

O investimento em conteúdo digital até 2020

Uma pesquisa realizada pela Economist Intelligence Unit (EIU) e encomendada pela UK Trade & Investment (UKTI), mostrou que até 2020 o conteúdo digital vai corresponder a 80% do conteúdo consumido na área de mídia e entretenimento. No Brasil, entre 2006 e 2010, os gastos com entretenimento e mídia cresceram 56%, contra 8% no Reino Unido e 7% na Alemanha. Alasdair Ross, editor sênior da Economist Intelligence Unit, explica que "o crescimento da classe média e da economia brasileira como um todo na década de 2001 a 2011 está entre os fatores que explicam o otimismo dos empresários brasileiros com a indústria da criatividade". Modelo de marketing digital Segundo o levantamento feito pela EIU, no Brasil, duas em cada cinco empresas (41%) possuem uma estratégia de crescimento baseada em marketing digital, mas apenas 9% das empresas do país encontraram sucesso comercial usando um modelo digital. No quadro internacional, 12% das empresas têm um modelo de distribuição digital, o que é um índice ainda muito baixo. A expectativa de encontrar esse modelo nos próximos 3 anos é afirmada por 61% dos empresários em nível mundial e 69% dos empresários brasileiros. Como a pesquisa foi realizada A pesquisa mundial foi realizada por meio de entrevistas com 485 executivos do setor de entretenimento e mídia da América do Norte, Brasil, Europa e Ásia-Pacífico, cujas empresas têm um faturamento mínimo de US\$ 1 milhão. O ritmo do crescimento econômico apareceu na pesquisa como fator influenciador. Nick George, Sócio de Entretenimento e Mídia da PwC e entrevistado na pesquisa afirma que "há uma forte correlação entre o crescimento do PIB e os gastos do consumidor com mídia e entretenimento. Logo, é natural que as maiores taxas de crescimento no setor de mídia ocorram em mercados de alto crescimento."

Sobre o Autor

Vascania, carioca e jornalista! Sonho em ver os meus textos fazendo sucesso e assim, ser reconhecida.

Source: <http://www.artigoopt.com>