



DEPARTAMENTO DE RECOLHA DE INFORMAÇÃO
CENTRO DE RECOLHA POSTAL DE COIMBRA

INQUÉRITO AOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE
(SOCIEDADES) - 2006

DADOS RELATIVOS AO EXERCÍCIO DE 2006

A CONFIDENCIALIDADE DOS DADOS É GARANTIDA NOS
TERMOS DA LEI Nº 6/89, DE 15 DE ABRIL

Por favor devolva este questionário devidamente
preenchido no prazo de 15 dias após a recepção

QUESTIONÁRIO ELECTRÓNICO DISPONÍVEL EM:
<http://webinq.ine.pt>

Em caso de dúvida, contacte o INE: R. Aires de Campos, Casa das Andorinhas - 3000-014 Coimbra / Telefone: 239 790 440 / Fax: 239 790 495 / E-mail: spec@ine.pt

1 | Identificação da empresa ou entidade equiparada

1.1 - Designação social (ou firma) _____

1.2 - Morada _____

(reservado ao INE)

Código postal

_____-_____-_____-_____-_____-_____-

Designação postal

(reservado ao INE)

Distrito

Município

Freguesia

Tel:

Fax:

e-mail:

Web - Site:

1.3 - Número de identificação de pessoa colectiva ou equiparada

Se ainda não exerceu actividade, marque a quadrícula **Aguarda início de actividade** e devolva-nos o questionário.

Se a empresa esteve **Em actividade** durante pelo menos um mês em 2006, marque a segunda quadrícula e responda ao resto do questionário.

Se não exerceu actividade em 2006, responda **Actividade suspensa**, indique a data de suspensão e devolva-nos o questionário.

Se a empresa **Cessou a actividade**, indique a data de cessação e devolva-nos o questionário, juntamente com uma cópia da **declaração de cessação de actividade**.

A devolução do questionário é fundamental para a actualização da situação da empresa no ficheiro do INE.

1.4 - Situação da empresa

Aguarda início de actividade

Em actividade

Actividade suspensa (__ / __ / __)

Cessação de actividade (__ / __ / __)

Ainda que a actividade da empresa não esteja relacionada com serviços de publicidade, preencha os campos aos quais consegue responder e devolva o questionário. Só com a sua resposta podemos classificar correctamente a empresa no sector de actividade económica a que pertence.

1.5 - Actividade da empresa (discrimine a actividade e indique o respectivo código)

1.5.1 - Actividade principal

1.5.2 - Actividade secundária

1.6 - Posicionamento na cadeia de intervenientes de comunicação

(ex: Agência de publicidade, agência de meios, agência de marketing relacional, agência de relações públicas, research, central de compras/agrupamento, agência de design/webdesign, brindes promocionais, logística de marketing, etc.)

1.7 - Número de meses em actividade no ano de referência

Unidade monetária: EURO

1º - Os valores monetários devem ser expressos em euros sem decimais;

2º - Os arredondamentos devem ser feitos por excesso quando as décimas forem iguais ou superiores a 5 e por defeito quando forem inferiores.

Ex. 6370,6572 euros

inscrever

_____-_____-_____-_____-_____-_____-

RESPONSÁVEL PELA INFORMAÇÃO:

DATA: ____/____/____

NOME: _____

CARGO: _____

LOCALIDADE: _____

TELEFONE: _____

FAX: _____

E-MAIL: _____

OBSERVAÇÕES: _____

2 | Propriedade e associação

2 - Notas explicativas:

Grupo de empresas - Reúne empresas ligadas por vínculos jurídico-financeiros. O grupo de empresas pode comportar uma pluralidade de centros de decisão, nomeadamente no que diz respeito à política de produção, de vendas, etc; pode unificar certos aspectos da gestão financeira e da fiscalidade; constitui uma entidade económica que pode efectuar escolhas que respeitam, nomeadamente às unidades que o compõem.

Cabeça de grupo - É uma unidade jurídica-mãe que não é controlada directa ou indirectamente por nenhuma unidade jurídica.

2.1 - A empresa faz parte de um grupo de empresas?

