

CENSO DIGITAL 2011



Outubro de 2011

Objetivos

Traçar um perfil da evolução do meio e criar uma base de dados detalhada sobre o mercado brasileiro das agência de comunicação digital.

Metodologia

Pesquisa quantitativa através de questionário estruturado online
Target: associados e não associados das 8 regionais.

Período: 01/06 a 25/07.

Amostra: 370 empresas.

Dados confidenciais enviados para e-mail da empresa contratada:

abradi@suapesquisa.com.br

Campo: Sua Pesquisa/ Site Blaster

Análise: Manzione Assessoria

O estudo foi realizado por meio de questionário estruturado online respondido por mais de 400 agências, incluindo empresas não filiadas à ABRADi.

As informações foram cruzadas com dados do Conselho Executivo das Normas-Padrão (GENP), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e do Índice Alpha.

Objetivo 1

Levantamento de dados cadastrais.

Razão Social
Responsável
E-mail
Cargo
Executivos da empresa
E-mail
Site
Cidade
Outras unidades
UF
Tempo existência da empresa
Número de funcionários
Faturamento em 2010 (R\$)
Faturamento projetado 2011 (R\$)
Quantidade de Computadores

Objetivo 2

Identificação de competências

Criação de Website
Criação de campanhas digitais
Desenvolvimento e Programação Web
Análise de Sistemas Web
Planejamento de Marca
Mídia
Intranet
Consultoria
Search Engine Marketing
E-mail Marketing
Games
Redes Sociais
Desenvolvimento de Conteúdo

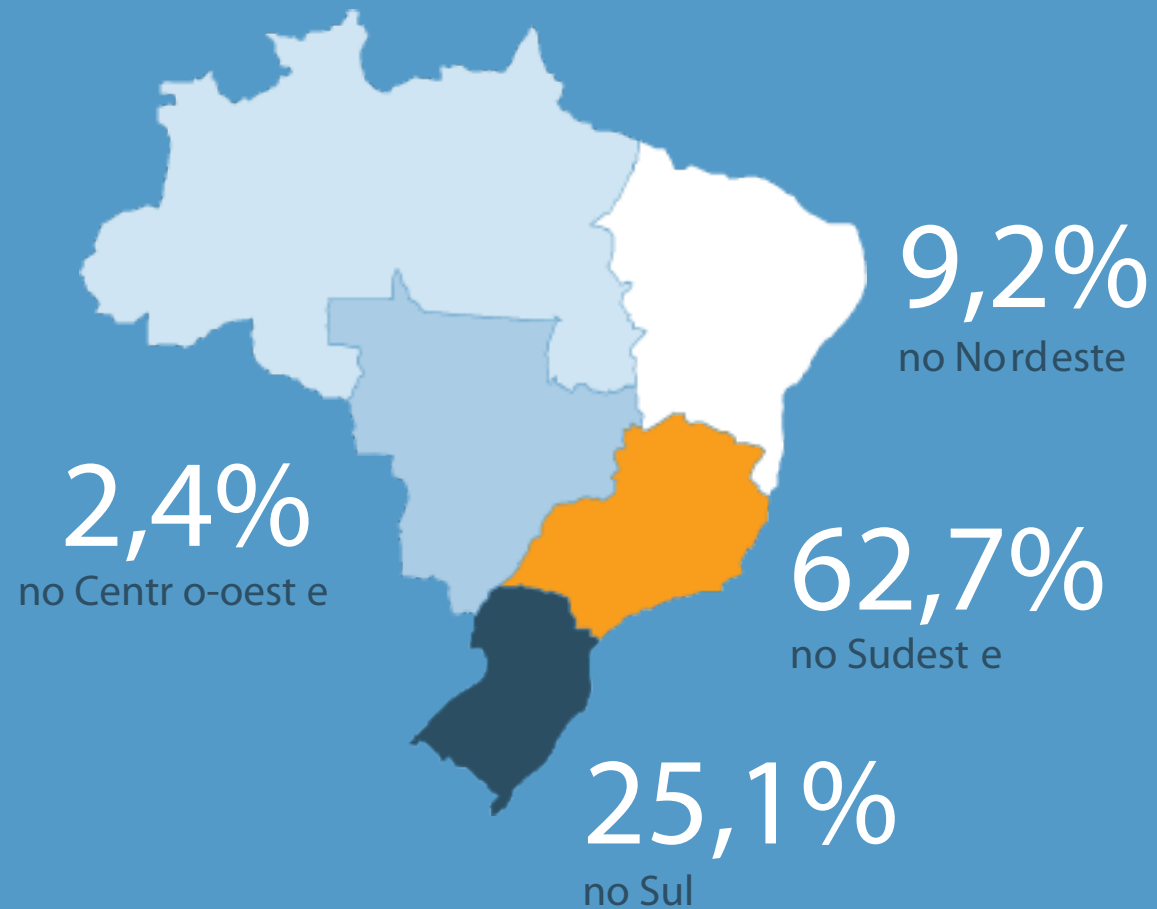
“OS RESULTADOS REVELADOS PELO 3º CENSO DAS AGÊNCIAS DIGITAIS APONTARAM QUE O MERCADO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL BRASILEIRO RESPONDE POR CERCA DE R\$ 5 BILHÕES, LEVANDO-SE EM CONSIDERAÇÃO OS DADOS DIVULGADOS PELO IAB BRASIL QUE CORRESPONDEM AOS INVESTIMENTOS EM DISPLAY MÍDIA E SEARCH MARKETING”

