

Perfil das Agências de Propaganda Do Estado de São Paulo - 2014



Setembro/2014

Índice

1. Dados Técnicos da Pesquisa
2. Perfil dos Dirigentes
3. Perfil das Agências
4. Números Macros do Setor
5. Clientes e Receita / Serviços Prestados
6. Expectativas Futuras
7. Licitações e Concorrências
8. Benefícios Sinapro-SP
9. Recursos Humanos / Formação Educacional
10. Mercados Regionais



1

Dados técnicos da pesquisa



Metodologia

Quantitativa, probabilística



Técnica de Investigação

Foi utilizado questionário estruturado de autopreenchimento via Internet contendo perguntas abertas e fechadas.



Período das Entrevistas/Coleta

Realizadas entre os meses de Maio a Julho de 2014.



Tamanho e Distribuição da Amostra

No total foram realizadas 340 entrevistas distribuídas entre as Regiões Administrativas do Estado de SP.

A definição do Universo

**7.000
NOMES**

**Mailing inicial:
Universo geral Agências**

1.160

**Mailing reduzido:
Universo Agências Filtradas**

- Excluídas agências fechadas, CNAE errado, micro empresa, EPP, empresa individual.

340

Amostra final

A amostra final: Realizadas 340 entrevistas



Capital: 43%
Interior: 57%

Amostra pelas Regiões Administrativas

Capital
145 casos
43%

GSP
27 casos
8%

RA
RA Campinas
59 casos
17%

RA
Sorocaba
17 casos
5%

RA
Rib. Preto
16 casos
5%

RA
Bauru
15 casos
4%

RA
S. José Rio Preto
13 casos
4%

RA
São José Campos
11 casos
3%

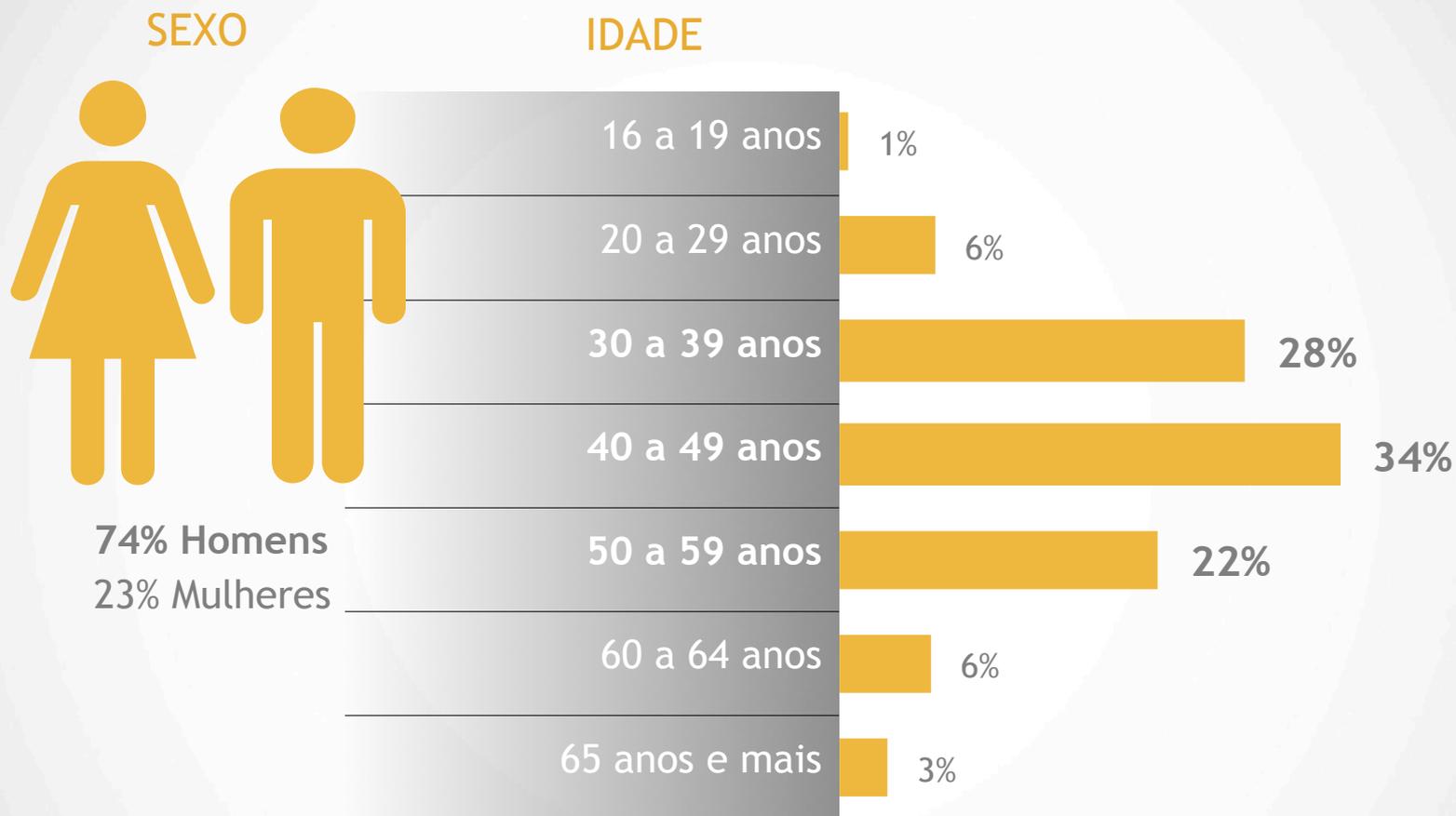
Demais RAs
37 casos
11%

2

Perfil dos Dirigentes



Perfil dos Dirigentes



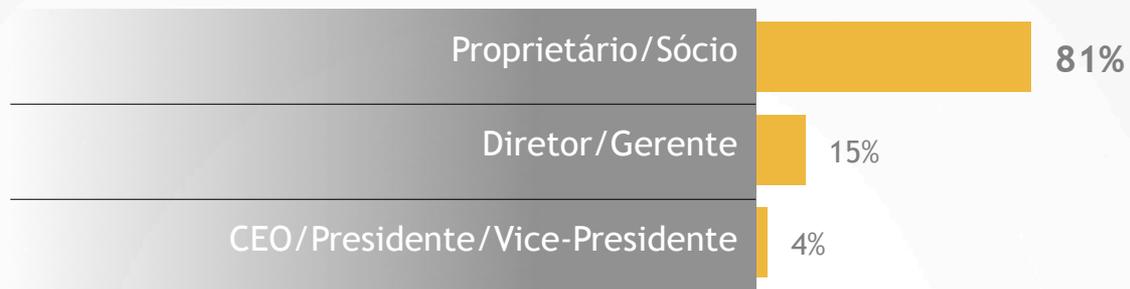
Média de idade → 44 anos

Capital: 46 anos

Interior: 43 anos

Perfil dos Dirigentes

CARGO



TEMPO DE PROFISSÃO



Média → 21 anos

Capital = 23 anos
Interior = 20 anos



3

Perfil das Agências



Tempo Médio de Existência



ANOS

38

São Paulo
acima de
\$ 50 mi

1976

17

RA Campinas

1997

16

São Paulo
até \$ 50 mi

1998

15

Demais
mercados

1999

MÉDIA GERAL: 16 ANOS

Escritórios no Brasil

**Apenas
Matriz**

**Matriz e
Filial**

TOTAL

86%

14%

São Paulo até
\$ 50 mi

83%

17%

São Paulo
mais de \$ 50 mi

8%

92%

RA Campinas

94%

6%

Demais mercados

93%

7%

Integra algum grupo empresarial



TOTAL	85%	15%
São Paulo até \$ 50 mi	82%	18%
São Paulo mais de \$ 50 mi	25%	75%
RA Campinas	94%	6%
Demais mercados	90%	10%

4 Números macros do setor



CONCEITOS UTILIZADOS

Receita Bruta Total

Somatória da receita bruta das agências da amostra ou de um grupo.

Pessoas Ocupadas

Quantidade de colaboradores das agências da amostra ou de um grupo (inclui free lancers e sócios).

Produtividade Média

Receita bruta / nº colaboradores.

Salário Médio

Média salarial paga pelas agências da amostra ou de um grupo.

Massa Salarial

Somatória dos salários pagos pelas agências da amostra ou de um grupo.

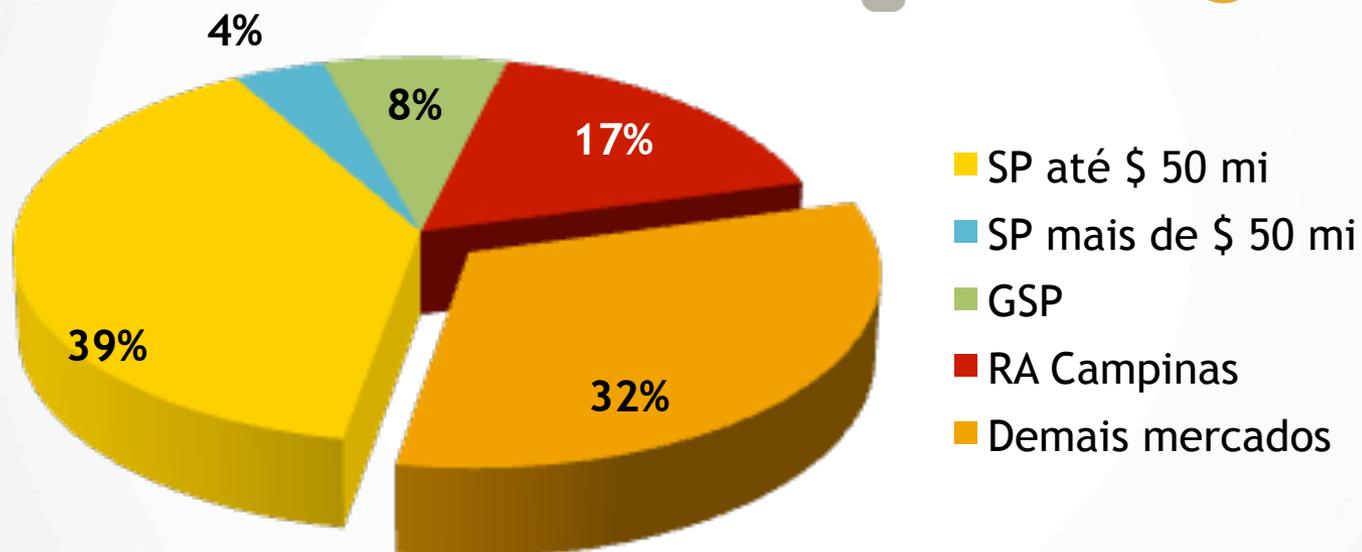
RA

Região administrativa do SEADE (Sistema Estadual de Análise de Dados)

