes externas de computadores que não a Internet**
- **Módulo E: Interações com Órgãos Governamentais**

## Módulo A – Informações gerais sobre os sistemas TIC

[www.cgi.br](http://www.cgi.br)

Penetração e Uso da Internet no Brasil  
FISL 7.0 - 20 de abril de 2006

## PENETRAÇÃO COMPUTADOR últimos 12 meses

Empresa usou computador nos últimos 12 meses	Total (%)
Sim	99
Não	1
<b>BASE</b>	<b>2030</b>

**Penetração:**  
→ Não há diferença de Penetração de Internet por tipo de Empresa, Região ou Porte

Número de Empregados que usam computador pelo menos uma vez por semana nos últimos 12 meses	Total
Empr. que usam o computador	17,60

Número de Empregados que usam computador pelo menos uma vez por semana nos últimos 12 meses	Total	PORTE DA EMPRESA (no. de funcionários)						
		10 a 19	20 a 49	50 a 99	100 a 249	250 a 499	500 a 999	1000 ou mais
Empr. que usam o computador	17,60	9,00	14,22	26,16	47,07	91,95	196,09	428,83

A10. Nas comunicações com seus clientes e outras empresas, em que grau a sua empresa substituiu o correio postal por meios eletrônicos de comunicação, nos últimos anos?

Percentual (%)	Total
Nenhum grau de substituição	18
Baixo grau de substituição	37
Alto grau de substituição	29
Substituição quase completa	16
Não sabe / Não respondeu	0
<b>BASE</b>	<b>2005</b>



[www.cgi.br](http://www.cgi.br)

## Módulo B – Uso da Internet

Penetração e Uso da Internet no Brasil  
FISL 7.0 - 20 de abril de 2006

## Penetração Internet Últimos 12 meses

Empresa teve acesso a Internet nos últimos 12 meses	Total
Sim	96
Não	4
<b>BASE</b>	<b>2005</b>

### Penetração:

→ NE → Menor penetração 88%

→ Não há diferença por TIPO e PORTE

Tipos de Conexão da Empresa nos últimos 12 meses	Sim
Modem Tradicional (acesso discado através de uma linha telefônica normal)	45
Conexão ISDN	11
Conexão DSL (xDSL, ADSL, SDSL etc.)	58
Outra conexão fixa à Internet (por exemplo, a cabo, linha alugada (por exemplo, E1 ou E3 em nível 1 e ATM em nível 2), Frame Relay, Metro-Ethernet, PLC - Powerline communication, etc.)	20
Conexão de banda larga móvel (por exemplo, UMTS, EDGE, CDMA2000 1xEVDO)	24
Conexão de banda estreita móvel (por exemplo, telefone celular analógico, GSM, GPRS)	6

Empregados que usavam Internet pelo menos uma vez por semana nos últimos 12 meses	Total
Número de usuários de comp. conectado a internet	13,40

Médias	Total	PORTE DA EMPRESA (no. de funcionários)						
		10 a 19	20 a 49	50 a 99	100 a 249	250 a 499	500 a 999	1000 ou mais
Número de usuários de comp. conectado a internet	13,40	5,81	11,96	20,79	39,14	70,04	162,80	230,69

**B5 - A sua empresa usou a internet com as seguintes finalidades, durante os últimos 12 meses? (como consumidor de serviços de internet)**

<b>Percentual (%)</b>	<b>Sim</b>	<b>Não</b>	<b>NS / NR</b>	<b>Total</b>
Serviços bancários e financeiros	79	20	1	100
Monitoramento de mercado (por exemplo, preços)	56	44	0	100
Recepção de bens ou serviços digitais	44	56	1	100
Obtenção de serviços pós-venda	39	60	1	100
Treinamento e educação	27	73	0	100

<b>Médias</b>	<b>Total</b>	<b>PORTE DA EMPRESA (no. de funcionários)</b>						
		<b>10 a 19</b>	<b>20 a 49</b>	<b>50 a 99</b>	<b>100 a 249</b>	<b>250 a 499</b>	<b>500 a 999</b>	<b>1000 ou mais</b>
Serviços bancários e financeiros	79	74	83	87	88	89	93	89
Treinamento e educação	27	27	24	27	36	34	42	48
Monitoramento de mercado (por exemplo, preços)	56	56	53	58	62	72	64	67
Recepção de bens ou serviços digitais	44	42	42	51	55	57	52	61
Obtenção de serviços pós-venda	39	37	37	45	48	51	64	56