SIM

NÃO

Se respondeu SIM, indique:

2.2 - A empresa é "cabeça de grupo"?

SIM

NÃO

Se respondeu NÃO à pergunta anterior, indique a localização da "cabeça de grupo"

2.2.1 - Território nacional

☐

NPC

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

(reservado ao INE)

2.2.2 - Estrangeiro

☐

País

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

3 | Clientes

3.1 - Número de clientes

3.2 - Repartição do volume de negócios proveniente de:

3.2.0 - Total (3.2.1 + ... + 3.2.3)

1	0	0
---	---	---

3.2.1 - Empresas (sector privado)

--	--	--

3.2.2 - Sector público

--	--	--

3.2.3 - Consumidores finais

--	--	--

3.3 - Repartição do volume de negócios por:

3.3.0 - Total (3.3.1 + ... + 3.3.3)

1	0	0
---	---	---

3.3.1 - Clientes residentes

--	--	--

3.3.2 - Restante União Europeia ...

--	--	--

3.3.3 - Fora da União Europeia

--	--	--

Cliente - Pessoa singular ou colectiva que adquire bens ou serviços mediante o pagamento do respectivo preço.
Residente - Entidade que tenha um centro de interesse económico em Portugal, isto é, que realize uma actividade económica em Portugal há pelo menos um ano.

3.4 - Repartição do volume de negócios por actividade económica dos clientes

3.4.0 - Total (3.4.1 + ... + 3.4.14)

1	0	0
---	---	---

3.4.1 - Agricultura, produção animal, caça, silvicultura, pesca e indústrias extractivas

--	--	--

3.4.2 - Indústrias transformadoras, construção e produção e distribuição de electricidade, gás e água

3.4.2.1 - Indústrias alimentares, das bebidas e tabaco

--	--	--

3.4.2.2 - Outras indústrias transformadoras

--	--	--

3.4.2.3 - Construção

--	--	--

3.4.2.4 - Produção e distribuição de electricidade, gás e água

--	--	--

3.4.3 - Comércio por grosso e a retalho, reparação de veículos automóveis, motociclos e de bens de uso pessoal e doméstico

3.4.3.1 - Comércio por grosso (inclui agentes do comércio)

--	--	--

3.4.3.2 - Comércio a retalho (inclui reparações de bens pessoais e domésticos)

--	--	--

3.4.3.3 - Comércio automóvel, motociclos (inclui reparação) e de combustíveis

--	--	--

3.4.4 - Alojamento e restauração

--	--	--

3.4.5 - Transportes, armazenagem e comunicações

--	--	--

3.4.6 - Actividades financeiras (inclui sector bancário e seguros)

--	--	--

3.4.7 - Actividades imobiliárias, alugueres e serviços prestados às empresas

--	--	--

Das quais:

3.4.7.1 - Empresas de publicidade (outras)

--	--	--

3.4.8 - Administração pública, defesa e segurança social obrigatória

--	--	--

3.4.9 - Educação

--	--	--

3.4.10 - Saúde e acção social

--	--	--

3.4.11 - Outras actividades de serviços colectivos, sociais e pessoais

--	--	--

3.4.12 - Actividades das famílias, organismos internacionais e outras instituições extra-territoriais

--	--	--

3.4.13 - Consumidores finais

--	--	--

3.4.14 - Outros

--	--	--

3.4.14.1 - Quais ?

3.4.13 - Notas explicativas:

O valor da percentagem para os consumidores finais deve ser calculado não por referência à Classificação de Actividade Económica (CAE), mas sim ao volume de negócios que seja proveniente das vendas ou prestações de serviços a consumidores finais.

