

# PANORAMA DO SETOR EDITORIAL BRASILEIRO

Ana Paula Fontenelle Gorini  
Carlos Eduardo Castello Branco\*

---

*\*Respectivamente, gerente Setorial de Bens de Consumo Não-Duráveis e gerente Setorial de Software do BNDES. Os autores agradecem a colaboração de Eduardo da Fonseca Mendes (do BNDES), de dirigentes da Câmara Brasileira do Livro, do Sindicato Nacional dos Editores de Livros e de várias editoras ouvidos durante a elaboração do Programa Fernando de Azevedo de Apoio à Indústria do Livro, bem como o apoio bibliográfico de Arthur Adolfo Guarido Garbayo e a contribuição da estagiária de economia Helga Lucas Canelas.*

SETOR EDITORIAL

## **Resumo**

***Este artigo trata do segmento editorial no Brasil, incluindo: as características do processo de produção editorial, a formação do preço do livro e sua comercialização; um panorama mundial do segmento e as principais diferenças em relação ao Brasil; e uma abordagem do mercado editorial brasileiro, o comércio exterior, as principais empresas e os indicadores econômico-financeiros do segmento. Trata também do Programa Fernando de Azevedo de Apoio à Indústria do Livro, do BNDES: os segmentos por ele apoiados, algumas considerações sobre as suas características e possíveis contribuições para o desenvolvimento do setor e algumas propostas complementares à operacionalização do Programa.***

**A** Unesco realizou recentemente estudos para identificar os fatores relacionados à criação do hábito de leitura de uma pessoa (e de uma nação) e relacionou alguns que podem ser considerados determinantes [cf. Cropani (1998)]. Entre os aspectos qualitativos, caberia destacar: *a*) ter nascido numa família de leitores; *b*) ter passado a juventude num sistema escolar preocupado com o hábito de leitura; e *c*) o valor “simbólico” que a cultura nacional atribui ao livro. Entre os aspectos quantitativos, os mais relevantes seriam: *a*) o preço do livro; e *b*) o acesso ao livro, que envolve distribuição eficiente, número de pontos de venda, de bibliotecas; entre outros.

Todos esses fatores são fundamentais na formação do hábito de leitura. No Brasil, porém, muito se precisa avançar nesse segmento, tendo em vista o baixo consumo *per capita*, atualmente na faixa de 2,5 livros/habitante/ano. Em contraste, o consumo situa-se em torno de 10 livros *per capita* em países desenvolvidos, como os Estados Unidos, a França, entre outros. Além disso, expressiva parcela do consumo nacional (60%) é constituída de livros didáticos, indicando que o livro escolar (didáticos e paradidáticos) é o único que grande parte da população conhece, a qual, terminada a escola, perde totalmente o contato com ele.

A cultura nacional tem no segmento livreiro um de seus mais importantes pontos de apoio. A divulgação de autores nacionais não pode servir apenas para promover a pessoa do escritor, mas sua obra. O vínculo da cultura com a indústria livreira é profundo e necessário. Por isso, uma indústria do livro frágil acaba por fragilizar também toda uma importante vertente da cultura.

Muitas das dificuldades da indústria livreira no Brasil são ao mesmo tempo causa e conseqüência do atual quadro cultural e econômico do país, sobretudo se consideramos os baixos níveis de escolaridade, inclusive da mão-de-obra, a falta de uma tradição de hábitos de leitura, as dificuldades de acesso de boa parte da população a bibliotecas e livrarias, o elevado preço dos livros e uma série de outros fatores.

Tendo em vista semelhante quadro, o Programa Fernando de Azevedo de Apoio à Indústria do Livro, do BNDES, procura apoiar a cadeia produtiva do livro nos segmentos de obras gerais, técnico-científicas e profissionais, desde a sua produção até a comercialização final, incluindo os investimentos na aquisição de direitos autorais, a tradução, a versão, a revisão técnica, a preparação das versões

pré-industriais e a revisão final de livros e suas versões especiais em outros meios (livros em braile, audiolivros, CD-ROMs etc.), abrangendo tanto o mercado interno como a exportação. As obras de cunho essencialmente didático para o 1º e o 2º grau, assim como os livros religiosos e afins, não serão apoiados pelo Programa.

Os projetos de investimento fixo das editoras (basicamente a construção de parques gráficos e seus equipamentos) também não serão contemplados pelo Programa, pois já se encontram cobertos pelas linhas de financiamento atuais do BNDES, cabendo destacar ainda que hoje o Brasil já possui um parque gráfico moderno e com custos competitivos em relação aos internacionais e que esta atividade não faz parte do *core business* da editora.

Com as mencionadas exclusões, o Programa busca atingir exatamente a parcela *per capita* de 0,6 livro/habitante/ano que abrange obras gerais (também conhecidas por *trade books*), livros técnico-científicos e profissionais, além de coleções, segmentos em que as linhas de apoio tradicionais do BNDES não são as mais apropriadas, em função das particularidades de produção e comercialização, a seguir detalhadas.

O objetivo deste estudo é aprofundar o conhecimento do segmento editorial coberto pelo Programa ora em vigência, incluindo o panorama do setor no Brasil e no mundo.

## **Características Gerais: Processo de Produção, Formação do Preço e Comercialização**

O autor de uma obra literária, artística ou científica está coberto legalmente pelo mecanismo do direito autoral, que estabelece a proteção à titularidade e a possibilidade de remuneração para a criação intelectual.<sup>1</sup> Os direitos autorais prescrevem após 70 anos da morte do autor, caindo em domínio público. Cabe ao editor o direito exclusivo de reprodução de uma obra e o dever de divulgá-la, nos limites previstos no contrato de edição. O processo editorial envolve várias etapas, a seguir detalhadas.

O adiantamento de um determinado percentual, pago geralmente a autores já consagrados, é feito pelo editor como antecipação dos eventuais direitos futuros, no momento da assinatura do contrato de cessão dos direitos autorais inerentes a uma obra. Existe uma práxis internacional que estabelece a remuneração para o autor em torno de 10% do preço de capa da obra. Esse preço, fixado pelos editores, é praticado pelas livrarias, que negociam individualmente com eles os descontos sobre o preço de capa, que variam em torno de 40% desse preço. Em geral, as grandes redes obtêm os maiores descontos, que constituem a sua margem bruta operacional. Assim, em relação ao preço de capa, em média, 10% referem-se ao pagamento de direito autoral, 10% ficam com o distribuidor (quando há), 40% com a livraria e os restantes 40% com a editora.