Distribuição da amostra

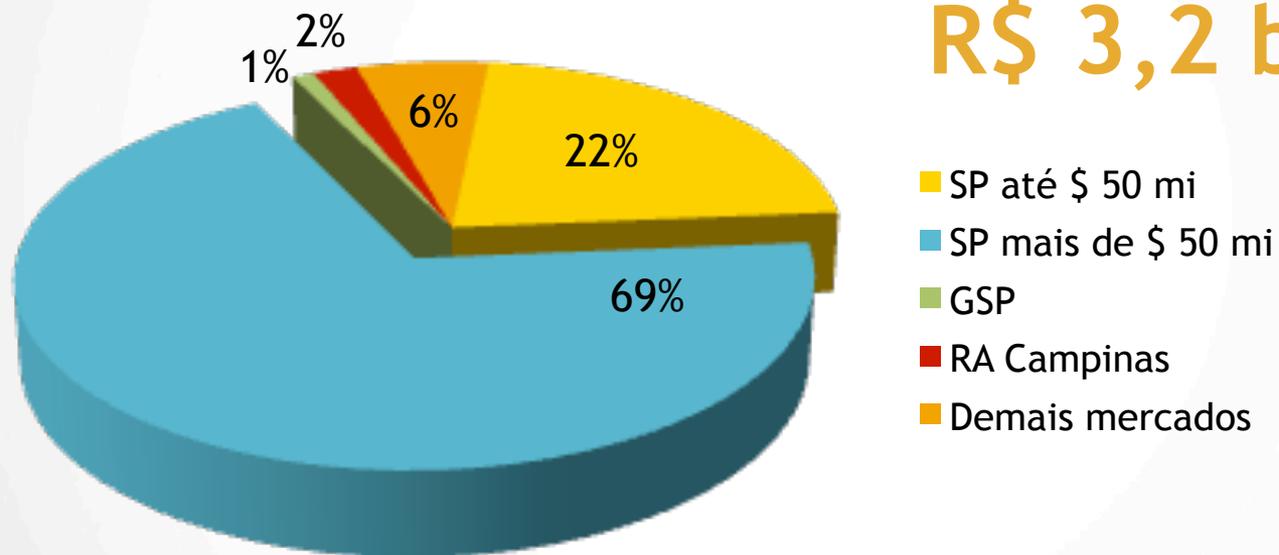


340 agências



Receita Bruta Total

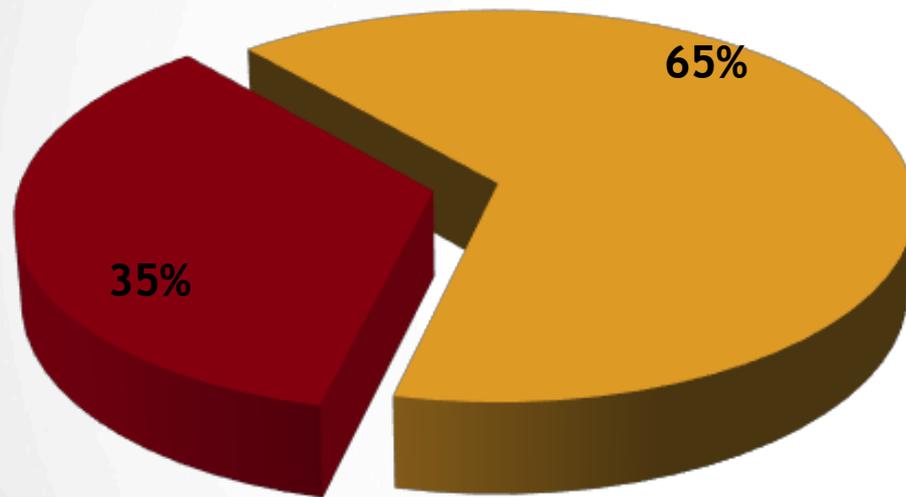
São Paulo, o maior mercado



Receita Bruta Total

Receita Bruta Interior/Litoral

A importância da RA Campinas



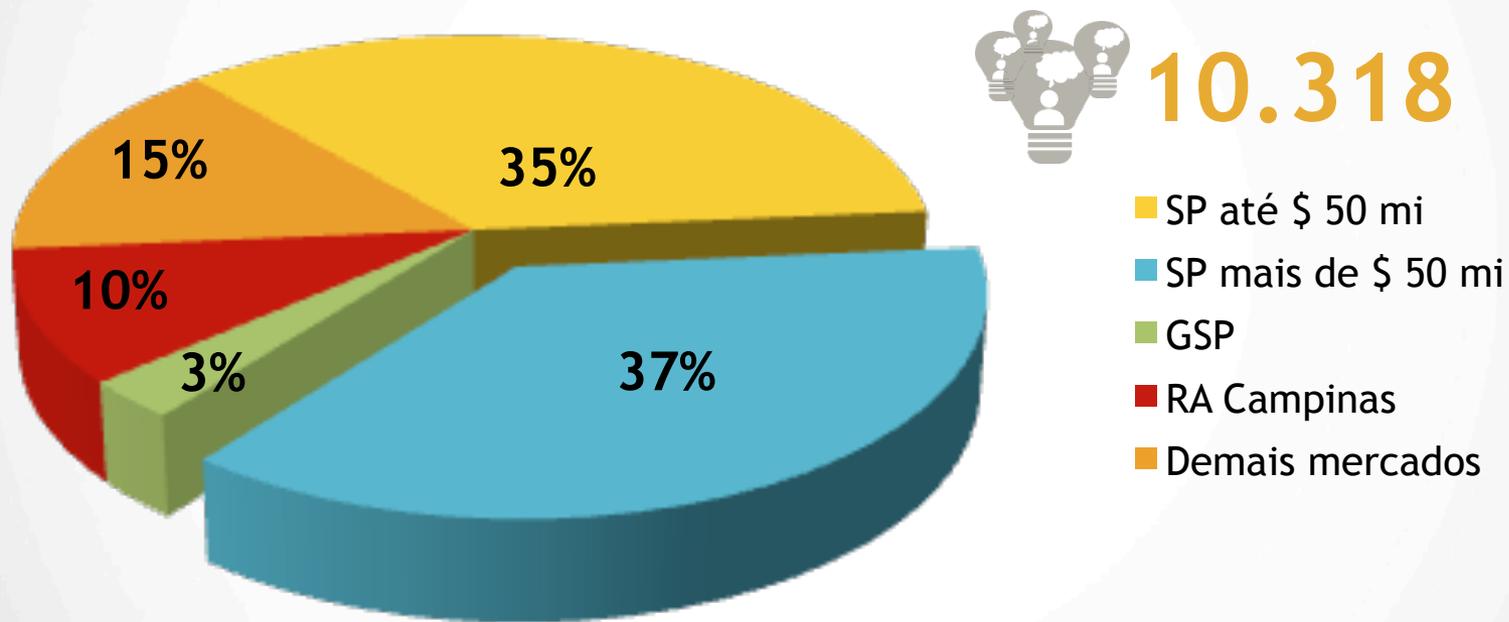
Receita Bruta Interior/Litoral

R\$ 250,5 milhões

- Demais Ras
- RA Campinas

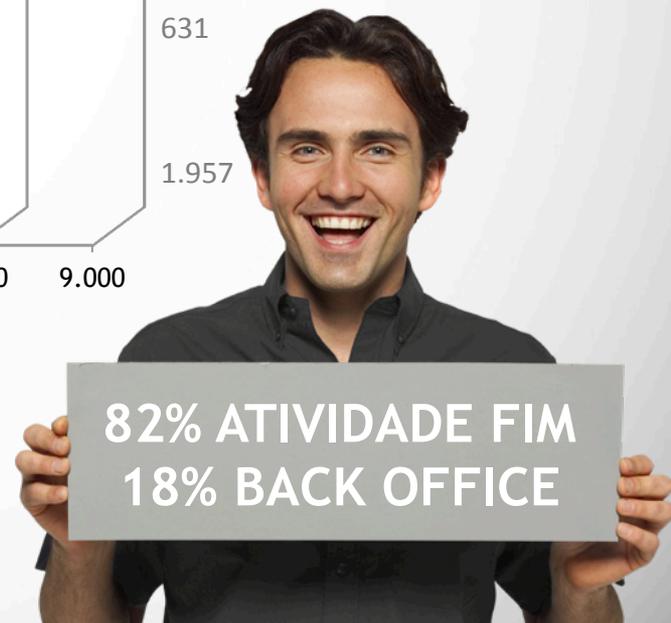
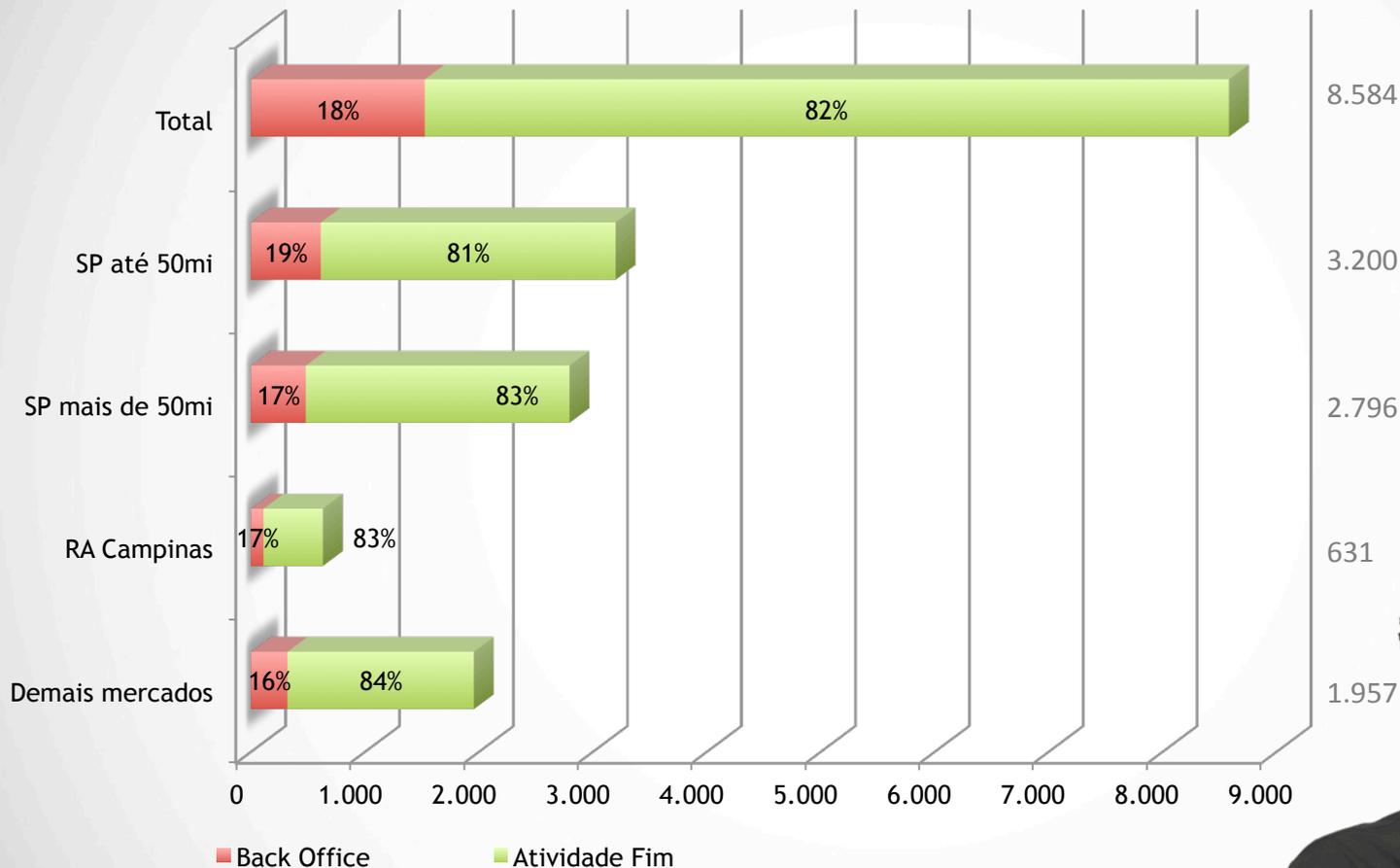
RA Campinas: 35% da Receita Bruta e 40% dos Empregos do Interior/Litoral

