

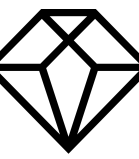


5 previsões sobre o mercado mobile

PARA 2023

Comece já seu planejamento estratégico para 2023 .

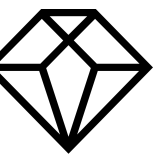




Aviso legal

A data.ai é uma provedora de serviços de estimativas do mercado de dispositivos móveis. A data.ai não está registrada sob qualquer competência de consultoria em investimentos em nenhuma jurisdição ao redor do globo, não oferecendo nenhuma consultoria jurídica, financeira, de investimento ou de negócios. Nada contido nesta divulgação, ou em quaisquer produtos, serviços ou outras propostas da data.ai, deve ser interpretado como uma oferta, recomendação ou solicitação para comprar ou vender qualquer título ou investimento, ou para tomar decisões de investimento. Qualquer referência a desempenho passado ou potencial não é e não deve ser interpretada como uma recomendação ou como garantia de qualquer resultado específico. Você deve sempre consultar seus próprios consultores profissionais jurídicos, financeiros, de investimento e de negócios.

O conteúdo aqui fornecido compreende as análises da data.ai sobre vários aplicativos móveis, que incluem e/ou podem ser baseadas nas estimativas de mercado móvel exclusivas da data.ai (em vez de em estatísticas oficiais). Ao fornecer as informações aqui contidas, a data.ai não faz quaisquer declarações ou garantias, e não assume nenhuma obrigação jurídica ou contratual; quaisquer obrigações dessa natureza devem ser apresentadas em um formulário de ordem escrita para os serviços data.ai a ser validado tanto pela data.ai quanto por um signatário autorizado por você. Nenhuma responsabilidade deve ser atribuída à data.ai como resultado do fornecimento desta informação a você.



Previsões da data.ai para 2023

Previsões sobre o mercado mobile global

1

Gastos com anúncios mobile devem atingir US\$ 362 bilhões em 2023, conforme o setor conquista quotas maiores de despesas em anúncios.

2

Gastos de consumidores em jogos deve cair para US\$ 107 bilhões em 2023.

3

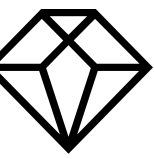
14 aplicativos e jogos novos atingirão o clube de US\$ 2 bilhões em gastos de consumidores.

4

Setores baseados em experiências devem crescer em 2023.

5

20 anos de lojas de aplicativos: tempo gasto deve ultrapassar **os 6 trilhões de horas**



data.ai

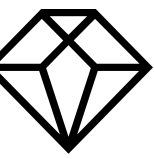
Junte-se às principais marcas que confiam em data.ai para expandirem seus negócios

Com nosso conjunto de ferramentas para crescimento mobile, nós oferecemos maior visibilidade em um mercado concorrido a fim de permitir encontrar aberturas de crescimento e oportunidade utilizando: dimensionamento de mercado, top charts, inteligência competitiva e muito mais.

