



ABEMD

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE MARKETING DIRETO

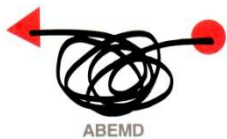
INDICADORES 2009 e 1º SEMESTRE 2010



**SIMONSEN
ASSOCIADOS**

**AGRADECEMOS AOS CORREIOS POR
VIABILIZAR ESTE ESTUDO**





**SIMONSEN
ASSOCIADOS**

APOIO TECNOLÓGICO





INDICE

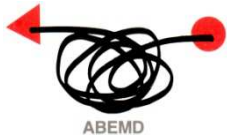
Objetivo

Metodologia

Indicadores ABEMD 2009

Crescimento Consolidado 1o Sem 2010

Conclusões



INDICE

Objetivo

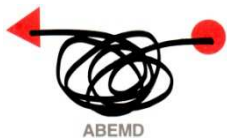


OBJETIVO

SIMONSEN
ASSOCIADOS

O objetivo deste estudo é desenvolver uma base de informação estratégica atualizada e corrente, sobre o setor de marketing direto, abrangendo todos os segmentos que o compõem.

O estudo do mercado de marketing direto envolve estimativa do tamanho do mercado, equivalente ao valor da receita de prestação de serviços dos seus diversos segmentos.



INDICE

Metodologia



ABEMD

METODOLOGIA

SIMONSEN
ASSOCIADOS

As informações apresentadas no presente trabalho resultam do tratamento analítico de dados e informações obtidas de fontes primárias e secundárias:

- **Fontes Primárias, representadas por entrevistas realizadas com empresas prestadoras de serviço de marketing direto, nos seus vários segmentos, empresas clientes, associações de classe e órgãos governamentais, buscando desenvolver a partir dessas informações conhecimento sobre o mercado de marketing direto.**
- **Fontes Secundárias estão representadas por elementos extraídos de publicações e relatórios de pesquisas específicas, em diversas fontes de dados além do Banco de Dados da SIMONSEN ASSOCIADOS.**



EMPRESAS CONSULTADAS:

SIMONSEN
ASSOCIADOS

ATUALIZAÇÃO: ESTUDO SOBRE 2009 e 2010

- Empresas do Setor
- Empresas Usuárias e Clientes
- Associações e Entidades
- **214 Total de Entrevistas**



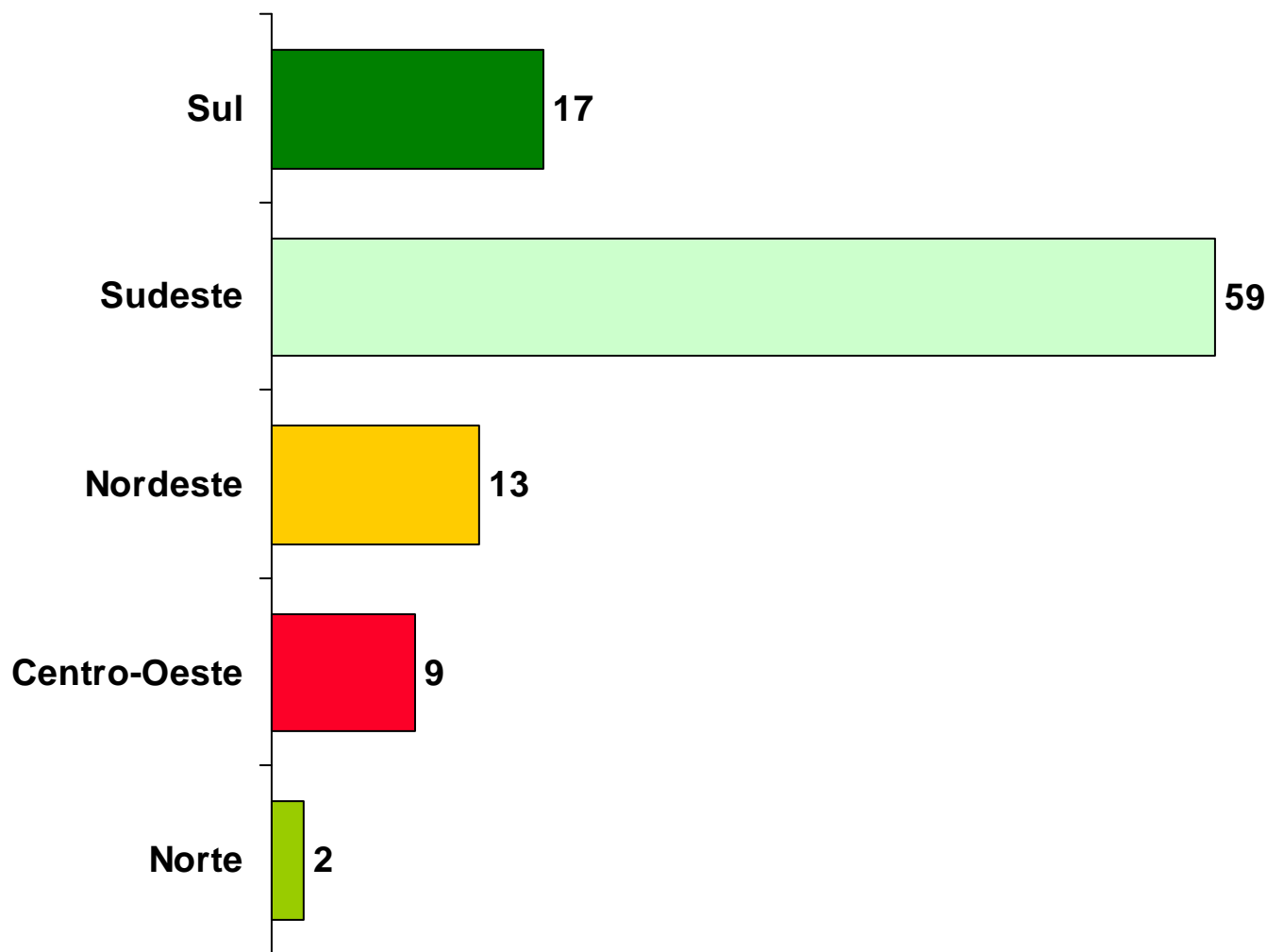
EMPRESAS CONSULTADAS: NÚMERO DE ENTREVISTAS

