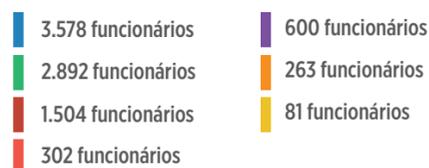
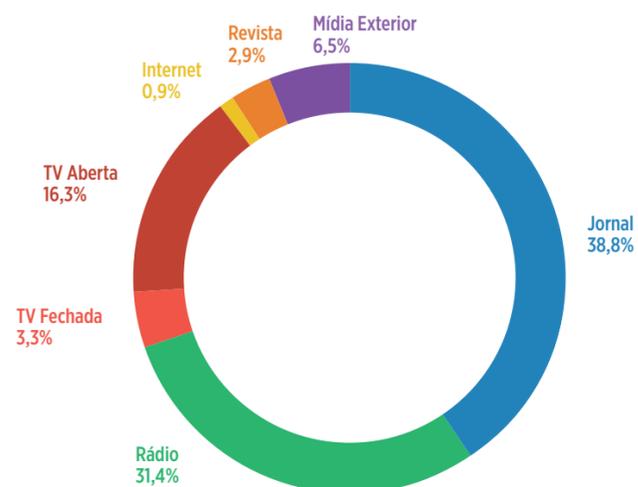


### NÍVEL DE EMPREGO NOS VEÍCULOS

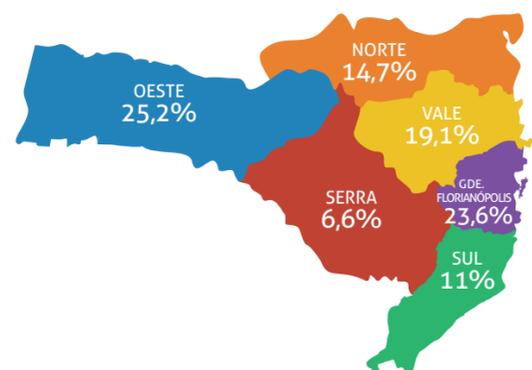
Os veículos de comunicação catarinenses contribuem com número significativo de empregos diretos em Santa Catarina: em dezembro de 2014, mantinham cerca de 9,2 mil funcionários.



Fonte: Instituto MAPA/Exercício 2014. Base: 775 veículos (universo).



### NÍVEL DE EMPREGO NOS VEÍCULOS POR REGIÃO



Fonte: Instituto MAPA/Exercício 2014. Base: 775 veículos (universo).



TOTAL: 9,2 MIL FUNCIONÁRIOS

As regiões Oeste e da Grande Florianópolis são as que empregam maior número de funcionários nos veículos de comunicação de Santa Catarina.

**UM AGRADECIMENTO ESPECIAL A TODOS OS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO QUE CONTRIBUÍRAM PARA A REALIZAÇÃO DESTA PESQUISA.**

Entidades que compõem o Fórum da Indústria da Comunicação Catarinense:



Realização:

**ficc**

fórum da indústria da comunicação catarinense

# MERCADO DA VEICULAÇÃO PUBLICITÁRIA EM SANTA CATARINA 2015

11ª EDIÇÃO

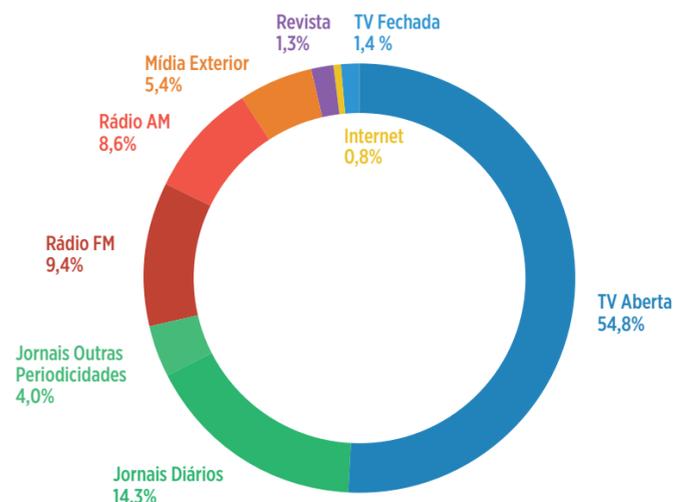
# MERCADO DA VEICULAÇÃO PUBLICITÁRIA EM SANTA CATARINA, EM 2014

Esta pesquisa, realizada pelo Instituto MAPA, levanta o volume de faturamento com VEICULAÇÃO PUBLICITÁRIA, junto aos veículos de comunicação dos meios: Televisão (aberta e fechada), Rádio, Jornal, Revista, Mídia Exterior e Internet, sediados em Santa Catarina. No décimo primeiro ano consecutivo de sua realização, esta edição 2015 cobre os dados de 2014. Dentro de um total estimado de 775 veículos, responderam à pesquisa 265 veículos que, juntos, representam 81% do faturamento estimado para o total.