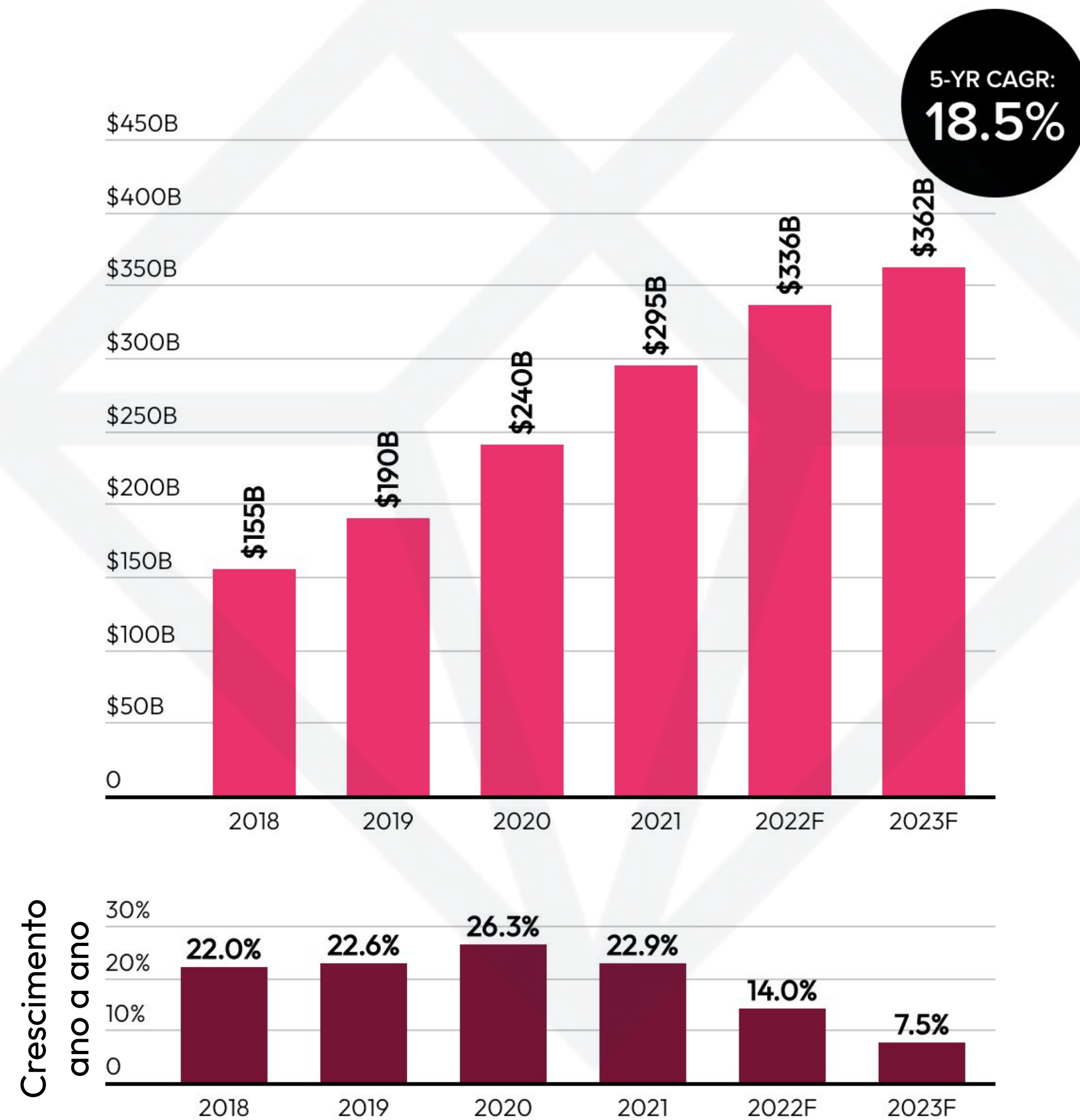


Comece já seu planejamento estratégico para 2023:

5 previsões sobre o mercado mobile para 2023



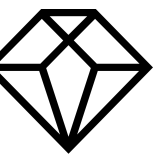
Gastos globais com anúncios em dispositivos móveis



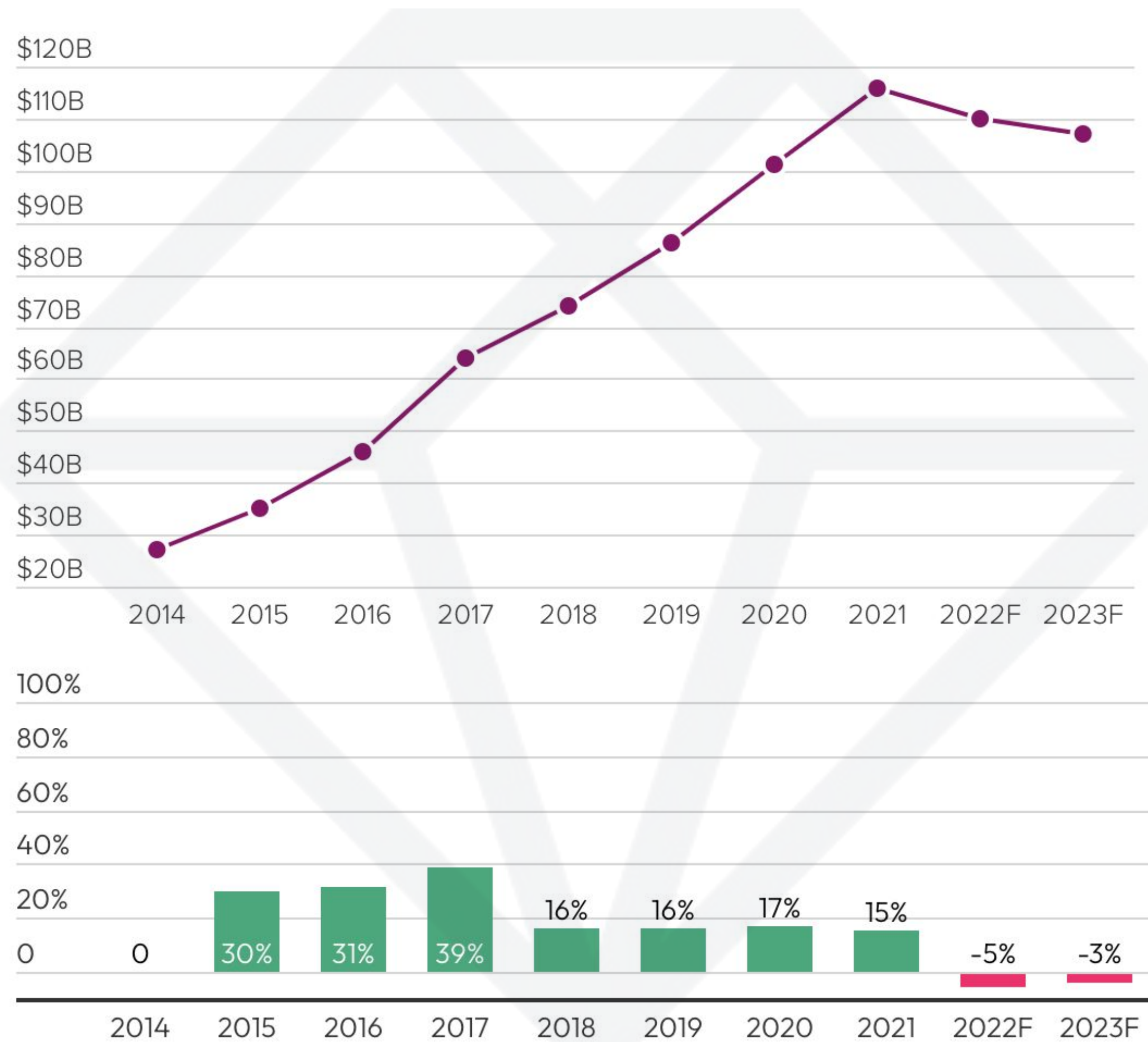
1 Previsões sobre o mercado mobile global