SIMONSEN
ASSOCIADOS

- ESTUDO 2009 = 214
- ESTUDO 2008 = 102
- ESTUDO 2007 = 125
- ESTUDO 2006 = 183



**DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DAS EMPRESAS CONSULTADAS
2009
% POR REGIÃO GEOGRÁFICA**





DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DO PIB ESTIMATIVA 2008 % POR REGIÃO GEOGRÁFICA

**SIMONSEN
ASSOCIADOS**



Fonte: Banco Central , IBGE

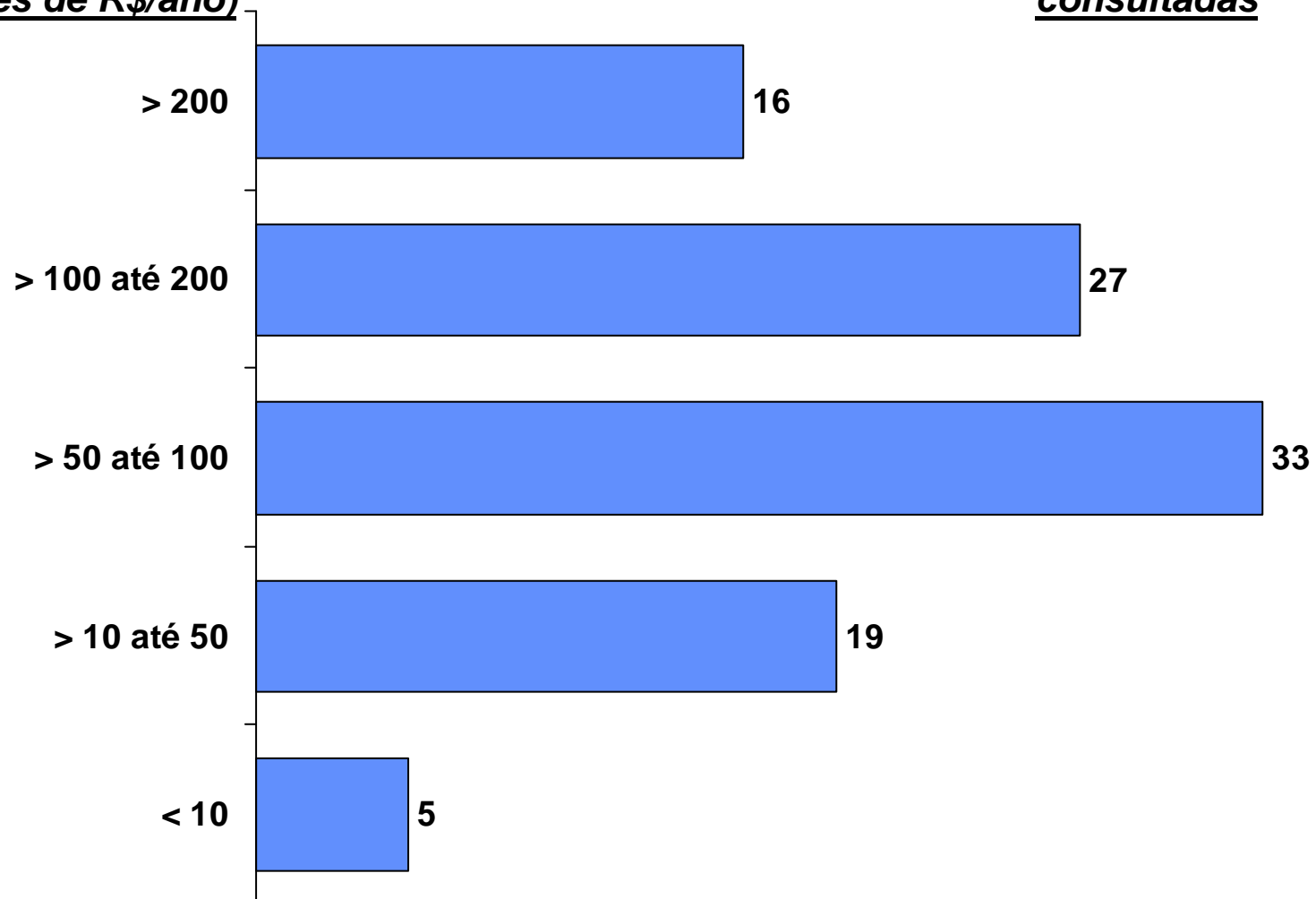


DISTRIBUIÇÃO DA AMOSTRA CONFORME TAMANHO DA OPERAÇÃO DA EMPRESA NO BRASIL

**SIMONSEN
ASSOCIADOS**

**Faturamento Anual
Bruto em 2009
(Milhões de R\$/ano)**

**% do número
de empresas
consultadas**





INDICE

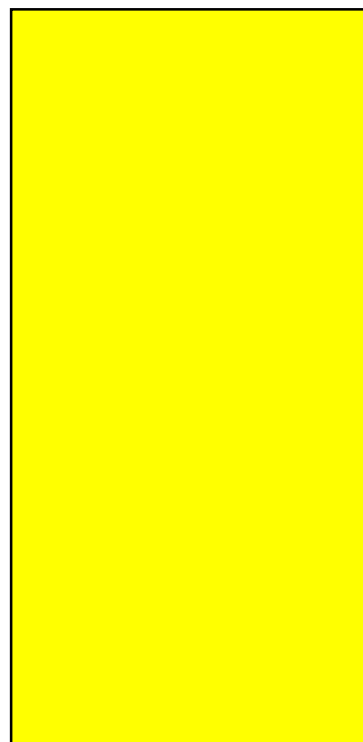
Indicadores ABEMD 2009

Crescimento 1o Semestre 2010



MERCADO BRASILEIRO DE MARKETING DIRETO ESTIMATIVA DO TAMANHO DO MERCADO (RECEITA)