## VALOR DA VEICULAÇÃO PUBLICITÁRIA EM SANTA CATARINA

Os veículos de comunicação catarinenses alcançaram **R\$ 1,194 bilhão** de faturamento com veiculação publicitária em 2014, segundo estimativas do Instituto MAPA, calculadas a partir dos 265 veículos respondentes. O meio televisão detém a maior fatia desse mercado.

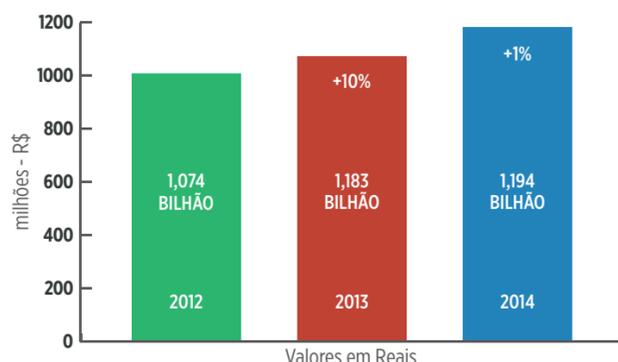
|                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <b>TV</b><br>R\$ 671,8 milhões        | <b>Jornal</b><br>R\$ 218,4 milhões                       |
| <b>TV Aberta</b><br>R\$ 654,4 milhões | <b>Jornais Diários</b><br>R\$ 171,3 milhões              |
| <b>TV Fechada</b><br>R\$ 17,4 milhões | <b>Jornais Outras Periodicidades</b><br>R\$ 47,1 milhões |
| <b>Rádio</b><br>R\$ 214,6 milhões     | <b>Revista</b><br>R\$ 15,7 milhões                       |
| <b>Rádio AM</b><br>R\$ 102,3 milhões  | <b>Mídia Exterior</b><br>R\$ 64,4 milhões                |
| <b>Rádio FM</b><br>R\$ 112,2 milhões  | <b>Internet</b><br>R\$ 9,4 milhões                       |



Fonte: Instituto MAPA/Exercício 2014. Base: 775 veículos.

**1,194 bilhão em 2014**  
(valores em reais)

## CRESCIMENTO DO VALOR DA VEICULAÇÃO PUBLICITÁRIA

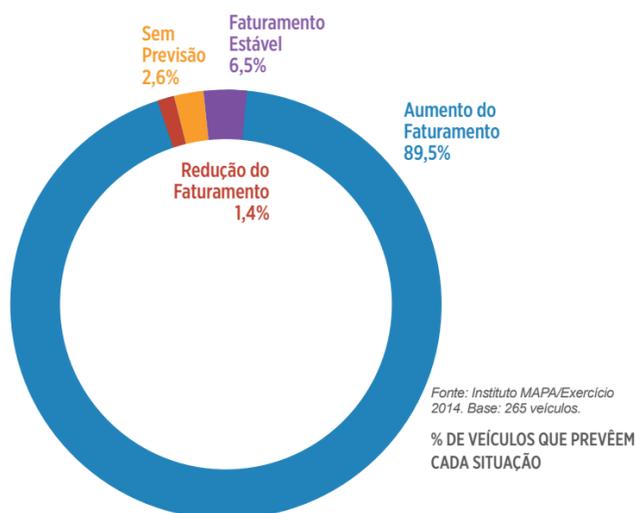


Fonte: Instituto MAPA

## EXPECTATIVAS PARA 2015

O mercado se mostra otimista com relação a 2015: em 89,5% dos veículos de comunicação, existe uma previsão de aumento do faturamento proveniente de veiculação publicitária, em relação a 2014.

|                               |                               |
|-------------------------------|-------------------------------|
| <b>AUMENTO DO FATURAMENTO</b> | <b>REDUÇÃO DO FATURAMENTO</b> |
| <b>SEM PREVISÃO</b>           | <b>FATURAMENTO ESTÁVEL</b>    |

