

---

## Principais produtos e serviços 2005

O Suplemento de Produtos e Serviços da Pesquisa Anual de Serviços - PAS 2005 foi aplicado nas empresas com 20 ou mais pessoas ocupadas<sup>1</sup>, à exceção do Suplemento de Serviços de Publicidade, que foi aplicado nas empresas com 15 ou mais pessoas ocupadas. O Suplemento de Produtos e Serviços da PAS investigou os produtos relacionados ao setor mais moderno da economia, ou seja, os Serviços de informação, que abrangem as atividades relacionadas às novas tecnologias de comunicação e informação, os produtos das atividades tradicionais de transportes e parte dos serviços qualificados prestados às empresas, abrangendo Serviços de engenharia e arquitetura e Serviços de publicidade. Os comentários serão organizados a partir dos seguintes grupamentos:

### **Serviços de informação**

- Telecomunicações
- Atividades de informática<sup>2</sup>
- Serviços audiovisuais

### **Serviços de transportes**

- Transportes ferroviário e metroviário
- Transporte rodoviário de passageiros
- Transporte rodoviário de cargas
- Transporte aquaviário
- Transporte aéreo

### **Serviços de engenharia e arquitetura**

### **Serviços de publicidade**

---

<sup>1</sup> Referem-se às empresas que pertencem ao estrato certo da Pesquisa Anual de Serviços. Para definição de estrato certo, ver Notas técnicas desta publicação.

<sup>2</sup> O Suplemento de Informática inclui as atividades de Manutenção e reparação de máquinas de escritório e de informática (CNAE 7250-8).

Este Suplemento configura-se como uma importante etapa do programa de estatísticas econômicas do IBGE, no sentido de ampliar sua linha de investigação de produtos/serviços, contribuindo para a construção de uma classificação nacional de produtos para o setor de serviços, em conformidade com as normas e tendências internacionais. Para melhor comparabilidade dos dados, as informações dos Suplementos são tabuladas e analisadas para os anos de 2004 e 2005. A seguir, seus resultados serão sucintamente analisados, destacando-se os produtos e serviços mais relevantes dentro de cada atividade.

## Serviços de informação

Este segmento caracteriza-se por ser dinâmico, competitivo e intensivo em tecnologia da informação. A todo momento novos produtos/serviços são introduzidos no mercado, enquanto outros tornam-se rapidamente obsoletos e vão sendo retirados do mercado. Observa-se, ainda, uma ampliação do mercado consumidor desses serviços impulsionada pela maior acessibilidade aos equipamentos de informática e comunicação (microcomputadores, televisores, aparelhos telefônicos, etc.). Os Serviços de informação geraram receita<sup>3</sup> de R\$ 129,5 bilhões, em 2005, contra R\$ 116,0 bilhões obtidos em 2004.

Os Serviços de telecomunicações representaram 67,1% da receita dos Serviços de informação, em 2005, participação pouco inferior à de 2004, que foi de 67,9%. Dentre os 20 produtos dos Serviços de informação com maiores participações na receita, 11 pertencem ao segmento de telecomunicações, destacando-se os Serviços complementares de telecomunicação por fio (assinaturas, mudanças de titularidade, etc.)<sup>4</sup> e os Serviços de interconexão de telefonia móvel celular, que ocuparam as duas primeiras posições no *ranking* das atividades de informação, com 8,6% e 7,2%, respectivamente (Tabela 1 deste texto). Observa-se que este último ocupava a sexta posição no *ranking*, em 2004, alcançando a segunda posição, em 2005, com receita de R\$ 9,3 bilhões, contra R\$ 6,1 bilhões, em 2004. Estes produtos, somados aos Serviços de telefonia celular pós-pago e aos Serviços fixo-móvel de telecomunicações por fio, ocuparam as quatro primeiras posições no *ranking* dos Serviços de informação e corresponderam a mais de 40,0% do segmento de telecomunicações (Gráfico 1).

Os Serviços complementares de telecomunicações por fio (assinaturas, mudanças de titularidade, etc.) mantiveram-se como principal produto do segmento de telecomunicações, em 2004 e 2005 e, com uma receita de R\$ 11,2 bilhões, responderam por 12,9% do total, em 2005, como mostra o Gráfico 1.

As atividades de informática foram responsáveis por 19,9% do total da receita dos Serviços de informação, em 2005, percentual superior ao de 2004 (19,4%). Observa-se que os Serviços de desenvolvimento de *softwares* sob encomenda ou específico para o cliente foram os que mais contribuíram na geração da receita, com 19,1% do total, os quais, somados aos Serviços de desenvolvimento, edição e licenciamento de *softwares* prontos para uso, inclusive representação, representaram 36,6% do segmento, em 2005. Os Serviços de processamento de dados para terceiros responderam por 13,6% da receita desta atividade, em 2005. Estes produtos figuraram no *ranking* entre as vinte maiores receitas dos Serviços de informação ocupando a nona, décima e décima quarta posições, respectivamente (Gráfico 2).

<sup>3</sup> Refere-se à receita operacional líquida mais subvenções.

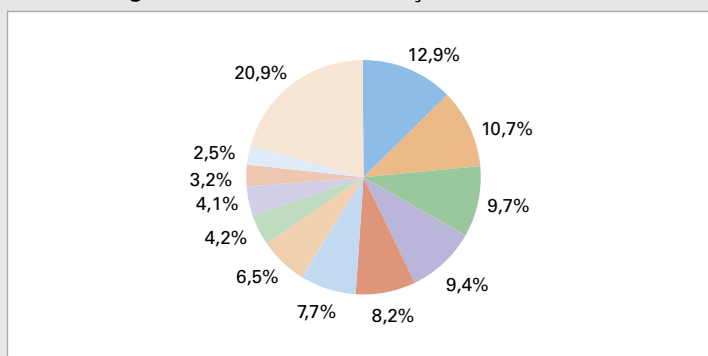
<sup>4</sup> Para definição de Serviços complementares por fio, ver Notas técnicas desta publicação.