R\$ 21,7 Bi



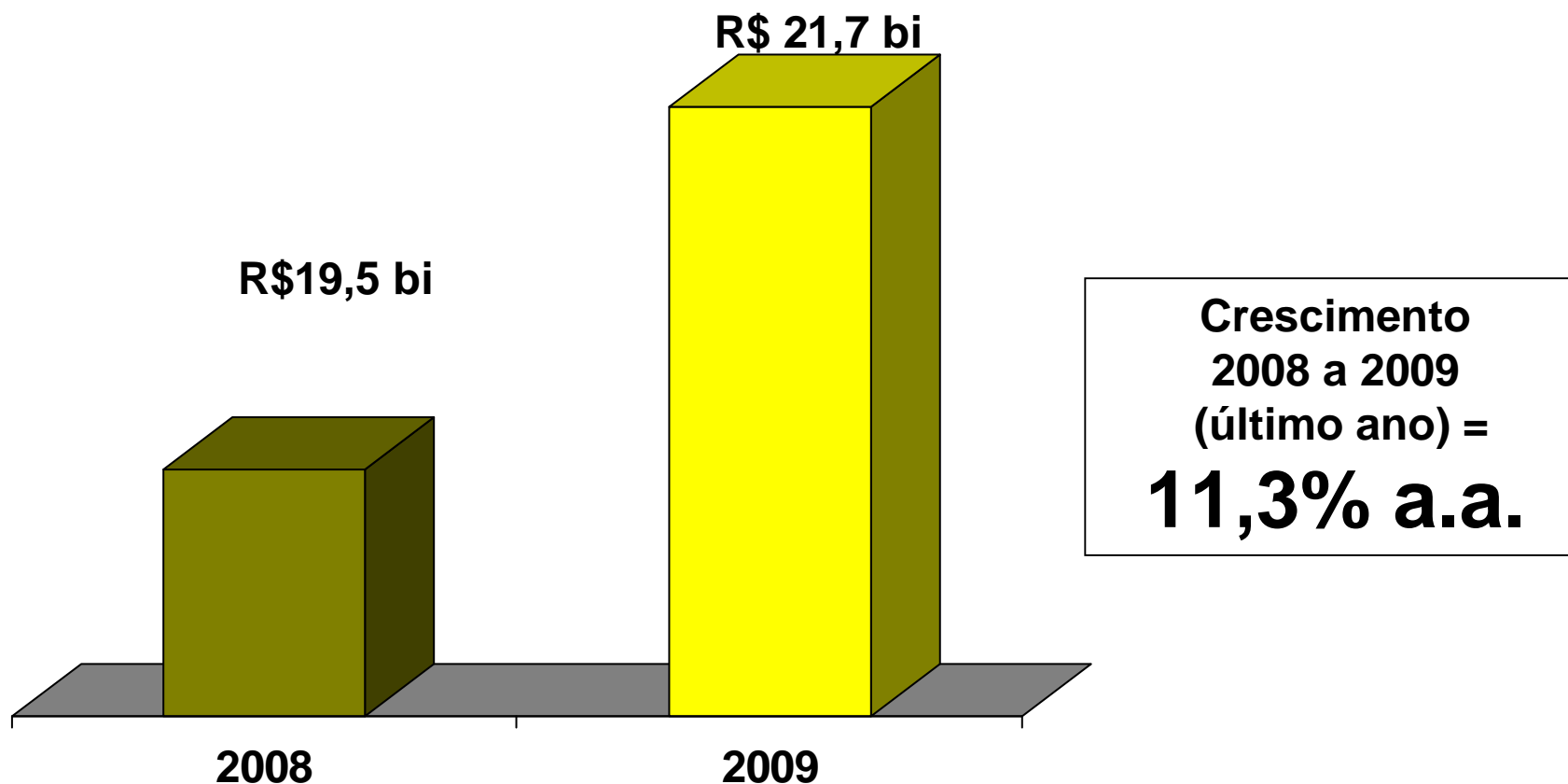
2009

Fonte: Simonsen Associados, empresas consultadas



MERCADO BRASILEIRO DE MARKETING DIRETO

TAXA DE CRESCIMENTO DO MERCADO NO ÚLTIMO ANO

