

ESTUDO TELEFÔNICO AD HOC - CERTIFICADO DE CIRCULAÇÃO DE JORNAIS

Perfil do entrevistado

Sexo
Idade
Cargo
Tempo que trabalha na função
Região (Listagem)
Tiragem (listagem)
Ano de fundação do jornal

BLOCO 1 – Conhecimento sobre a certificação de circulação

Para começar,

P01) O(A) sr.(a) já ouviu falar sobre a certificação de circulação de jornais? **(RU)**

- 1() Já ouviu
2() Não ouviu falar
9() Não respondeu

PARA QUEM JÁ OUVIU FALAR SOBRE CERTIFICAÇÃO DE CIRCULAÇÃO DE JORNAIS # CÓD. 1 EM P01.

P02) O(A) sr.(a) diria que conhece muito bem, conhece bem, conhece mais ou menos ou não conhece o processo de certificação de circulação de jornais? **(RU)**

- 1() Conhece muito bem
2() Conhece bem
3() Conhece mais ou menos
4() Não conhece
9() Não respondeu

P03) O(A) (CITE NOME DO JORNAL) possui a certificação de circulação de jornais? **(RU)**

- 1() Possui -----|PULE PARA P05
2() Não possui → Prossiga
8() Não sabe-----| PULE PARA
9() Não respondeu----- | P05

PARA OS QUE NÃO POSSUEM CERTIFICADO – CÓD. 2 EM P03

P04) Qual é o principal motivo pelo qual o(a) (CITE NOME DO JORNAL) não possui a certificação de circulação de jornais? Em segundo lugar? **(ESPONTÂNEA – ANOTAR ATÉ 2 MENÇÕES)**

	1º LUGAR	2º LUGAR
Alto custo para obter a certificação	001	001
Discordância com relação à metodologia aplicada	002	002
Desconhecimento sobre o processo	003	003
Não exigência de certificação por parte de anunciantes	004	004
Jornal tem baixa tiragem	005	005
Outros (especifique)_____	996	###
Outros (especifique)_____	###	996
Nenhum motivo	997	997
Não sabe	998	998
Não respondeu	999	999

BLOCO 2 – Auditorias de tiragem e distribuição**### PARA TODOS ##****Falando agora sobre auditoria de tiragem...****P05) O (CITE NOME DO JORNAL) possui ou já possuiu algum serviço de auditoria de tiragem? (RU)**

- 1() Possui atualmente-----| PULE PARA P08
 2() Já possuiu, mas hoje não possui mais → **Prossiga com P06**
 3() Nunca possuiu→ **Prossiga com P06A**
 8() Não sabe-----| PULE PARA P08
 9() Não respondeu-----| PULE PARA P08

#ENUNCIADO PARA OS QUE NÃO POSSUEM MAIS A AUDITORIA DE TIRAGEM - CÓD. 2 EM P05 #**P06) Qual é o principal motivo pelo qual o jornal (CITE NOME DO JORNAL) não possui mais um serviço de auditoria de tiragem? E o segundo motivo? (ESPONTÂNEA – ANOTAR ATÉ 2 MENÇÕES)**

	1º LUGAR	2º LUGAR
Alto custo para obter a certificação	001	001
Discordância com relação à metodologia aplicada	002	002
Desconhecimento sobre o processo	003	003
Não exigência de certificação por parte de anunciantes	004	004
Jornal tem baixa tiragem	005	005
Outros (especifique) _____	996	###
Outros (especifique) _____	###	996
Nenhum motivo	997	997
Não sabe	998	998
Não respondeu	999	999

#ENUNCIADO PARA OS QUE NUNCA POSSUÍRAM AUDITORIA DE TIRAGEM - CÓD. 3 EM P06 #**P06A) Qual é o principal motivo pelo qual o jornal (CITE NOME DO JORNAL) nunca possuiu um serviço de auditoria de tiragem? E o segundo motivo? (ESPONTÂNEA – ANOTAR ATÉ 2 MENÇÕES)**

	1º LUGAR	2º LUGAR
Alto custo para obter a certificação	001	001
Discordância com relação à metodologia aplicada	002	002
Desconhecimento sobre o processo	003	003
Não exigência de certificação por parte de anunciantes	004	004
Jornal tem baixa tiragem	005	005
Outros (especifique) _____	996	###
Outros (especifique) _____	###	996
Nenhum motivo	997	997
Não sabe	998	998
Não respondeu	999	999

##PARA QUEM NÃO POSSUI OU NUNCA POSSUIU SERVIÇO DE AUDITORIA DE TIRAGEM – CÓD. 2 OU 3 EM P05**P07) E quando seu jornal é solicitado a prestar contas sobre os dados de tiragem, como essa prestação é feita? (ESPONTÂNEA - RM)**

