

Indicadores Economia Digital

Dados Globais	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Usuários Internet (mi)	280	414	539	655	825	945	1010
Usuarios Internet domésticos ativos (mi)	220	335	445	605	660	756	836,59
% de Usuários Wireless	NS	NS	16%	25%	33%	42%	46%
Celulares (mi)	328	469	600	1050	1630	1890	2168,8
E-Commerce (US\$ bi)	130	282	516	1167	1845	3365	5030
B2B (US\$ bi)	110	210	365	916	1420	2800	4300
B2C (US\$ bi)	20	72	152	251	425	565	730
M-Commerce (US\$bi)	NS	4,0	15,0	5,8	16,6	40,4	75,5
Gastos com Advertising Online (US\$ bi)	10,50	13,50	12,17	10,00	11,40	13,22	15,60
% gastos advertising total	1,20%	2,10%	3,30%	4,70%	6,40%	4,00%	5,80%
Gastos com IT (US\$ bi)	831,3	865,9	902,0	899,0	872,0	906,9	943,2

Indicadores Economia Digital

Dados USA	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Usuários Internet (mi)	101,5	135	169	178	187	193	222,83
Usuarios Internet domésticos ativos (mi)	70	95	119	128	138	147	152,46
Celulares (mi)	75,4	100,0	128,5	141,8	156,0	168,5	180,3
% de Usuários Wireless	28%	36%	46%	49%	55%	59%	63%
Acesso broadband (milhões de usuários)	5,6	11,7	21,2	36	54,1	75,7	98,4
E-Commerce (US\$bi)	58	161	304	557	819	1266	1842
B2B (US\$bi)	41,7	122,7	253,8	482	721	1139,2	1686
B2C (US\$bi)	16,3	38,3	49,8	75	97,5	126,8	155,6
M-Commerce (US\$bi)	NS	0,8	3,8	2,8	7,4	15,2	27,6
Gastos com Advertising Online (US\$bi)	6,3	8,1	7,3	6,0	6,8	7,9	9,4
% gastos advertising total	2,20%	3,27%	3,16%	2,53%	2,54%	4,29%	2,59%
Gastos com IT (US\$bi)	399,0	415,6	433,0	436,0	418,6	435,3	452,7

Indicadores Economia Digital

Dados América Latina	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Usuários Internet (mi)	10,2	16,2	22,6	32	44	58,36	
Usuarios Internet domésticos ativos (mi)	5,3	8,5	10,5	14,5	19,8	25,72	
PCs (mi) (base instalada)	21,3	26	31	38,5	42,4	48,7	54,02
Celulares (mi)	36,9	54,2	67,6	75,8	93	102	115
E-Commerce (US\$bi)	0,6	1,5	3,3	8,8	17,0	29,3	45,1
B2B (US\$bi)	0,4	0,9	2,9	6,5	12,5	21,5	33,1
B2C (US\$bi)	0,2	0,5	1,3	2,3	4,5	7,8	12
M-Commerce (US\$bi)				NS	0,02	0,05	0,08
Gastos com Advertising Online (US\$mi)	NS	53,8	87,7	79,2	100,6	105,7	111,9
% gastos advertising total	0,20%	0,50%	1,00%	1,80%	2,20%	2,20%	2,20%
Gastos com IT (US\$bi)	27,2	28,7	30,0	30,3	32,2	33,8	35,1