4 | Serviços prestados pela empresa

4.1 - Serviços prestados por agências de publicidade		4.3.0 - Total (4.3.1 +...+4.3.4)		1 0 0	%
de publicidade		€			
4.1.0 - Total (4.1.1 +...+4.1.4)	1 0 0	%	4.3.1 - Produção gráfica		%
4.1.1 - Serviços publicitários completos		%	4.3.2 - Produção de brindes		%
4.1.2 - Marketing directo e relacional		%	4.3.3 - Produção de audiovisuais e multimédia		%
4.1.3 - Concepção publicitária e desenvolvimento de conceitos		%	4.3.4 - Outras actividades de apoio à comunicação		%
4.1.4 - Outros serviços de agências de publicidade		%	4.4 - Estudos de mercado		€
4.2 - Gestão de suportes publicitários		€	4.5 - Outros serviços		€
4.2.0 - Total (4.2.1 +...+4.2.7)	1 0 0	%	4.5.1 - Quais ?		
4.2.1 - Serviços de gestão de suportes publicitários na televisão		%	4.1.1 - Serviços publicitários completos - Inclui toda a gama de serviços publicitários, incluindo os serviços de planeamento, criação e execução de: escolha de media a utilizar; desenho de posters, ilustrações e grafismos publicitários, escrita de textos, mensagens e planeamento de objectos e filmes publicitários. Não inclui a realização de filmes publicitários, nem serviços de estudos de mercado nem serviços de relações públicas.		
4.2.2 - Serviços de gestão de suportes publicitários na rádio		%	4.1.2 - Marketing directo e relacional - Desenvolvimento e organização de campanhas publicitárias de marketing directo, ou seja, envio de mensagens promocionais e publicitárias directamente a consumidores, sem intervenção dos media. Inclui telemarketing.		
4.2.3 - Serviços de gestão de suportes publicitários na imprensa		%	4.1.3 - Concepção publicitária e desenvolvimento de conceitos - Inclui a criação da ideia base para um anúncio, rascunhos de palavras, preparação de layouts para publicidade impressa e preparação de guiões e cenários para filmes publicitários.		
4.2.4 - Serviços de gestão de suportes publicitários na internet		%	4.1.4 - Outros serviços de agências de publicidade - Inclui serviços publicitários por via aérea, entrega de amostras gratuitas, demonstração e apresentação de produtos e serviços no ponto de venda e serviços de promoção de vendas.		
4.2.5 - Serviços de gestão de suportes publicitários em eventos		%	4.2 - Gestão de suportes publicitários - venda de espaço publicitário - Serviços de venda ou leasing de espaço ou tempo publicitário com base contratual ou por serviço. Inclui serviços de agências de compra e planeamento de meios, que compram tempo ou espaço publicitário em nome das agências (ou agentes) publicitárias.		
4.2.6 - Serviços de gestão de suportes publicitários em outdoors		%			
4.2.7 - Outras serviços de gestão de suportes publicitários		%			
4.3 - Actividades produtivas de apoio à comunicação		€			

5 | Espaço publicitário

(EUROS)

5.1 - Venda de espaço publicitário, considerando comissões	Venda directa a anunciantes	Venda a agências de publicidade	Venda a outras empresas
5.1.0 - Total			
5.1.1 - Televisão			
5.1.1.1 - Terrestre sinal aberto			
5.1.1.2 - Por cabo			
5.1.2 - Rádio			
5.1.3 - Imprensa			
5.1.4 - Painéis exteriores			
5.1.5 - Cinema			
5.1.6 - Internet			
5.1.7 - Novos meios			
5.1.7.1 - Indoor TV			
5.1.7.2 - Publicidade interior por meios electrónicos			
5.1.7.3 - Redes de instore TV			
5.1.7.4 - Corporate TV			
5.1.7.5 - Grande écran			
5.1.8 - Serviços Postais			
5.1.9 - Outros			
5.1.9.1 - Quais ?			
5.2 - Custo do espaço publicitário vendido	Compra a anunciantes	Compra a intermediários de publicidade	Compra a outras empresas
5.2.0 - Total			
5.2.1 - Televisão			
5.2.1.1 - Terrestre sinal aberto			
5.2.1.2 - Por cabo			
5.2.2 - Rádio			
5.2.3 - Imprensa			
5.2.4 - Painéis exteriores			
5.2.5 - Cinema			
5.2.6 - Internet			
5.2.7 - Outros			

6. Notas explicativas:

Número de pessoas ao serviço - Número médio de pessoas ao serviço da empresa durante o ano - para a sua determinação utilizar a seguinte fórmula:

$$\text{Nº médio de pessoas} = \frac{\text{Soma do pessoal ao serviço no último dia útil de cada mês de actividade no ano}}{\text{Nº de meses de actividade no ano}}$$