<sup>1</sup>No Brasil, a Lei 9.610, promulgada em fevereiro de 1998, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais, substituindo a Lei 5.988.

As demais etapas da edição, além do adiantamento do autor, incluem tradução, copidesque, composição, revisões, fotolito do miolo, fotolito da capa, criação da capa, revisão técnica.<sup>2</sup> A partir daí, entra a etapa da gráfica, com as seguintes fases: impressão do miolo e da capa e plastificação.

Os custos editoriais são fixos, ou seja, não variam com o volume de livros da tiragem. Entretanto, os custos gráficos são variáveis: quanto maior a tiragem, menores os custos unitários e maior a margem unitária. No Brasil, o *break-even* da edição de um livro médio de 160 páginas, com tiragem de três mil exemplares e preço ao redor de R\$ 16,00, está na faixa de 1.500 exemplares. O mesmo livro com tiragem de 10 mil exemplares apresenta *break-even* em torno de 2.200 exemplares, indicando que os ganhos de escala com o aumento das tiragens são significativos.

Resumidamente, o negócio da editora é conseguir o direito do autor, preparar a edição e levar o livro aos pontos de vendas, o que prescinde de investimentos em ativos permanentes, tais como imóveis e gráficas. O principal ativo de uma editora é o seu catálogo de títulos e autores, a capacidade de seu corpo editor em selecionar o que deve ser ofertado e a contratação de serviços de terceiros, tais como tradução, gráfica, trabalhos de artes, entre outros.

Em geral, as editoras no Brasil financiam, com recursos próprios, todo o processo produtivo até que o livro chegue às livrarias, inclusive concedendo prazo de 60 a 90 dias para pagamento.<sup>3</sup> É um longo ciclo de produção, variando entre seis e oito meses, desde o acerto com o autor até a entrega na livraria. Além disso, a comercialização varia entre três e 24 meses, com as vendas se concentrando nos primeiros três meses e exigindo um investimento significativo em publicidade. Os livros técnico-científicos e as obras de referência, tais como os dicionários, têm um ciclo de produção ainda mais longo (até três anos) e, conseqüentemente, investimentos bem mais elevados que os livros comuns, compensados pelo fato de que vendem durante muito tempo.

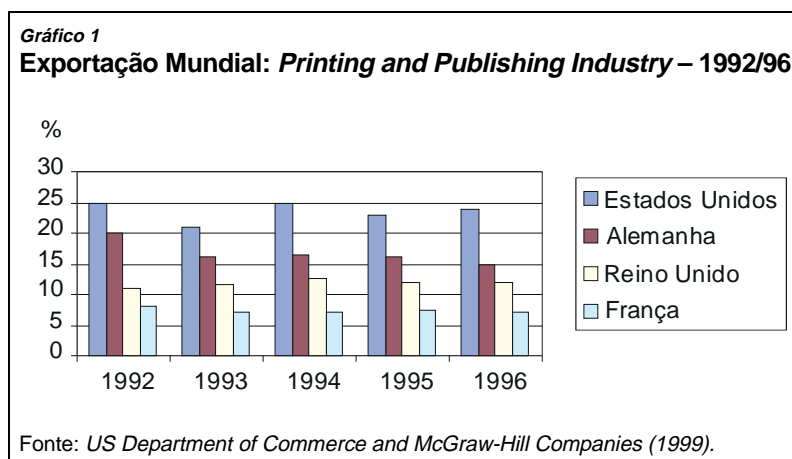
**N**o mercado internacional, particularmente nos Estados Unidos, são bem definidas as funções do “editor” (profissional que seleciona as obras) e do “*publisher*” (financiador). Ademais, os distribuidores têm grande influência nos lançamentos, com promoções, seleção dos pontos de venda e, algumas vezes, não apoiando certos projetos. Em contraste, no Brasil essas três funções encontram-se misturadas e, em geral, são exercidas pelas editoras – algumas atuam inclusive na parte gráfica –, com todas as ineficiências associadas às baixas escalas e à difusa distribuição de tarefas.

## Panorama Mundial

<sup>2</sup>As mudanças tecnológicas que permitiram a editoração eletrônica reduziram os custos de várias dessas etapas.

<sup>3</sup>Em alguns casos, a venda é ainda sob consignação.

Os Estados Unidos, além de se constituírem no maior mercado consumidor e ofertante mundial de produtos impressos – classificados no segmento *printing and publishing industry* –, são ainda os maiores exportadores mundiais nessa categoria, vindo a seguir a Alemanha, o Reino Unido e a França, com parcelas variando entre 20% (Estados Unidos) e 5% (França) do comércio mundial (Gráfico 1) [cf. US Department of Commerce and McGraw-Hill Companies (1999)].



No que diz respeito especificamente ao segmento editorial – *book publishing industry* –, novamente os Estados Unidos constituem o maior exportador e importador mundial de livros. O valor da produção industrial norte-americana nesse segmento foi projetado em US\$ 24 bilhões em 1999 (US\$ 23 bilhões em 1998), com exportações acima de US\$ 2 bilhões e importações na faixa de US\$ 1,4 bilhão (Tabela 1).

**Tabela 1**  
**Livros Editados no Mercado Norte-Americano: Tendências e Previsões – 1992/99**  
(Em US\$ Milhões, exceto quando mencionado)

	1992	1993	1994	1995	1996	1997 <sup>a</sup>	1998 <sup>b</sup>	1999 <sup>c</sup>	VARIÇÃO PERCENTUAL			
									1996/97	1997/98	1998/99	1992/96 <sup>d</sup>
<b>Indústria</b>												
Valor da Produção	16.698	18.616	19.695	20.484	21.363	22.000	23.000	24.000	3,0	4,5	4,3	6,4
Valor da Produção (US\$ de 1992)	16.698	18.180	18.493	18.257	18.166	18.038	18.218	18.491	(0,7)	1,0	1,5	2,1
Total de Empregos (Mil)	79,0	83,2	83,5	83,5	85,4	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	2,0
Produção por Trabalhador (Mil)	18,2	18,2	18,2	18,5	18,5	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	0,4
Ganhos Médios por Hora (US\$)	12,51	12,90	13,56	13,61	13,27	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	1,5
Despesas de Capital	327	282	283	345	365							2,8
<b>Comércio Externo</b>												
Valor das Importações	953	966	1.023	1.184	1.240	1.298	1.365	1.440	4,7	5,2	5,5	6,8
Valor das Exportações	1.637	1.664	1.703	1.779	1.776	1.897	2.040	2.175	6,8	7,5	6,6	2,1

Fonte: US Department of Commerce: Bureau of the Census, International Trade Administration.