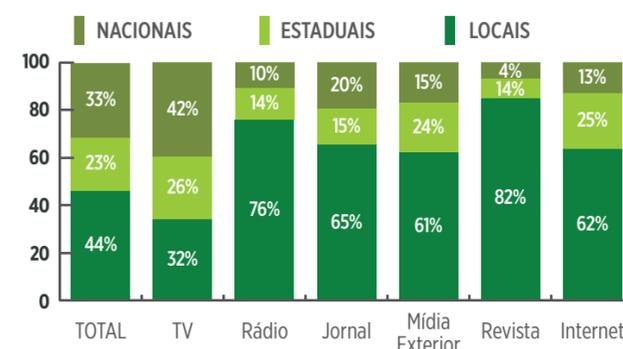


Fonte: Instituto MAPA/Exercício 2014. Base: 265 veículos.  
% DE VEÍCULOS QUE PREVÊEM CADA SITUAÇÃO

## ORIGEM DOS ANUNCIANTES

Anunciantes catarinenses, locais (da região de cada veículo) e estaduais (de SC, mas não da região do veículo) são responsáveis por cerca de 2/3 (67%) do faturamento com veiculação publicitária no estado, cabendo o outro 1/3 aos anunciantes nacionais, que têm importância ainda maior no meio Televisão.

Fonte: Instituto MAPA/Exercício 2014. Base: 265 veículos.

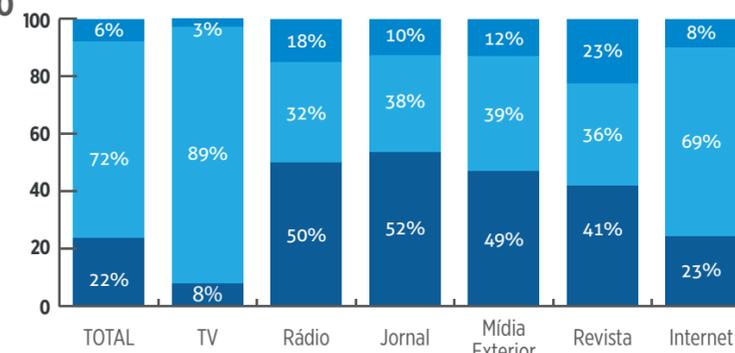


## ORIGEM DA CONTRATAÇÃO DA VEICULAÇÃO

As agências de propaganda são responsáveis por cerca de 3/4 (72%) das negociações de veiculação publicitária. Esta via de contratação tem importância preponderante nos meios Televisão e Internet.

|                           |                     |                               |
|---------------------------|---------------------|-------------------------------|
| <b>VIA REPRESENTANTES</b> | <b>VIA AGÊNCIAS</b> | <b>DIRETO DOS ANUNCIANTES</b> |
|---------------------------|---------------------|-------------------------------|

Fonte: Instituto MAPA/Exercício 2014. Base: 265 veículos.

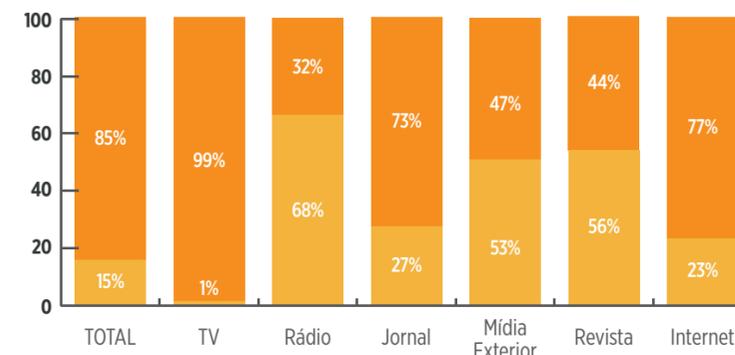


## PRODUÇÃO DO MATERIAL DE VEICULAÇÃO

Mais de 80% do faturamento com veiculação publicitária, no conjunto dos meios, provém de material entregue já produzido aos veículos. Porém, especificamente nos meios Rádio, Revista e Mídia Exterior, predomina a veiculação com material produzido pelo próprio veículo.

|  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| <b>ENTREGUE PRODUZIDO PELO CLIENTE</b> | <b>PRODUZIDO PELO PRÓPRIO VEÍCULO</b> |
|--|---------------------------------------|

Fonte: Instituto MAPA/Exercício 2014. Base: 265 veículos.



## SEGMENTO DOS ANUNCIANTES

A iniciativa privada respondeu por 90% do volume investido em veiculação publicitária em Santa Catarina, em 2014.

|                           |                      |
|---------------------------|----------------------|
| <b>INICIATIVA PRIVADA</b> | <b>SETOR PÚBLICO</b> |
|---------------------------|----------------------|

Fonte: Instituto MAPA/Exercício 2014. Base: 265 veículos.

SETOR PÚBLICO ENGOBA PREFEITURAS, GOVERNO ESTADUAL, GOVERNO FEDERAL E TODOS OS DEMAIS ÓRGÃOS E EMPRESAS PÚBLICAS.