**Tabela 1 - Principais produtos/serviços das atividades de informação  
Brasil - 2005**

Ranking 2004	Ranking 2005	Produtos/serviços	Receita (1 000 000 R\$)	Percentual (%)
		<b>Total</b>	<b>129 486</b>	<b>100,0</b>
1	1	Serviços complementares de telecomunicações por fio (assinaturas, mudanças de titularidade, etc.)	11 187	8,6
6	2	Serviços de interconexão de telefonia móvel celular	9 321	7,2
5	3	Serviços de telefonia celular pós-pago	8 465	6,5
2	4	Serviços fixo-móvel de telecomunicações por fio	8 191	6,3
4	5	Serviços de televisão aberta (programação e <i>broadcasting</i> )	7 944	6,1
3	6	Chamadas interurbanas de serviços fixo-fixo de telecomunicações por fio	7 120	5,5
9	7	Venda de telefones celulares	6 708	5,2
8	8	Chamadas locais de serviços fixo-fixo de telecomunicações por fio	5 673	4,4
10	9	Desenvolvimento de <i>software</i> sob encomenda ou específico para o cliente	4 938	3,8
11	10	Desenvolvimento, edição e licenciamento de <i>softwares</i> prontos para uso, inclusive representação	4 518	3,5
7	11	Serviços de telefonia celular pré-pago	3 676	2,8
14	12	Pacotes básicos e especiais de operadoras de televisão por assinatura	3 609	2,8
12	13	Serviços de redes de transportes de telecomunicações - SRTT	3 554	2,7
13	14	Serviços de processamento de dados para terceiros	3 517	2,7
16	15	Sistemas de informação	3 227	2,5
15	16	Serviços complementares de telefonia móvel celular	2 781	2,1
18	17	<i>Outsourcing</i> (alocação de mão-de-obra de informática na empresa do cliente)	2 208	1,7
17	18	Serviços de interconexão de telecomunicações por fio	2 139	1,7
19	19	Revenda de <i>softwares</i> de prateleira, computadores, peças e suprimentos de informática, não produzidos pela empresa	1 897	1,5
21	20	Serviços de telecomunicações ligados à Internet	1 810	1,2
	21	Outros serviços	27 003	21,2

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Serviços - Suplementos Serviços de Informática, Serviços de Telecomunicações e Serviços Audiovisuais 2005.

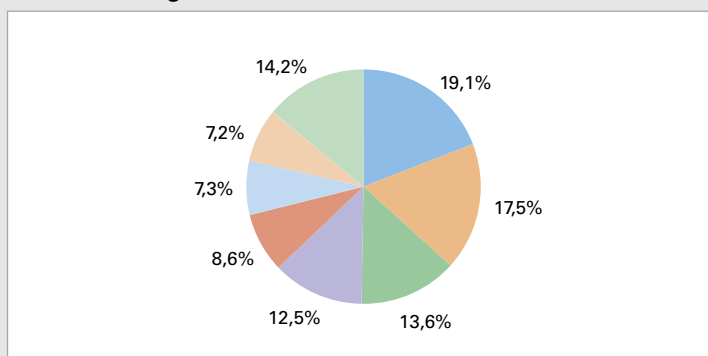
**Gráfico 1 - Participação dos produtos/serviços na receita do segmento de telecomunicações - Brasil - 2005**



- Serviços complementares de telecomunicações por fio
- Serviços de interconexão de telefonia móvel celular
- Serviços de telefonia celular pós-pago
- Serviços fixo-móvel de telecomunicações por fio
- Chamadas interurbanas de telecomunicações por fio
- Venda de telefones celulares
- Chamadas locais de telecomunicações por fio
- Serviços de telefonia celular pré-pago
- Serviços de redes de transportes de telecomunicações - SRTT
- Serviços complementares de telefonia móvel celular
- Serviços de interconexão de telecomunicações por fio
- Outros serviços de telecomunicações

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Suplemento de Telecomunicações da Pesquisa Anual de Serviços 2005.

**Gráfico 2 - Participação dos produtos/serviços na receita do segmento de informática - Brasil - 2005**

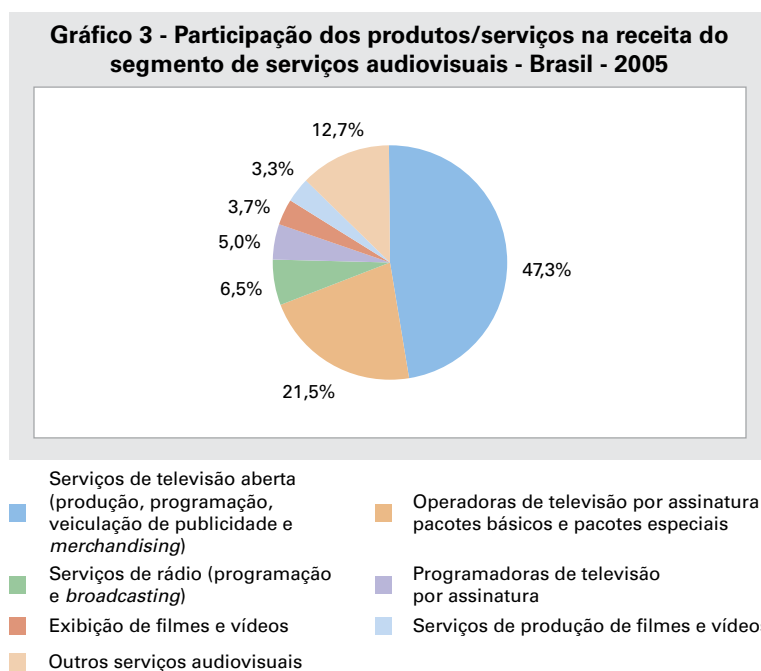


- Desenvolvimento de *softwares* sob encomenda ou específico para o cliente
- Desenvolvimento, edição e licenciamento de softwares prontos para uso inclusive representação
- Serviços de processamento de dados
- Sistema de informação
- *Outsourcing*
- Venda de *softwares* de prateleira, computadores, peças e suprimentos não produzidos pela empresa
- Serviços de manutenção e reparação
- Outros serviços e atividades

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Suplemento de Atividades de Informática da Pesquisa Anual de Serviços 2005.