Total de Pessoas Ocupadas



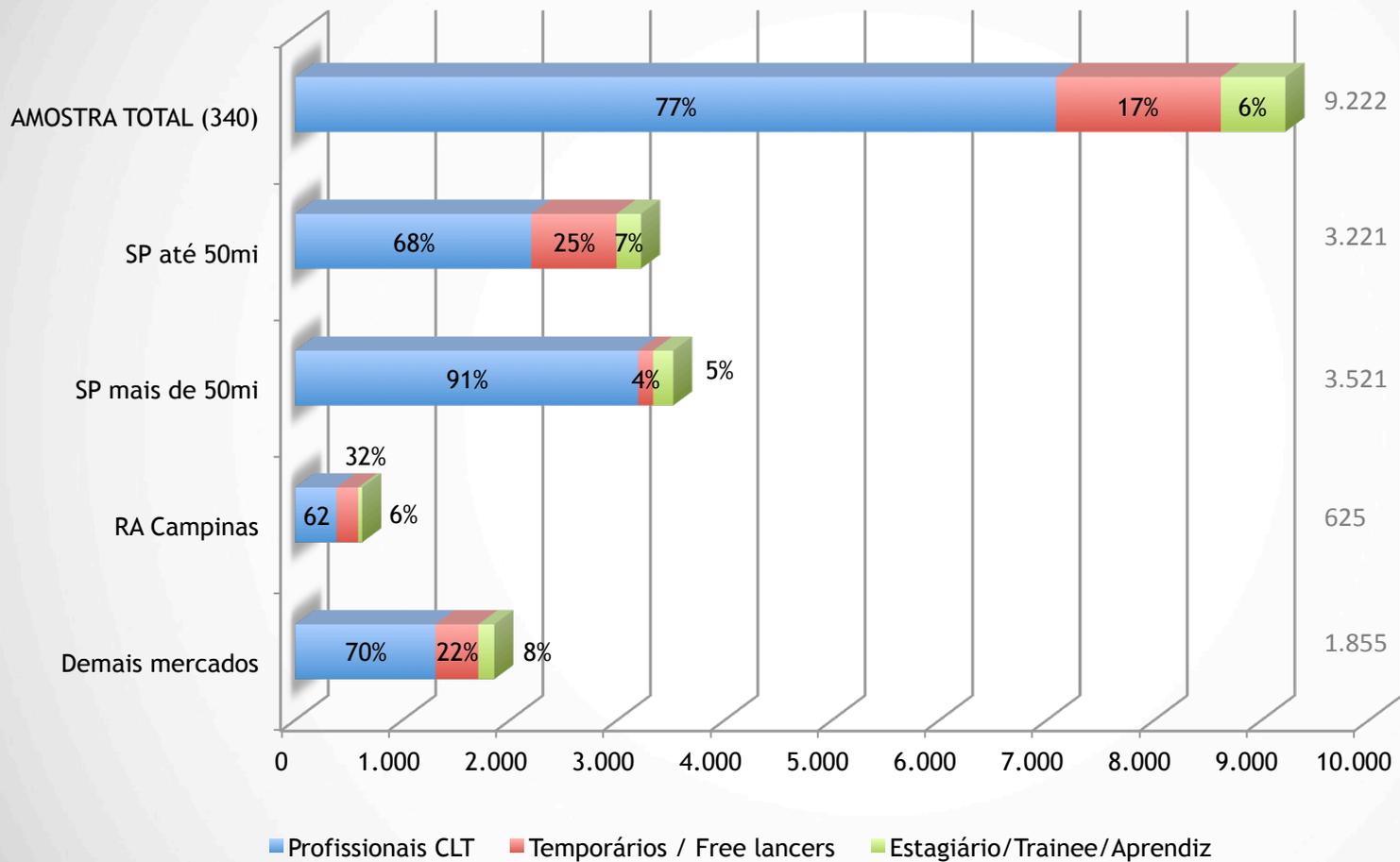
Distribuição de pessoas ocupadas

Total de Pessoas Ocupadas Por atividade



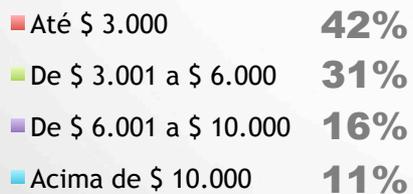
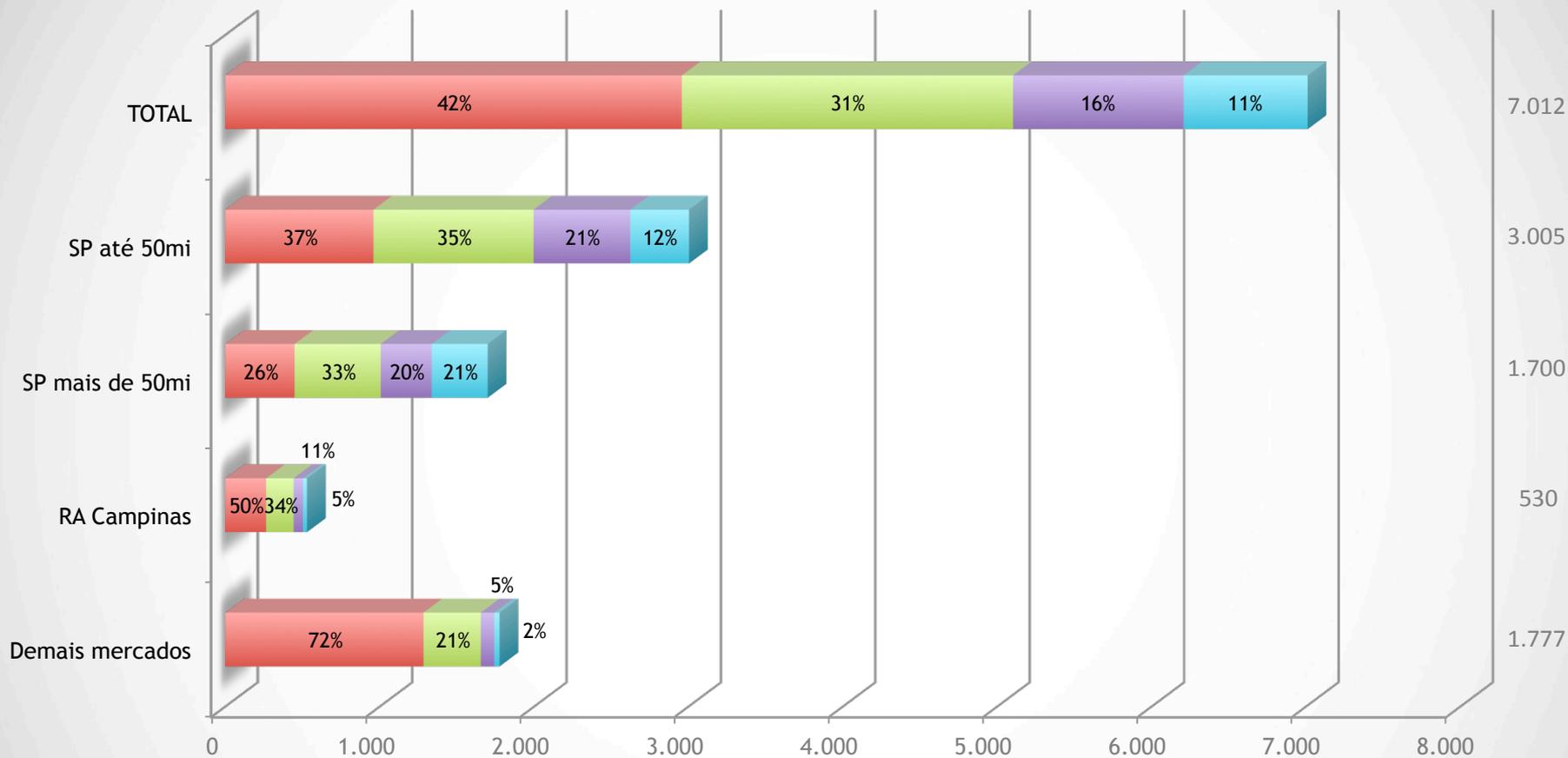
Total de Pessoas Ocupadas