<sup>a</sup> Estimativa excluindo importação e exportação.

<sup>b</sup> Estimativa.

<sup>c</sup> Previsão.

<sup>d</sup> Taxa de variação média anual.

Esse segmento nos Estados Unidos apresenta ainda um grande número de pequenos estabelecimentos (com menos de 20 empregados) – em torno de 2.700 empresas –, mas a tendência observada é de aumento da concentração, com crescente número de fusões e aquisições. O mercado editorial norte-americano vem atraindo investimentos externos, particularmente europeus, tanto no segmento de livros técnico-científicos, maior foco de investimentos alemães e holandeses, como no de *trade books*, foco de investimentos ingleses e canadenses. Em 1998, já se podia verificar que 10 das 20 maiores editoras nos Estados Unidos eram de capital estrangeiro.

O crescimento do mercado é marcadamente influenciado por fatores como demografia, educação, renda disponível, entre outros. Esse segmento também é influenciado pela demanda das bibliotecas e instituições de ensino, representando mais de 40% da demanda total por livros nos Estados Unidos, em grande parte custeada por recursos públicos. Segundo o US Department of Commerce and McGraw-Hill Companies (1999), projeta-se que o mercado norte-americano deverá crescer à taxa média (ajustada pela inflação) de 2% ao ano nos próximos cinco anos, sendo que algumas categorias crescerão acima dessa média, como livros religiosos, técnico-científicos e profissionais (incluindo *textbooks*), e outras abaixo, como *trade books* (especialmente a categoria *mass market paperbound*) e livros de referência – devido à saturação provocada pelo grande aumento de títulos muito semelhantes e aos grandes descontos nas edições mais vendidas de capa dura (*best-selling hardcover books*).

Os maiores editores na Europa, Ásia e América têm continuamente procurado expandir sua participação no mercado internacional. Em relação aos Estados Unidos, a globalização é facilitada pelo grande aumento no uso do idioma inglês, além dos avanços na distribuição e da crescente proteção aos direitos autorais. Cerca de

Tabela 2

**Vendas Líquidas do Segmento Book Publishing nos Estados Unidos: Dados Preliminares – 1987, 1992 e 1996/98**

(Em US\$ Milhões)

CATEGORIAS	1987	1992	1996	VARIAÇÃO 1995/96 (%)	1997	VARIAÇÃO 1996/97 (%)	1998	VARIAÇÃO 1997/98 (%)	TAXA MÉDIA ANUAL 1987/98 (%)	TAXA MÉDIA ANUAL 1992/98 (%)
<b>Trade Books (Total)</b>	<b>2.712,8</b>	<b>4.661,6</b>	<b>5.643,0</b>	<b>1,5</b>	<b>5.453,2</b>	<b>-3,4</b>	<b>6.148,9</b>	<b>6,5</b>	<b>7,7</b>	<b>4,7</b>
Adult Hardbound	1.350,6	2.222,5	2.586,0	-2,3	2.663,6	3,0	2.751,5	3,3	6,7	3,6
Adult Paperbound	727,1	1.261,7	1.609,4	1,4	1.731,7	7,6	1.908,3	10,2	9,2	7,1
Juvenile Hardbound	478,5	850,8	867,7	3,7	908,5	4,7	953,9	5,0	6,5	1,9
Juvenile Paperbound	156,6	326,6	579,9	18,3	470,3	-18,9	535,2	13,8	11,8	8,6
<b>Religiosos</b>	<b>638,8</b>	<b>907,1</b>	<b>1.093,4</b>	<b>5,4</b>	<b>1.132,7</b>	<b>3,6</b>	<b>1.178,0</b>	<b>4,0</b>	<b>5,7</b>	<b>4,5</b>
<b>Técnico-Científicos e Profissionais</b>	<b>2.207,3</b>	<b>3.106,7</b>	<b>3.985,0</b>	<b>3,0</b>	<b>4.156,4</b>	<b>4,3</b>	<b>4.418,7</b>	<b>6,3</b>	<b>6,5</b>	<b>6,0</b>
<b>Total</b>	<b>12.190,3</b>	<b>16.918,5</b>	<b>20.780,0</b>	<b>4,2</b>	<b>21.641,9</b>	<b>4,2</b>	<b>23.033,3</b>	<b>6,4</b>	<b>6,0</b>	<b>5,3</b>

Fonte: American Publishers Association (<http://www.publishers.org/home>).

Nota: Os dados da American Publishers Association não são estritamente comparáveis aos do Censo Norte-Americano por incluírem alguns segmentos distintos.

73% das exportações norte-americanas de livros em 1997 destinaram-se a cinco países – Canadá (individualmente responsável por 40%-45% das exportações norte-americanas), Inglaterra, Austrália, Japão e México – e se constituíram, em sua maioria, de *trade books* (45% do total das exportações), livros técnico-científicos e profissionais (30% do total) e *textbooks* (20% do total).

Na América Latina – que representa um mercado de 600 milhões de livros/ano, sendo 2/3 provenientes do Brasil –, convive-se ainda com índices médios muito baixos de leitura. No Chile e na Argentina vendem-se hoje mais livros que no começo da década, embora o crescimento seja inferior ao das economias, enquanto no México e na Venezuela as vendas baixaram e na Colômbia caíram abruptamente (o México, maior produtor de livros da América Latina hispânica, apresenta índice médio de 1,33 livro/*per capita*/ano, com 15 milhões de mexicanos que lêem em média oito livros por ano cada um e 75 milhões que não lêem nenhum) [cf. *Revista América Economía* (1999, p. 80-81)]. Na Argentina, cujo segmento editorial fatura em torno de US\$ 500 milhões/ano e conta com 1.590 editoras (as 10 maiores concentram 45% das vendas), cabe destacar alguns investimentos externos recentes, especialmente da alemã Bertelsmann, que comprou a editora Sudamericana objetivando competir com a espanhola Planeta,<sup>4</sup> a maior editora da língua hispânica do mundo, presente na Argentina desde 1968 [cf. *Gazeta Mercantil* (nov. 1998 e jul. 1999)].