Os Serviços audiovisuais responderam por 13,0% da receita dos Serviços de informação, em 2005, aumentando ligeiramente sua participação em relação a 2004 (12,7%).

Os Serviços de televisão aberta (produção, programação, veiculação de publicidade e *merchandising*) representaram 47,3% dos Serviços audiovisuais, em 2005 (Gráfico 3), figurando na quinta posição dentre os Serviços de informação, onde responderam por 6,1% da receita total, de acordo com a Tabela 1 deste texto.



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Suplemento de Serviços Audiovisuais da Pesquisa Anual de Serviços, 2005.

Os Serviços de pacotes básicos e especiais, ofertados pelas operadoras de televisão por assinatura, foram responsáveis por 21,5%, que somados aos Serviços de televisão aberta (produção, programação, veiculação de publicidade e *merchandising*) totalizaram 68,8% da receita dos Serviços audiovisuais (Gráfico 3).

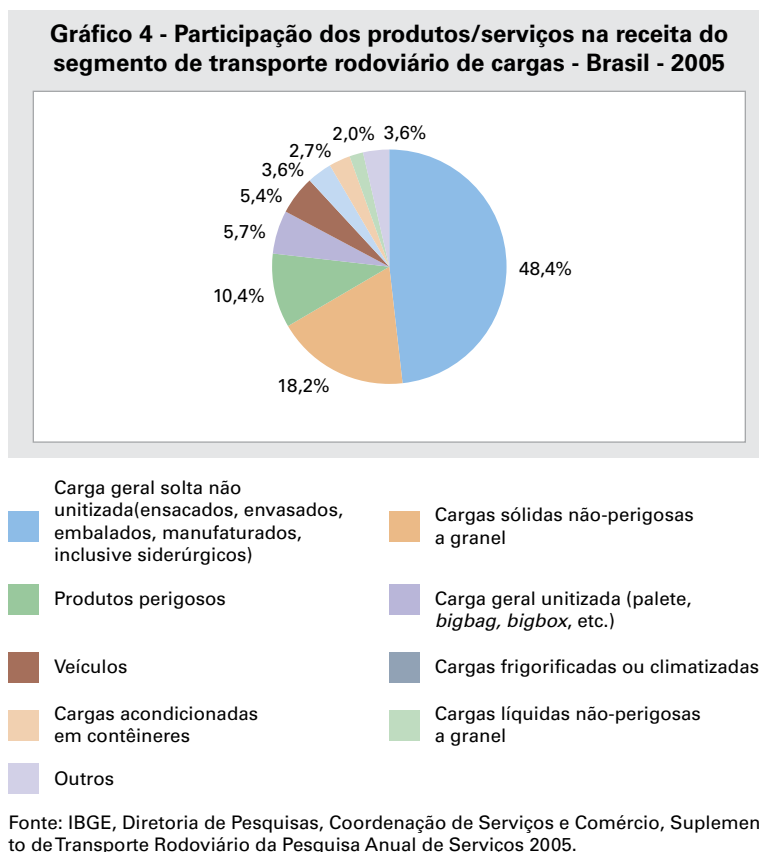
## Serviços de transportes

Este setor destaca-se por ser intensivo em mão-de-obra e por sua importância no bem-estar social e no desenvolvimento da atividade econômica, sendo responsável por garantir a movimentação de pessoas e a distribuição de bens no mercado. Os Serviços de transportes geraram R\$ 90,9 bilhões de receita, em 2005, e R\$ 80,1 bilhões, em 2004.

Os Serviços de transporte rodoviário de cargas representaram 35,2% da receita do setor de transportes, em 2005, percentual acima dos 33,0% observados, em 2004.

O Transporte de carga geral solta não-unitizada (ensacados, envasados, embalados, ou produtos manufaturados, inclusive siderúrgicos, etc.) foi o principal

produto, respondendo por 48,4% da receita dos Serviços de transporte rodoviário de cargas (Gráfico 4). Este produto ocupou o primeiro lugar dentre as maiores receitas dos produtos do setor de transportes, por gerar 17,0% da receita do setor, em 2005 (Tabela 2 deste texto).



A receita gerada pelos Serviços de transporte de cargas sólidas não-perigosas a granel (cereais, areia, brita, minérios, cimento, etc.) representou 18,2% do Transporte rodoviário de cargas, conforme o Gráfico 4, e somado com transportes de cargas líquidas não-perigosas (água, leite, sucos, etc.), representaram 7,1% do total da receita gerada no setor de transportes, de acordo com a Tabela 2 deste texto.

Destacaram-se, ainda, os Serviços de transporte de produtos perigosos, que incluem combustíveis e GLP (inclusive botijões) e outros produtos perigosos (fertilizantes, explosivos, asfalto, produtos radioativos, etc.), cuja participação foi de 10,4% no total da receita do Transporte rodoviário de cargas.