**B8. A sua empresa tinha um Website / Página na internet, nos últimos 12 meses?**

<b>Percentual (%)</b>	<b>Total</b>
Sim	59
Não	41
Não sabe / Não respondeu	0
<b>BASE</b>	<b>1943</b>

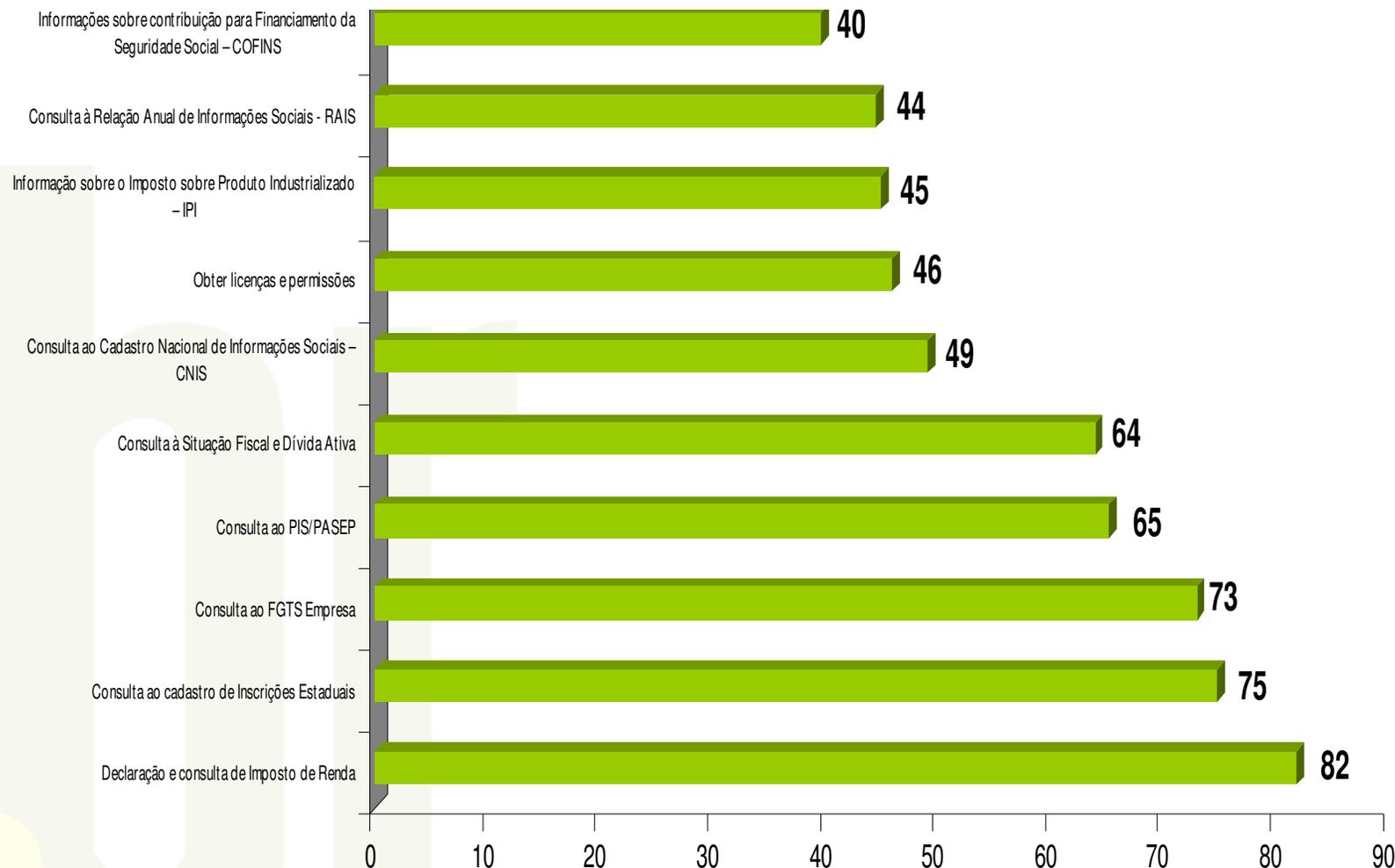
**B9. O Website de sua empresa fornecia os seguintes recursos, durante os últimos 12 meses?**