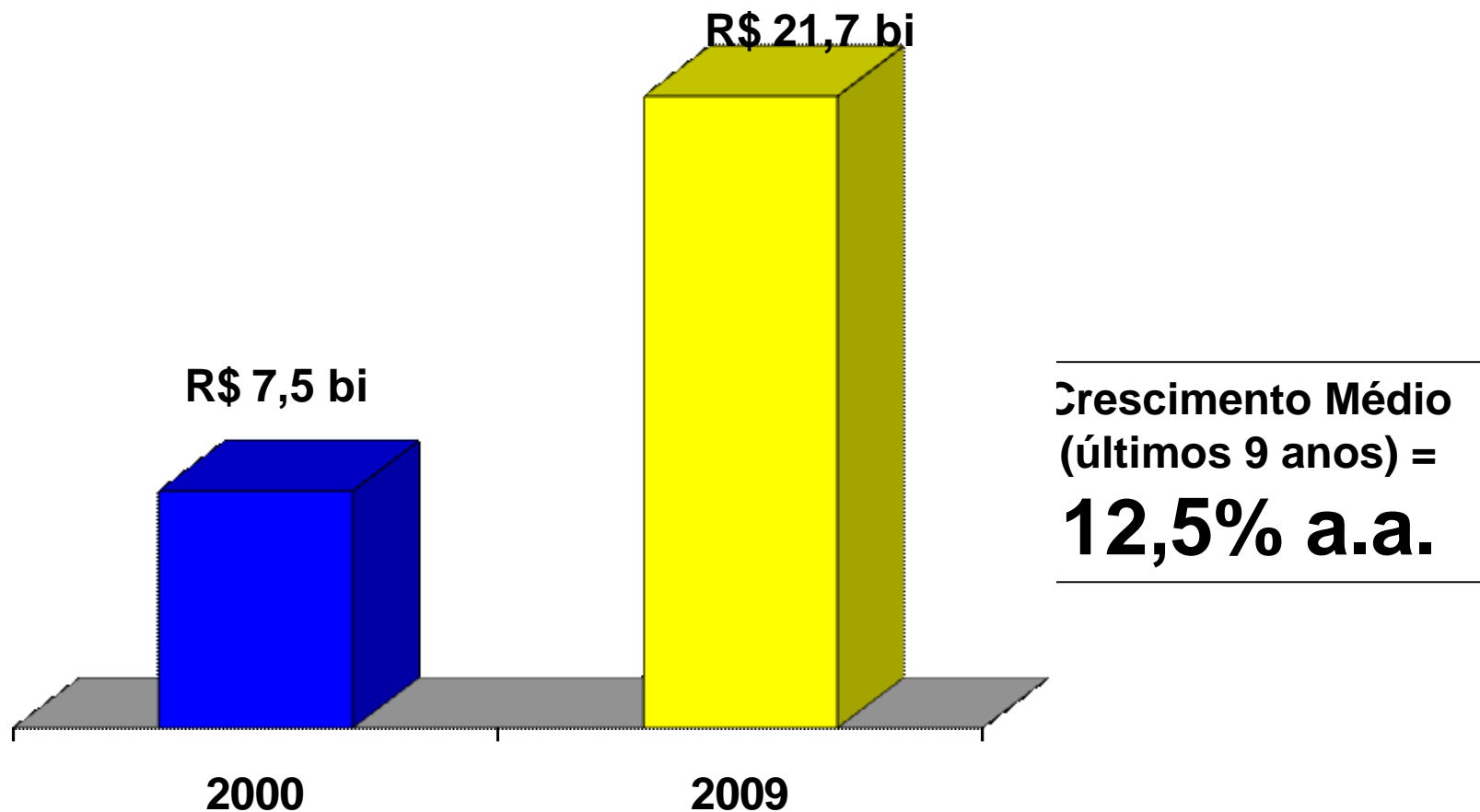


Fonte: Simonsen Associados, empresas consultadas



MERCADO BRASILEIRO DE MARKETING DIRETO

TAXA DE CRESCIMENTO DO MERCADO (ÚLTIMOS 9 ANOS)