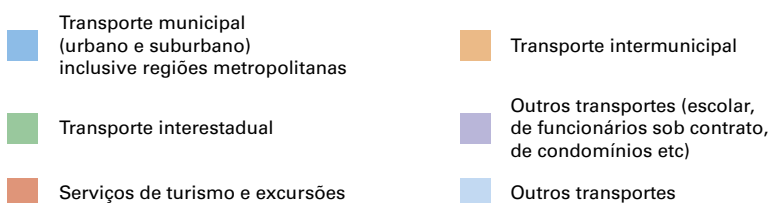
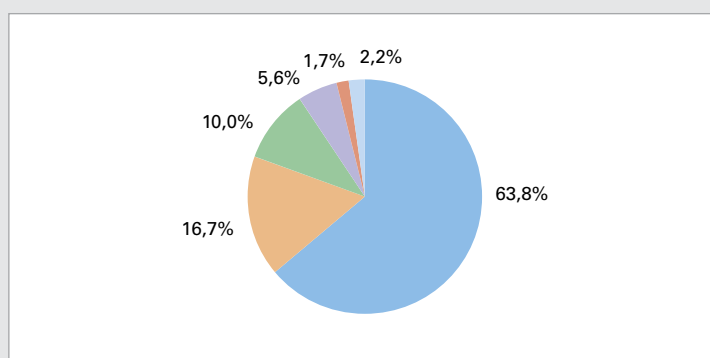
O Transporte rodoviário de passageiros representou 26,4% da receita do setor de transportes, em 2005, participação esta que foi de 26,6%, em 2004. O principal produto foi o Transporte municipal (urbano e suburbano) – inclusive regiões metropolitanas, que representou 16,8% deste segmento (Tabela 2 deste texto) e 63,8% do transporte rodoviário de passageiros (Gráfico 5). Os Serviços de transporte rodoviário de passageiros municipal, intermunicipal e interestadual, em conjunto, apresentaram 23,9% da receita dos setor de transportes.

**Tabela 2 - Principais produtos/serviços das atividades de transportes  
Brasil - 2005**

Ranking 2004	Ranking 2005	Produtos/serviços	Receita (1 000 000 R\$)	Percentual (%)
		<b>Total</b>	<b>90 861</b>	<b>100,0</b>
2	1	Transporte rodoviário de carga geral solta/não-unitizada (ensacados, envasados, embalados, ou produtos manufaturados, inclusive siderúrgicos, etc.)	15 475	17,0
1	2	Transporte rodoviário de passageiros municipal (urbano e suburbano) em linhas regulares - inclusive regiões metropolitanas	15 296	16,8
4	3	Transporte rodoviário de cargas a granel não-perigosas	6 461	7,1
3	4	Transporte aéreo de passageiros em linhas domésticas nacionais	5 426	6,0
5	5	Transporte aéreo de passageiros em linhas internacionais	4 459	4,9
6	6	Transporte rodoviário de passageiros intermunicipal em linhas regulares	3 995	4,4
7	7	Transporte aéreo de passageiros em linhas domésticas especiais (ponte aérea)	3 636	4,0
8	8	Transporte rodoviário de cargas - produtos perigosos	3 339	3,7
10	9	Transporte ferroviário de cargas sólidas a granel	2 878	3,2
11	10	Transporte ferroviário municipal de passageiros - inclusive transporte metroviário	2 540	2,8
12	11	Transporte rodoviário de passageiros interestadual em linhas regulares	2 388	2,6
13	12	Transporte aquaviário de contêineres ( <i>dry cargo</i> para carga geral seca, <i>tank</i> para grânéis líquidos e contêineres frigorificados)	2 353	2,6
9	13	Transporte aéreo de cargas postais, malotes e outras cargas	2 223	2,4
14	14	Transporte rodoviário de carga unitizada (palete, <i>bigbag</i> , <i>bigbox</i> , etc.)	1 809	2,0
15	15	Transporte rodoviário de veículos	1 726	1,9
16	16	Outros tipos de transporte rodoviário de passageiros em linhas regulares (transporte escolar, transporte de funcionários sob contrato, transporte de condomínios, etc.)	1 349	1,5
18	17	Transporte aéreo de passageiros em linhas não-regulares	1 284	1,4
17	18	Transporte aquaviário de cargas sólidas a granel	1 159	1,3
20	19	Transporte rodoviário de cargas frigorificadas ou climatizadas	1 145	1,3
19	20	Transporte aquaviário de cargas líquidas a granel	1 127	1,2
	21	Outros serviços de transporte	10 793	11,9

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Serviços - Suplementos Transporte Rodoviário, Transporte Ferroviário e Metroviário, Transporte Aquaviário e Transporte Aéreo 2005.

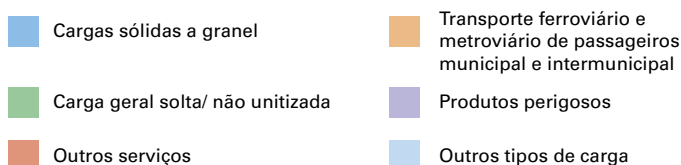
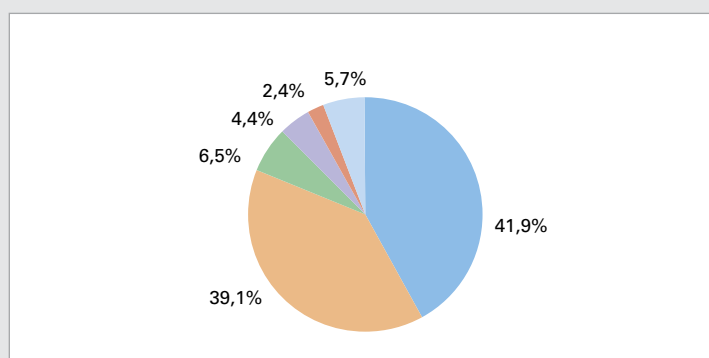
**Gráfico 5 - Participação dos produtos/serviços na receita do segmento de transporte rodoviário de passageiros - Brasil - 2005**



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Suplemento de Transporte Rodoviário da Pesquisa Anual de Serviços 2005

Os Serviços de transportes ferroviário e metroviário representaram 7,6% da receita do setor de transportes, em 2005, igual à participação alcançada em 2004. Os Serviços de transporte de cargas sólidas a granel responderam por 41,9% da receita gerada pela atividade de transportes ferroviário e metroviário, em 2005, (Gráfico 6) e ficaram na nona posição na lista dos produtos e serviços prestados no conjunto da atividade de transporte, participando com 3,2% na receita (Tabela 2 deste texto).