Em 2023, gastos globais com anúncios no setor mobile alcançarão US\$ 362 bilhões

- O setor mobile assumirá uma quota maior das despesas com anúncios, já que mais tempo do que nunca é gasto em aplicativos, com o número total de horas despendidas devendo ultrapassar 4 trilhões apenas em smartphones Android em 2022. No entanto, o crescimento de gastos com anúncios deverá desacelerar frente a adversidades econômicas.
- As eleições de meio de mandato nos EUA e eventos desportivos de grande porte — as Olimpíadas de Inverno de Pequim e a Copa do Mundo da FIFA — devem manter a alta nos gastos em 2022.
- Apesar das adversidades enfrentadas por sites de redes sociais, espera-se que aplicativos de vídeos curtos impulsionem os gastos com anúncios.
- Gastos em publicidade de marcas ajudarão a estimular os efeitos da queda nos gastos em marketing de desempenho frente a orçamentos de marketing reduzidos.



Gastos de consumidores em jogos mobile



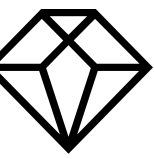
Fonte: data.ai Intelligence Obs.: iOS, Google Play e lojas de terceiros para Android na China; gastos são brutos — incluindo qualquer porcentagem coletada pelas lojas de aplicativos

2

Previsões sobre o mercado mobile global

Adversidades econômicas e regulamentações sobre privacidade devem atenuar os gastos com jogos mobile em 2022 e 2023

