

Leitura empreendedora

Desenvolvimento do mercado de pequenas e médias empresas impulsiona a criação de publicações segmentadas

Por FERNANDO MURAD fmurad@grupomm.com.br

No início do ano, a presidente Dilma Rousseff enviou ao Congresso Nacional o Projeto de Lei nº 865 (PL 865/2011) que cria a Secretaria da Micro e Pequena Empresa com status de ministério subordinado à Presidência da República. Para ocupar o cargo, o nome mais comentado é o de Luiza Trajano, presidente do Magazine Luiza. Embora o texto ainda esteja em fase de análise nas comissões da Câmara, a iniciativa é emblemática e demonstra a importância deste segmento para a economia brasileira.

Marcados pelo empreendedorismo, micro, pequenos e médios empresários também entraram no radar dos veículos de mídia. Editoras de jornais e revistas têm investido nos últimos anos no lançamento de títulos e serviços específicos para este público mesmo tendo o tema presente em

gerada no País e cerca de 60% dos empregos do setor industrial. Além disso, a receita líquida destas companhias passou de R\$ 7,6 bilhões em 2008, para R\$ 12,3 bilhões, no ano passado, o que representou um crescimento superior a 60% no período.

Com os holofotes sobre o assunto, o Grupo Estado aproveitou a experiência de 27 anos da Oesp Mídia no mercado de publicação de listas e guias para criar a plataforma Estadão PME, que a sucedeu e inclui mais de 40 produtos entre impressos e digitais. Já o jornal Brasil Econômico, publicado pela Ejesa, criou o suplemento especial Pequenas e Médias Empresas, lançado em março e que tem previsão de circular todo final de mês.

"O País vive um bom momento e o ambiente econômico favorável, estimulado por uma série de programas oficiais justificam o lançamento do suplemento, que é

no caderno Economia & Negócios e boletins espalhados na programação da Rádio Estadão ESPN. Na segunda, são oferecidos mais de 80 cursos à distância pelo portal e também um programa de treinamento presencial (em parceria com a Faap). Por fim, na terceira os assinantes da plataforma contam com o desenvolvimento de sites, Search Engine Optimization (SEO), cliques pagos, e-mail marketing e registro de domínio.

Pioneiras revigoradas

Precursora do setor com 23 anos de circulação — nos primeiros seis meses do ano teve média mensal de 113.096 exemplares, de acordo com o Instituto Verificador de Circulação (IVC) —, PEGN analisada de forma muito positiva a chegada de concorrentes. "Sabemos que competidores são importantes para mostrar novas

processo natural, como ocorreu com títulos para mulheres e homens. O que chama a atenção é qual terá competência necessária para se estabelecer. Pelo espírito da Exame, vimos a oportunidade" salienta Ricardo Packness, diretor de marketing do Núcleo de Tecnologia & Negócios da Abril, que lançou a Exame PME em 2006 como bimestral e com circulação dirigida, e que no início de 2010 passou por uma reformulação.

A revista se tornou mensal e trocou o mailing por assinaturas - no primeiro semestre do ano registrou circulação média de 40.637 exemplares, segundo o IVC. No mesmo ano, criou o Curso PME. "Notamos que as empresas estão crescendo, mas que o empresário é solitário, não tem onde se abastecer. Setecentas pessoas do Brasil inteiro pagaram um bom dinheiro para fazer o primeiro curso, em São Paulo, o que cha-



suas publicações periódicas. Os produtos procuram suprir às necessidades dos leitores tanto do ponto de vista de informação quanto de gestão e educação.

"Pequenas, médias e grandes eram definidas por número de funcionários. Essas fronteiras se diluíram. A palavra-chave é empreendedorismo. O Brasil vive um momento interessante para os empreendedores. O tema entrou definitivamente na agenda empresarial, governamental e da população" destaca Sandra Boccia, diretora de redação de Pequenas Empresas Grandes Negócios, da Editora Globo.

Não é à toa que o setor está em voga. De acordo com dados de um estudo da revista Exame PME, da Editora Abril, em parceria com a Deloitte, as pequenas e médias empresas representam 30% de toda a riqueza

um produto especial com previsão de publicação até dezembro deste ano. Com o desenvolvimento do mercado, ele poderá continuar a circular em 2012" diz Ricardo Galuppo, publisher do Brasil Econômico.

Para Daniel Demoro Simões, diretor-geral da Estadão PME, muitas pessoas desconhecem que o grupo já tem forte atuação no segmento. "Temos mais de 13,5 mil pequenas e médias empresas como clientes ativos e uma equipe de vendas que visita mais de 160 mil empresas por ano. A plataforma é uma evolução da maneira de atuar neste mercado" diz Simões.

A plataforma é dividida em três frentes: informação, capacitação de gestão e inclusão digital. Na primeira está o portal Estadão PME, um caderno mensal veiculado no Estado de S. Paulo, uma coluna semanal

óticas, oferecer mais material para os leitores carentes de informação. A idade não dá vantagem, mas dá um olhar diferente. Dá competitividade e ajuda a antecipar cenários para leitores" pontua Sandra.

O título surgiu a partir do conteúdo de programa de TV veiculado até hoje na Globo, para atender pequenos e microempresários, e não parou no tempo. Nos últimos três anos se reposicionou paulatinamente, focando em pequenas e médias empresas. "Não deixamos os micros. Agora falamos de negócios maiores. A causa é o empreendedorismo. Já falamos da Tecnisa, da Lupo. Todas foram pequenas e médias e cresceram. Falamos com os donos e fundadores. É a pauta desde sempre. Hasteamos a bandeira do empreendedorismo" conta Sandra.

"Há um segmento em expansão. E um

mos a atenção para a necessidade em outras cidades" afirma Packness. Além de São Paulo, o curso foi realizado neste ano em São José dos Campos, Sorocaba e Vitória.

Também em 2006, o Valor Econômico implementou o caderno Pequenas e Médias. Ele surgiu com periodicidade trimestral e já em 2007 se tornou mensal. "A questão de pequenas e médias empresas sempre permeou o jornal. Nunca tivemos a visão de que precisaria colocar o tema numa caixinha especial ou criar um produto. Mas o mercado publicitário, que gosta de segmentação, começou a demandar. Criou-se um conceito o qual tem que ter um local especial, mas não pode deixar restrito. O assunto está em todas as páginas do jornal diariamente" ressalta Rosvita Laux, diretora de projetos especiais do Valor.