Fonte: Simonsen Associados, empresas consultadas



MERCADO BRASILEIRO DE MARKETING DIRETO TAXA DE CRESCIMENTO DO MERCADO

Crescimento
2008 a 2009

(último ano) = **11,3% a.a.**

Crescimento
2000 a 2009

(últimos 9 anos) = **12,5% a.a.**

Crescimento
1o semestre de 2010 sobre 1o semestre de 2009

(último semestre) = **21,1% a.a.**

Crescimento Projetado na ótica das empresas
2010 a 2014

(próximos 5) = **16,4% a.a.**

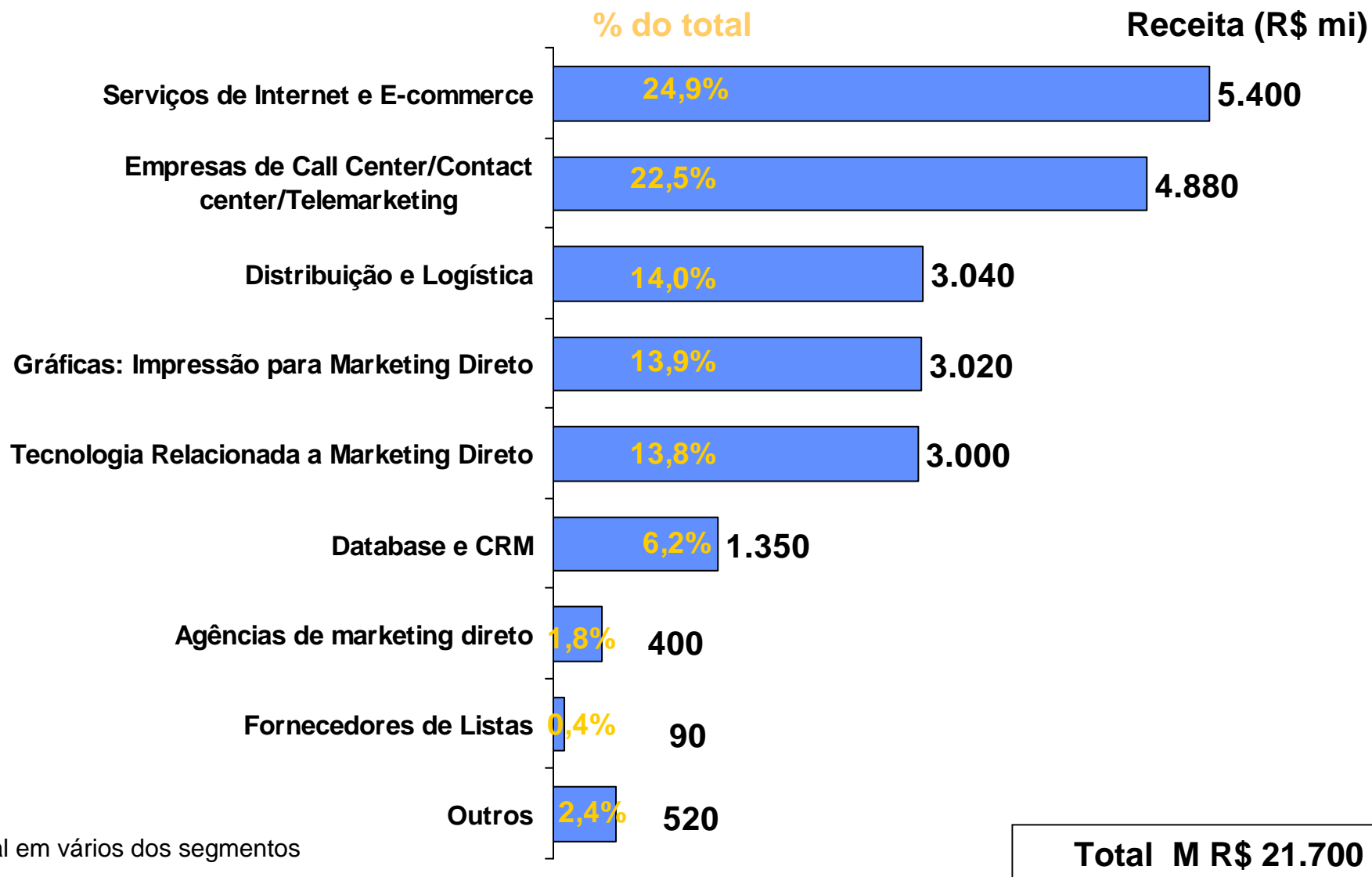


MERCADO BRASILEIRO DE MARKETING DIRETO

PARTICIPAÇÃO POR SEGMENTO NO MERCADO

RECEITA: ESTIMATIVA 2009*

**SIMONSEN
ASSOCIADOS**