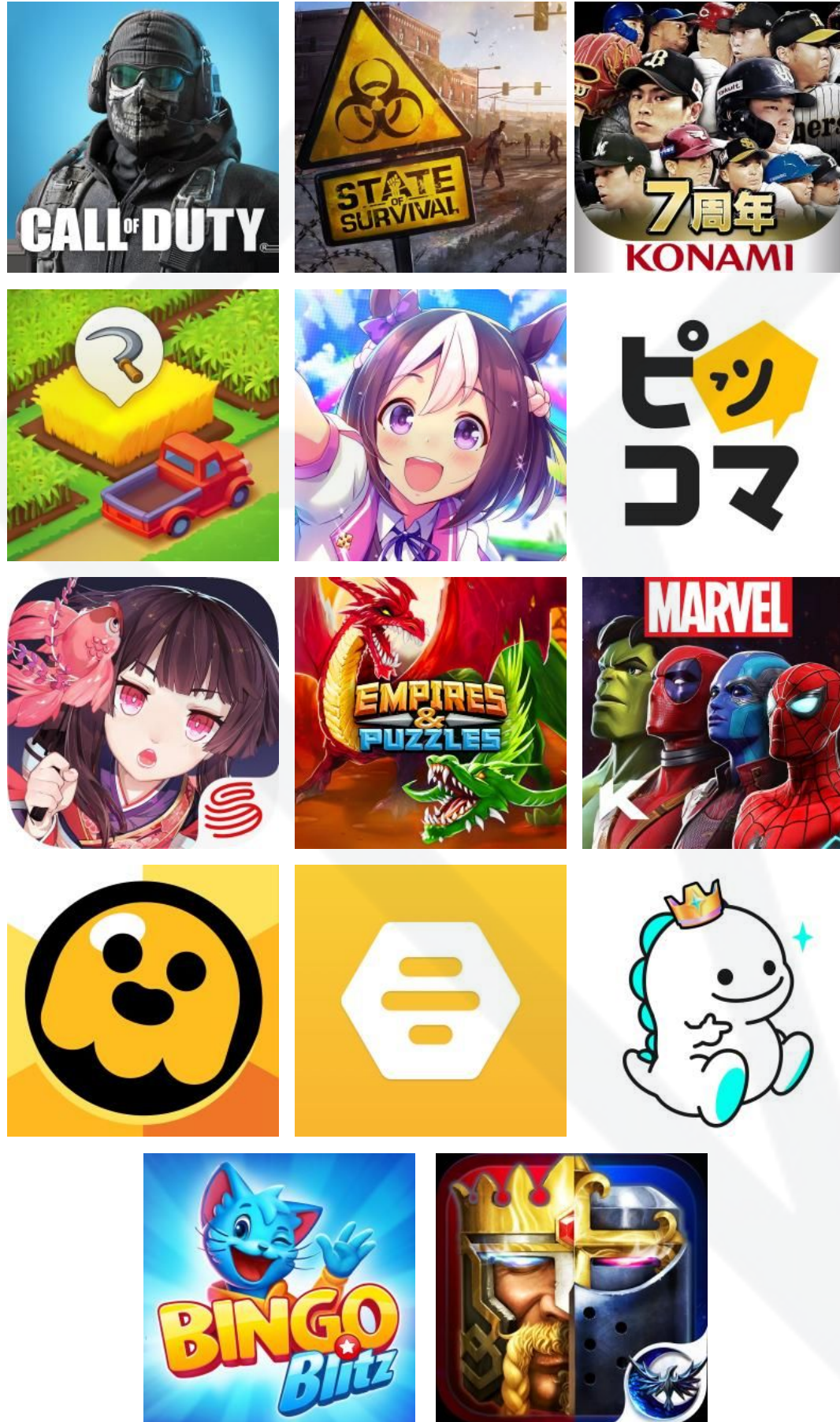
- Gastos de consumidores com jogos mobile devem cair 5% em 2022 (para US\$ 110 bilhões), com a perda de consumidores devido ao enfraquecimento econômico.
- Na previsão para 2023, gastos devem cair 3% ano após ano (para US\$ 107 bilhões).
- Gastos em jogos têm se mantido [resistentes historicamente](#), mesmo durante baixas econômicas. No entanto, o IDFA, as próximas mudanças de privacidade do Google e medidas severas contra *fingerprinting* devem impactar a aquisição de usuários (UA) em 2023, tornando mais difícil visar usuários "baleias" e portanto dificultando a monetização por meio de compras no aplicativo.



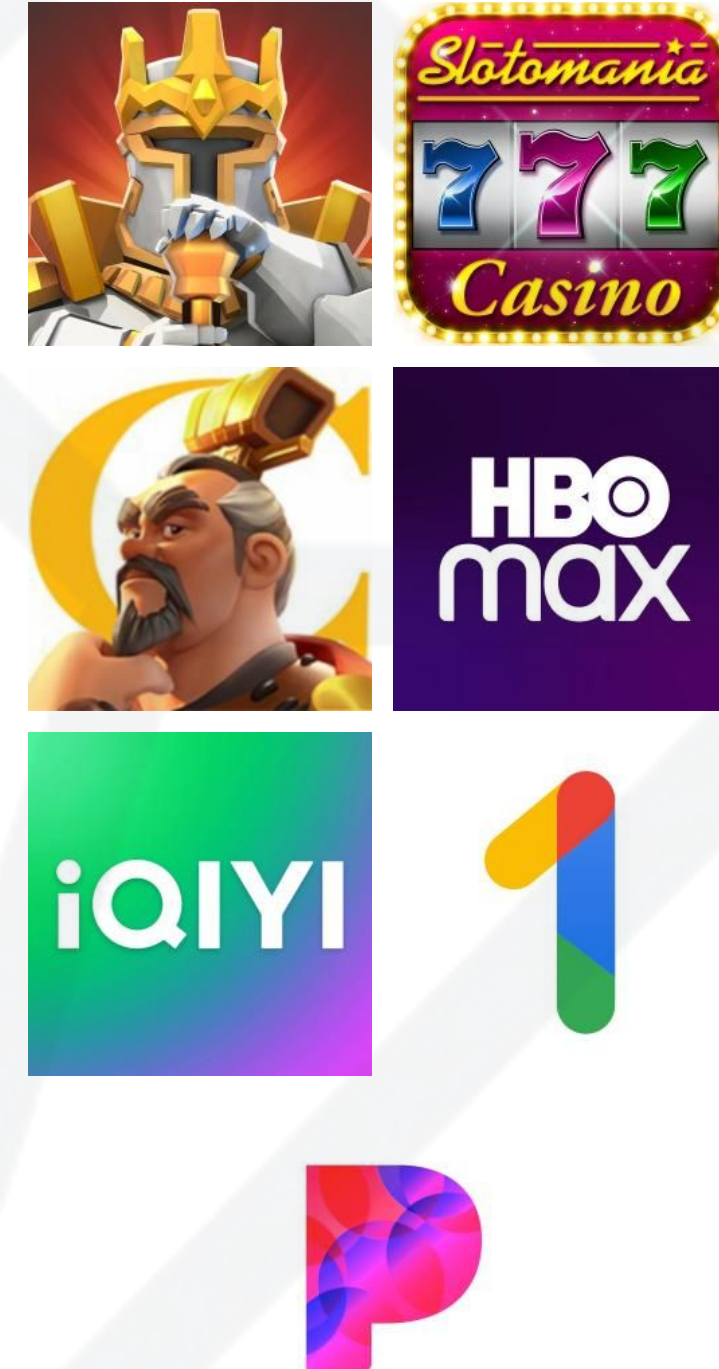
Expansão do Clube de US\$ 2 bilhões em gastos de consumidores em 2023