O varejo de livros nos Estados Unidos evoluiu de grandes cadeias de livrarias na década de 80 para ser crescentemente dominado por grandes lojas (*book superstores*, como a Barnes & Noble, com faturamento anual de US\$ 3 bilhões e 50 a 100 mil títulos ofertados em grandes espaços físicos). Presenciou-se também a crescente participação de *warehouse clubs*, hiper/supermercados e agora a Internet.

A forma de atuação dessas grandes livrarias foi uma das responsáveis pelo incremento dos títulos publicados e pela consequente redução das tiragens médias. De 40 a 50 mil títulos/ano no início da década, incluindo lançamentos e reedições, a produção norte-americana atual alcança entre 55 a 65 mil títulos/ano. Entretanto, com relação ao número de exemplares impressos por edição, o movimento foi inverso: de cinco a 10 mil exemplares por título no início da década para menos de cinco mil atualmente. Esse movimento também reflete, de um lado, a opção pela manutenção de baixos estoques e, de outro, os avanços tecnológicos que vêm permitindo rápidas impressões, sob demanda, de pequenos lotes.<sup>5</sup> Tais avanços também foram fundamentais para impulsionar as vendas de livros pela Internet.

<sup>4</sup>A Planeta faturou US\$ 734 milhões em 1998 e, desse total, US\$ 147 milhões foram procedentes de países da América Latina (Argentina, Brasil, Colômbia, Chile, Equador, México, Uruguai e Venezuela), onde a empresa atua na edição e distribuição de livros.

<sup>5</sup>Uma máquina lançada pela Xerox (Docutec) imprime cerca de mil a dois mil livros médios por dia.

Segundo recente estudo [cf. Melo e Gutierrez (1999)], a Internet deve ter movimentado em 1999 vendas da ordem de

US\$ 170 bilhões, incluindo o comércio a varejo e entre empresas (*business to business*) – esse último representando a maior parte desse faturamento. Em 1998, foram gerados US\$ 43 bilhões na modalidade *business to business* nos Estados Unidos, contra US\$ 8 bilhões no comércio a varejo, segmento onde os *livros* encontram-se entre os produtos mais vendidos, devendo ter movimentado mundialmente cifras superiores a US\$ 200 milhões em 1999. Especificamente na América Latina – onde o Brasil responde por 88% do comércio eletrônico –, previu-se que as vendas totais via Internet alcançariam US\$ 160 milhões em 1999, e os *livros*, que constituem o segundo maior produto em vendas, deveriam apresentar uma receita estimada de US\$ 17 milhões.

A Internet vem representando uma importante ferramenta de vendas, disponibilizando verdadeiro acesso global, e seu crescimento na comercialização – embora ainda seja pequeno – deverá trazer muitas mudanças ao atual varejo de livros, incluindo a distribuição. A informatização e a ligação via Internet entre usuários, editoras e lojas virtuais deverão contribuir para a diminuição da intermediação. O comércio eletrônico de livros ainda não chega a 1% do faturamento global do segmento livreiro, mas já forçou novos posicionamentos de importantes livrarias norte-americanas, como é o caso, por exemplo, da Barnes & Noble (detentora de 15% do mercado norte-americano de livros), que, para fazer frente à livraria virtual [Amazon.com](http://Amazon.com) (que representa 2% do mercado norte-americano, mas detém cerca de 75% do total de livros encomendados *online* nos Estados Unidos), abriu seu próprio *site*, o [Barnesandnoble.com](http://Barnesandnoble.com), tendo em vista o potencial desse mercado.

A Amazon, com faturamento de US\$ 600 milhões (valor de mercado de US\$ 15 bilhões), possui um acervo de livros que nenhuma livraria poderia ter fisicamente e, através de um acordo com um dos maiores distribuidores de livros norte-americanos, reduz seus custos de estoque conseguindo trabalhar com preços muito baixos. Para fazer frente a esse acervo, a Borders Inc. – segunda maior rede de livrarias dos Estados Unidos – está investindo numa empresa nova chamada Sprout, cuja principal atividade será formar um banco de dados digital com títulos licenciados pelas editoras, que serão impressos nas livrarias em cerca de 15 minutos, com custos comparáveis aos da impressão tradicional. Cada sistema – computadores e impressoras – custará cerca de US\$ 40 mil para as lojas ou poderá ser alugado por cerca de US\$ 1 mil por mês [cf. *O Estado de S.Paulo* (1999)].

O livro eletrônico é outra iniciativa que poderá fortalecer o comércio via Internet. Recentemente, a Microsoft, a Barnes & Noble e a [Barnesandnoble.com](http://Barnesandnoble.com) anunciaram a formação de uma aliança denominada *eBook Initiative*, que tem por objetivo estimular os leitores a mudar para o formato digital.<sup>6</sup> A parceria irá disponibilizar milhares de publicações *online* que os consumidores serão capazes de transferir (*download*) para os novos computadores de mão (*hand-*

<sup>6</sup>Fonte: Educause RNP/MCT (Edupage). Original publicado em Los Angeles Times (07.01.2000).

helds) ou para micros que estejam utilizando o *software* para leitura de *e-books*. A Microsoft começará a promover seus *softwares* para *e-books*, que traduzem os livros para o formato digital, por volta da metade deste ano no *site* da [Barnesandnoble.com](http://Barnesandnoble.com). Por sua vez, a livraria Barnes & Noble irá promover e comercializar em suas lojas os *e-books* e o respectivo *software* para leitura destes. A Microsoft anunciou ainda que irá trabalhar com a empresa de tecnologia de áudio para computadores [Audible.com](http://Audible.com) para também incluir áudio no *software*, a fim de possibilitar que os usuários ouçam versões gravadas dos livros.

## Panorama Nacional

### Mercado Editorial Brasileiro

O desempenho recente do setor no Brasil tem sido muito positivo nesta década. O faturamento alcançou US\$ 2 bilhões em 1998, com crescimento de 11% ao ano, superior ao aumento do número de exemplares vendidos, que cresceu em média 8,6% ao ano entre 1990 e 1998, alcançando o volume de 410 milhões de livros neste último ano (Tabela 3).

A produção nacional cresceu a uma taxa inferior à do mercado doméstico, o que se reflete no aumento das importações, as quais atingiram US\$ 240 milhões em 1998 (chegando a representar 12% do faturamento do setor), com grande avanço sobre os US\$ 36 milhões de 1992 (ver item "Comércio Exterior", p. 16).