Por tipo de contrato

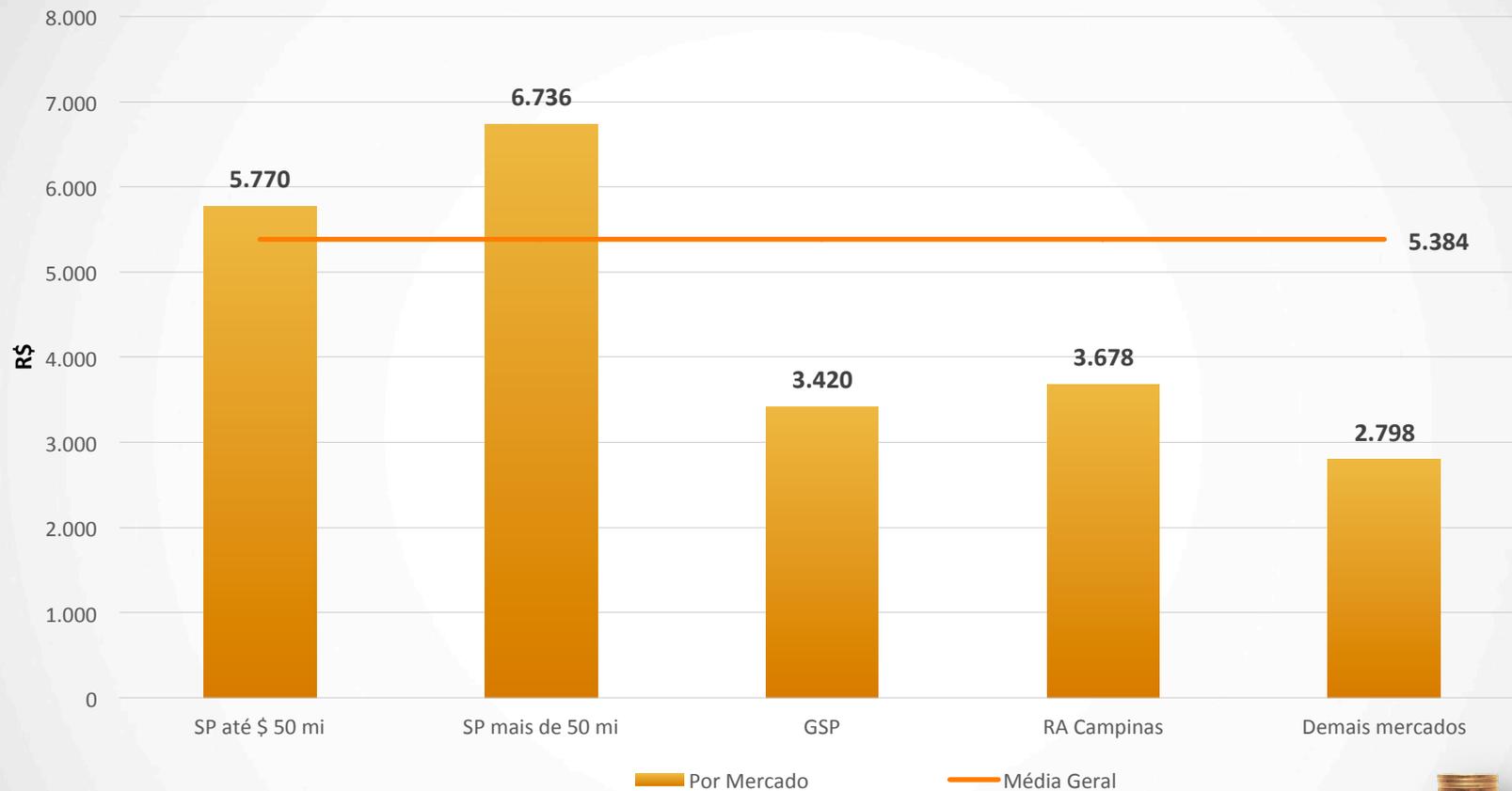


Total de Pessoas Ocupadas

Por faixa salarial



Salário Médio Mensal



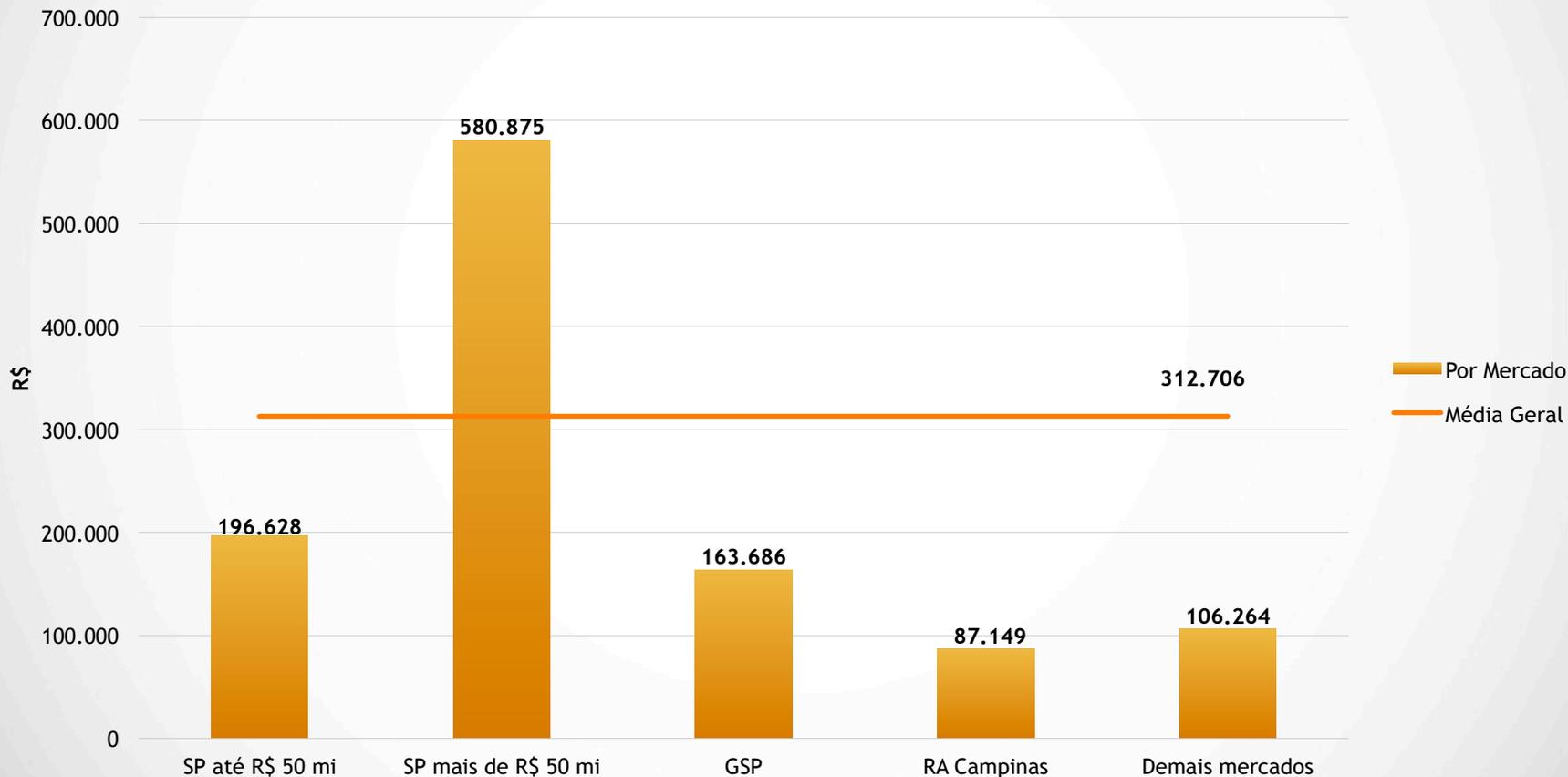
Massa Salarial: R\$ 47,3 milhões/mês



Produtividade Média

Receita bruta/pessoas ocupadas

PRODUTIVIDADE MÉDIA (com sócios)



Projeção 1.000 maiores agências



**RECEITA
BRUTA ANUAL
R\$ 6,3 bi**



**PESSOAS
OCUPADAS*
21.773**



**PRODUTIVIDADE
MÉDIA*
R\$ 291.347**

5

Clientes e Receita / Serviços Prestados



Clientes e Contas

MERCADOS	CLIENTES	CONTAS
TOTAL	12	16
São Paulo até \$ 50 mi	10	15
São Paulo mais de \$ 50 mi	24	42
RA Campinas	11	15
Demais mercados	12	16
Atendem em média 12 clientes e 16 contas		

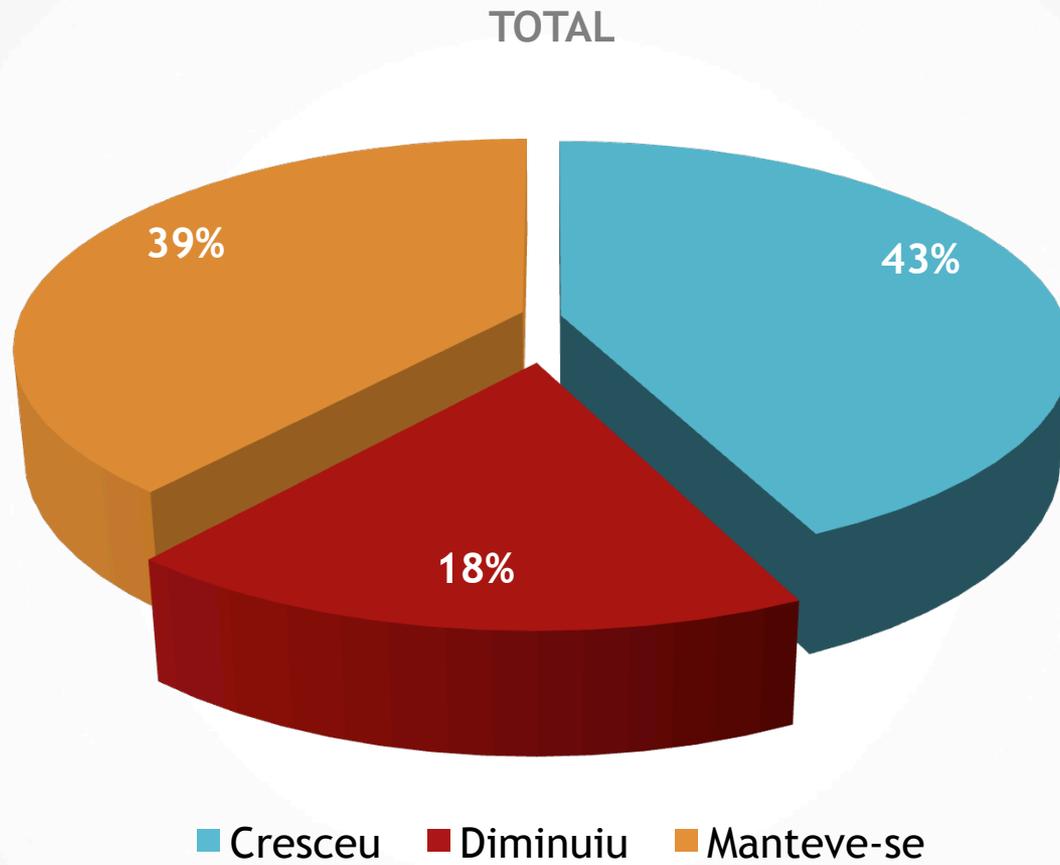


Setores de mercado atendidos

SETORES	TOTAL	São Paulo até R\$ 50 milhões	São Paulo mais de R\$ 50 milhões	RA Campinas	Demais mercados
 VAREJO	78%	67%	75%	86%	86%
 INDÚSTRIA	70%	60%	92%	69%	77%
 SERVIÇOS PRIVADOS	64%	67%	92%	66%	59%
 IMOBILIÁRIO	59%	47%	50%	62%	69%
 PRODUTOS DE CONSUMO	59%	55%	42%	59%	59%
 GOVERNO / EMPRESAS PÚBLICAS	26%	21%	25%	19%	30%
 OUTROS SETORES	19%	15%	83%	15%	22%

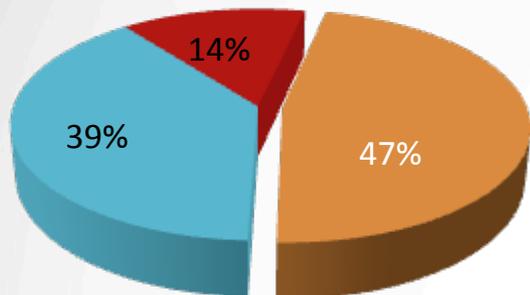
Atendem em média de 3 a 4 setores

Evolução da receita total



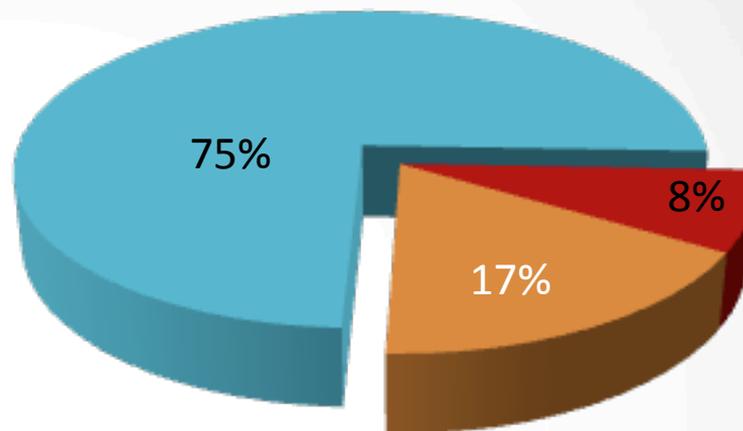
Evolução da receita total

São Paulo até R\$ 50 mi



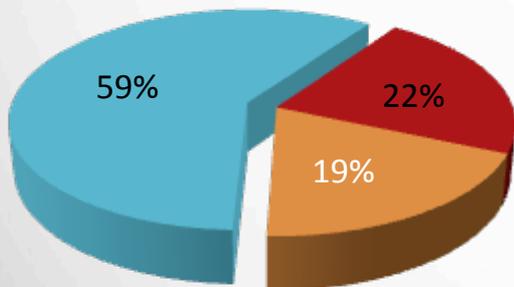
■ Cresceu ■ Diminuiu ■ Manteve-se estável

