

# Valor ECONÔMICO

Informação que vira dinheiro.

## O MERCADO

Homens bem instruídos e informados fazem o perfil dos leitores do Valor Econômico. O segmento masculino responde por 74% dos leitores e, do total geral, 67% têm nível superior, mestrado e/ou doutorado. O veículo teve crescimento de 24% em 2005 sobre o mesmo período do ano anterior, índice acima da média do meio jornal.

Quantidade expressiva de executivos, empresários e formadores de opinião são leitores assíduos do jornal e buscam nele referências em economia, negócios e finanças. Com alto poder aquisitivo, possuem grande poder de compra.

A mídia jornal é o segundo meio de maior investimento publicitário, R\$ 2,3 bilhões em 2004. Em relação à publicidade, o Valor também tem obtido bons desempenhos. No share de publicidade de maio de 2005, o Valor teve participação de 8% e seu principal concorrente de 6%. Os demais jornais do segmento de negócios economia tiveram um total de 7%.

## CONQUISTAS

Após 5 anos de existência, Valor Econômico conquista sua consolidação no mercado. Nesse período ganhou o Prêmio Esso em duas categorias: Informação Econômica e Contribuição à Imprensa. Respeito e credibilidade foram reconhecidos por meio dos prêmios Fiat Allis de Jornalismo Econômico e Jornalismo da Associação Nacional de Previdência Privada (ANAPP). Em 2001 recebeu o Troféu Cobertura de Mercado de Seguros e, no ano seguinte, o Prêmio Barbosa Lima Sobrinho. O jornal obteve, ainda, o IV Prêmio Biblioteconomia Paulista "Laura Russo". Desde novembro de 2004, é auditado pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC). A mais recente conquista foi o Prêmio Top de Marketing 2005.

Novas estratégias de logística e distribuição foram implementadas, permitindo a melhora na qualidade de entrega e ampliação das regiões de circulação do jornal. Passou a atuar praça a praça, distribuidor a distribuidor. Em Pernambuco, por exemplo, o horário de término da distribuição passou das 13h para 9h. Na Bahia os leitores têm



oferecendo informação de economia e negócios num contexto interpretativo e analítico. O jornal foi lançado oficialmente em 2 de maio de 2000.

## PRODUTO

O Valor Econômico é composto por 4 cadernos diários, um semanal, cerca de 15 revistas, 4 anuários, além de 6 revistas setoriais, 60 suplementos especiais e cerca de 15 seminários, além das informações minuto a minuto no Valor On-line.

O leitor encontra no jornal notícias e análises sobre macroeconomia e política do Brasil e do mundo. Tudo o que acontece nos negócios corporativos e suas estratégias comerciais, incluindo notícias e análises sobre setores empresariais com enfoque em tecnologia e agronegócios. Apresenta uma visão de tecnologia aplicada à produção e inovação empresarial.

No aspecto financeiro traz as principais notícias, informações e análises sobre o mercado financeiro e de seguros no Brasil e no Mundo. No suporte ao mercado profissional, apresenta informações sobre o desen-volvimento de carreiras, profissionais em destaque, o que as empresas estão fazendo e como investem em seus recursos humanos. Às sextas-feiras, o caderno circula em formato tablóide, com temas culturais como críticas de arte, exposições, livros, roteiros turísticos, shows e os principais temas da atualidade.

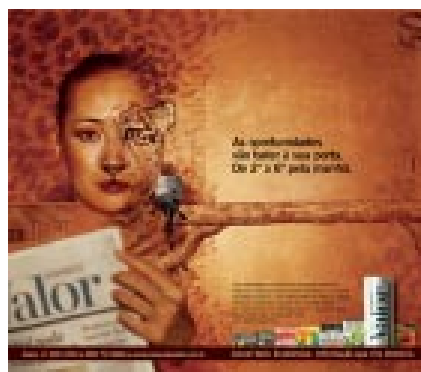
As revistas e anuários são publicados com circulação quadrimestral. O Valor Investe é o único

o jornal a partir das 8h30. Esses resultados foram obtidos em menos de 2 meses de implantação do novo sistema.

## HISTÓRIA

A idéia de criar um novo jornal de economia e negócios no Brasil surgiu em 1999. Neste empreendimento, os acionistas Grupo Folha e Organizações Globo investiram cerca de US\$ 50 milhões para lançar o que deveria ser, em 5 anos, o líder em economia e negócios no país.

A promessa básica do projeto era criar um veículo que praticasse um jornalismo sério e independente, com um design moderno e arrojado. Foi desta maneira que nasceu o Valor Econômico,



que publica o Star Ranking, da conceituada agência internacional Standard&Poor's, e o Select Funds, com os fundos que mais se destacam em um período de 3 anos.