- 01() Disponibilizam as informações próprias sobre a venda de exemplares de jornal
 02() Informam diretamente os números de circulação e tiragem
 03() Disponibilizam os controles internos sobre a compra de papel e impressão
 96() Outras respostas (especifique): |__|__|_____

|__|__|_____

|__|__|_____

BLOCO 3 – Investimentos em publicidade e certificação de circulação**## PARA TODOS ##****Voltando a falar sobre a certificação de circulação de jornais...****P10) Vou citar algumas frases e gostaria de saber se o(a) sr(a) concorda ou discorda com cada uma delas. SE CONCORDA/DISCORDA: *Totalmente ou em parte?***

	Concorda totalmente	Concorda em parte	Nem concorda, nem discordo (ESP)	Discorda em parte	Discorda totalmente	NS	NR
1. A certificação de circulação prejudica o acesso de pequenos jornais a investimentos de publicidade	1	2	3	4	5	8	9
2. A certificação de circulação beneficia os jornais na captação de recursos de publicidade	1	2	3	4	5	8	9
3. A certificação de circulação evita que jornais entrem eventualmente no mercado apenas em função dos investimentos publicitários	1	2	3	4	5	8	9
4. As agências deveriam priorizar os investimentos publicitários em jornais que tenham certificação de circulação	1	2	3	4	5	8	9
5. O mercado publicitário prioriza os investimentos em jornais que tenham certificação de circulação	1	2	3	4	5	8	9

PARA TODOS

Mudando de assunto ...

PARA TODOS

P11) Existe uma ação no Brasil que visa a adoção de mecanismos para o credenciamento técnico de empresas especializadas na verificação da circulação de veículos impressos de comunicação. O(A) sr.(a) conhece esse projeto ou é a primeira vez que ouve a respeito?

- 1() Já conhecia
- 2() É a primeira vez que ouve falar
- 9() Não respondeu

PARA QUEM CONHECE O PROJETO (CÓDIGO 1 EM P11)

P12) E o(a) sr(a) aprova ou desaprova esta ação de credenciamento técnico de empresas especializadas na verificação da circulação de veículos impressos de comunicação? (**RU**)

- 1() Aprova
- 2() Desaprova
- 8() Não sabe
- 9() Não respondeu

P12A) Por quais razões o(a) sr(a) aprova esta ação?

P12B) Por quais razões o(a) sr(a) desaprova esta ação?

BLOCO 4 – Investimentos em mídia pelo Governo Federal**Falando sobre investimentos de mídia do Governo Federal**

P13) O(A) sr(a) tem conhecimento, ainda que de ouvir falar, sobre a política de investimentos de mídia do Governo Federal? **(RU)**

- 1() Sim
2() Não

- 8() Não sabe
9() Não respondeu

SOMENTE PARA QUEM CONHECE A POLÍTICA DE INVESTIMENTOS (CÓD 1 EM P15)###

P14) E o(a) sr(a) aprova ou desaprova essa política de investimentos de mídia do Governo Federal? **(RU)**

- 1() Aprova
2() Desaprova

- 8() Não sabe
9() Não respondeu

P15) Agora para cada um dos aspectos da política de investimentos de mídia do Governo Federal que eu citar, gostaria de saber se o(a) sr(a) já o conhecia ou se é a primeira vez que ouve falar: **(RU POR ITEM – FAÇA RODÍZIO)**

- 1 – JÁ TINHA CONHECIMENTO
2 – É A PRIMEIRA VEZ QUE OUVI FALAR

- 8 – NÃO SABE
9 – NÃO RESPONDEU

SOMENTE PARA QUEM CONHECE O RESPECTIVO ASPECTO DA POLÍTICA DE INVESTIMENTOS DO GOVERNO FEDERAL

P16) E agora para cada um dos aspectos da política de investimentos do Governo Federal que eu vou ler, gostaria que o(a) sr(a) me dissesse o grau de importância que ele tem, utilizando uma escala de 0 a 10, onde zero significa que este aspecto não é nada importante e 10 significa que este aspecto é muito importante. Com relação à (**LEIA CADA UM DOS ITENS**) com qual nota, de zero a dez, o(a) sr(a) avaliaria a importância deste aspecto? **(RU POR ITEM – FAÇA RODÍZIO)**

ASPECTOS	P18) CONHECIMENTO	P19) AVALIAÇÃO
A) Utilização de critérios técnicos de planejamento	__	__ __
B) Valorização de estratégias de comunicação regionalizadas	__	__ __
C) Desconcentração de investimentos de mídia em praças e veículos	__	__ __
D) Exigência de inscrição no Cadastro de Veículos da SECOM	__	__ __
E) Exigência de declaração de tiragem reconhecida em cartório	__	__ __
F) Comprovação de regularidade de periodicidade e circulação através do envio de exemplares em datas aleatórias	__	__ __
G) Comprovação de regularidade cadastral junto a Receita Federal	__	__ __
H) Negociação a partir de média de custos para cada praça e região	__	__ __

P17) Nos últimos anos, o(a) sr(a) percebeu alguma mudança na política de investimentos de mídia do Governo Federal?