São Paulo mais de R\$ 50 mi



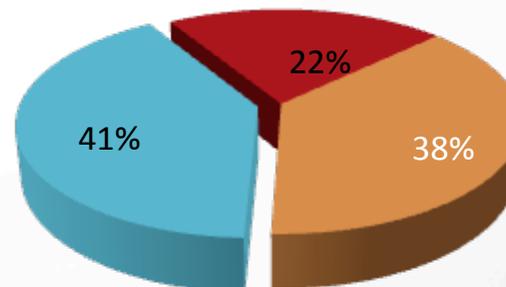
■ Cresceu ■ Diminuiu ■ Manteve-se estável

RA Campinas



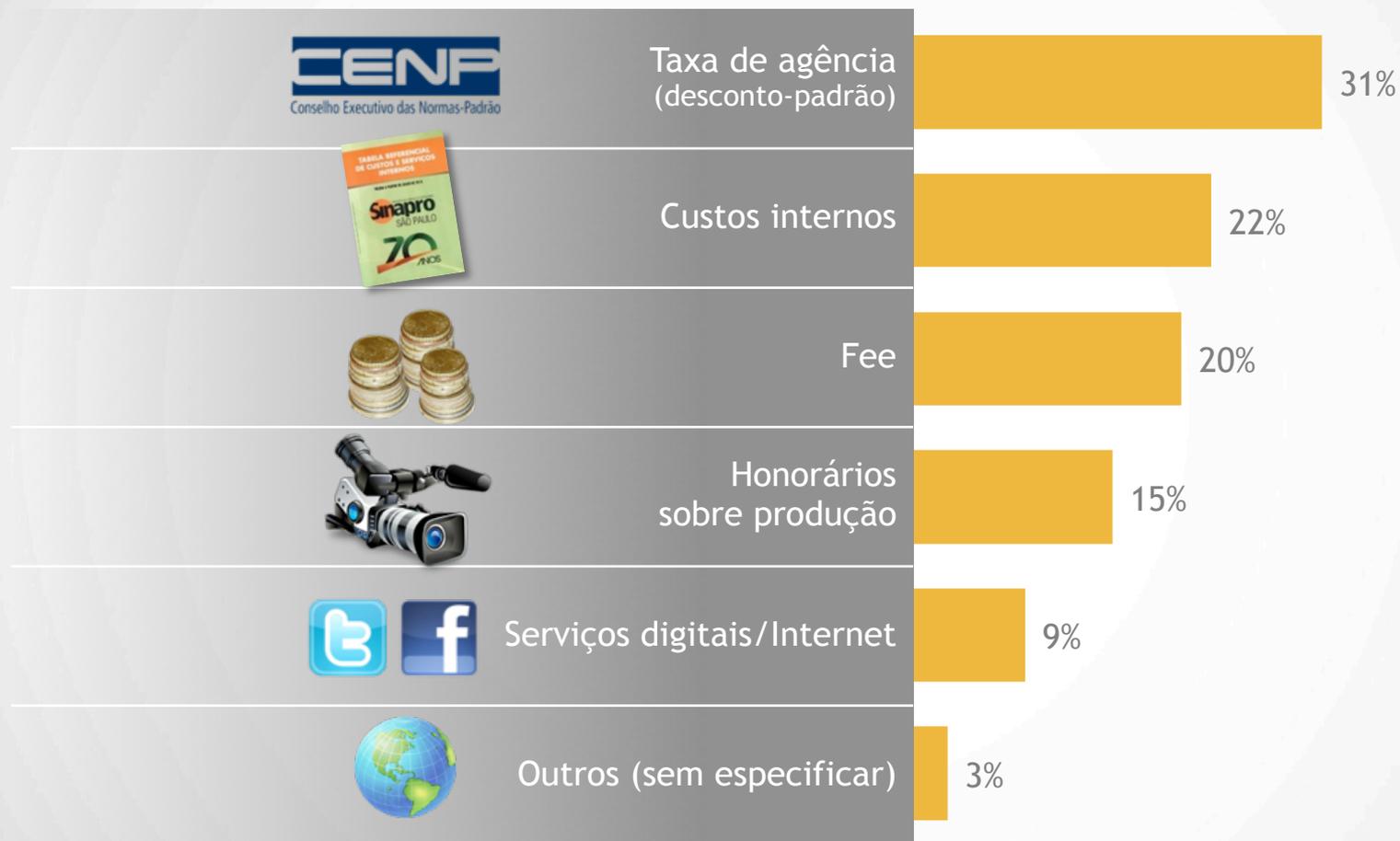
■ Cresceu ■ Diminuiu ■ Manteve-se estável