Gastos de consumidores durante vida útil | iOS e Google Play combinados

US\$ 2 bilhões em gastos de consumidores durante vida útil



US\$ 3 bilhões em gastos de consumidores durante vida útil

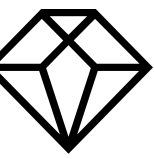


3 Previsões sobre o mercado mobile global

Mais 14 títulos se unirão ao cobiçado clube de aplicativos de US\$ 2 bilhões em 2023

- 12 dos 14 títulos que devem ultrapassar os US\$ 2 bilhões em gastos de consumidores nas lojas de aplicativos são de jogos.
- [Uma Musume Pretty Derby](#) deverá se tornar um dos jogos mobile a atingir mais rapidamente a marca de US\$ 2 bilhões — apenas dois anos após seu lançamento. Os gastos são impulsionados sobretudo pelo mercado do Japão. Segundo dados de novembro de 2022, o título só está disponível em cinco mercados: Japão, Coreia do Sul, Taiwan, Hong Kong e Macau.
- Em 2023, 7 aplicativos e jogos se unirão ao clube de aplicativos de US\$ 3 bilhões.
- [HBO Max](#) e [iQIYI](#) se unirão a [Disney+](#), [Netflix](#), [Youtube](#) e [TikTok](#) no clube de US\$ 3 bilhões em gastos de consumidores em aplicativos de streaming de vídeo e vídeos curtos. Mais do que nunca, os consumidores estão recorrendo a conteúdo de vídeo em seus smartphones para obter entretenimento.

Fonte: data.ai Intelligence Obs.: iOS e Google Play combinados; apenas iOS na China; aplicativos e jogos com ao menos US\$ 2 bilhões em gastos de consumidores durante sua vida útil, conforme dados de 17/11/2022. Call of Duty: Mobile, State of Survival, Township e Uma Musume Pretty Derby devem atingir US\$ 2 bilhões em downloads antes do fim de 2022



4 Previsões sobre o mercado mobile global

Em 2023, o dinheiro migrará do varejo para experiências: viagens, eventos, esportes e meditação