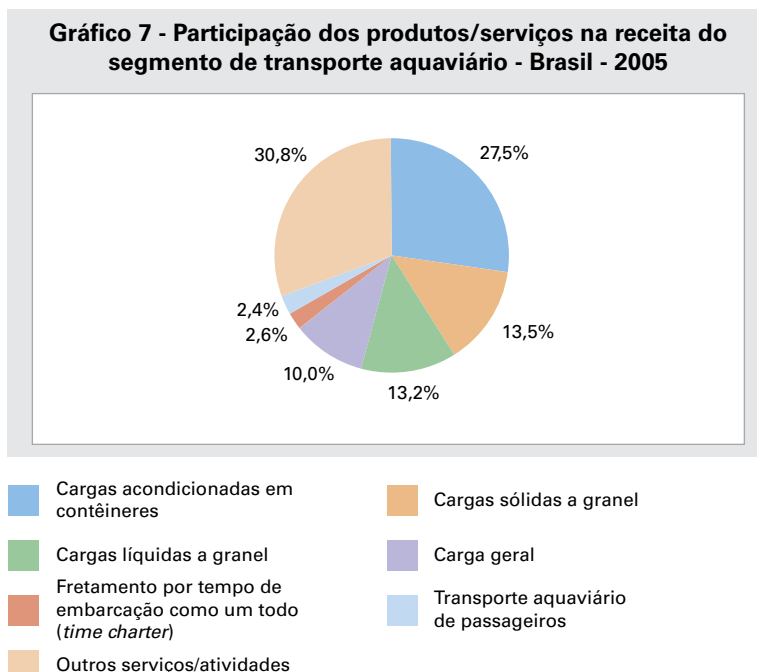
**Gráfico 6 - Participação dos produtos/serviços na receita do segmento de transporte ferroviário/metroviário - Brasil - 2005**



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Suplemento de Transporte Ferroviário/Metroviário da Pesquisa Anual de Serviços 2005.

Os Serviços de transportes ferroviário e metroviário de passageiros municipal e intermunicipal foram responsáveis por 39,1% da receita de transporte ferroviário e metroviário, em 2005, conforme Gráfico 6.

Os Serviços de transporte aquaviário representaram 9,4% da receita do setor de transportes, em 2005, contra 9,5%, em 2004. Os Serviços de transporte de carga acondicionada em contêineres (*dry cargo* para carga geral seca, *tank* para granéis líquidos e frigorificados) representaram 27,5% do total da receita desta atividade, enquanto os Serviços de transporte de cargas sólidas a granel e cargas líquidas a granel foram responsáveis por 13,5% e 13,2%, respectivamente (Gráfico 7).



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Suplemento de Transporte Aquaviário da Pesquisa Anual de Serviços 2005.

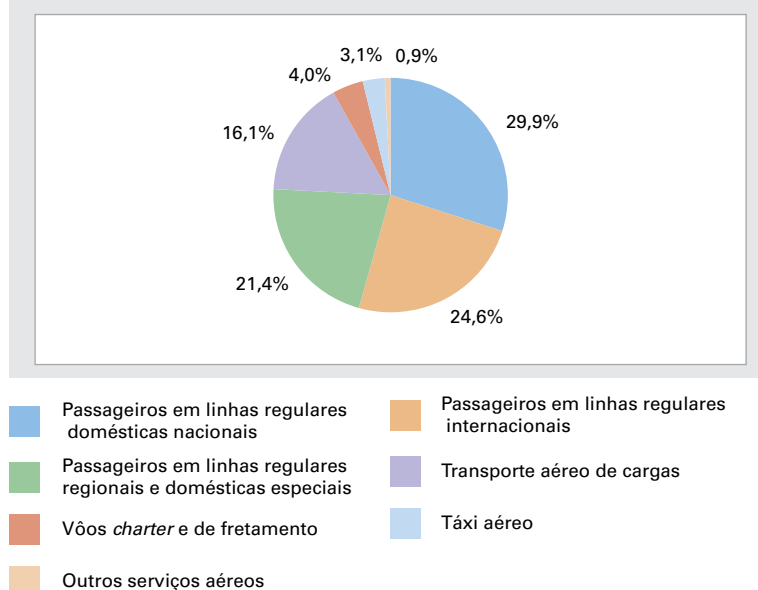
Segundo a Tabela 2 deste texto, Os Serviços de transporte de carga acondicionada em contêineres (*dry cargo* para carga geral seca, *tank* para granéis líquidos e frigorificados) destacaram-se no ranking dos produtos do setor de transportes, alcançando a 12ª posição (2,6%), em 2005.

As empresas de transporte aéreo participaram com 20,0% da receita do setor de transportes, em 2005, e com 22%, em 2004.

Os Serviços de transporte aéreo de passageiros em linhas regulares domésticas nacionais representaram 29,9% da receita do segmento de transporte aéreo (Gráfico 8) e ocuparam a quarta posição do *ranking* (Tabela 2 deste texto), participando com 6,0% da receita do setor de transportes.

As empresas de transporte aéreo de cargas, que inclui cargas postais e malotes e outras cargas, foram responsáveis por 16,1% da receita dos Serviços de transporte aéreo (Gráfico 8) e ocuparam a 13ª posição no *ranking* do setor de transportes, respondendo por 2,4% da receita do setor (Tabela 2 deste texto).

**Gráfico 8 - Participação dos produtos/serviços na receita do segmento de transporte aéreo - Brasil - 2005**



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Suplemento de Transporte Aéreo da Pesquisa Anual de Serviços 2005.

## Serviços de engenharia e arquitetura

Este setor destaca-se pela importância da sua receita e pessoal ocupado, nos Serviços técnico-profissionais do grupamento Serviços prestados às empresas da PAS 2005.

