

Mobile marketing pronto para explodir no BRIC

Estudo indica que base de assinantes está próxima da maturidade, mas que publicidade deverá crescer nesta mídia

Por Felipe Turlão

17 de Março de 2010 às 12h44



[Dados indicam maturidade na base de assinantes e incremento do mobile marketing no BRIC](#)

As previsões do instituto norte-americano eMarketer indicam que a publicidade em telefones móveis no Brasil e nos outros países do BRIC está chegando ao ponto de ebulição.

Isso porque há dois movimentos muito claros que deverão afetar o mercado nos próximos cinco anos. O primeiro deles é o fim do crescimento exponencial da base de assinantes, dando espaço para uma nova era de maturidade do mercado. A outra é o começo do crescimento que também será exponencial dos investimentos em publicidade no mobile marketing.

Para a eMarketer, o Brasil teve investimentos de US\$ 6 milhões em publicidade nos aparelhos móveis em 2009, e deverá saltar para US\$ 41 milhões ao final de 2012, ou quase sete vezes mais. Só em 2010, a tendência é de dobrar o investimento, chegando perto de US\$ 12 milhões.

Mesmo assim, o instituto concluiu que os investimentos no Brasil, Índia e Rússia em marketing de SMS, display e buscas nos celulares "serão ainda modestos", principalmente se comparados com o volume que será atingido pela China, "que tem a maior base de assinantes mobile do mundo e a maior população conectada à internet".

"A China será um mercado significativo para a publicidade mobile em 2012", afirmou o instituto em comunicado. O país asiático saltará, segundo a eMarketer, dos US\$ 101 milhões de investimentos em 2009 para US\$ 700 milhões em 2012.

Já o outro fenômeno indica que a base de assinantes reduzirá o nível de crescimento exponencial dos últimos anos, o que em outras palavras significa dizer que o mercado atingiu sua maturidade. Dos 174 milhões de assinantes de serviços mobile (pré ou pós pago) em 2009, o Brasil terá 212 milhões em 2014.

"O crescimento extremo do passado está dando lugar à maturidade conforme a base de assinantes de mobile se solidifica, a infra-estrutura melhora e mais consumidores aumentem seus rendimentos econômicos e o apetite por mais serviços sem fio", analisou a eMarketer.

"Embora os mercados de telefonia móvel do BRIC continuem sua expansão em um nível saudável, os tempos de crescimento de três dígitos ficaram no passado", afirmou em comunicado Noah Elkin, analista da eMarketer.

O instituto indicou ainda que o uso de internet por celular bem como a adoção de redes 3G estão crescendo rapidamente no BRIC, o que aponta para uma sofisticação do consumo.

"Essa evolução levará tempo, e muitos usuários seguirão com aparelhos menos sofisticados e redes de segunda geração até o meio da década", afirmou o eMarketer, que conclui que as ações de marketing deverão focar em atividades populares como SMS, música e jogos. "Mas conforme o celular se torna uma forma mais popular de acesso à internet, outras oportunidades de marketing irão emergir", conclui o texto.

Interessados no relatório podem adquiri-lo por US\$ 695 no [site](#) da empresa.

http://www.mmonline.com.br/noticias.mm?url=Mobile_marketing_pronto_para_explodir_no_BRIC&origem=mmbymail