

# Marketing direto cresce 15,2%

Divulgação

por Juliana Welling

**A** Abemad (Associação Brasileira de Marketing Direto) apresentou semana passada a terceira edição do estudo Indicadores Abemad, com levantamento relativo a 2007. O estudo, realizado pela Simonsen Associados, apurou uma receita gerada pelo mercado de R\$ 17,4 bilhões em 2007 (apenas considerando a prestação de serviços do setor), o equivalente a 0,68% do PIB. Isso representa um crescimento de 15,2% sobre o ano anterior.

Em 2006, o setor movimentou R\$ 15,1 bilhões, o equivalente a 0,73% do PIB. Apesar de parecer que houve uma queda em relação a 2006, Efraim Kapulski, presidente da Abemad, explica que o índice não

representa recuo, já que houve modificação no cálculo do PIB.

De acordo com Ângelo Franzão, presidente do Grupo de Mídia de São Paulo, o investimento em publicidade em 2007, segundo índices do Ibope, foi de US\$ 10 milhões, o equivalente a 1,1% do PIB.

O levantamento também revela o avanço das receitas geradas pelos segmentos CRM/Database (32,1%); internet e e-commerce (21,3%) e agências de marketing direto (19,2%).

No caso de internet e e-commerce, por exemplo, as iniciativas englobam e-mail marketing, controle e gestão de serviços de e-mail marketing, desenvolvimento de sistemas, consultoria para internet e desenvolvimento e hospedagem de sites para as campanhas de marketing direto.

"Ao oferecer métricas precisas de retorno de uma ação, o marketing direto propicia o entendimento do consumidor e possibilita a compreensão de toda movimentação desse mercado", disse Kapulski.

De acordo com o levantamento, o setor de call center continua com maior participação no cenário, com 23,6% da receita total. Também obtiveram variações positivas os segmentos Gráficas: impressão para marketing direto (9,6%); Distribuição/Logística (11,1%); Fornecedores de lista (16,7%); e Tecnologia relacionada a marketing direto (18,1%).

"Os números mostram que mais empresas de diferentes segmentos estão fazendo uso do marketing direto", diz Antônio Cordeiro, presidente da Simonsen.

De acordo com ele, o setor tem crescido sistematicamente acima

do mercado. O indicativo mostra que em 2000 a receita gerada foi de R\$ 7,5 bilhões. Já em 2007, a receita foi de R\$ 17,4 bilhões, o que representa um crescimento de 12,8% ao ano. "Não foi à toa que muitos players do mercado publicitário resolveram entrar no negócio", ressaltou Cordeiro.

Segundo ele, o marketing direto não vem roubando outras mídias. Ocorre que, atualmente, novas empresas têm se interessado pela ferramenta. "Tanto as empresas como as agências de marketing direto querem complementar as campanhas que estão fazendo com outras ferramentas", acrescentou.

O estudo é o resultado de 125 entrevistas com empresas efetivas do setor e tem como meta desenvolver bases de informações estratégicas atualizadas sobre esse mercado.

## PARTICIPAÇÃO POR SEGMENTO

CALL CENTER/CONTACT CENTER/TELEMARKETING  
INTERNET E E-COMMERCE  
GRÁFICAS/IMPRESSÃO  
DISTRIBUIÇÃO E LOGÍSTICA  
TECNOLOGIA  
DATABASE E CRM  
AGÊNCIAS  
FORNECEDORES DE LISTAS  
OUTROS

	2007	Receita (R\$ milhão)	2006	Receita (R\$ milhão)	Variação 2007/06
CALL CENTER/CONTACT CENTER/TELEMARKETING	23,5%	4.100	24,8%	3.750	+9,3%
INTERNET E E-COMMERCE	22,9%	3.980	21,7%	3.280	+21,3%
GRÁFICAS/IMPRESSÃO	14,5%	2.520	15,2%	2.300	+9,6%
DISTRIBUIÇÃO E LOGÍSTICA	14,4%	2.500	14,9%	2.250	+11,1%
TECNOLOGIA	14,2%	2.480	13,9%	2.100	+18,1%
DATABASE E CRM	5,9%	1.030	5,2%	780	+32,1%
AGÊNCIAS	1,8%	310	1,7%	260	+19,2%
FORNECEDORES DE LISTAS	0,4%	70	0,4%	60	+16,7%
OUTROS	2,4%	410	2,1%	320	+28,1%
		<b>Total 17.400</b>		<b>Total 15.100</b>	<b>+15,2%</b>

Fonte: Simonsen Associados, empresas consultadas