Demais mercados

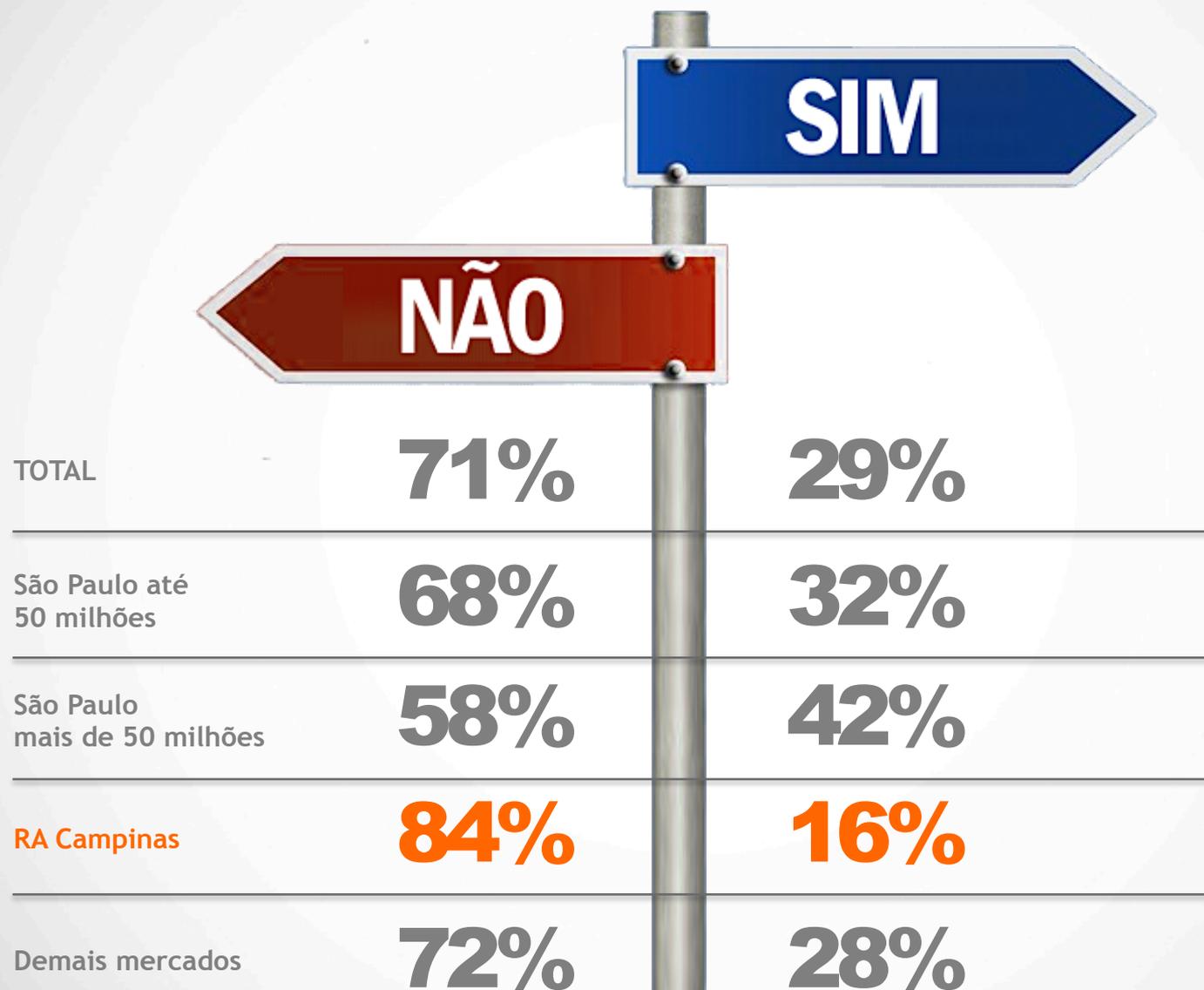


■ Cresceu ■ Diminuiu ■ Manteve-se estável

Origem da Receita Total

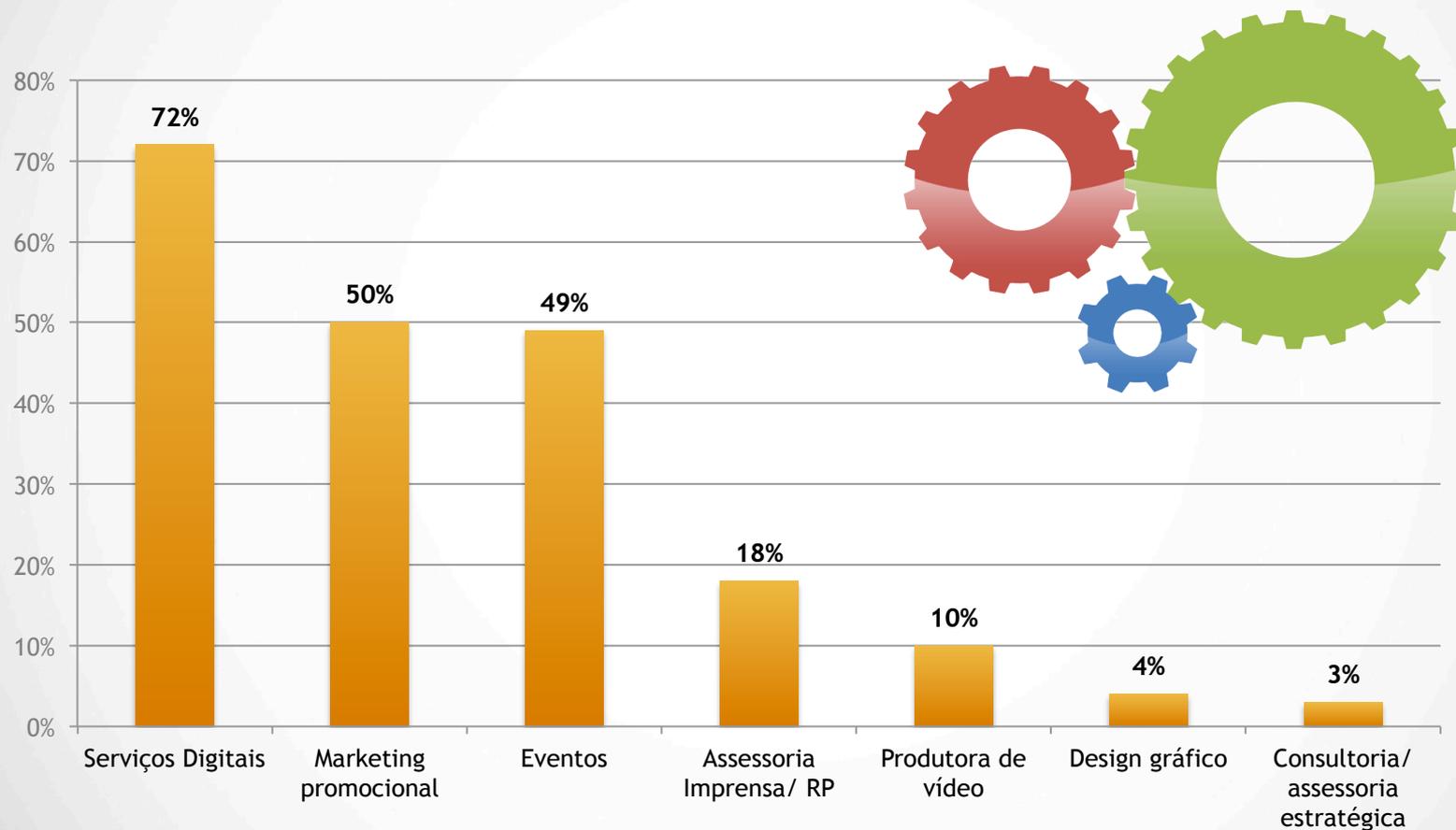


Atividades Complementares

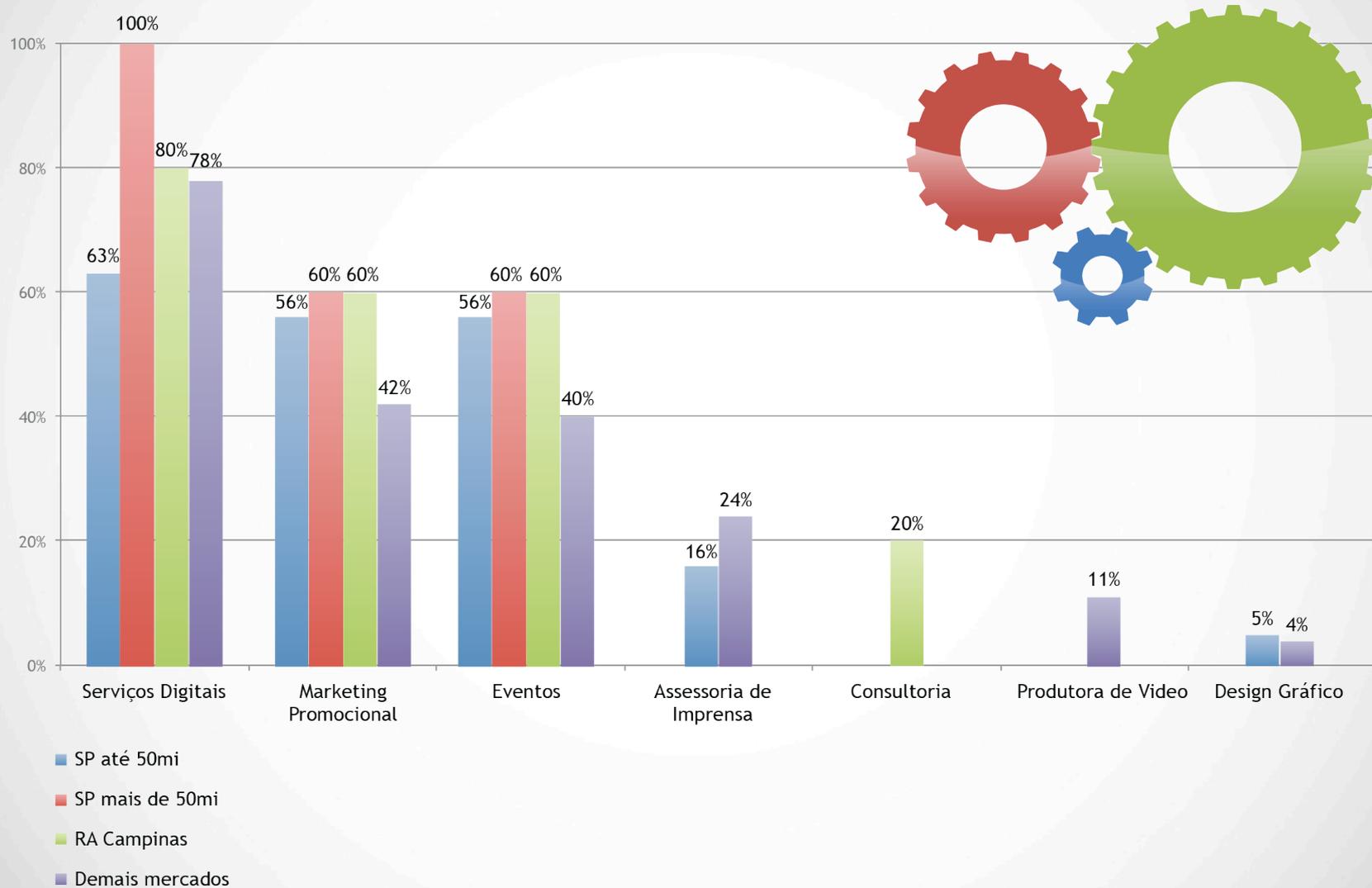


Atividades Complementares

TOTAL



Atividades Complementares



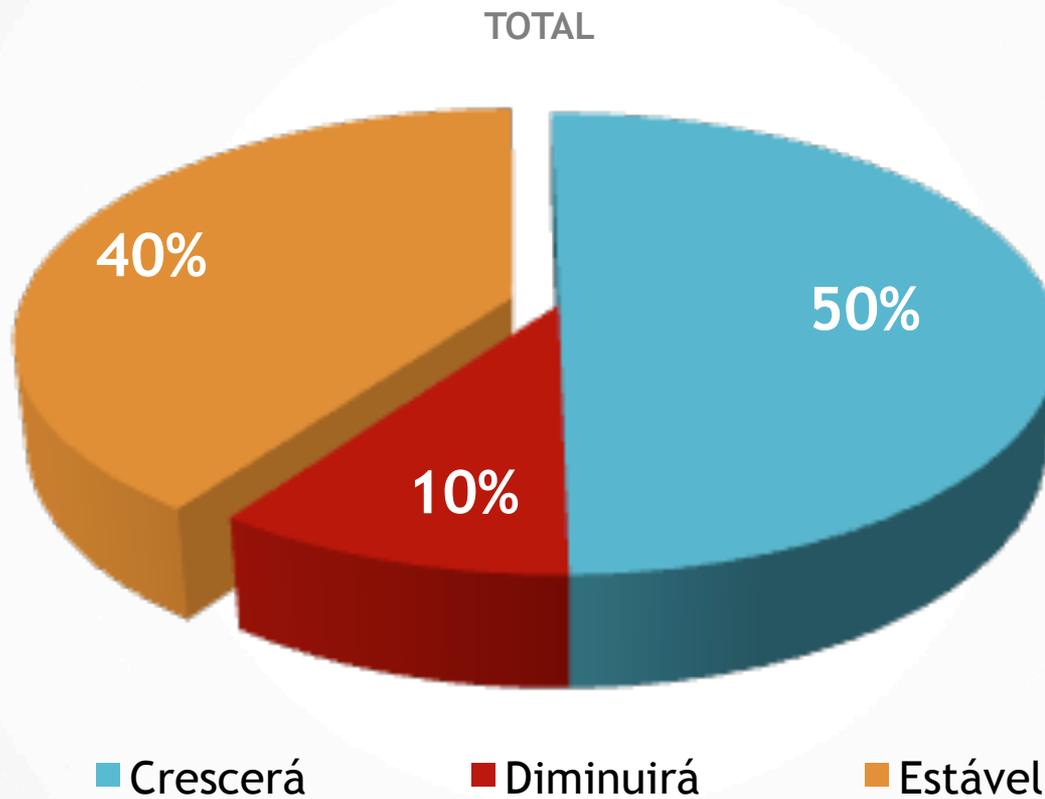
6

Expectativas futuras



Expectativas futuras

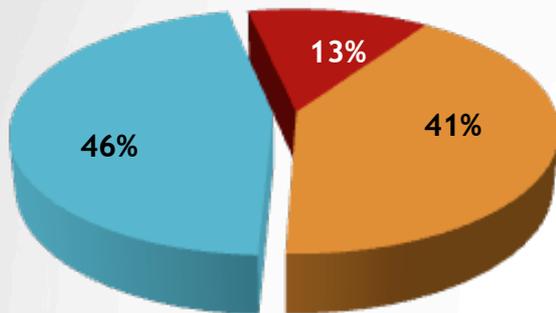
Receita total da agência 2014



Expectativas futuras

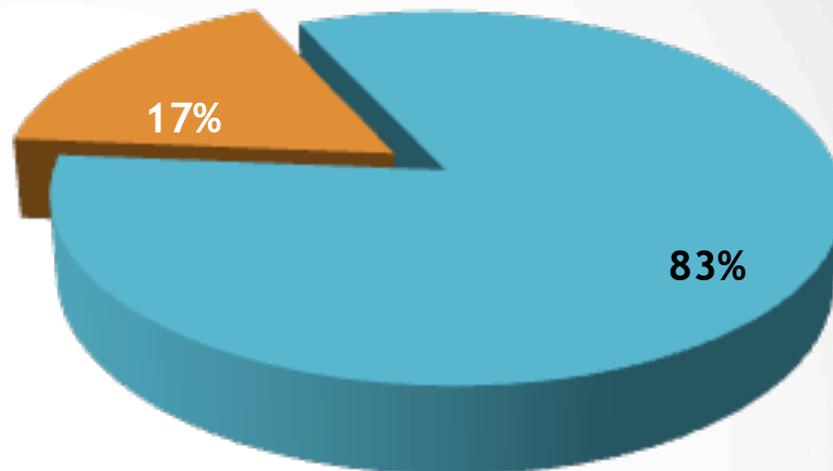
Receita total da agência 2014

São Paulo até R\$ 50 mi



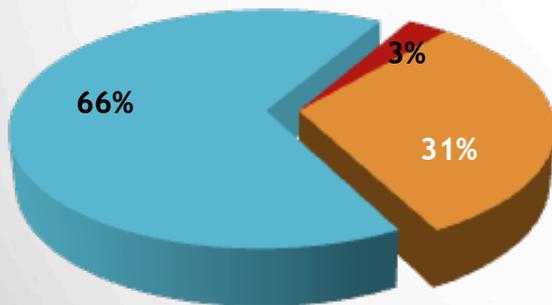
■ Crescerá ■ Diminuirá ■ Estável

São Paulo mais de R\$ 50 mi



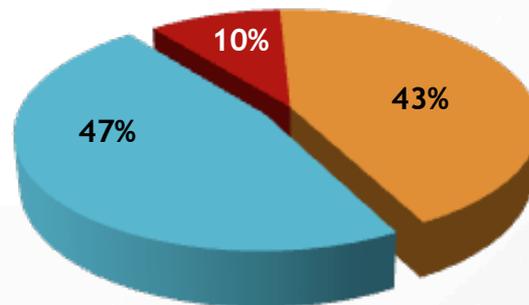
■ Crescerá ■ Diminuirá ■ Estável

RA Campinas



■ Crescerá ■ Diminuirá ■ Estável

Demais mercados



■ Crescerá ■ Diminuirá ■ Estável

Setores que aumentarão investimentos em 2014

SETORES	TOTAL	São Paulo até R\$ 50 milhões	São Paulo mais de R\$ 50 milhões	RA Campinas	Demais mercados
 VAREJO	58%	63%	67%	66%	51%
 SERVIÇOS PRIVADOS	38%	43%	58%	44%	33%
 GOVERNO / EMPRESAS PÚBLICAS	38%	37%	33%	44%	38%
 PRODUTOS DE CONSUMO	31%	36%	67%	22%	27%
 IMOBILIÁRIO	31%	18%	---	47%	39%
 INDÚSTRIA	22%	15%	17%	19%	29%
 OUTROS SETORES	3%	1%	---	---	1%