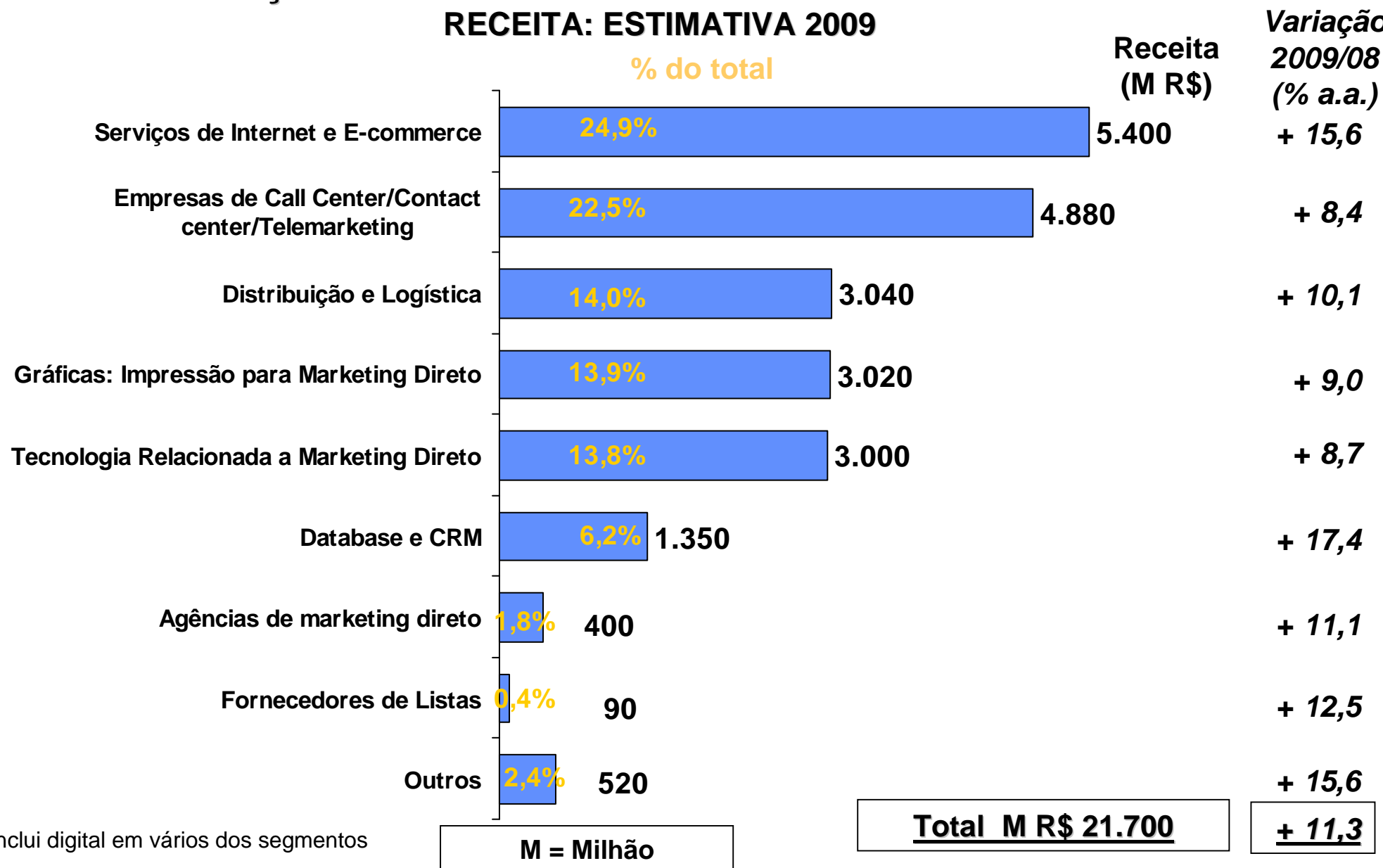


* Inclui digital em vários dos segmentos

Fonte: Simonsen Associados, empresas consultadas



**MERCADO BRASILEIRO DE MARKETING DIRETO
PARTICIPAÇÃO POR SEGMENTO NO MERCADO E CRESCIMENTO ANUAL
RECEITA: ESTIMATIVA 2009**



* Inclui digital em vários dos segmentos

Fonte: Simonsen Associados, empresas consultadas



COMPARAÇÃO DO TAMANHO DO MERCADO BRASILEIRO DE MARKETING DIRETO COM O PIB - 2009

PIB	MERCADO DE MARKETING DIRETO	PARTICIPAÇÃO
R\$ 3.143,0 bi	R\$ 21,7 bi	0,69 %

* Em 2008 PIB foi R\$ 3.004,9 bi e Marketing Direto R\$ 19,7 bi ou 0,66 % de participação