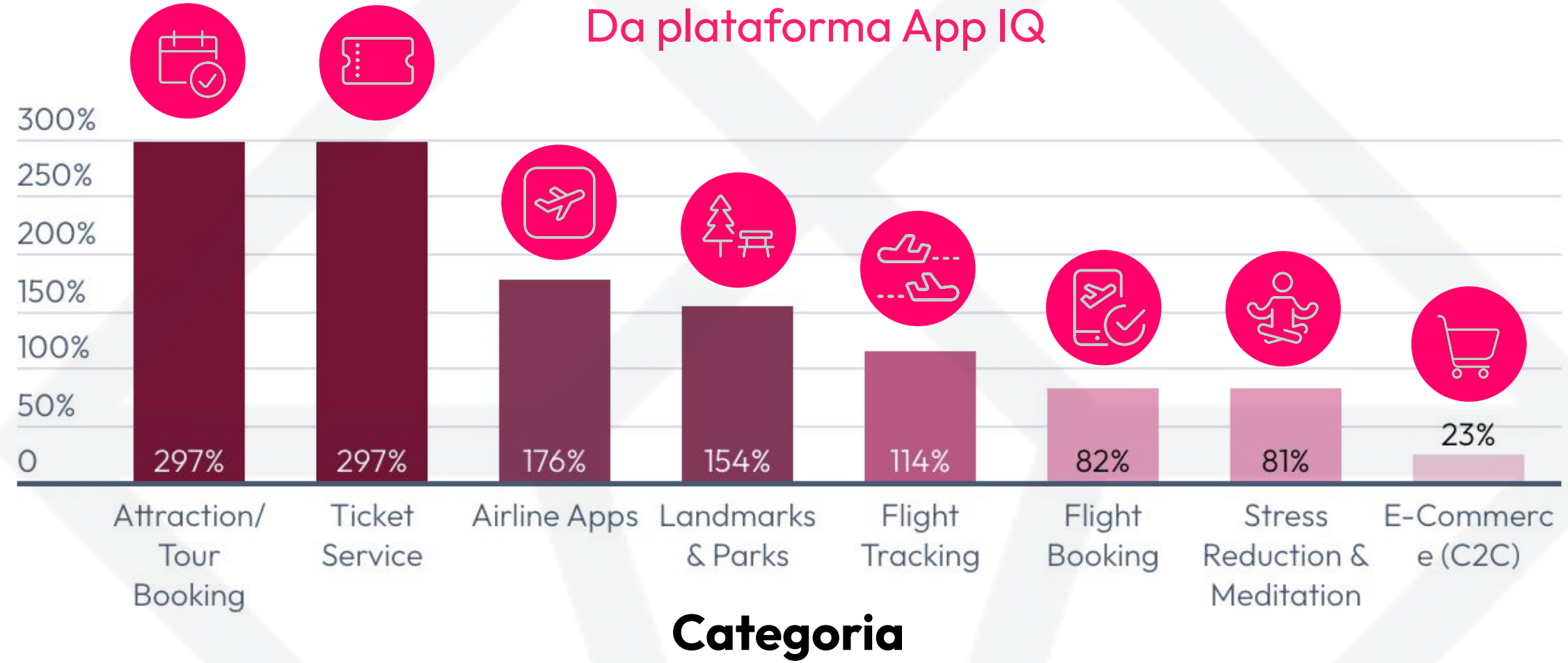
- As compras online atingiram uma [alta histórica](#) na Black Friday de 2022 — representando cerca de 50% de todas as vendas entre os 100 principais varejistas de internet nos EUA. Shopify [anunciou](#) que o setor móvel representou 73% das vendas globais para comerciantes menores e marcas DTC (direto ao consumidor).
- Com o comércio móvel preparando o caminho, os consumidores deverão transferir sua quota de despesas de mercadorias para bens de consumo e experiências, conforme sua renda excedente sofre uma redução em meio a demissões e um aumento no custo de vida.
- **Viagens** continuarão a liderar a quota de despesas na normalização "pós-covid". **Eventos ao vivo** como concertos e shows terão prioridade sobre itens consumidos dentro de casa. **Esportes ao vivo** atrairão público — tanto de forma presencial quanto através das telas.
- O uso de aplicativos de **meditação** deve crescer em 2023: os consumidores darão prioridade a uma experiência de paz e redução de nervosismo em meio à economia estressante.