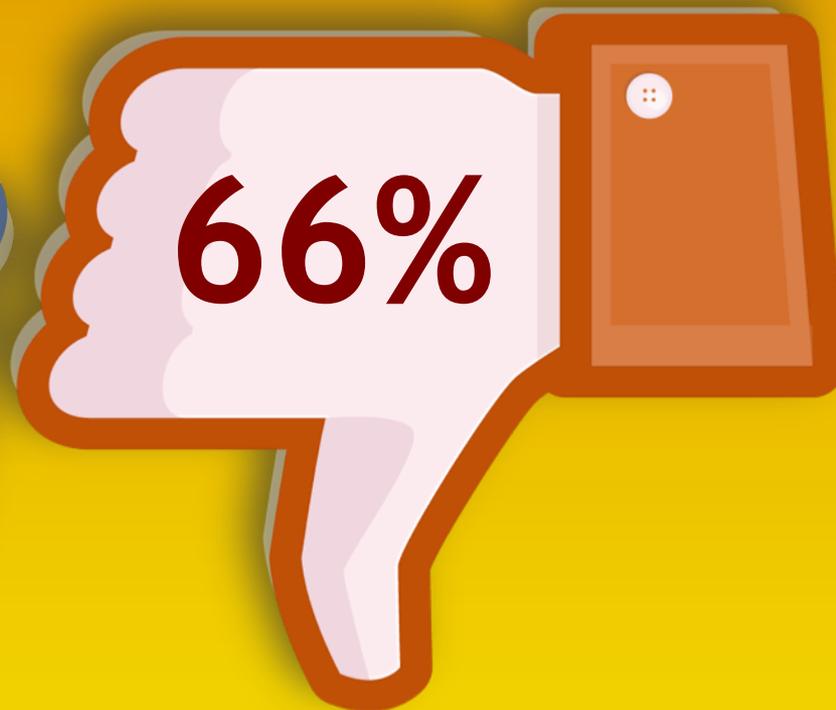
Impacto dos grandes eventos na receita total

**SIM:
52%**



ELEIÇÕES
2014
#VEMPRAURNA





Grupo SP mais de R\$ 50 milhões
Expectativas mais otimistas: 63%

7

Licitações e Concorrências



Participa de Licitações Públicas



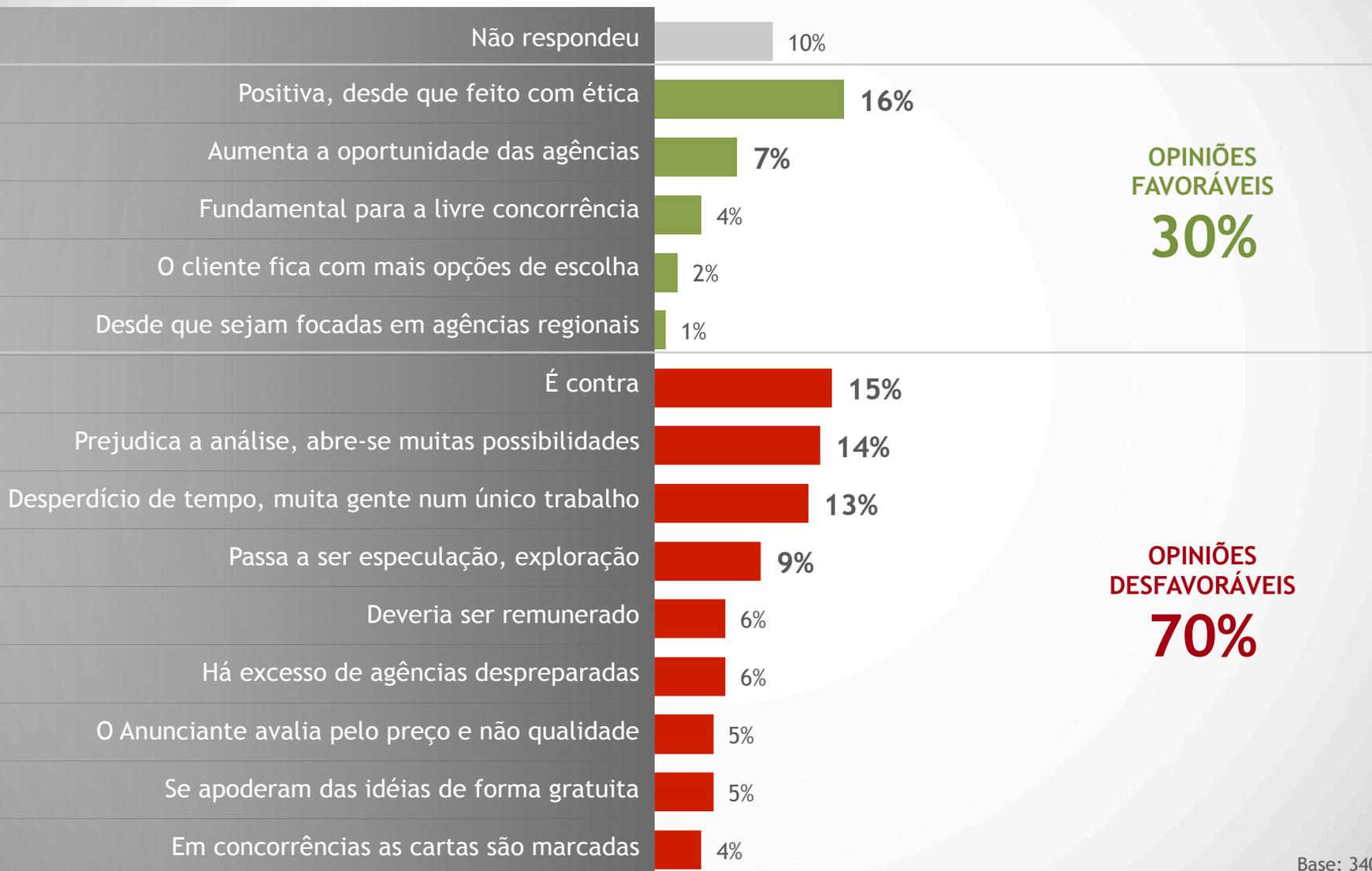
Participa de Licitações Públicas

Em outras regiões



Concorrências com mais de 4 agências

Opinião



Concorrências de contas privadas

Recebeu remuneração?

