

TELEFONIA MÓVEL Brasil detém 2,6% do mercado de navegação via celular, sem contar e-mail

Internet móvel pode triplicar este ano

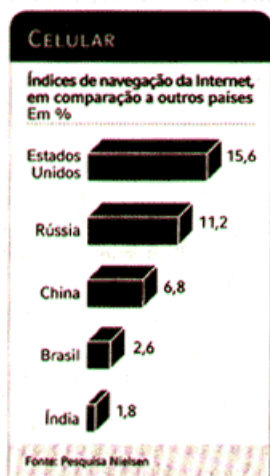
Empresas como Hands, AgênciaClick e Wapja.net vêm consolidação do acesso móvel à Internet no Brasil, principalmente com a chegada do iPhone

SÃO PAULO

O mercado de Internet móvel tende a se concretizar no País com a chegada do iPhone, e a consolidação dessa cultura é apenas uma questão de tempo, com a chegada da tecnologia 3G e dos aparelhos cada vez mais habilitados a amplas possibilidades de navegação, que podem transformar o equipamento em diversas ferramentas, negócio que vem sendo mais explorado no Brasil.

Isso porque o índice de navegação no País ainda é baixo, pois, ao ser comparado a mercados mais maduros, o Brasil atinge participação de 2,6%, o que o deixa ainda mais atrás dos Estados Unidos, com 15,6%. Dos países do BRIC, o Brasil se destaca apenas da Índia, que tem 1,8%. Já a China tem 6,8% e a Rússia se aproxima de países desenvolvidos, com 11,2% de pessoas navegando pelo celular.

A mobilidade oferecida pelas ações via celular aproximam o diálogo com o cliente, já que é possível saber onde ele está e o contexto da informação que ele necessita naquele momento. "As taxas de conversão do impulso de uma pessoa diante de uma informação por meio da Internet móvel é três a quatro vezes maior do que na Internet convencional", afirma José Geraldo Magalhães, diretor de Tecnologia da Wapja.net, empresa especializada no desenvolvimento de *mobile sites* e ações de *mobile marketing* para



empresas de diversos segmentos.

O executivo explica que esse fator deve-se à personalização da informação que a Internet móvel proporciona: "É possível saber onde a pessoa está e, assim, disponibilizar uma informação que tenha relação com o contexto em que ela se encontra", completa. Ainda de acordo com a Wapja.net, os serviços que mais geram tráfego no WAP são os *downloads* em *mobile sites* de *ringtones*, *games*, *vídeos*, *wallpapers* e *screen-savers*. Por exemplo, no *mobile site* Medalha Azul, metade do tráfego foi gerado por *downloads*. O uso do SMS representa cerca de 2/3 da comunicação C2C (*consumer to consumer*) e 1/3 é relacionado a *downloads* (*ringtones*, *games*, *vídeos*, *wallpapers*, *screen-savers*). Os *downloads* de conteúdos no Brasil envolvem, geralmente, SMS e MMS.

A Wapja.net criou, em novembro de 2007, o *wapja.mobi*, o primeiro *site* desenvolvido especialmente para telefonia móvel de acesso gratuito do Brasil. O portal pode ser acessado de qualquer aparelho, de qualquer operadora,

→ PERSONALIZAÇÃO

«É possível saber onde a pessoa está e, assim, disponibilizar uma informação que tenha relação com o contexto em que ela se encontra»

JOSÉ GERALDO MAGALHÃES
DIRETOR DA WAPJA.NET

em qualquer lugar do mundo e sem a necessidade de *download* de aplicativo ou cadastro prévio.

O sucesso dos *mobile sites* brasileiros fez com que seis deles fossem selecionados para participar da primeira edição do prêmio I Love Mobile Web, realizado no último dia 24, durante o Mobile Web Europe 2008. Os *sites* medalha azul.mobi, da Samsung, e o urubu.mobi, venceram em terceiro lugar nas categorias "Entertainment" e "Commerce & Retail", respectivamente.

