Brasil tem boom em entretenimento

por Claudia Penteado

A nova pesquisa "Global Entertainment and Media Outlook 2013-2017", do Grupo PWC, indicou diversas tendências ligadas ao mundo da mídia e do entretenimento para os próximos cinco anos, analisando 13 segmentos em 50 países diferentes. A previsão é de que os gastos mundiais dos consumidores com entretenimento cheguem a US$ 24 bilhões este ano e, em 2017, alcancem US$ 35 bilhões. Entre os resultados, também está a estimativa de que o Brasil ocupará a sétima posição no ranking de Entretenimento & Mídia já em 2013, ultrapassando Canadá, Coreia do Sul e Itália (veja tabelas abaixo).

Segundo o estudo, empresas de E&M em países como Brasil e Rússia duplicarão o seu faturamento entre 2013 e 2017. Concentra-se nos países do Bric, mais Argentina e Indonésia a próxima onda de crescimento dos dois segmentos, com previsão de se tornarem mercados da ordem de US$ 477,648 milhões (crescimento de 11,6%) até 2017. Mercados maduros como Alemanha, Japão, Reino Unido e Estados Unidos terão crescimento reduzido (3,7%), já Grécia, Polônia, Suécia e Nova Zelândia são os que apresentarão o menor crescimento (3,1%).

No caso do Brasil, a expansão do setor de E&M será alavancada por três fatores principais: a elevação do poder aquisitivo das classes C e D, o aumento da penetração da banda larga e o aumento da penetração da TV por assinatura, esses dois últimos estimulados por políticas de incentivo e regulamentação.

A pesquisa também apontou que o Brasil será o terceiro mercado global em TV por assinatura em 2013, ultrapassando Reino Unido, Canadá e Índia, já que é um dos países onde o gasto do consumidor com TV por assinatura mais cresce. Os investimentos de publicidade em TV aberta também terão crescimento acelerado no Brasil nos próximos cinco anos.

Os países do Bric representarão 45% do volume das assinaturas de serviços de banda larga no mundo, e 50% dos usuários de internet móvel até 2017. No caso do Brasil, os investimentos em publicidade e gastos do consumidor em internet móvel serão significativos. A estimativa é de um aumento de 41% até 2017 do volume de domicílios com banda larga, por exemplo. Também está previsto um crescimento de 42% no volume de assinantes de internet móvel no país em cinco anos.

A pesquisa apontou que haverá um forte crescimento no uso de aparelhos com conexão nos próximos cinco anos, sendo o tablet campeão de crescimento (23%), seguido de smartphone (16%), PC portátil (1%) e há uma queda de 4% no uso de computadores com desktop.

Há outros dados interessantes na pesquisa: Brasil e Índia aparecem como os únicos países onde a projeção de crescimento médio anual dos investimentos em publicidade out of home supera os 10% até 2017.

Dados mais qualitativos do estudo revelam que o apetite do consumidor por serviços digitais direcionará o crescimento do setor de E&M. As novas ondas são novos formatos de leitura, experiências compartilhadas, experiências multitelas, conexão 24h, e publicidade customizada. Segundo a PWC, para obter lucro na era digital é preciso, entre outras coisas, conhecer bem o consumidor, acelerar a execução dos projetos por meio de mudanças tecnológicas e proteger o negócio dos riscos da economia digital.

A pesquisa da PWC é feita com base em informações projetadas e em tendências na performance da indústria considerando fatores econômicos, demográficos, tecnológicos, comportamental, institucional, competitivo e outros fatores que podem afetar cada um dos mercados.

CRESCIMENTO

POR SEGMENTO NO BRASIL (2013 E 2017)

SETOR	EM (%)
PUBLICIDADE NA INTERNET	18,6%
VIDEOGAMES	14,4%
ACESSO À INTERNET	14,1%
TV POR ASSINATURA	13,3%
OOH	10,3%
PUBLICIDADE NA TV	10,1%
B2B	7,4%
REVISTAS	6,9%
FILMES	6,7%
RÁDIO	6,3%
LIVROS	5,1%
JORNAIS	4,3%
MÚSICA	4,2%

AVANÇO POR MERCADO

(2013-2017)

PAÍS	
ESTADOS UNIDOS	4,8%
JAPÃO	1,2%
CHINA	12%
ALEMANHA	2,5%
REINO UNIDO	4%
FRANÇA	2,4%
BRASIL	10,8%
COREIA DO SUL	4,8%
CANADÁ	5%
ITÁLIA	3,7%
AUSTRÁLIA	3,1%
ÍNDIA	13,5%

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais

Fonte: Propmark, São Paulo, 10 jun. 2013, p. 40.