Categorias que devem crescer em 2023

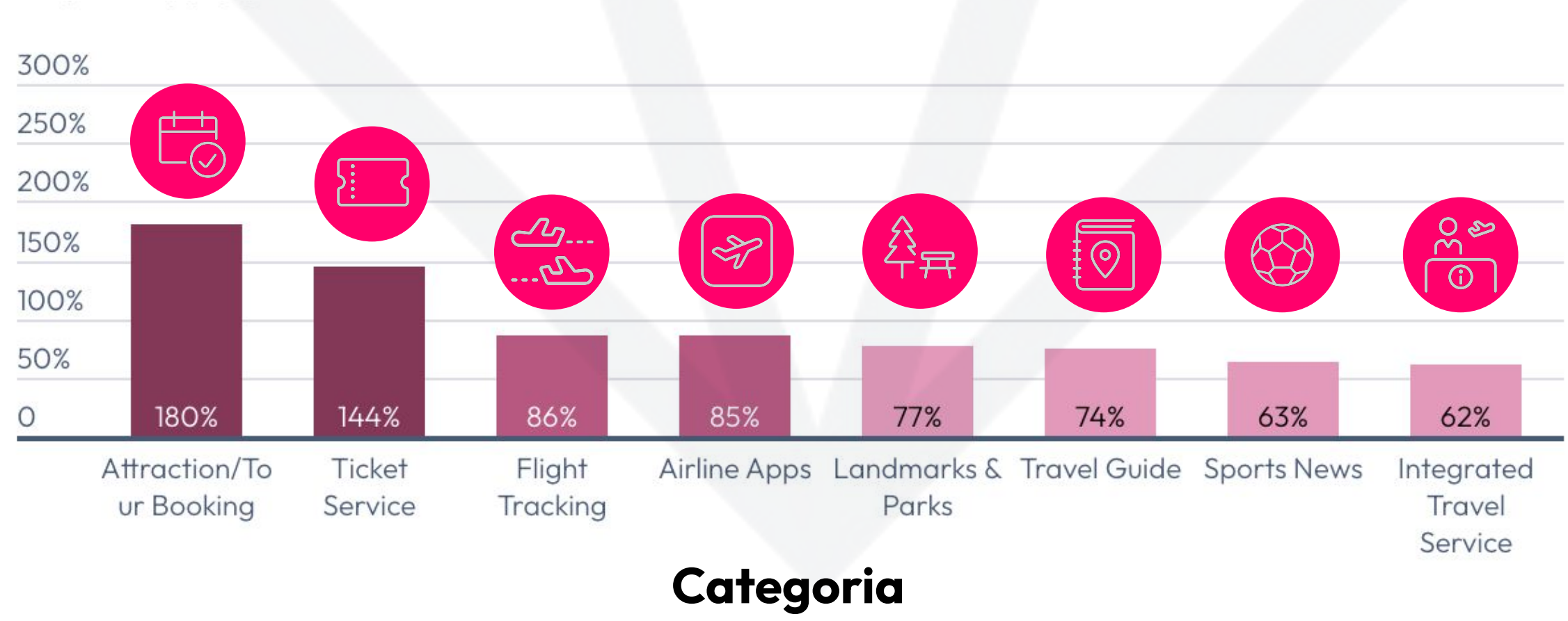
Com base em crescimento ano após ano entre jan.–set. de 2022, mundialmente