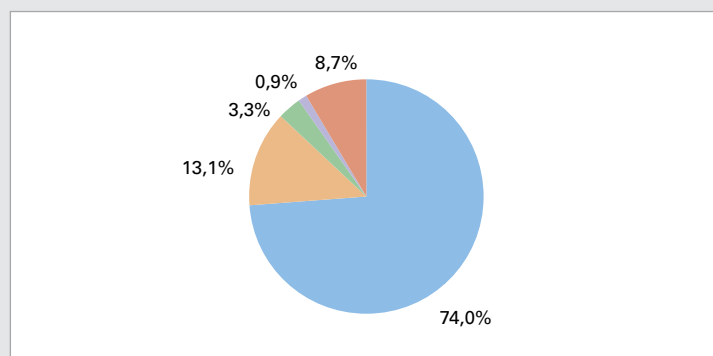
Os Serviços de engenharia e arquitetura são responsáveis por crescentes *superávits* no Balanço de Serviços<sup>5</sup> devido a sua capacidade de gerar receitas. Este segmento auferiu R\$ 6,1 bilhões de receita, em 2005, valor superior ao de 2004, que foi R\$ 4,6 bilhões.

Os Serviços de engenharia representaram 74,0% do total da atividade empresarial de engenharia e arquitetura, conforme o Gráfico 9. Destes serviços, destacam-se Elaboração e acompanhamento de projetos industriais, inclusive projeto de mineração, extração de petróleo e gás natural; Elaboração e acompanhamento de projetos de água, gás, energia elétrica, telecomunicações e gestão de resíduos, e serviços de engenharia relativos a obras de engenharia; Serviços de engenharia para outros projetos; e Serviços de consultoria em engenharia (inspeção técnica, auditoria, perícia, etc.), que representaram as quatro primeiras posições no *ranking* da atividade de engenharia e arquitetura (Tabela 3 deste texto).

Os Serviços auxiliares de engenharia, atividade complementar e de apoio aos serviços de engenharia, responderam por 13,1% da receita da atividade de Engenharia e arquitetura, indicando o potencial econômico dos produtos de engenharia que, somados, representaram 87,1% da receita do segmento. Os Serviços de arquitetura participaram com 3,3% do total da receita do setor de Engenharia e Arquitetura (Gráfico 9).

<sup>5</sup> Dados do Banco Central do Brasil mostram que a conta Serviços de arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos acumulou superávits de 1996 a 2005 (BALANÇO..., 2006).

**Gráfico 9 - Participação dos produtos/serviços na receita do segmento de serviços de engenharia e arquitetura - Brasil - 2005**



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Suplemento de Serviços de Engenharia e Arquitetura da Pesquisa Anual de Serviços, 2005.

**Tabela 3 - Principais produtos/serviços das atividades de engenharia e arquitetura Brasil - 2005**

Ranking 2004	Ranking 2005	Produtos/serviços	Receita (1 000 000 R\$)	Percentual (%)
		<b>Total</b>	<b>6 108</b>	<b>100,0</b>
1	1	Elaboração e acompanhamento de projetos industriais, inclusive projeto de mineração, extração de petróleo e gás natural	1 247	20,4
2	2	Elaboração e acompanhamento de projetos de água, gás, energia elétrica, telecomunicações e gestão de resíduos; Serviços de engenharia relativos a obras de engenharia civil	1 086	17,8
5	3	Serviços de engenharia para outros projetos	665	10,9
3	4	Serviços de consultoria em engenharia (inspeção técnica, auditoria, perícia, etc.)	664	10,9
4	5	Elaboração e acompanhamento de projetos de edifícios residenciais e não-residenciais	494	8,1
8	6	Sondagens, levantamentos e estudos geológicos, geofísicos e geotécnicos e outros tipos de prospecção	491	8,0
6	7	Outros serviços auxiliares de engenharia (controle tecnológico de materiais, levantamentos e estudos topográficos, geodésicos e cartográficos, serviços de aerofotogrametria e georreferenciamento de informações)	312	5,1
7	8	Elaboração e acompanhamento de projetos na área de transportes	213	3,5
9	9	Serviços de arquitetura	202	3,3
10	10	Gerenciamento de projetos de suprimentos	154	2,5
	11	Outros serviços/atividades de engenharia	581	9,5

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Serviços - Suplemento Serviços de Engenharia e Arquitetura 2005.

## Serviços de publicidade<sup>6</sup>

Os Serviços de publicidade configuram-se como um dos segmentos mais importantes entre os Serviços técnico-profissionais prestados às empresas, pelo dinamismo, criatividade e uso de mão-de-obra qualificada. As empresas de publicidade<sup>7</sup> geraram R\$ 4,1 bilhões de receita, em 2005, contra R\$ 3,2 bilhões, em 2004.

