

Universo de OCS registados ultrapassa os 2000

ERC divulga retrato económico-financeiro do setor de *media* português em 2018

A ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social publicou, esta terça-feira, uma análise económico-financeira sobre o setor da comunicação social português no ano 2018.

De acordo com os dados apurados, 2018 constituiu mais um ano desafiador, em que menos de metade (42%) das empresas proprietárias de órgãos de comunicação social registados na ERC apresentou crescimento de receitas de exploração. Quando se analisa a informação por segmento, conclui-se que foram as empresas de Rádio e Publicações que mais contribuíram para baixar este resultado.

No entanto, quando se observa um grupo composto pelas maiores empresas do setor verifica-se que, em média, as receitas cresceram 6,9% e que 62 % das empresas incluídas neste grupo reportaram crescimento. Pode ainda concluir-se que cerca de 69 % das empresas proprietárias de órgãos de comunicação social apresentaram resultados líquidos positivos e 74 % delas apresentaram Resultados Operacionais ou Resultados Antes de Custos Financeiros, Impostos, Depreciações e Amortizações (EBITDA) também positivos.

A alavancagem permaneceu elevada, uma vez que a proporção de capitais próprios em relação aos ativos continuou abaixo dos 50 % na grande maioria das empresas. Esta evidência é mais flagrante quando se autonomiza do todo o grupo das maiores empresas do setor, em que a proporção de capitais próprios no ativo foi, em média, 39 %, o que significa que 61 % do ativo foi financiado com capitais alheios.

Em termos de rentabilidade dos capitais próprios, o panorama é muito diversificado, no entanto, a média do grupo de empresas maiores situou-se em torno de 12 %.

Da análise conduzida pela ERC constata-se que 37% dos proprietários de órgãos de comunicação social têm como principal atividade económica outra que não a de comunicação social.

As empresas do setor são, na generalidade, de pequena dimensão. Quando se observa a dimensão do ativo verifica-se que 51 % das entidades que reportaram indicadores financeiros relativos à atividade de comunicação social apresentou um ativo inferior a 100 mil euros.

A ERC refere nesta análise que são vários os desafios com que se deparam as empresas de comunicação social, resultado da consolidação de novas formas de consumo e distribuição de conteúdos suportadas pelo desenvolvimento da infraestrutura digital, fixa, móvel e convergente, e das novas tecnologias *over-the-top* (OTT). E que a dispersão da publicidade, nomeadamente na internet e a redução do seu preço mantém-se uma tendência setorial, há vários anos, e afeta diretamente uma das principais fontes de receita dos órgãos de comunicação social. Esta dispersão reflete, por um lado, a escala da internet e a maior alocação de gastos com publicidade às diversas plataformas *online* e, por outro, a discricionariedade, também maior, do lado do utilizador, na escolha do consumo de conteúdos.

O espaço digital criou também condições para a entrada de novos intervenientes, quer a nível de produção de conteúdos, quer a nível de distribuição, como as ofertas *over-the-top*, a influenciarem tanto a quantidade como o preço de venda de conteúdos, produções e canais.

A ERC salienta também que a aquisição de conteúdos exclusivos tem sido vista como um fator diferenciador da oferta de serviços, seja por via da aquisição de direitos de transmissão de eventos importantes, como por exemplo os desportivos, seja por via da aquisição de empresas de conteúdos. Os preços pagos são elevados, o que é claro quando se observam os custos anuais com conteúdos incorridos pelas empresas face às receitas, os passivos dentro e fora do balanço que geram e os múltiplos financeiros envolvidos nas recentes operações de fusões e aquisições internacionais.

A identificação e o foco em nichos de mercado com produção e distribuição de conteúdos direcionada, aliada a uma gestão de custos eficiente, poderão, segundo a ERC, ser os caminhos a seguir, no futuro, pelas empresas da economia tradicional que pretendem ter um papel chave no setor e no pluralismo do país.

A 31 de dezembro de 2018, existiam ativas no setor, 1770 publicações periódicas, 267 empresas jornalísticas, 293 operadores de radiodifusão, 87 serviços de programas distribuídos exclusivamente pela internet, 25 operadores televisivos, nove operadores de distribuição de televisão (STVS) e uma empresa noticiosa.

A análise setorial conduzida pela ERC incidiu sobre a informação reportada pelos regulados, no âmbito da Lei nº 78/2015 de 29 de julho, que regula a promoção da transparência da titularidade, da gestão e dos meios de financiamento das entidades que prosseguem atividades de comunicação social (Portal da Transparência), e em informação financeira detalhada recolhida junto de um universo representativo das empresas reguladas.

A versão completa da “Análise económico-financeira do setor de *media* em Portugal 2018” pode ser consultada [aqui](#).

Lisboa, 3 de dezembro de 2019