Existem no país cerca de 600 editoras, das quais 427, que responderam à pesquisa da Câmara Brasileira do Livro (CBL), reali-

Tabela 3

#### Mercado Editorial no Brasil – 1990/98

ANO	PRODUÇÃO			VENDAS		
	Títulos	Exemplares (Mil)	Tiragem Média	Exemplares (Mil)	Faturamento (US\$ Mil)	Preço Médio (US\$)
1990	22.479	239.392	10.650	212.206	902	4,25
1991	28.450	303.492	10.668	289.958	872	3,01
1992	27.561	189.892	6.890	159.678	803	5,03
1993	33.509	222.522	6.641	161.790	931	5,75
1994	38.253	245.986	6.431	267.005	1.261	4,72
1995	40.503	370.834	9.156	374.626	1.857	4,96
1996	43.315	312.764	7.221	389.151	1.896	4,87
1997	41.060	381.870	9.300	348.152	1.845	5,30
1998	49.746	369.186	7.421	410.335	2.083	5,08
<b>Variação Anual (%)</b>	<b>10,4</b>	<b>5,6</b>	<b>-4,4</b>	<b>8,6</b>	<b>11,0</b>	<b>2,3</b>

Fonte: Câmara Brasileira do Livro (CBL), Diagnóstico setorial editorial brasileiro. Elaboração: BNDES.

zam um mínimo de cinco lançamentos por ano. No segmento das obras gerais, 10 editoras são responsáveis por 70% do faturamento global e apenas quatro (Companhia das Letras, Record, Objetiva e Rocco) concentram 35%-40% do faturamento. No segmento dos didáticos, a concentração é ainda maior, sendo que as editoras Saraiva/Atual, Abril/Ática/Scipione e FTD detêm parcela expressiva do faturamento do setor.

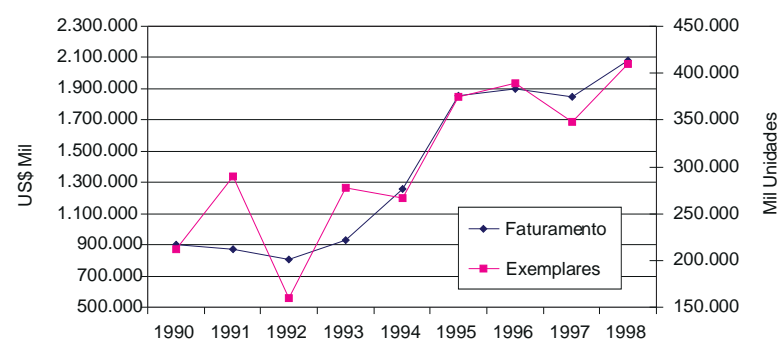
A maior parte do mercado nacional (54%) refere-se aos livros didáticos, incluindo a parcela de 17% do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) (ver Anexo). O restante distribui-se da seguinte forma: obras gerais (*trade books*), com 19% de participação no faturamento total; livros técnico-científicos e profissionais, também com 19%; livros religiosos, com 7%; e outros (coleções/referência), com 1%.

A demanda do livro varia estreitamente com o poder de compra da população, sendo também influenciada por seus produtos substitutos/complementares, relacionados ao lazer e à educação, como *compact discs*, CD-ROMs, vídeos, entre outros. A partir de 1994/95, com o aumento real da renda *per capita*, observamos um forte incremento do consumo de livros no Brasil em todas as categorias supracitadas, o que será detalhado no próximo item (ver Gráfico 2 e Anexo).

Entretanto, o aumento do número de exemplares vendidos não significou um aumento das tiragens médias, que caíram ao longo da década, com aumento paralelo do número de títulos publicados. Hoje, entre lançamentos e reedições, são editados anualmente no Brasil cerca de 50 mil títulos – patamar bem próximo do norte-americano –, enquanto no início da década de 90 eram apenas 22 mil. Cabe observar que o grande aumento dos títulos publicados e a queda das tiragens médias ocasionaram, na maior parte dos casos, a elevação dos custos editoriais.

Gráfico 2

**Evolução do Consumo de Livros no Brasil – 1990/98**



Fonte: CBL.

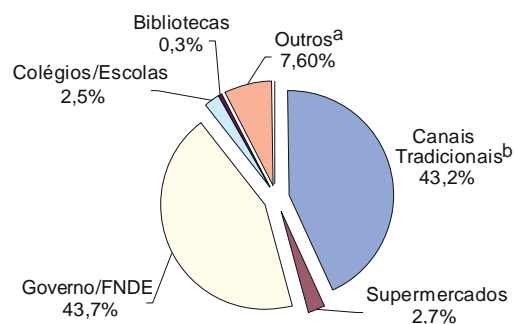
Apesar do recente aumento do consumo, o Brasil ainda apresenta um baixo consumo *per capita*, da ordem de 2,5 livros/habitante/ano (inclusive didáticos, que representam a maior parcela), o que pode ser relacionado aos seguintes principais fatores:

- hábito de leitura ainda bem menor que nos países mais desenvolvidos;
- papel pouco significativo das bibliotecas para melhorar esta situação, inexistindo, inclusive, uma política regular de compra de livros;
- baixa renda *per capita* (embora o preço do livro brasileiro, com exceção do livro de bolso, seja, em média, comparável ao preço internacional, ele ainda é caro para o poder aquisitivo da população);
- estrutura de comercialização deficiente (o número relativamente pequeno de livrarias, cerca de mil, é concentrado nos principais centros urbanos); e
- fraco desenvolvimento de canais alternativos de vendas, tais como supermercados, lojas de conveniência, círculos de livros etc.

O hábito de leitura de um povo não pode ser considerado igual à sua alfabetização. Saber ler não é suficiente para se ter familiaridade ou convívio permanente com a leitura [cf. Cropani (1998)]. Estima-se que o Brasil tenha hoje cerca de 10 milhões de leitores constantes (que lêem regularmente), número bastante inexpressivo diante da população de 165 milhões de brasileiros (e ainda diante dos 32 milhões de estudantes matriculados no 1º e 2º grau). Entre os fatores críticos no estabelecimento do hábito de leitura, cabe destacar aqueles relacionados à estrutura familiar e de ensino escolar – no que diz respeito à forma inadequada de valorização da leitura –, além daqueles relacionados ao acesso ao livro e ao seu preço, segundo a Unesco.