Cesar Paz – Presidente da ABRADi

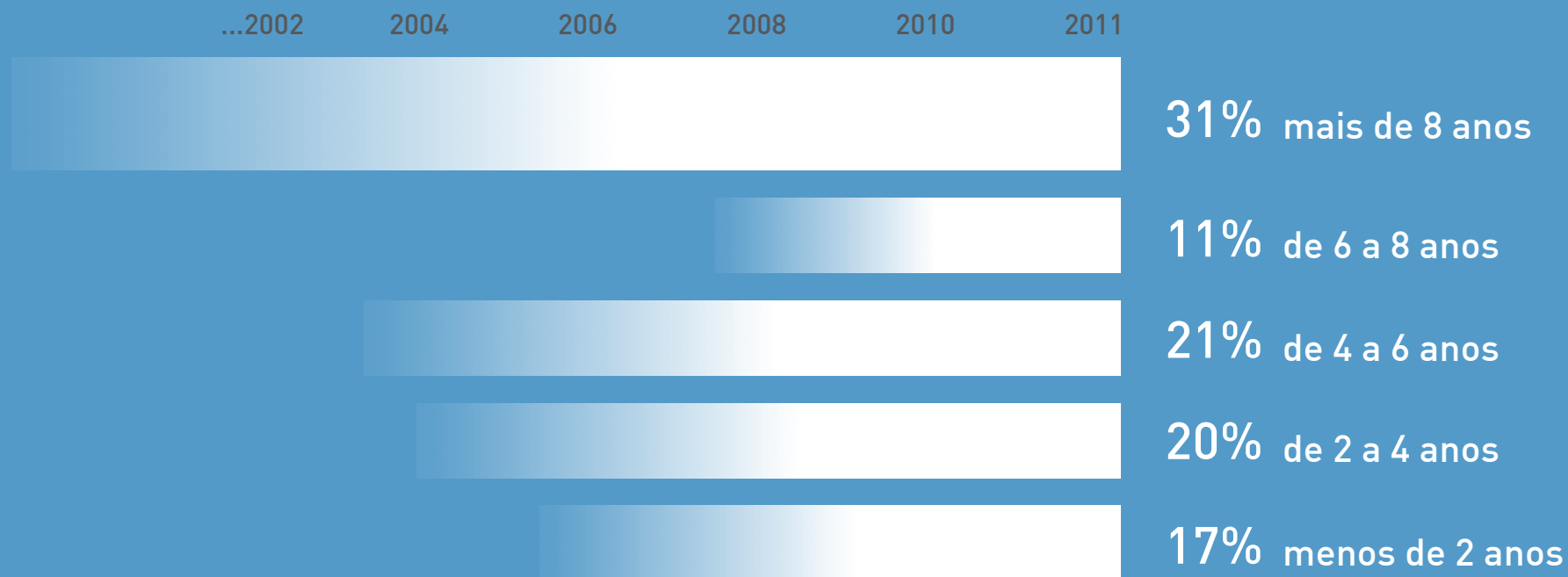
Dados Gerais

Perfil da Amostra

Alocação por Região



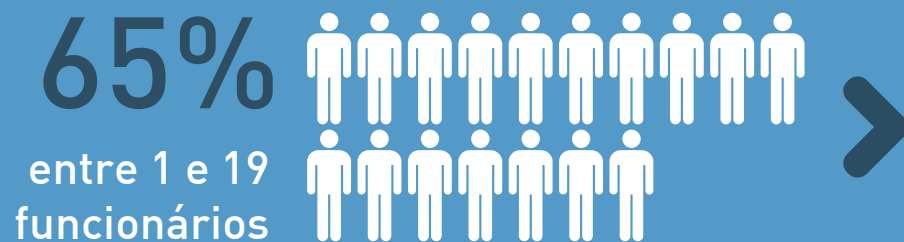
Tempo de Existência



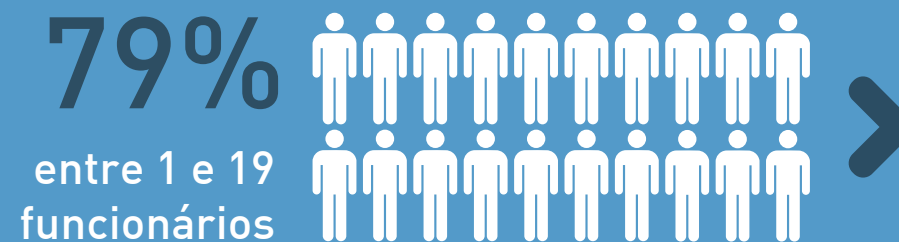