Da plataforma App IQ

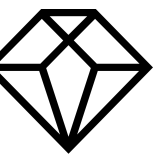
Envolvimento: horas



Demanda: downloads

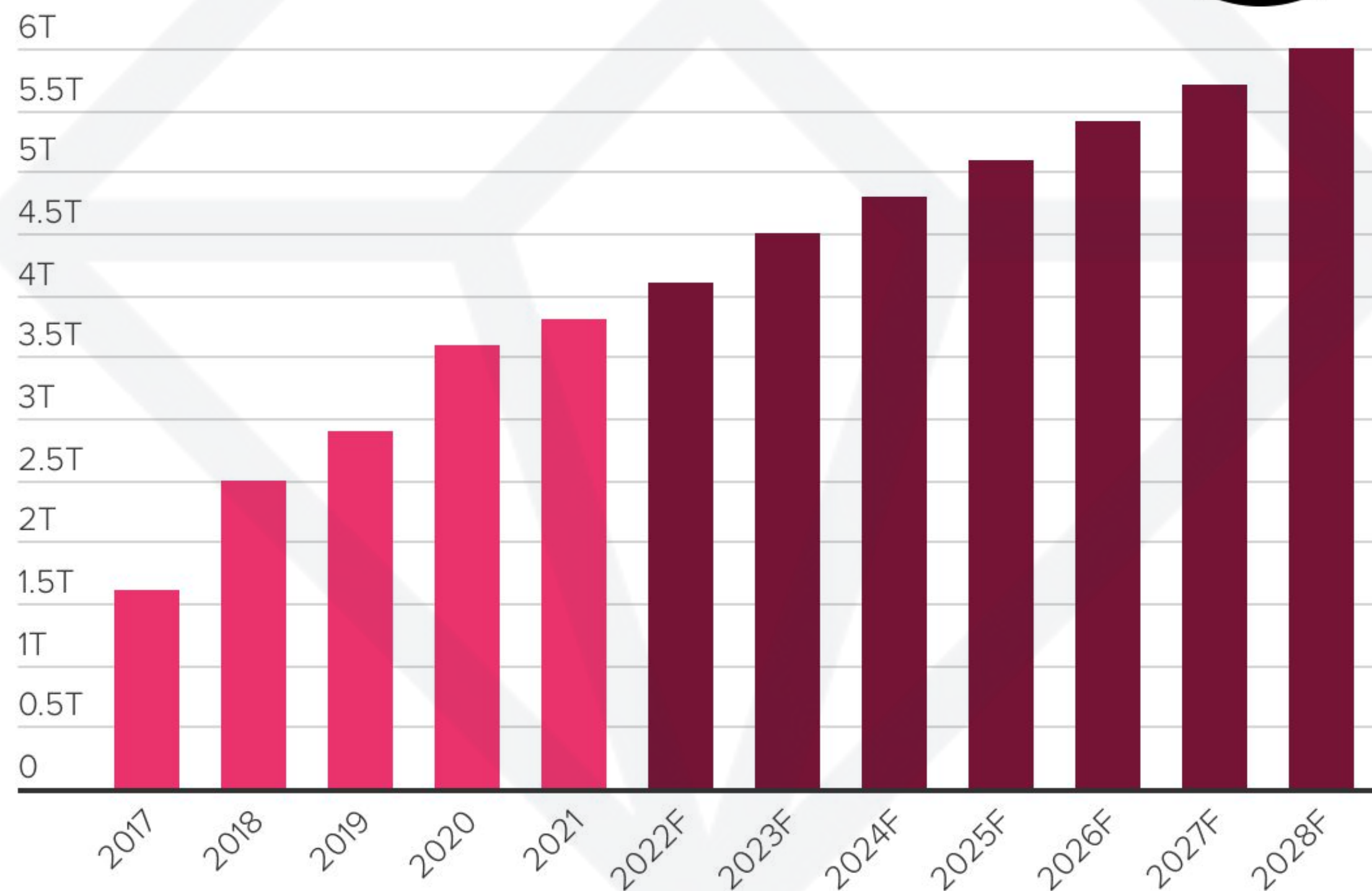


Fonte: data.ai Intelligence
Obs.: downloads no iOS e Google Play combinados; apenas iOS na China; total de horas em smartphones Android



Horas gastas globalmente em dispositivos móveis

5-YR CAGR:
6%



Fonte: data.ai Intelligence Obs.: smartphones Android

5

Previsões sobre o mercado mobile global

Vinte anos de lojas de aplicativos: em 2028, tempo gasto em dispositivos móveis ultrapassará os 6 trilhões de horas

- Concentração no setor mobile, avanços em tecnologia conectada, expansão do mercado de jogos casuais e core, implantação de 5G, demanda por conexão digital, expressão individual e aprofundamento da capacidade de personalização de aplicativos alimentará o crescimento contínuo em tempo gasto.
- Streaming de vídeos e conteúdo gerado pelos usuários (UGC) continuará a alimentar o crescimento pelos próximos seis anos.
- Lojas de terceiros para Android na China continuarão a ser o maior mercado móvel em termos de tempo gasto. LATAM (América Latina), SEA (Sudeste Asiático) e MENA (Médio Oriente e Norte da África) impulsionarão o crescimento em termos de engajamento.



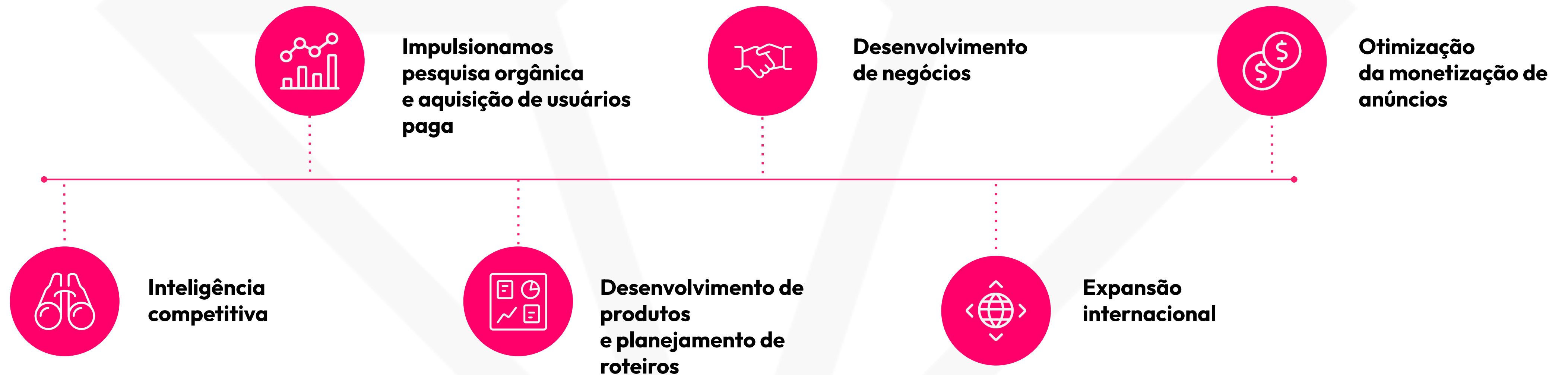
Quer mais insights?

RELATÓRIO STATE OF MOBILE 2023

Entre na lista de espera

data.ai

Estimulamos Experiências Móveis & Monetização Bem-Sucedidas





Você tem os dados de que
precisa para planejar seu sucesso
no setor mobile em 2023?

[Faça um tour ainda hoje](#)