- 1() Sim
- 2() Não

98. Não Sabe

99. Não Respondeu

Se 1 em P17

P18) E na sua opinião, essa mudança na política de investimentos de mídia do Governo Federal é mais positiva ou mais negativa?

- 1() Positiva
- 2() Negativa
- 3() Indiferente (ESPONTÂNEA)

8() Não sabe

9() Não respondeu

P18A) Que tipo de aspectos positivos? Mais algum?

P18B) Que tipo de aspectos negativos? Mais algum?

Métodos e Técnicas de Pesquisa

Pesquisa quantitativa amostral, telefônica, com aplicação de questionário estruturado. O plano amostral deve levar em consideração duas características: (a) localização geográfica do jornal e (b) tiragem:

- 1) Baixa tiragem – até 5.000 exemplares
- 2) Média tiragem – de 5.001 a 15.000 exemplares
- 3) Alta tiragem – acima de 15.001 exemplares

Tipo de Pesquisa: Quantitativa telefônica CATI

Tipo de Coleta: Telefônica

Processo de Amostragem:

Foi utilizada uma amostra representativa da população em estudo, composta em dois estágios. No primeiro estágio foram distribuídas as entrevistas de forma desproporcional por região e tiragem. No segundo estágio foi feito o sorteio do jornal dentro das regiões e na sequência as ordenações por UF, município e tiragem (alta, média e baixa - decrescente). Para o sorteio dos jornais utilizou-se o método PPT (Probabilidade Proporcional ao Tamanho) sistemático.

Para os titulares foi feito o sorteio PPT sistemático com base na quantidade de tiragens. A amostra foi composta por 15 estratos (3 tamanhos de tiragens) para cada uma das 5 regiões do país e em cada estrato o sorteio PPT sistemático com a seguinte ordenação: UF/município e Tiragem.

Como não teria reserva para todos os titulares, os titulares foram excluídos e gerado um aleatório para os restantes dos jornais. Assim, cada estrato teria a sua quantidade de reservas. Os reservas foram ordenados de acordo com o aleatório.

Público Alvo: Responsável comercial pelo jornal: proprietário ou dirigente da área (vice-presidente ou diretor).

Detalhamento do Plano Amostral:

A amostra é representativa da população em estudo, tomando como base a quantidade de tiragens dos jornais para cada uma das cinco regiões do país, utilizando-se cotas desproporcionais (com base na listagem enviada pela SECOM), em função das seguintes variáveis: regiões (centro-oeste/ nordeste/ norte/ sudeste/ sul) e tiragem de cada jornal (alta/ média/ baixa).

Foram realizadas 400 entrevistas com representantes comerciais de jornais impressos brasileiros registrados no Cadastro de Veículos da SECOM. O nível de confiança do estudo é 95% e a margem de erro para os resultados encontrados no total da amostra é de 4 pontos percentuais.

Definição das Amostras:

PROPORCIONAL EM RELAÇÃO À LISTAGEM				
REGIÃO	ALTA TIRAGEM	MÉDIA TIRAGEM	BAIXA TIRAGEM	TOTAL GERAL
Norte	2	4	5	11
Nordeste	2	7	12	21
Centro-Oeste	7	12	13	32
Sudeste	41	59	95	195
Sul	6	37	98	141
TOTAL GERAL	58	119	223	400

AMOSTRA REALIZADA				
REGIÃO	ALTA TIRAGEM	MÉDIA TIRAGEM	BAIXA TIRAGEM	TOTAL GERAL
Norte	2	5	9	16
Nordeste	2	10	25	37
Centro-Oeste	9	13	25	47
Sudeste	81	49	70	200
Sul	6	23	71	100
TOTAL GERAL	100	100	200	400

FATOR DE PONDERAÇÃO			
REGIÃO	ALTA TIRAGEM	MÉDIA TIRAGEM	BAIXA TIRAGEM
Norte	1,000000	0,800000	0,555556
Nordeste	1,000000	0,700000	0,480000
Centro-Oeste	0,777778	0,923077	0,520000
Sudeste	0,506173	1,204082	1,357143
Sul	1,000000	1,608696	1,380282