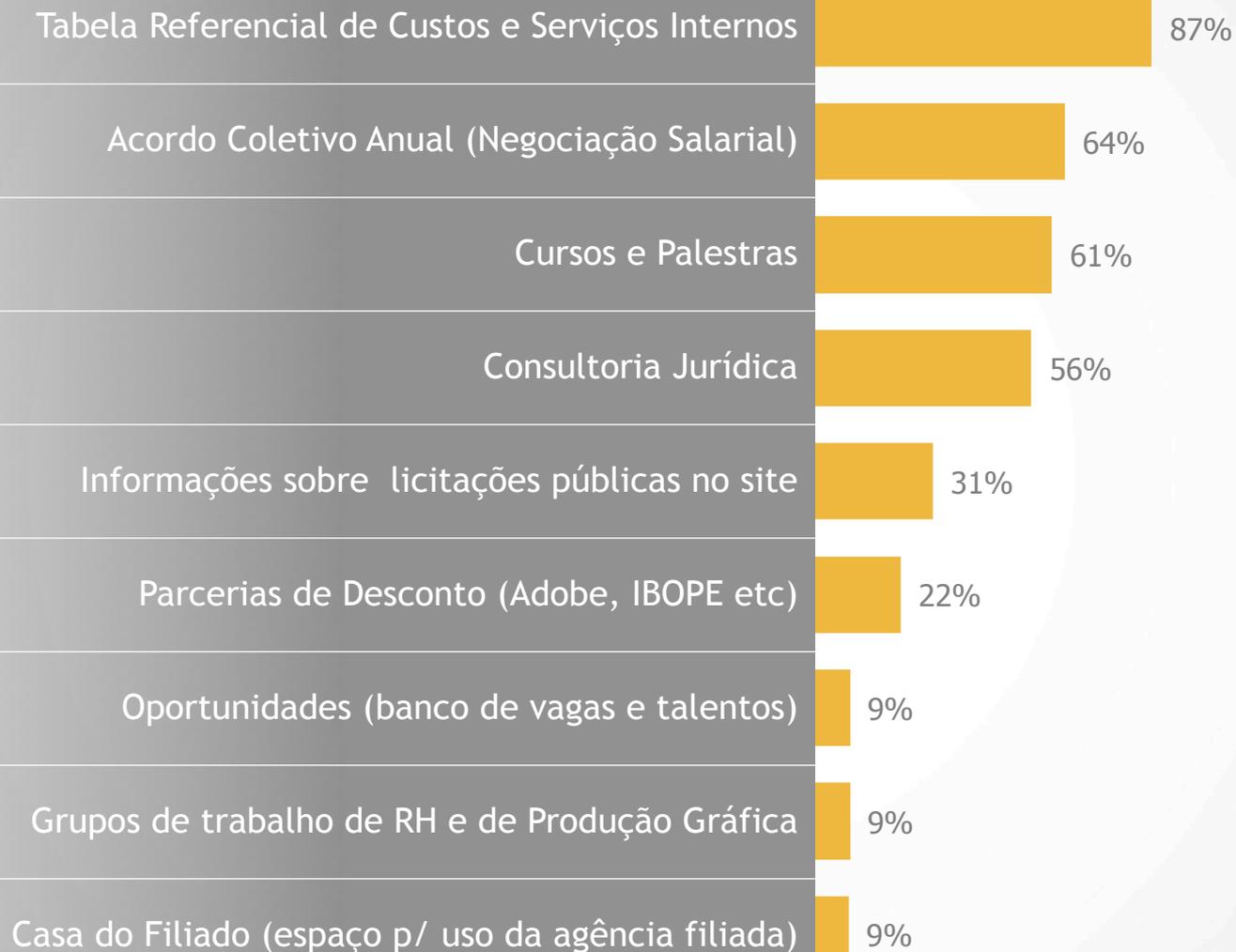


8

Benefícios Sinapro-SP



Grau de conhecimento dos serviços Sinapro-SP



Base: 340

I.M.: 3,5

Grau de satisfação com serviços e benefícios

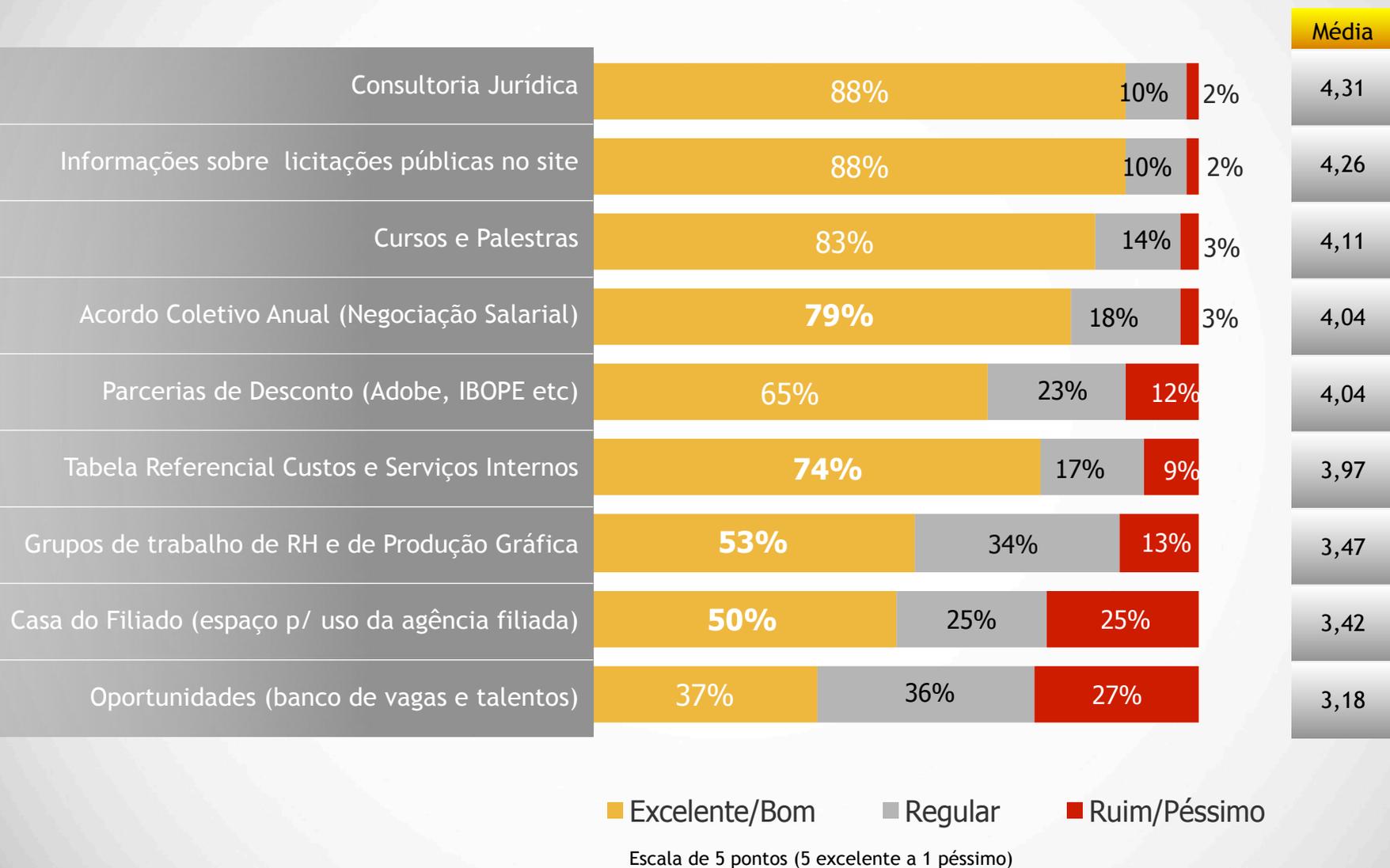


Tabela Referencial SINAPRO-SP

Desconto praticado



MÉDIA: 44%



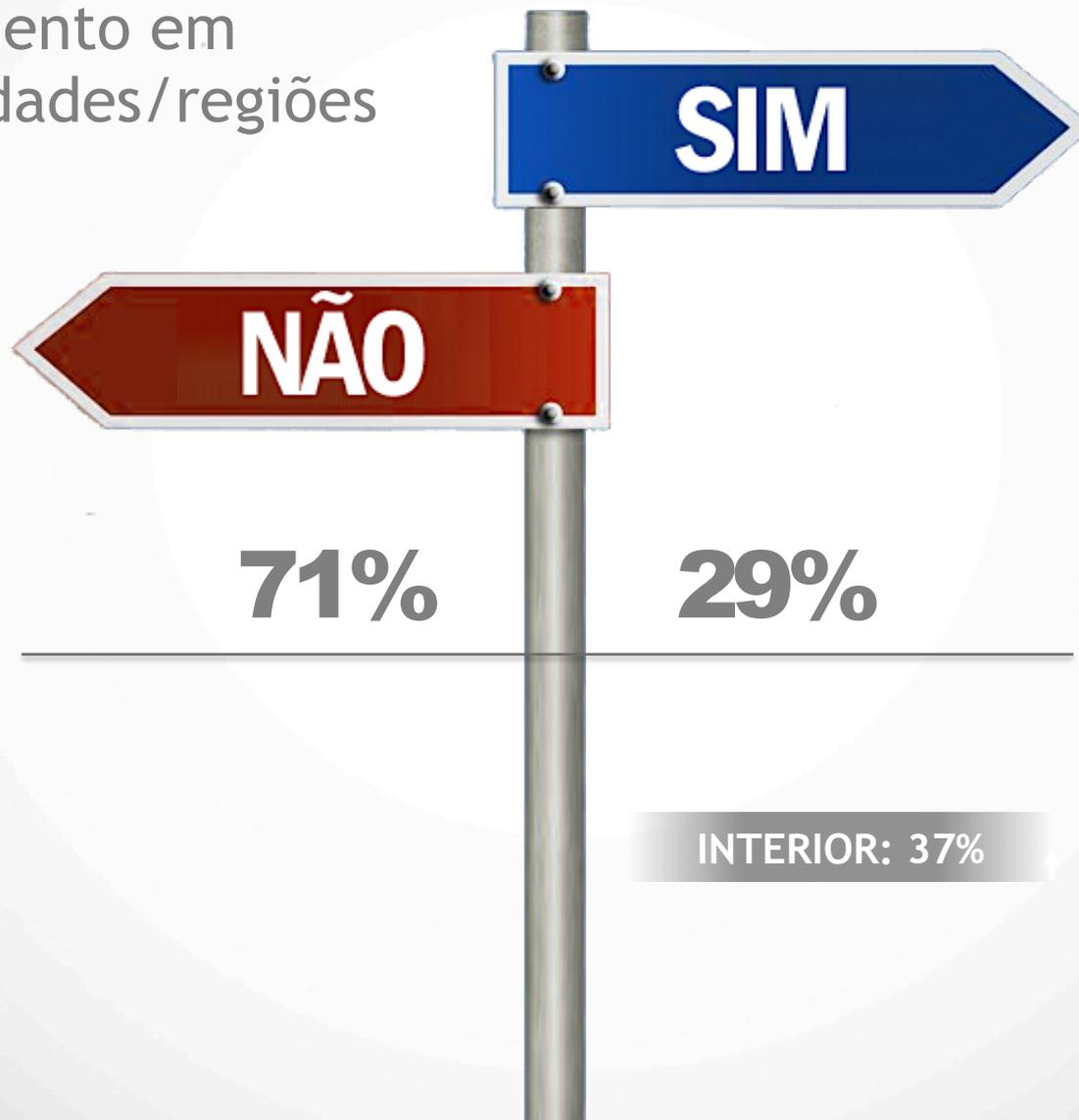
9

Recursos Humanos / Formação Educacional



Mão de obra especializada

Recrutamento em
outras cidades/regiões



Publicitários recém formados

Interior: percepção pior de qualidade
45% mal preparados



8%
BEM
PREPARADOS



38%
MAL
PREPARADOS

54%
RAZOAVELMENTE
PREPARADOS



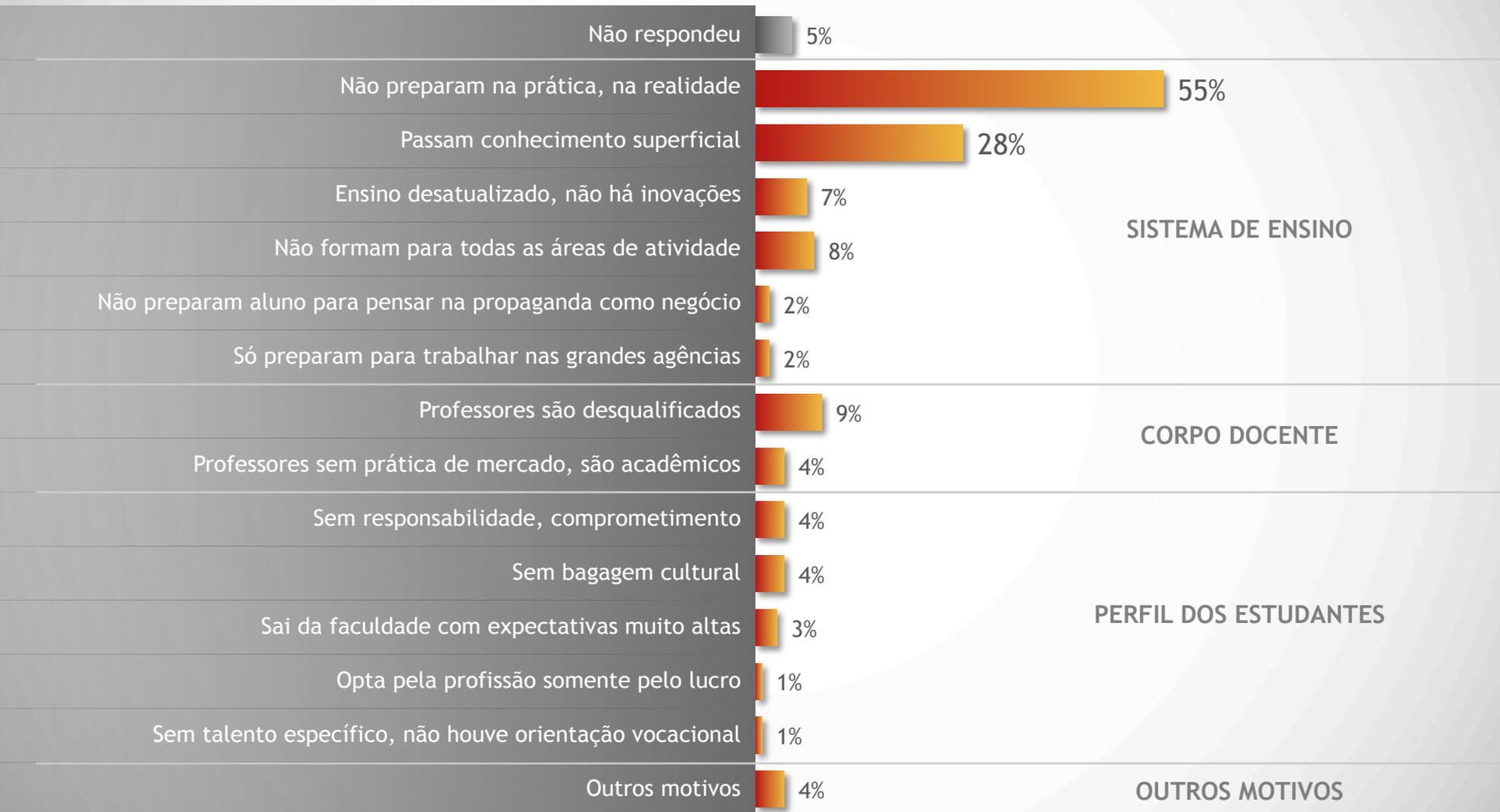
Instituições de Ensino Superior

Atendem as expectativas?



Instituições de Ensino Superior

Porque não atendem as expectativas



6

Mercados Regionais



Setores que mais anunciam



VAREJO

61%



IMOBILIÁRIO

48%



GOVERNOS E
EMPRESAS PÚBLICAS

18%



SERVIÇOS PRIVADOS

15%



PRODUTO DE CONSUMO

10%



INDÚSTRIA
(INSTITUCIONAL OU B2B)

9%



OUTROS SEGMENTOS

1%

Meios de comunicação mais utilizados por anunciantes



TV ABERTA 65%

JORNAL 60%



RÁDIO 55%

MÍDIA EXTERIOR 52%



INTERNET 40%

REVISTA 31%



Migração de contas para outras Cidades / Estados



Migração de contas para outras Cidades / Estados



Obrigado



Setembro/2014