A idade média das empresas é de 5,8 anos.

Número de Funcionários

2010



2011



Faturamento 2010 / previsto 2011

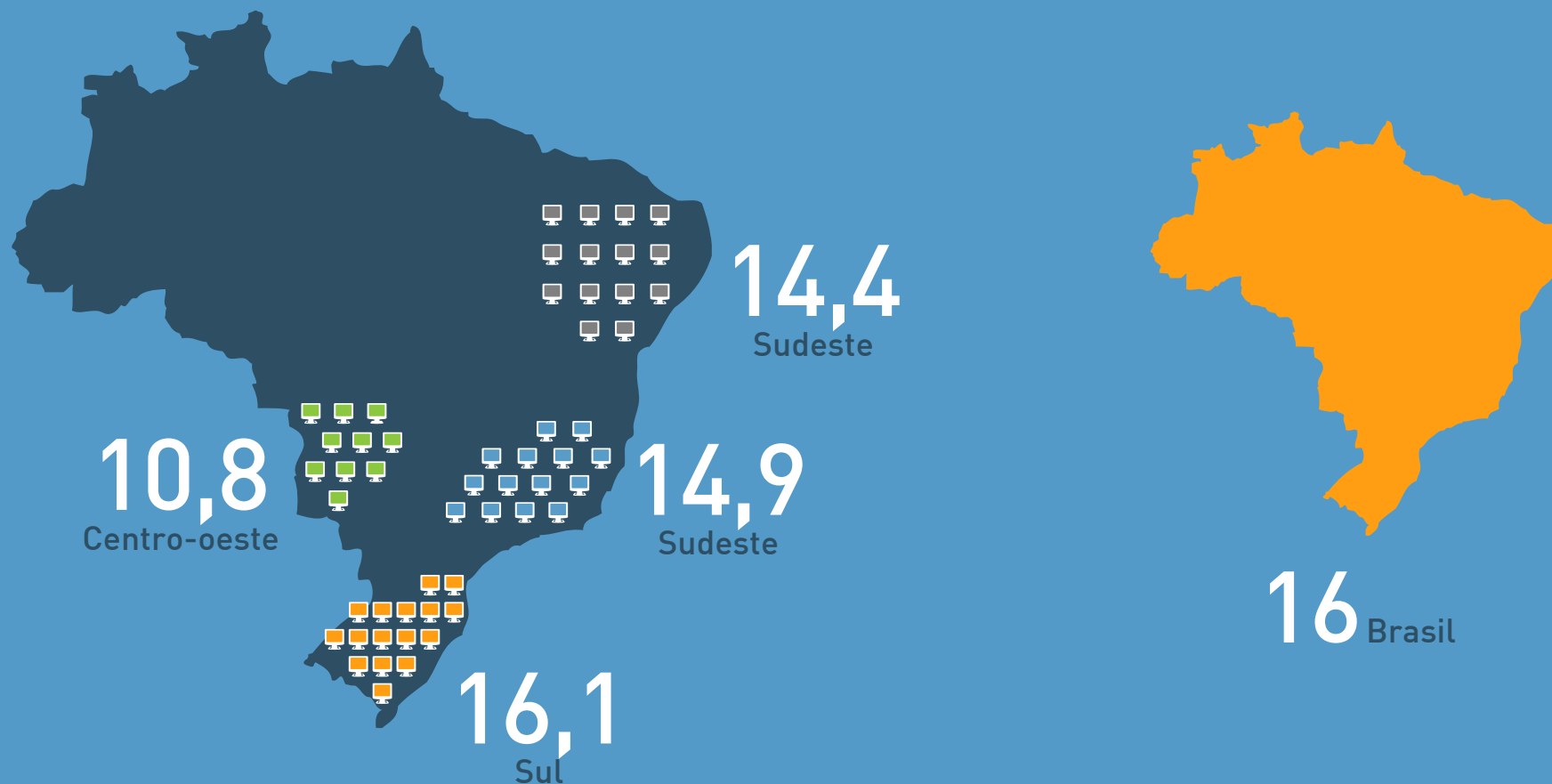
Porcentagem de agências por faixa de faturamento – 2011