**Tabela 4 - Principais produtos/serviços das atividades de publicidade  
Brasil - 2005**

Ranking 2004	Ranking 2005	Produtos/serviços	Receita (1 000 000 R\$)	Percentual (%)
		<b>Total</b>	<b>4 095</b>	<b>100,0</b>
1	1	Comissão, <i>fee</i> e/ou bonificação sobre veiculação de publicidade na televisão	1 354	33,1
2	2	Serviços de planejamento e/ou criação de campanhas de comunicação	396	9,7
5	3	Aluguel e revenda de espaço publicitário ou compra e revenda de tempo publicitário em <i>outdoors</i> (exibidores)	356	8,7
3	4	Comissão, <i>fee</i> e/ou bonificação sobre veiculação de publicidade na mídia impressa (jornais, revistas, listas e guias)	324	7,9
4	5	Promoção de vendas, <i>merchandising</i> e publicidade no ponto de venda	287	7,0
6	6	Aluguel e revenda de espaço publicitário ou compra e revenda de tempo publicitário em outros meios (1)	215	5,2
(2) ...	7	Produção gráfica	160	3,9
10	8	Comissão, <i>fee</i> e/ou bonificação sobre a prestação de serviço em <i>merchandising</i> de TV e rádio	135	3,3
7	9	Comissão, <i>fee</i> e/ou bonificação sobre veiculação de publicidade no rádio	116	2,8
9	10	Comissão, <i>fee</i> e/ou bonificação sobre veiculação de publicidade em outros meios (1)	108	2,6
11	11	Aluguel e revenda de espaço publicitário ou compra e revenda de tempo publicitário na televisão	96	2,3
18	12	Aluguel e revenda de espaço publicitário ou compra e revenda de tempo publicitário na mídia impressa (jornais, revistas, listas e guias)	71	1,7
14	13	Produção de filmes e vídeos publicitários	54	1,3
13	14	Comissão, <i>fee</i> e/ou bonificação sobre veiculação de publicidade na Internet	51	1,2
12	15	Comissão, <i>fee</i> e/ou bonificação sobre veiculação de publicidade em <i>outdoors</i>	50	1,2
31	16	Aluguel e revenda de espaço publicitário ou compra e revenda de tempo publicitário na Internet	42	1,0
16	17	Distribuição ou entrega de material promocional/serviços de <i>fulfilment</i> (panfletagem, entrega de brindes, etc.)	35	0,9
15	18	Aluguel e revenda de espaço publicitário ou compra e revenda de tempo publicitário no rádio	35	0,8
17	19	Serviços de <i>telemarketing</i> , mala direta e contato pessoal ( <i>marketing</i> direto)	22	0,5
20	20	Assessoria em <i>marketing</i>	19	0,5
	21	Outros serviços de publicidade	169	4,4

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Pesquisa Anual de Serviços - Suplemento Serviços de Publicidade 2005.

(1) Mídia exterior/equipamentos urbanos (*busdoor*, painéis eletrônicos, empena de prédios, cartazes, ou *triedros* em táxi, etc.) e painéis internos em trens, ônibus, aeronaves, etc. (2) Produto/serviço não investigado em 2004.

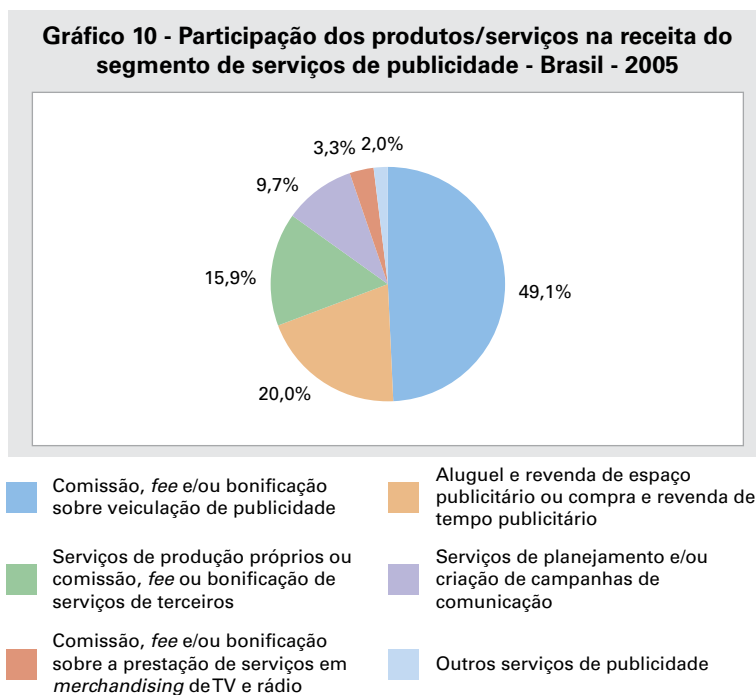
<sup>6</sup> O Suplemento de Serviços de Publicidade foi implantado em 2004, visando atender às demandas do mercado por produtos/serviços desenvolvidos pelas agências de publicidade e outros tipos de empresas ligadas a esse segmento (agências de *marketing* direto, agências de *design*, agência de promoção e *fulfilment*, empresas de mídia exterior e outros tipos de empresas de publicidade). Isto possibilita a identificação do nível de especialização das empresas, tanto pelo tipo de mídia utilizada na veiculação das campanhas publicitárias, como pelos tipos de campanhas empreendidas, que relaciona os serviços prestados aos tipos de usuário final.

<sup>7</sup> Os Serviços de publicidade são divididos em seis grandes grupos de serviços: Comissão, *fee* e/ou bonificação sobre veiculação de publicidade, inclusive corretagem de anúncios; Comissão, *fee* e/ou bonificação sobre a prestação de serviço em *merchandising* de TV e rádio; Aluguel e revenda de espaço publicitário ou compra e revenda de tempo publicitário; Serviços de planejamento e/ou criação de campanhas de comunicação; Serviços de produção próprios ou comissão, *fee* e/ou bonificação de serviços de produção contratados de terceiros; e Outros serviços próprios ou contratados de terceiros.

O produto/serviço Comissão, *fee* e/ou bonificação sobre veiculação de publicidade na televisão foi o mais representativo, com receita de R\$ 1,3 bilhão, correspondendo a 33,1% do total dos Serviços de publicidade. Os Serviços de planejamento e/ou criação de campanhas de comunicação e Aluguel e revenda de espaço publicitário ou compra e revenda de espaço de tempo publicitário em *outdoors* (exibidores) participaram com 9,7% e 8,7%, respectivamente, no total da receita deste segmento (Tabela 4 deste texto).

Destacam-se, ainda, outros serviços de publicidade, tais como: Comissão, *fee* e/ou bonificação sobre veiculação de publicidade na mídia impressa (jornais, revistas, listas e guias), com 7,9% de participação no total da receita, Promoção de vendas, *merchandising* e publicidade no ponto de venda, com 7,0%, e Aluguel e revenda de espaço publicitário ou compra e revenda de espaço de tempo publicitário em outros meios, envolvendo mídia exterior/equipamentos urbanos (*busdoor*, painéis eletrônicos, empena de prédios, cartazes, ou triedros em táxi, etc.) e painéis internos em trens, ônibus, aeronaves, *shopping centers*, etc., com 5,2%.