A revista Estampa traz em suas páginas temas para quem enxerga no consumo pessoal um prazer sofisticado e onde o que manda é o bom gosto. A revista é conhecida pelo seu design arrojado, vencedor do prêmio internacional da Society for News Design na categoria "Overall magazine design" (Desenho Geral da Revista). Também ganhou o Troféu INMA/E&P Marketing Awards na categoria revista de jornal.

Valor 1000 é o anuário que apresenta as 1000 maiores empresas do país, segmentadas por atividade econômica e ainda o ranking dos 100 maiores bancos, das 100 maiores seguradoras e das 250 maiores holdings. O anuário Valor Financeiro traz o ranking das instituições financeiras divididas por área: bancos, bancos de investimento, financeiras, companhias de leasing, seguradoras,



empresas de previdência privada aberta e corretoras e distribuidoras de valores.

Única publicação do gênero no mercado editorial brasileiro, o Valor Grandes Grupos mostra os 200 maiores grupos empresariais e traça um verdadeiro mapa do poder no cenário das grandes organizações do Brasil. Há, também, o evento Executivo de Valor, onde 22 executivos são premiados.

Valor Setorial foi lançada em 2004 com a finalidade de traçar o perfil dos diferentes segmentos da economia brasileira. Os seminários promovidos por Valor Econômico têm o objetivo de ampliar o diálogo com diversos setores da economia e assim buscar soluções para temas relevantes da comunidade econômica.

## EVOLUÇÕES RECENTES

Em maio de 2002 o site do Valor simplesmente replicava as informações do impresso. Enquanto o



Ibope registrava aumento no tráfego pela internet de 26%, o Valor On-line (www.valoronline.com.br) triplicou o número de visitantes únicos com quatro vezes mais visitas ao portal e sete vezes mais páginas vistas.

No mesmo ano o Valor On-Line foi indicado pela revista Exame como um dos 100 melhores sites da internet brasileira. O Valor On-line também foi case vencedor do 1º Prêmio ABANET,

conferido pela Associação Brasileira de Anunciantes (ABA), na categoria B2C, pelo projeto de lançamento de Assinaturas do Portal.

Nos cinco anos no mercado, o Valor detectou espaços no mercado editorial e oportunidades não exploradas. Assim surgiram as revistas, anuários e setoriais. Hoje, todo esse portfólio de produto se consolidou como referência para cada segmento ligado à economia.

O Valor Setorial sofreu reformulação em 2004. Antes, muito analítico e pouco prático, seu público-alvo era muito restrito e seu preço era muito alto. Hoje diminuiu em tamanho, mas não em conteúdo. É muito mais dinâmico, ágil e jornalístico. Por esse motivo também, o público-alvo se ampliou, não ficando restrito a um único segmento.

## COMUNICAÇÃO

Em 2005 o Valor Econômico lançou a nova campanha institucional. O objetivo era afirmar o posicionamento como o melhor e mais completo jornal de economia, negócios e finanças do País. O plano de mídia foi criado de uma maneira em que mesmo sem grandes investimentos, durante quatro meses a campanha "Informação que vira dinheiro" tivesse grande visibilidade diante do seu target. Nos primeiros anos do Valor, a sua comunicação era baseada em promoções "assine e ganhe" com brindes de alto valor percebido. A partir de 2004, o marketing estruturou programas de assinatura eficientes e racionais que vendessem qualidade editorial como principal benefício.

Em 2001 o jornal conquistou o prêmio Destaque no Marketing, da Associação Brasileira de Marketing & Negócios (ABMN), na categoria



Marketing Promocional, com o case Assinaturas Palm Top; e na categoria Produtos, com o case Valor 1000.

## VALORES DA MARCA

Valor Econômico tem a missão de oferecer aos leitores um panorama abrangente e confiável do que ocorre no País, principalmente na esfera produtiva, para auxiliar a tomada de decisões dos agentes econômicos e para servir de orientação ao público em geral.

Os profissionais do jornal estão comprometidos com crenças e valores expressos nas próprias letras da marca: Valorização da criatividade; Agressividade de mercado; Liderança em conhecimento; Orientação ética; e Resultados crescentes.

## O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE VALOR ECONÔMICO

- Pesquisas mostram que 70% dos leitores do jornal são da classe A.
- 59% possuem idade entre 30 e 49 anos.
- A qualificação entre os leitores é grande: 67% dos leitores possuem nível superior, mestrado e/ou doutorado.
- Em 2005 expandiu seus limites geográficos. Atualmente é o único jornal brasileiro que circula na Argentina.
- É auditado pelo IVC desde novembro de 2004. São 51.135 exemplares, o que significa 194.300 leitores.