Mais agências na faixa de previsão de faturamento até R\$ 1,2 milhões.

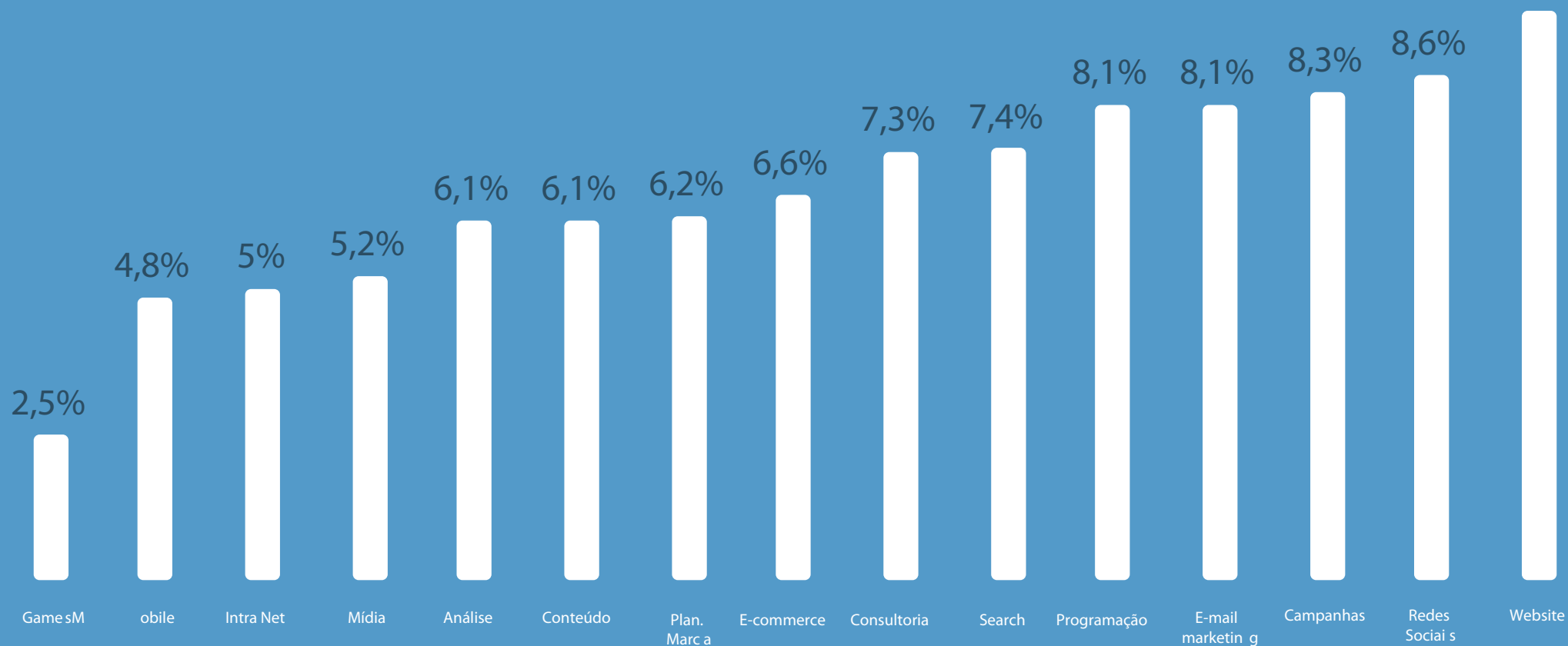
Presença de Computadores – Médias (presença na amostra)