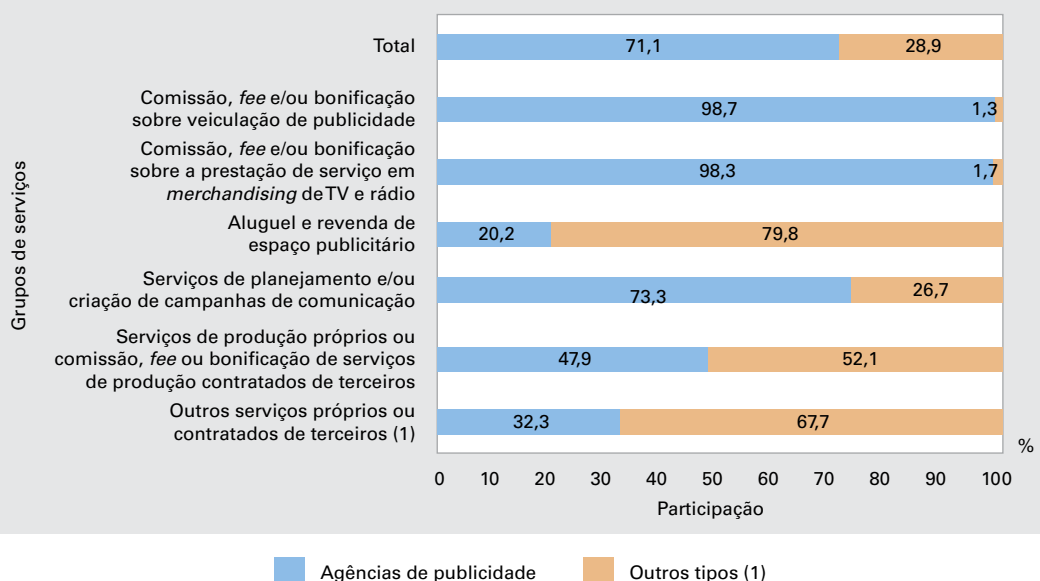
Conforme o Gráfico 10, o grupo do Serviço de comissão, *fee* e/ou bonificação sobre veiculação de publicidade, inclusive corretagem de anúncios, respondeu por 49,1% da receita, seguido de Aluguel e revenda de espaço publicitário ou compra e revenda de tempo publicitário e de Serviços de produção próprios ou comissão, *fee* e/ou bonificação de serviços de produção contratados de terceiros, com participação de 20,0% e 15,9%, respectivamente, no total da receita deste segmento.



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Suplemento de Serviços de Publicidade da Pesquisa Anual de Serviços 2005.

As empresas predominantes nesta atividade são as agências de publicidade, pois representam as maiores participações na receita por grupos de serviços de publicidade. As Agências de publicidade participaram com 71,1% do total da receita do segmento; 98,7% da receita do Serviço de comissão, *fee* e/ou bonificação sobre veiculação de publicidade, inclusive corretagem de anúncios; 98,3% da receita de Serviço de comissão, *fee* e/ou bonificação sobre a prestação de serviços em *merchandising* de TV e rádio; e 73,3% da receita dos Serviços de planejamento e/ou criação de campanhas de comunicação (Gráfico 11).

**Gráfico 11 - Participação dos tipos de empresas na receita de serviços de publicidade Brasil - 2005**

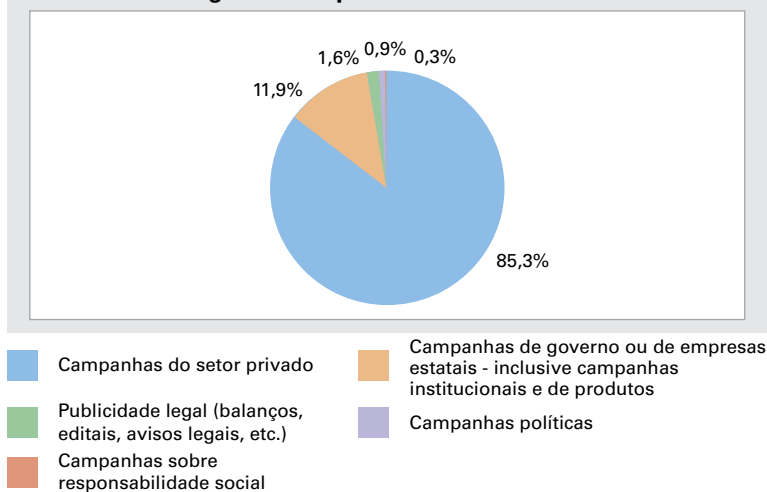


Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Suplemento de Serviços de Publicidade da Pesquisa Anual de Serviços 2005.

(1) Produção gráfica; promoção de vendas, *merchandising* e publicidade no ponto de venda; distribuição ou entrega de material/serviços de *fulfilment* (panfletagem, entrega de brindes, etc.); produção de filmes e vídeos publicitários; criação e produção de sons publicitários; serviços de *telemarketing*, mala direta e contato pessoal (*marketing* direto); organização, produção e promoção de eventos (feiras, congressos e exposições comerciais e profissionais); etc.

No que concerne aos Serviços de campanhas publicitárias realizadas pelas agências de publicidade, observa-se a predominância das Campanhas voltadas para o setor privado, com participação de 85,3% na receita, seguida de Campanhas de Governo ou de empresas estatais – inclusive campanhas institucionais e de produtos, com 11,9%. As Campanhas publicitárias realizadas para publicidade legal (balanços, editais, avisos legais, etc.), as Campanhas políticas e as Campanhas sobre responsabilidade social representaram as menores parcelas no total da receita, 1,6%, 0,9% e 0,3%, respectivamente (Gráfico 12).

**Gráfico 12 - Participação das campanhas publicitárias na receita das agências de publicidade - Brasil - 2005**



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Serviços e Comércio, Suplemento de Serviços de Publicidade da Pesquisa Anual de Serviços 2005.