Concorrência

A AgênciaClick já vinha pesquisando, há dois anos, a ferramenta *mobile marketing* quando fez o comercial para lançamento do Fiat Idea Adventure. Para a ação, foram convidadas algumas pessoas para assistir a vários comerciais do carro em uma sessão de cinema. Os convidados não desligaram o celular ao entrar na sala e votaram, via SMS, para o melhor comercial. A ação teve como objetivo testar a linguagem do celular integrada à outra mídia.

Em 2007, a AgênciaClick escolheu a Internet móvel como primeira ferramenta para lançar a campanha do Fiat Punto no Brasil. Abel Reis, presidente da AgênciaClick, explica o motivo: "O Punto é um carro com conteúdo tecnológico forte. Tem um *software* que lê mensagens SMS,

além de entrada para MP3 e iPod", explica Reis. Fica claro que o carro tem tudo a ver com tecnologia e sua ação de *marketing* não poderia ser diferente. Para a campanha, foi criado um *mobile site* exclusivo, com ações que convidavam o público a visitar o site. Em um mês de campanha, foram 200 mil visitas ao site. "Considerando que estamos construindo um veículo de mídia, o celular, foi um número que surpreendeu."

A Hands, rede de Mobile Advertising para iPhone+ (canais de sites similares do iPhone) do Brasil, que atua há 10 anos na comercialização de *mobile advertising*, dobrou seu faturamento em 2007 e tem a expectativa de triplicar este ano. "Para 2009, a empresa pretende manter 4 milhões de usuários trafegando nos *sites* móveis parceiros da Hands, considerando que as operadoras estão usando nosso Hands Mobile Ad Network não só para o iPhone, mas para outros aparelhos similares que serão lançados por grandes *players* como Nokia e Samsung", afirma Cesar S. Cesar, diretor de Marketing e Estratégias da Hands.

Mas, ainda assim, o Brasil é um dos lanternas em utilização de Internet móvel, de acordo com estudo sobre o perfil médio do uso do celular no Brasil, realizada pela Nielsen. A pesquisa aponta de que, das ferramentas usadas pelos brasileiros que acessam a Internet pelo celular, o e-mail é o mais utilizado (57%); depois, música (27%) e entretenimento (25%). Notícias e filmes aparecem empatados, com 12%.

ERIKA SENA

Já publicamos 5.904 reportagens sobre

TELECOM

Para mais informações sobre esse tema, seu nosso buscador nos sites:
www.dci.com.br
www.panoramabrasil.com.br

Lecom e Neobiz se unem para explorar a web

A Lecom, especializada em comunicação digital com o desenvolvimento e implantação de soluções que utilizam a *web* como plataforma, e a Neobiz, empresa de Internet do interior de São Paulo especializada em desenvolvimento de *sites*, portais, sistemas e consultoria, anunciam que irão unir suas operações e passar a ser uma única empresa com foco em TI e comunicação digital.

O acordo foi fechado no início deste mês e os sócios da Neobiz passam a ser acionistas da Lecom. Somadas, as empresas passam a ter 500 clientes e 100 funcionários, que passarão a atuar juntamente no desenvolvimento de tecnologia, atendimento, produtos, serviços e gestão.

Segundo comunicado divulgado pela diretoria executiva das duas empresas, a fusão visa ampliar nacionalmente a competitividade de ambas. "A consolidação é um movimento necessário para crescer e aumentar a participação no mercado", ressaltou João Cruz, diretor-presidente da Lecom.

O acordo prevê o aproveitamento da base das empresas para conquistar novos projetos, chegando a 2010 com um faturamento em torno de R\$ 10 milhões. "Tínhamos um plano de crescimento de 30% para 2008. Com o processo de fusão, a projeção de crescimento é de cerca de 50%", destacou Cruz.

Segundo as duas empresas, o período de adaptação das empresas ocorrerá nos próximos quatro meses e se dará de forma gradativa.