Em mercados mais desenvolvidos, as bibliotecas públicas respondem por parcela significativa da demanda (incluindo lançamentos e reedições), desempenhando importante papel na formação do hábito da leitura, que também é muito influenciado por questões culturais. As bibliotecas no exterior representam entre 10% e 80% (caso dos livros universitários) do mercado de livros. No Brasil, as bibliotecas têm representado apenas 1% da demanda, com participação declinante nos últimos anos, chegando a 0,3% em 1998 (Gráfico 3). Segundo pesquisa realizada pelo Ministério da Cultura [Cropani (1998)], a atual rede de bibliotecas públicas de todo o país (3.896) – em sua maioria municipais e com acervos bem defasados, sendo 80% de seu público constituído por estudantes –, mesmo se for revitalizada com a atualização dos seus acervos, está muito

**Gráfico 3**  
**Principais Canais de Comercialização de Livros no Brasil – 1998**



Fonte: CBL.

<sup>a</sup> Incluem marketing direto (3%), porta-a-porta (1%), bancas de jornal (1%) e feiras do livro (2%), entre outros.

<sup>b</sup> Incluem livrarias e papelarias.

alguém do que necessitamos para atingir o mesmo nível da Espanha ou da Itália, ou seja, uma rede entre 10 e 15 mil bibliotecas públicas.

O acesso ao livro no Brasil é ainda muito dificultado pela estrutura ineficiente de comercialização/distribuição [ver BNDES (1999)]. Os principais canais de comercialização no país são os tradicionais (livrarias e papelarias) e o governo/FNDE, que juntos representam uma parcela de 86% do volume de livros vendidos.

Em relação aos canais tradicionais, dos 5.700 municípios brasileiros, apenas 600 têm livrarias regulares, ou seja, quase 90% deles não possuem sequer uma livraria instalada. Somente quatro grupos têm atuação mais abrangente em nível nacional: as livrarias Nobel (presente em 29 municípios), Siciliano (24), Saraiva (nove) e Sodiler (quatro). Segundo a Associação Estadual de Livrarias (Rio de Janeiro), do total de 1.200 livrarias existentes no país, apenas 130 pertencem a esses quatro grupos, o que caracteriza um mercado pouco concentrado, em contraste com o norte-americano.

As vendas estão fortemente concentradas no Rio de Janeiro e em São Paulo, que juntos respondem por mais de 65% do mercado global. Se adicionarmos Brasília, Porto Alegre e Belo Horizonte aos dois municípios, o conjunto passa a representar mais de 90% das vendas de livros no país. Entretanto, mesmo nessas cidades os pontos de venda são poucos e encontram-se mal distribuídos. Por exemplo, na cidade do Rio de Janeiro há uma livraria para cada 33 mil habitantes; em contraste, mais de 300 cidades em todo o mundo alcançam o índice de uma livraria para cada 10 mil habitantes, segundo a Unesco. Em algumas regiões do país, o principal contato do grande público com o livro acontece nas feiras, como as bienais do livro e outras feiras regionais, que chegaram a representar 2% do total de exemplares vendidos no Brasil em 1998.

Os canais alternativos, como supermercados, clubes do livro, entre outros, representam parcela pequena das vendas no Brasil. Em contraposição, nos Estados Unidos os canais alternativos (não livraria) representam 50% do mercado, enquanto na França o supermercado Carrefour é o segundo ponto de vendas. O Clube do Livro, que existe no mundo inteiro, no Brasil foi afetado negativamente pelo forte processo inflacionário vivenciado durante tantos anos, prejudicando a continuidade desse importante canal de comercialização.

As vendas pela Internet, conforme já mencionado, ainda estão começando nos Estados Unidos e são ainda mais embrionárias no Brasil. Este canal deve modificar significativamente o processo de comercialização no setor em todo o mundo. No Brasil, segundo a *Internet Business*, há também a possibilidade de que a Internet aumente a eficiência da comercialização entre editoras e livrarias através do “desenvolvimento de uma Intranet que conecte editoras a livrarias, possibilitando a atualização instantânea de bancos de dados com lançamentos, pedidos de compra e outros itens”.

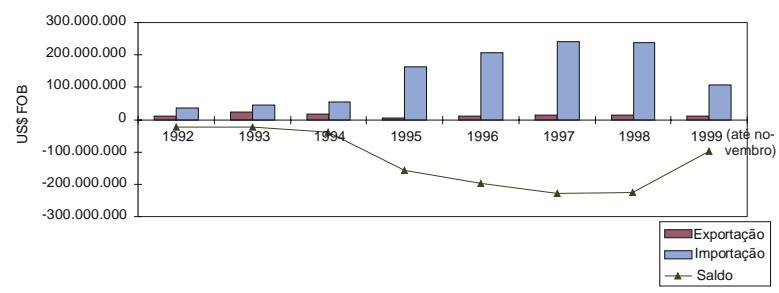
A distribuição, entendida como a fase intermediária entre a editora e os diversos pontos de vendas, é também um problema no Brasil, em contraste com os países mais desenvolvidos. Embora não seja uma característica exclusiva do livro, ela pode ser explicada, pelo menos parcialmente, pela estrutura tributária nacional, com predomínio de impostos em cascata. A distribuição ineficiente e pulverizada (muitas editoras distribuem os seus próprios livros) é um dos vários empecilhos apontados para o crescimento das vendas nos supermercados, os quais demandam uma escala mínima de suprimento, além de atendimento, organização das publicações e manutenção no ponto de venda, para que uma atividade paralela não perturbe o fluxo normal das suas atividades principais.

## **Comércio Exterior**

O déficit comercial nesse segmento atingiu mais de US\$ 200 milhões em 1998, em função de importações crescentes, principalmente a partir de 1995 (Gráfico 4). O volume de exportações é inexpressivo em relação aos números importados, tendo alcançado apenas US\$ 14 milhões em 1998 (US\$ 12 milhões em 1992).

Os Gráficos 5 e 6 mostram nossos principais parceiros comerciais. Em relação às importações, caberia destacar o Mercosul (representando uma parcela de 29% do total), a Espanha (23%) e os Estados Unidos (16%). No que diz respeito às exportações, destacam-se o Mercosul (parcela de 30% do total), a Espanha (23%) e Portugal (19%). As exportações do Brasil para Portugal têm bom potencial de incremento, em função da língua comum e das parcerias que vêm sendo feitas entre as editoras de ambos os países.