	<b>Sim</b>	<b>Não</b>	<b>NS / NR</b>
Facilitar o acesso aos catálogos de produtos e listas de preços	64	36	0
Fornecer suporte pós-venda	48	52	0
Comercializar os produtos da empresa	59	41	0

## Módulo E – Interações eletrônicas com Órgãos Governamentais

[www.cgi.br](http://www.cgi.br)

**B7 - A sua empresa usou a internet ou outra rede de computadores para tratar com organizações governamentais durante os últimos 12 meses das seguintes maneiras?**



## Módulo C – E-commerce por redes de internet COMPRAS

[www.cgi.br](http://www.cgi.br)

**C1. A sua empresa fez pedidos para a compra de produtos/ serviços via e-mails digitados manualmente, nos últimos 12 meses?**

Percentual (%)	Total	PORTE DA EMPRESA (no. de funcionários)						
		10 a 19	20 a 49	50 a 99	100 a 249	250 a 499	500 a 999	1000 ou mais
Sim	44	39	45	57	55	55	64	76
Não	55	60	54	42	44	43	34	23
Não sabe /Não respondeu	0	0	1	1	1	2	2	1
<b>BASE</b>	<b>1943</b>	<b>659</b>	<b>397</b>	<b>384</b>	<b>210</b>	<b>167</b>	<b>67</b>	<b>59</b>

Percentual (%)	Total	MERCADOS DE ATUAÇÃO - CNAE						
		Ind de Transfor m/	Constru/	Com/ Rep de Autos	Hotel/ Aliment.	Transp./ Armaz./ Comunic.	Ativ. Imobil., alug e servs.	Ativ Cinema/ Vídeo/ Rádio/ TV
Sim	44	46	45	42	38	38	53	34
Não	55	54	55	58	59	60	47	66
Não sabe /Não respondeu	0	0	0	0	3	2	0	
<b>BASE</b>	<b>1943</b>	<b>304</b>	<b>281</b>	<b>393</b>	<b>240</b>	<b>323</b>	<b>342</b>	<b>60</b>

## Módulo C – E-commerce por redes de internet VENDAS

[www.cgi.br](http://www.cgi.br)

C5. A sua empresa recebeu pedidos via e-mails digitados manualmente nos últimos 12 meses?

Percentual (%)	Total
Sim	58
Não	42
Não sabe /Não respondeu	0
<b>BASE</b>	<b>1943</b>

C5a. A sua empresa recebeu pedidos via internet nos últimos 12 meses (excluindo e-mails digitados manualmente)?

Percentual (%)	Total
Sim	28
Não	71
Recebe pedidos mas não realiza vendas via Internet	1
Não sabe /Não respondeu	0
<b>BASE</b>	<b>1943</b>

## C7/C8/C8A - MÉDIA DO PERCENTUAL

Médias	Total
C7-B2C (Vendas para consumidores privados)	62
C7-B2B (Vendas para outras empresas) e B2G (Vendas para órgãos públicos)	38
C8-Próprio BRASIL	94
C8-Outros países do MERCOSUL	2
C8-Resto do Mundo	2
C8-Comunidade Européia	0
C8-Estados Unidos	0
C8-Japão	0
C8-China	0
C8A-Produtos (encomendados online e entregues offline)	57
C8A-Serviços (encomendados online e entregues offline)	37
C8A-Bens digitais (acessados ou "baixados" online)	5

C8b. Quais dos seguintes benefícios, se existir algum, a sua empresa conseguiu através das vendas pela internet durante os últimos 12 meses?

Benefício	Percentual (%)	Sim
Menor custo de negócios		74
Mantendo o passo com a concorrência		73
Maior qualidade de serviços para o consumidor		70
Tempo de transação reduzido		68
Habilidade de focar os consumidores individualmente		66
Maior volume de vendas e /ou número de consumidores		52
Outros		1

## Considerações finais

- CGI.br vai continuar produzindo e divulgando, com periodicidade, indicadores oficiais sobre penetração e uso da internet
- Garantir que os dados produzidos possam ser comparados com institutos nacionais e internacionais de pesquisa

Informações disponíveis em:

[www.nic.br/indicadores](http://www.nic.br/indicadores)

**Mariana Balboni**

**mariana@nic.br**

Obrigado!