Máquinas por Agência



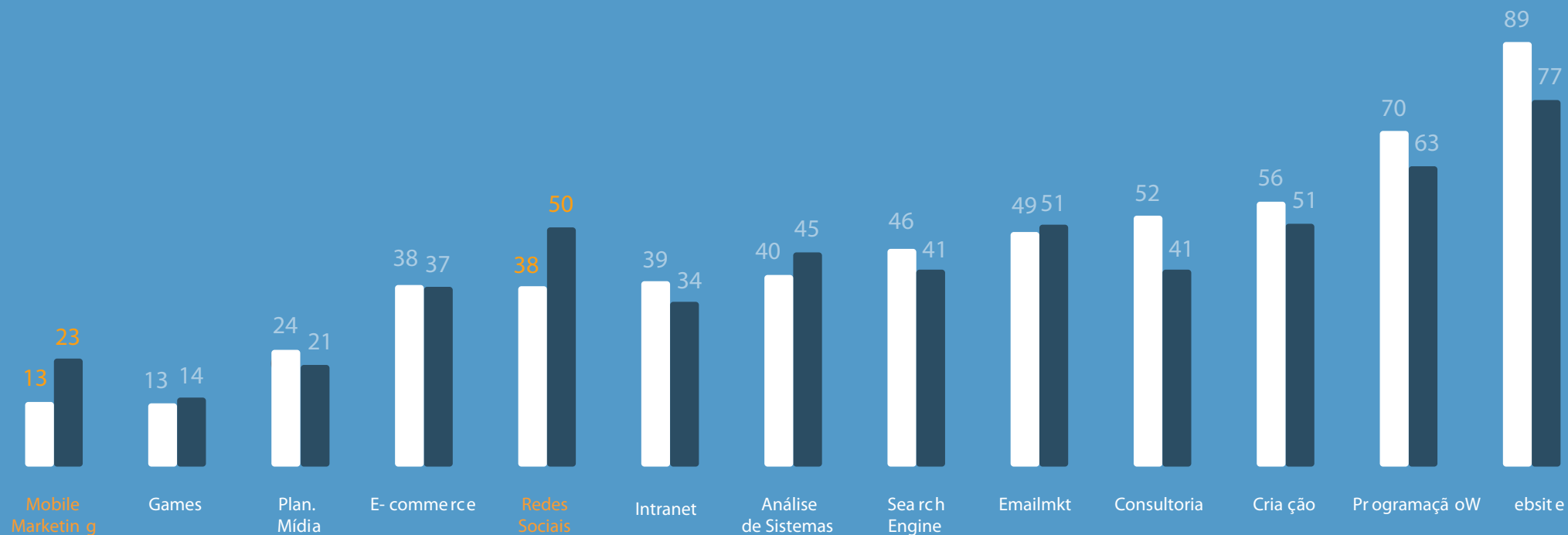
Foco de Atuação e Competências

Média - 2011



Foco de Atuação e Competências

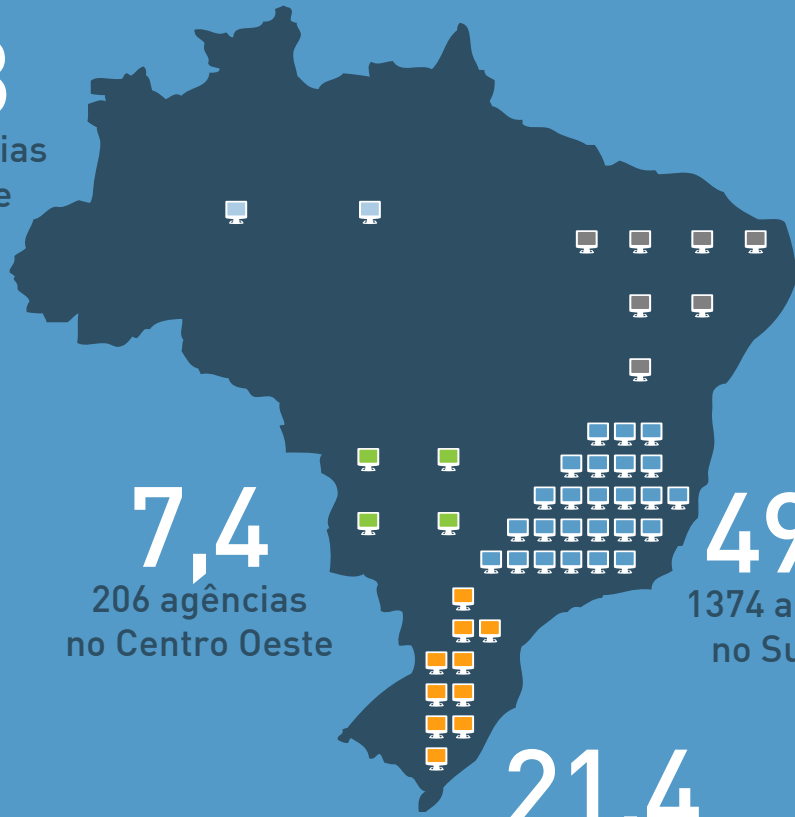
Comparativo 2010 – 2011 (% de importância “alta” dada pelas agências)



Dados Expandidos

Expansão: o número de Agências Digitais no Brasil

4,8
114 agências
no Norte



17,1
477 agências
no Nordeste

7,4
206 agências
no Centro Oeste

49,3
1374 agências
no Sudeste

21,4
596 agências
no Sul



2787
total

Expansão: os números para o Brasil

Número de
Agências Digitais



Faturamento médio
por funcionário



Total de funcionários
do setor



Expansão: os números para o Brasil