**Gráfico 4**  
**Evolução da Balança Comercial Brasileira de Livros – 1992/99**

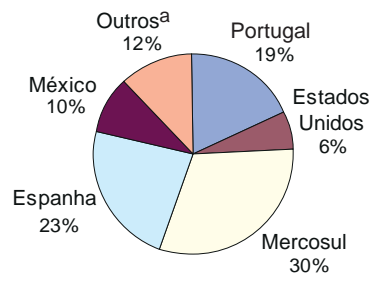


Fonte: MICT/DPPC – Sistema Serpro/Alice.

**Gráfico 5**  
**Exportações Brasileiras de Livros por País – 1998**

(Em US\$ FOB)

Valor Total: US\$ FOB 14.211.522



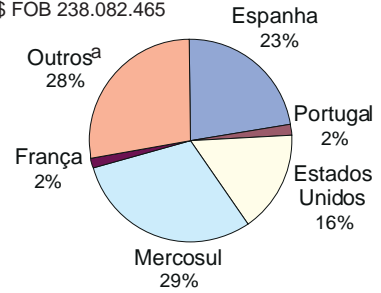
Fonte: MICT/DPPC – Sistema Serpro/Alice.

<sup>a</sup>Incluem Japão e França.

**Gráfico 6**  
**Importações Brasileiras de Livros por País – 1998**

(Em US\$ FOB)

Valor Total: US\$ FOB 238.082.465



Fonte: MICT/DPPC – Sistema Serpro/Alice.

<sup>a</sup>Incluem Japão e México.

## Os Segmentos de Obras Gerais (Trade Books) e Livros Técnico-Científicos e Profissionais

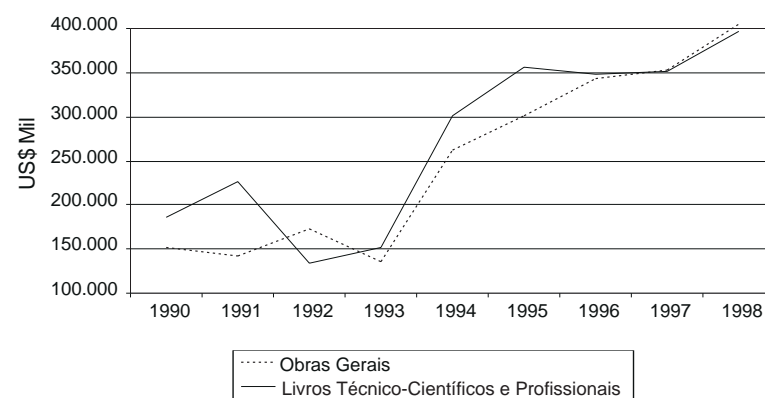
Os segmentos enfocados neste artigo – obras gerais e livros técnico-científicos e profissionais – representaram, respectivamente, 19,4% e 19,0% do faturamento global do setor em 1998, abaixo do segmento de didáticos (incluindo FNDE),<sup>7</sup> com 54% do faturamento (ver Anexo). Em termos de exemplares vendidos, as obras gerais, que incluem literatura adulta e infanto-juvenil, representaram 17% do total em 1998 e os livros técnico-científicos e profissionais responderam por 5%, atrás dos didáticos (inclusive FNDE), com 63%, e dos religiosos, com 14% dos exemplares vendidos e 7% do faturamento total.

A evolução do faturamento de ambos os segmentos foi muito semelhante na década (Gráfico 7), cabendo destacar o expressivo incremento a partir de 1994, com aumentos em torno de 180% no período 1993/98 e taxas médias de crescimento na década entre 10% ao ano (livros técnico-científicos e profissionais) e 13% ao ano (obras gerais). O grande crescimento do faturamento pode ser atribuído à elevação dos preços médios (Gráfico 8) em ambos os segmentos, que foi possível pela melhoria do poder aquisitivo da população a partir do Plano Real. Os preços médios das obras gerais e dos livros técnico-científicos e profissionais alcançaram em 1998, respectivamente, valores entre US\$ 6 e US\$ 18, significando incrementos acumulados de 126% e 279% em relação a 1990 e de 40% e 140% em relação a 1993.

Em contraste com o bom desempenho do faturamento, o número de exemplares vendidos (Gráfico 9) cresceu muito pouco no segmento de obras gerais (taxa média de 2% ao ano entre 1990/98) e sofreu um declínio no segmento de livros técnico-científicos e profissionais (taxa média negativa de 7% ao ano no mesmo período). Paralelamente, ocorreu um grande aumento do número de títulos

Gráfico 7

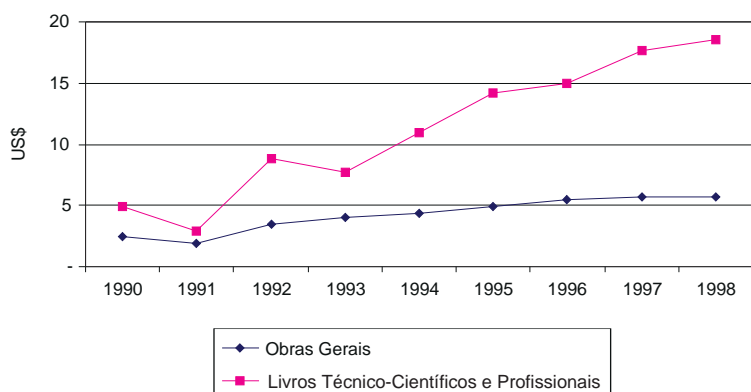
### Evolução do Faturamento das Obras Gerais e dos Livros Técnico-Científicos e Profissionais – 1990/98



Fonte: CBL.

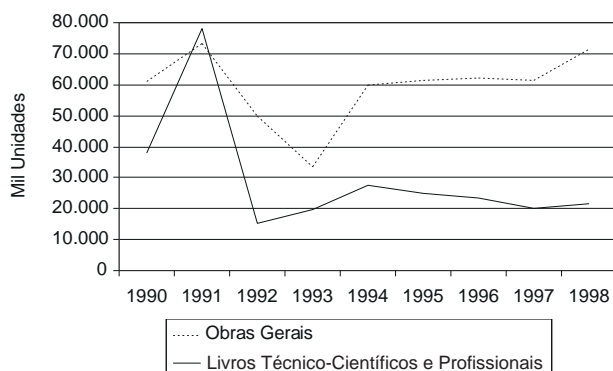
<sup>7</sup>Os livros didáticos incluem pré-escolares, 1º e 2º graus e paradidáticos.