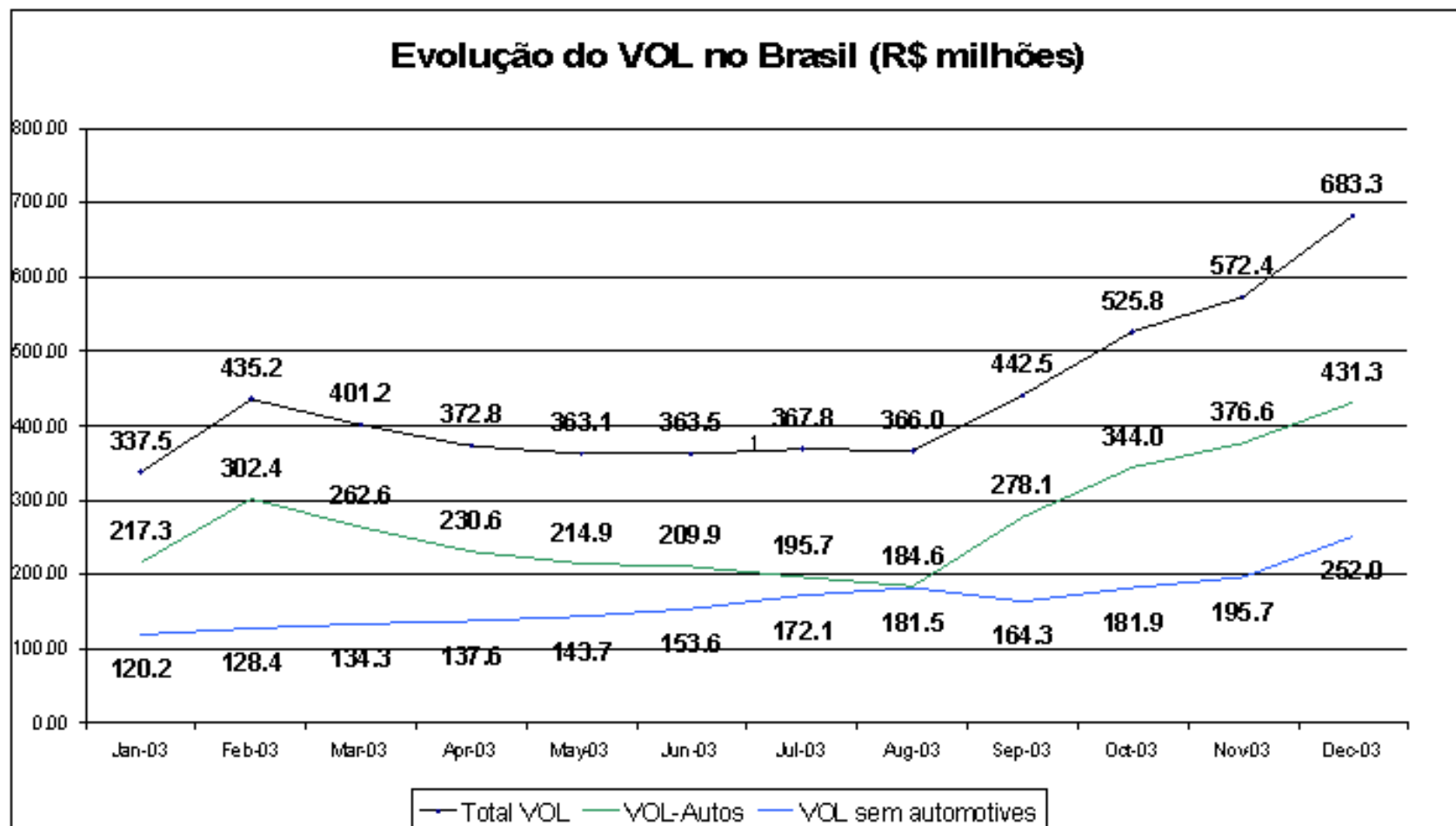
Indicadores Gerais E-Consulting

Dados Brasil	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Usuários Internet (mi)	4,8	9,0	11,0	14,3	17,4	20,9	25,1
Usuarios Internet domésticos ativos (mi)	2,5	4,7	5,9	7,9	10,9	13,4	16,1
Telefones Fixos em utilização (milhões)	27,8	38,3	38,6	38,9	40,0	42,0	44,1
Telefones Móveis (milhões)	15,0	23,2	28,7	34,9	45,5	53,2	60,7
PCs (mi) (base instalada)	7,8	9,5	11,3	12,7	14,2	16,3	18,7
Acesso broadband (milhões de usuários)	0	0,2	0,3	0,7	0,9	1,3	1,7
E-Commerce (US\$bi)	0,3	0,6	2,1	5,1	8,0	10,5	13,5
B2B Marketplaces(US\$bi)	0,2	0,3	1,6	3,7	6,3	8,5	11,1
B2B Companies (US\$bi)				32,8	44,3	57,6	74,8
B2B total (US\$ bi)				36,5	50,6	66,1	85,8
B2G (US\$bIn)				1,2	2,6	5,3	8,4
B2C = VOL Total (US\$ bi)	0,1	0,3	0,5	1,4	1,7	2,0	2,4
Varejo Online sem Autos (US\$bi)				0,4	0,7	1,1	1,7
M-Commerce (US\$bi)				NS	0,01	0,03	0,05
Gastos com Advertising Online (US\$mi)	NS	32,3	52,6	47,5	60,3	63,4	67,1
% gastos em relação a publicidade total	NS	0,65%	1,15%	1,42%	1,40%	1,56%	1,79%
Gastos com IT (US\$bi)	16,3	17,2	18,0	14,9	15,8	16,0	16,1

