

Cenário de publicidade global melhora com avanço do Brasil

Agência vê "explosão de crescimento" do setor no país neste ano

A "explosão de crescimento" do mercado brasileiro colaborou para a melhora das perspectivas para o setor publicitário mundial neste ano.

Segundo a agência ZenithOptimedia, o setor deve se expandir no mundo em 4,8% neste ano, alta de 1,3 ponto percentual em relação à estimativa anterior, de julho, totalizando US\$ 449 bilhões

A explicação para o aumento expressivo é a melhora do cenário para a América do Sul, puxada pelo Brasil. A estimativa é que a região tenha expansão de 16,8% neste ano (ou mais que o dobro em relação à previsão feita em julho, de 7%).

Para a ZenithOptimedia, a América do Sul deve ser a região com maior avanço no mercado publicitário neste ano. Esse resultado se deve, em grande parte, ao crescimento de 32% do mercado brasileiro no segundo trimestre (quando ocorreu a Copa do Mundo) em relação aos três meses anteriores.

Mas a América do Sul não foi a única região que teve melhora na previsão. A América do Norte, que representa boa parte dos gastos de publicidade do mundo, deve crescer 2,4% neste ano, ante estimativa de 1,3% em julho.

Essa melhora é resultado do crescimento de investimento de grandes setores, como financeiro, varejo e automobilístico.

O mercado da Europa Ocidental também viu melhoras para seu cenário, devido à realização do Mundial na África do Sul, com avanço maior que o esperado nos gastos com publicidade. Segundo a agência, o avanço da região neste ano, antes estimado em 2,2%, agora deve ficar em 3%.

Para o ano que vem, a ZenithOptimedia elevou a previsão de 4,5% para 4,6%. Porém, com a expansão estimada agora para este ano, o resultado de 2011 será uma desaceleração, ainda que leve.

"Anunciantes nos mercados desenvolvidos permanecem cautelosos em relação ao futuro e não vão se comprometer com ambiciosos planos de expansão enquanto o desemprego e a dívida pública estiverem tão altos e os cortes de gastos pelos governos ameaçarem a retomada da demanda", afirmou a agência em estudo.

VARIAÇÃO EM 2010 DA PUBLICIDADE

4,8%
(Mundo)

16,8%
(América do Sul)

3,0%
(Europa Ocidental)

2,4%
(América do Norte)

-0,3%
(Japão)

Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 19 out. 2010, Mercado, p. B4.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais