

Bonanza latina atrae lujo

La bonanza económica de América Latina y su gran potencial para el fortalecimiento de los medios de comunicación, en especial los digitales, impulsa el mercado de lujo en la región, dijeron expertos en el Festival of Media LatAm 2011.

Las compañías de "bienes de consumidores mundiales" están penetrando la región de manera agresiva atraídas por una economía estable que ha generado un crecimiento de la clase media y alta, de acuerdo con especialistas que participaron en el evento, que concluyó el viernes luego de dos días de realización.

A ello se suma el creciente uso de las nuevas plataformas digitales y de los teléfonos móviles para conectarse a Internet.

Estos factores, en gran medida, han espolado el crecimiento "extraordinario" del mercado de lujo en Latinoamérica, sobre todo en Brasil.

El escenario del gigante suramericano para ese mercado está "entre los más promisorios del mundo" al registrar un aumento de 129% entre 2006 y 2010, según datos de la empresa Multimedia Inc., incluidos en el informe "El tiempo de invertir en Brasil es ahora".

La proyección para este año es de un 33% de incremento.

En el estudio, divulgado en el evento, se señala que en los últimos años marcas de prestigio llegaron a Brasil atraídas por ese crecimiento.

Se prevé, incluso, que ese mercado pueda seguir en alza, según un estudio de la Fundación Getúlio Vargas que señala que la reducción de las clases sociales D y E y la expansión de las clases media y alta continuará por los próximos años.

En el foro "Lujo latino: surgimiento de un nuevo consumidor", se indicó que las empresas de "bienes de consumidores mundiales" también están en la región para compensar el lento crecimiento en los mercados más maduros de Europa.

Otro de los asuntos analizados fue cómo las marcas de lujo diseñan sus estrategias de comercialización en la región con el uso cada vez más creciente de los medios digitales para captar a los consumidores.

Durante la última jornada del evento se promovió también la innovación y el talento en la industria de los medios con la presentación de proyectos digitales de Latinoamérica.

La iniciativa fue de IMS Internet Media Services, empresa de comercialización digital en la región, que organizó por primera vez el concurso Media Accelerator Program (MAP).

MAP es un concurso que conecta a las empresas que están en su primera etapa de desarrollo con la comunidad de medios y comercialización a través del Festival of Media LatAm.

Los siete finalistas son HUNT Mobile Ads, Vurbia Technologies International, Kontextua, Frenys, vFound, Redemobi y KidBox y una de ellas recibirá el premio Festival of Media Latam Hot Company of The Year.

Al Festival of Media LatAm 2011 asistieron 640 personas de la industria de los medios de comunicación, de agencias de publicidad, creativos, directivos de empresas de Internet y de compañías especializadas en medir los mercados digitales.

Miami
EFE