Considere como pessoal ao serviço no último dia útil de cada mês as pessoas que no período de referência participaram na actividade da empresa independentemente do vínculo que tenham, à excepção dos indivíduos com contratos de prestação de serviços, pelo que:

Deve incluir: as pessoas temporariamente ausentes no período de referência para férias, maternidade, conflito de trabalho, formação profissional, assim como doença e acidentes de trabalho de duração igual ou inferior a um mês. Incluir também os trabalhadores de outras empresas que se encontrem a trabalhar na empresa, sendo aí directamente remunerados.

Deve excluir: indivíduos com contratos de prestação de serviços, trabalhadores a cumprir o serviço militar, em regime de licença sem vencimento, em desempenho de funções públicas (vereadores, deputados), ausentes por doença ou acidente de trabalho de duração superior a um mês, assim como trabalhadores com vínculo à empresa deslocados para outras empresas, sendo aí directamente remunerados.

Pessoal dirigente - Pessoal que define a política geral da empresa ou exerce uma função consultiva na organização da mesma. Deverão ser incluídos neste item os administradores e directores de 1ª linha (director financeiro, director comercial, director de produção, etc.). Serão excluídas as pessoas que, embora tenham essas funções, apenas recebem "senhas de presença".

Agente publicitário - Vende serviços e espaços publicitários em jornais e revistas, entre outras publicações, nos órgãos de comunicação audio-visuais, nomeadamente na Rádio e na T.V., ou em empresas de transporte.

Planeador de meios - Estuda, propõe e planifica a distribuição de campanhas publicitárias, baseando-se em estudos de audiência dos diversos meios, nomeadamente televisão, rádio e imprensa, em função do cliente real e potencial do produto a ser lançado.

Comprador de espaço e tempo - Faz reservas de espaço e tempos nos suportes, nomeadamente em jornais e revistas, rádio, televisão, publicidade exterior, previamente estabelecidos, de acordo com o orçamento e plano geral, para distribuição da campanha.

Pessoal criativo - Inclui artistas, designers, e outro pessoal ocupado com a produção de anúncios, e que desenvolve a campanha publicitária, prepara o tema musical e cria o anúncio.

Pessoal administrativo - Pessoal que se ocupa das actividades auxiliares da empresa como sejam contabilidade, gestão de recursos humanos, e todas as outras que não têm a ver directamente com a actividade económica da empresa.

Pessoal não qualificado - Trabalhadores que executam tarefas simples, diversas e normalmente não especificadas, totalmente determinadas.

Indique o número de **horas de formação** ministrado à totalidade do pessoal ao serviço na Empresa, quer recorrendo a formadores da empresa, quer através de entidades externas, distribuído pelas áreas temáticas indicadas.

6 | Emprego

6.1 - Número de pessoas ao serviço (total)

6.1.1 - Pessoas ao serviço por sexo:

6.1.1.1 - Mulheres

6.1.1.2 - Homens

6.1.2 - Pessoas ao serviço por função:

6.1.2.1 - Pessoal dirigente

6.1.2.2 - Pessoal técnico

6.1.2.2.1 - Agentes publicitários

6.1.2.2.2 - Planeador de meios

6.1.2.2.3 - Comprador de espaço e tempo

6.1.2.2.4 - Pessoal criativo

6.1.2.2.5 - Outro pessoal técnico

6.1.2.2.5.1 - Qual ?

6.1.2.3 - Pessoal administrativo

6.1.2.4 - Pessoal não qualificado

6.1.2.5 - Outro pessoal

6.1.2.5.1 - Qual ?

6.2 - Formação recebida pelo pessoal (n.º total de horas)

Formação relacionada com:

6.2.1 - Administração / gestão

6.2.2 - Informática

6.2.3 - Qualidade

6.2.4 - Relações públicas

6.2.5 - Marketing

6.2.6 - Publicidade

6.2.7 - Design

6.2.8 - Promoção e vendas

6.2.9 - Outra formação

6.2.9.1 - Qual?