



# Grupos de 'media' geriram 4808 milhões de ativos

**2012.** Centro de Estudos da Faculdade de Economia da Católica do Porto analisou as contas das principais empresas de comunicação

MARLENE RENDEIRO

Num 2012 marcado por grandes alterações no sector dos *media*, com reestruturações, perda de receitas de publicidade e redução de tiragens, os principais grupos económicos de comunicação social empregaram 9505 mil pessoas, geraram um volume global de negócios no valor de 2418 milhões de euros e, no total, geriram ativos que ascendem aos 4808 milhões de euros.

Foram estas as conclusões a que chegou o Centro de Estudos de Gestão e Economia Aplicada (CEGEA) da Faculdade de Economia e Gestão da Universidade Católica Portuguesa, do Porto, depois de analisar a evolução, entre 2007 e 2012, dos principais grupos empresariais portugueses, responsáveis pela edição de publicações periódicas, disponibilização e operacionalização de serviços de rádio e televisão e de outros meios de comunicação social.

Segundo o estudo desenvolvido pela CEGEA, todos os grupos analisados registaram, no último ano, um decréscimo face ao volume de negócios, sendo que a maior quebra foi registada pela Media Capital. O grupo Zon Multimédia constituiu a exceção à regra e, em ano de grandes mudanças no sector, foi o único a registar "um crescimento expressivo em termos de



MUNO PINTO FERNANDES/GLOBAL IMAGENS

**Zon Multimédia foi a única a apresentar "crescimento expressivo"**

ativos, de volume de negócios ou número médio de colaboradores", revela o estudo.

Já relativamente ao número de trabalhadores, o destaque vai para a estação de televisão pública, a RTP, e a Sonaecom, empresas que detêm 44% dos postos de trabalho no meio, seguidas pela Zon Multimédia, Media Capital e Impresa, com 17%, 14% e 13%, respetivamente.

Ainda em termos de dimensão, os grupos Sonaecom e Zon Multimédia representaram, em conjunto, cerca de 73% do total de ativos e 69% do volume de negócios, no último ano.

Lembrando que a Media Capi-

tal, Zon Multimédia e Sonaecom, grupos que registaram maior rentabilidade no estudo, têm enfoques diferentes no sector (Media Capital atua mais no audiovisual, enquanto os últimos dois centram-se nos negócios das telecomunicações), o CEGEA sublinha ainda que a ausência de disponibilização de números, por parte de vários grupos de comunicação social, foram um dos fatores que limitaram a comparabilidade entre estas empresas.

Por fim, o Centro de Estudos sublinha que as conclusões basearam-se em "demonstrações financeiras, elaboradas à luz de princípios e critérios contabilísticos".