Fonte: IBGE



**MERCADO BRASILEIRO DE MARKETING DIRETO
PRINCIPAIS SEGMENTOS USUÁRIOS: ESTUDO SOBRE 2009
(% DO VALOR)**



* inclui vários segmentos, sendo os principais construbusiness e educacional

Fonte: Simonsen Associados, empresas consultadas

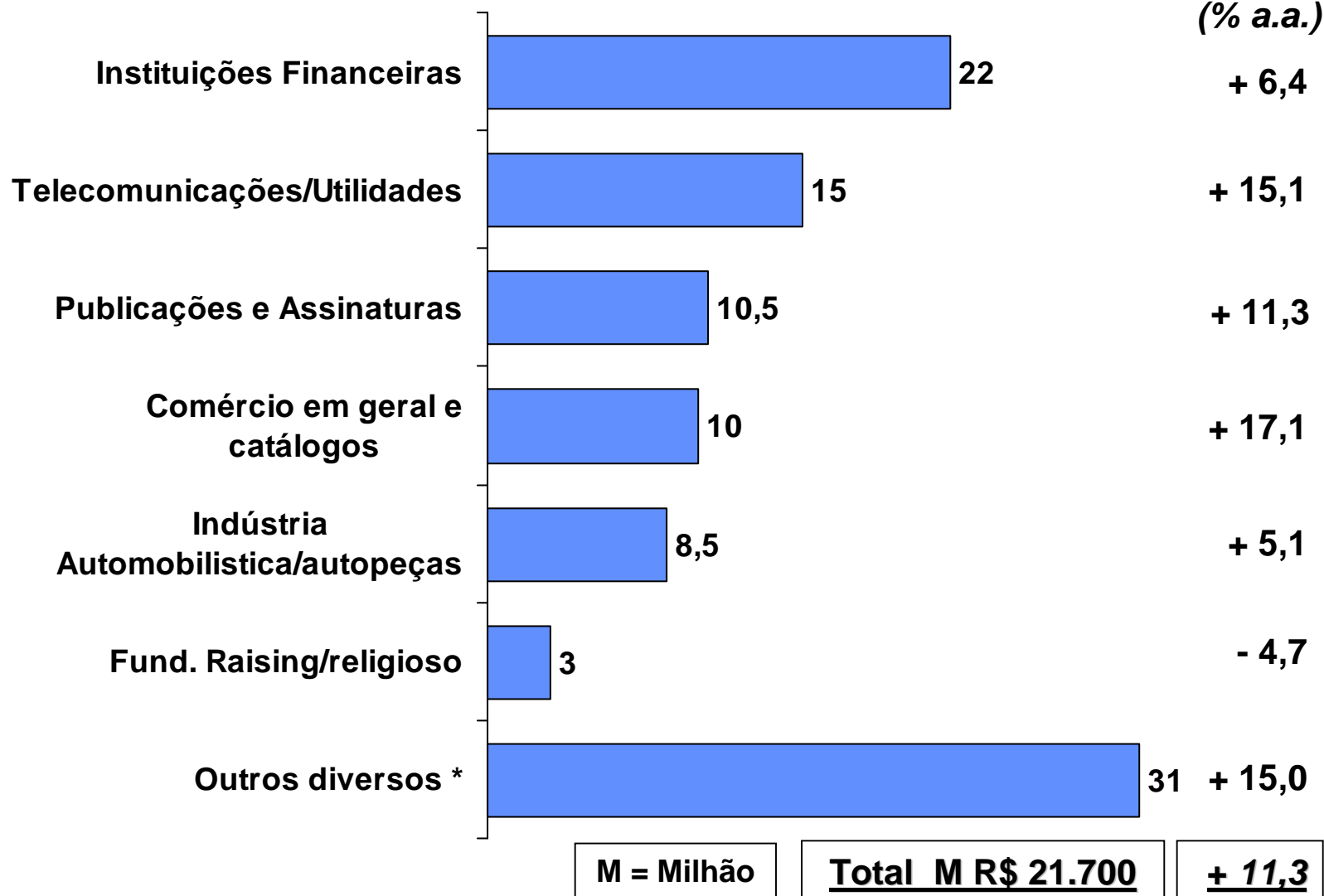


MERCADO BRASILEIRO DE MARKETING DIRETO

PRINCIPAIS SEGMENTOS USUÁRIOS: ESTUDO SOBRE 2009 (% DO VALOR)

**SIMONSEN
ASSOCIADOS**

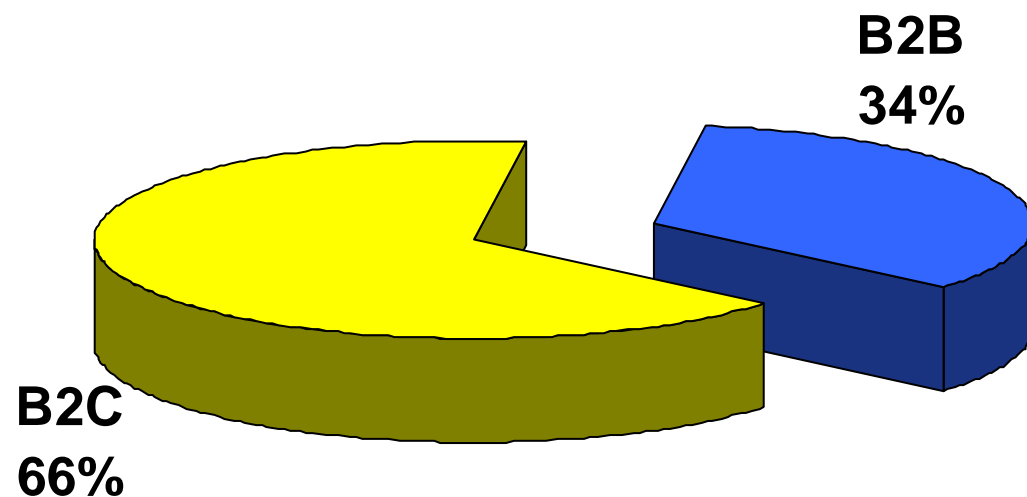
**Variação
2009/08
(% a.a.)**



* inclui vários segmentos, sendo os principais construbusiness e educacional



**MERCADO BRASILEIRO DE MARKETING DIRETO
PARTICIPAÇÃO NA RECEITA POR TIPO DE OPERAÇÃO
ESTUDO SOBRE 2009**



Total = G R\$ 21,6

Fonte: Simonsen Associados, empresas consultadas

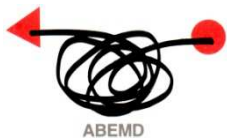


MERCADO BRASILEIRO DE MARKETING DIRETO ESTIMATIVA DO NÚMERO DE EMPREGOS 2009

Total 1.225 Mil Empregos Diretos

Crescimento de 8,4% a.a. em 2009

Fonte: Simonsen Associados, empresas consultadas



INDICE

Conclusão



ABEMD

CONCLUSÃO

SIMONSEN
ASSOCIADOS

- O mercado de prestação de serviços de Marketing Direto é estimado em G R\$ 21,7 por ano em 2009.
- O crescimento médio da receita nos últimos oito anos atinge taxa de 12,5% a.a., mostrando o desenvolvimento dos diferentes segmentos componentes do setor.
- O crescimento do último ano, comparando 2009 em relação a 2008, atinge 11,3% a.a. Já o crescimento obtido no primeiro semestre de 2010 chegou a 21,1% sobre o primeiro semestre de 2009.
- O total de empregos no setor é estimado em 1225 mil postos de trabalho, com crescimento de 8,4% em 2009.



**SIMONSEN
ASSOCIADOS**

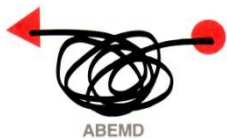
WWW.ABEMD.ORG.BR

WWW.SIMONSEN.COM.BR



AGRADECEMOS AOS CORREIOS POR VIABILIZAR ESTE ESTUDO





**SIMONSEN
ASSOCIADOS**

APOIO TECNOLÓGICO