Tamanho do mercado



R\$ 974.000
2010

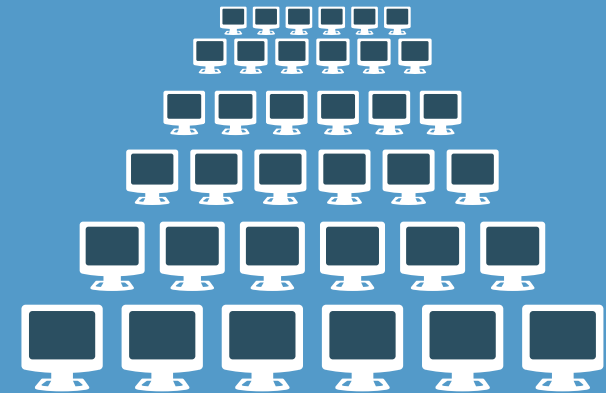


R\$ 1.470,000
2011

aumento

51%

Número de computadores
do setor



aumento

66,8%

Contato

Cesar Paz (AG2 | Publicis Modem) –
Presidente
cesarpaz@ag2.com.br

Luiz Augusto Lacsko Trindade (iThink) –
Vice Presidente
luiz.trindade@ithink.com.br

Anderson de Andrade (A2C) – Tesoureiro
anderson@a2c.com.br

Alexandre Gibotti – Diretor Executivo
alexandre.gibotti@abradi.com.br

Diego Rydz (Setweb / ABRADi-BA)
– Diretor ABRADi
diego@setweb.com.br

www.abradi.com.br
abradi@abradi.com.br

ABRADI
Rua Pedroso de Morais, 2188
Pinheiros – São Paulo, SP 05420-003

+55(11) 3034 4668, Ramal 34