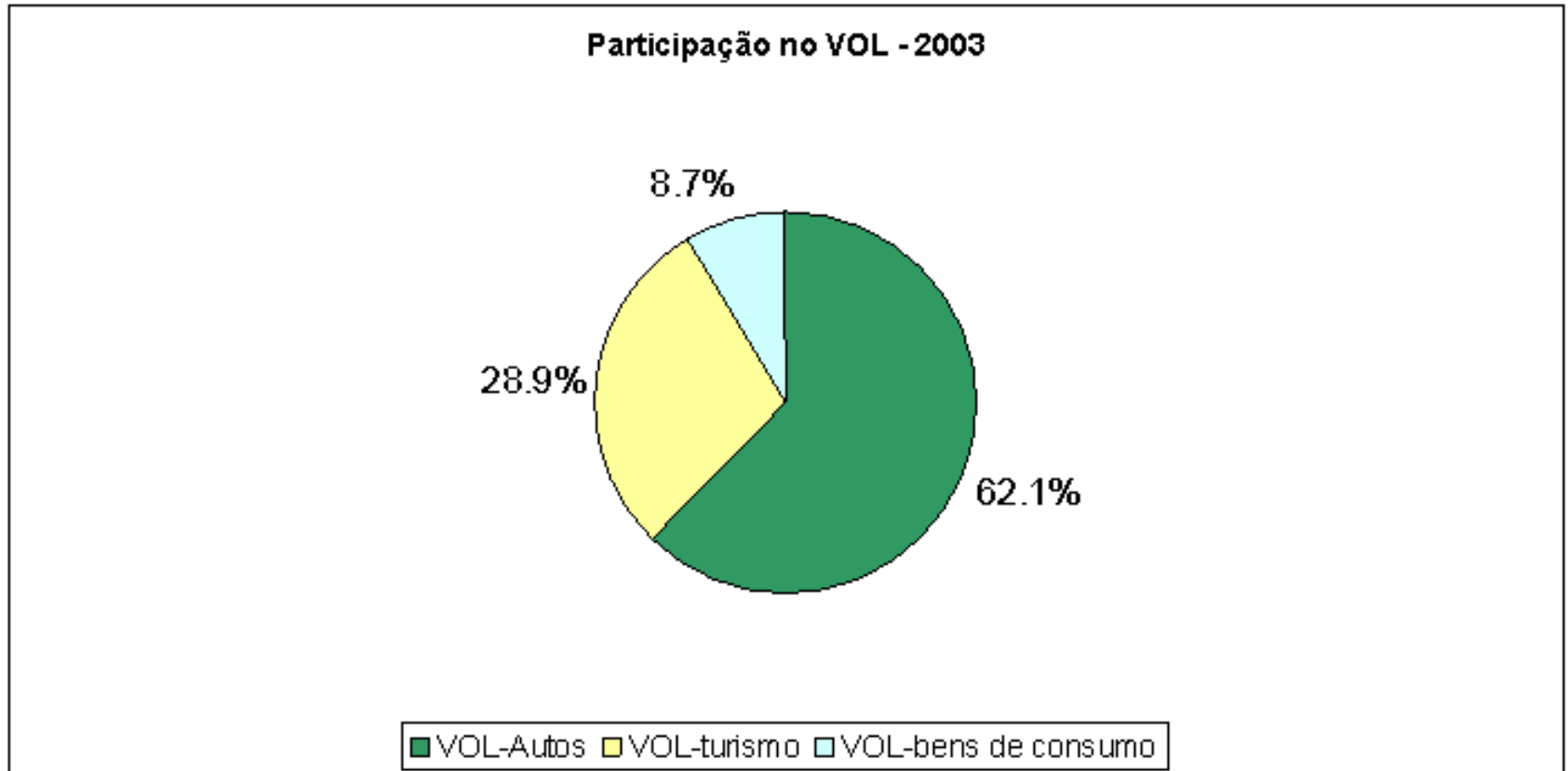
VOL – Índice de Varejo Online

- Índice Varejo Online = VOL, desenvolvido pela Câmara-E + E-Consulting Corp.
- Baseado no Faturamento dos 60 maiores players do B2C Nacional
- *VOL Autos – cerca de 60% do Total*
Players: GM, Ford, Volkswagen, Renault, Carsale etc.
- *VOL Bens de Consumo – lojas virtuais em geral*
Players: Submarino, Lojas Americanas, Magazine Luisa etc
- *VOL Turismo – agências online e companhias aéreas*
Players: Gol, Varig/TAM, Decolar etc.
- *VOL = VOL (Autos + Bens de Consumo + Turismo)*

Evolução do VOL - 2003



Participação no VOL



VOL – Divisão por Setor