**Gráfico 8**  
**Evolução dos Preços Editoriais Médios – 1990/98**



Fonte: CBL.

**Gráfico 9**  
**Evolução de Exemplos Vendidos: Obras Gerais e Livros Técnico-Científicos e Profissionais – 1990/98**



Fonte: CBL.

(incluindo lançamentos e reedições), com queda das tiragens médias. Somente no segmento de obras gerais, por exemplo, o número total de títulos evoluiu de 8.200 em 1990 para 17.500 em 1998 (incremento acumulado de 113%).

As visões dos editores são diferenciadas quanto ao efeito do preço mais baixo sobre o mercado. Muitos argumentam que o número de leitores e sua capacidade de consumo estão temporariamente estagnados até que melhore o poder aquisitivo da população e que, além disso, o acesso difícil constitui outro forte limitador do consumo. As séries apresentadas de certa forma corroboram essa análise, uma vez que a demanda apresentou-se insensível às variações altistas de preços no período. Entretanto, o livro de bolso, que ainda não teve sucesso no Brasil, deve merecer mais atenção, pois

preços baixos, com qualidade, podem contribuir para o aumento do número de leitores e das vendas globais.

Cabe mencionar ainda que o ciclo de produção dos *trade books* gira em média entre seis e oito meses e o de vendas até 24 meses. Como esses livros têm um ciclo de venda curto, os primeiros três a seis meses são críticos para o seu sucesso. Para se manter nesse mercado, a editora tem que fazer muitos e constantes lançamentos, além de muita publicidade nos principais jornais e revistas.

O livro técnico e as obras de referência, tais como os dicionários, podem ter um ciclo de produção mais longo (até três anos) e, conseqüentemente, investimentos bem mais elevados que os livros comuns, compensados pelo fato de que vendem durante muito tempo.

### **Principais Empresas e Market Share**

No segmento dos *trade books*, cerca de 10 editoras respondem por 70% do faturamento global, cabendo destacar: Record, Companhia das Letras, Siciliano,<sup>8</sup> Rocco, Ediouro, Nova Fronteira, Objetiva, Globo, Martins Fontes e L&PM.

A maior editora nesse segmento, a Record, apresentou receita líquida de R\$ 32 milhões em 1998, com variação real negativa de 6% em relação a 1997 (ver Anexo), e detém um catálogo de 2.800 títulos e cerca de 260-300 lançamentos/ano [cf. *Gazeta Mercantil* (maio 1999)].

A Companhia das Letras, fundada em 1986, lançou 137 títulos em 1998 e faturou cerca de R\$ 21 milhões. Seu catálogo reúne 1.106 títulos. Tem como acionista a Caminho Editorial, empresa da família Moreira Salles, controladora do Unibanco [cf. *Gazeta Mercantil* (maio 1999)].

A Rocco, que vendeu cerca de 1,6 milhão de exemplares em 1998 (faturamento de R\$ 13 milhões), o que representa um crescimento de 35% em relação ao ano anterior, lançando 180 títulos/ano [cf. *Gazeta Mercantil* (jan. 1999)], detém um acordo operacional com a editora portuguesa Temas e Debates, que prevê distribuição, impressão e comercialização dos livros a serem lançados naquele mercado (já foram publicados 15 títulos, entre autores brasileiros e estrangeiros).

A Nova Fronteira registrou em 1998 retração de 15% no número de exemplares vendidos, que em 1997 chegou a dois milhões (média de 60 títulos/ano) [cf. *Gazeta Mercantil* (jan. 1999)]. Não obstante, sua receita líquida cresceu 26% no mesmo período, alcançando R\$ 13 milhões em 1998.

<sup>8</sup>35% das ações da Siciliano foram vendidas em 1998 ao grupo norte-americano Darby Overseas Investments.

No segmento de livros técnico-científicos e profissionais, caberia destacar algumas editoras, dentre as quais, por exemplo, Ática/Scipione,<sup>9</sup> Atlas, Brasiliense, Campus, Forense, FTD, Imago, José Olympio, Makron Books, Martins Fontes, Nobel e Saraiva.

A Saraiva – atuante nos segmentos de edição e livrarias – apresentou receita líquida consolidada de R\$ 216 milhões em 1998, um crescimento de 27% em relação ao ano anterior. Seu lucro líquido consolidado atingiu R\$ 14 milhões, representando um retorno de 19% sobre o patrimônio líquido. Somente no segmento editorial, obteve receita operacional líquida de R\$ 98 milhões em 1998 (crescimento de 16% em relação a 1997), sendo cerca de 50% referentes a livros didáticos. No setor editorial é uma das únicas de capital aberto, sendo que investidores institucionais, nacionais e estrangeiros, detêm em conjunto 48% do total de suas ações.

A Campus, ligada ao grupo holandês Elsevier Science, detém 1.200 títulos (cerca de 300 na área de informática), publicando em média 60 novos títulos/ano, excluindo as reedições. Hoje, dos 700 títulos ativos, 40% são da área de informática e 30% sobre negócios e administração. O faturamento previsto é de R\$ 12 milhões em 1998, representando incremento de 30% em relação ao ano anterior [cf. *Gazeta Mercantil* (nov. 1998)].

Uma típica editora tem como particularidade a necessidade de um volume de capital de giro relativamente elevado, uma vez que os estoques e as contas a receber são os seus principais itens de ativo. Numa amostra de 12 editoras selecionadas, pertencentes aos segmentos de obras gerais e de livros técnico-científicos e profissionais, a mediana do índice de liquidez corrente em 1998 foi bem elevada (da ordem de 3). Já a mediana do índice de liquidez seca, que exclui os estoques, situa-se em torno de 1, o que indica um nível elevado de estoques (ver Anexo).

O estoque gira entre uma e três vezes ao ano, sendo que a mediana encontrada na amostra citada foi de uma vez ao ano e 366 dias em estoque, sendo o pior índice de 490 dias e o melhor de 140 dias (ver Anexo). Os custos financeiros relacionados a esse estoque aumentam os custos de toda a cadeia e reduzem suas margens de lucratividade. O prazo médio de recebimento gira em torno de 60 dias (mediana da amostra).

As margens brutas e líquidas são da ordem de 65% e 9%, respectivamente. O retorno médio sobre o patrimônio líquido (ROE) é da ordem de 19% (ver Anexo).

## **Indicadores Econômico- Financeiros**

<sup>9</sup>A Ática/Scipione foi recentemente adquirida pela associação formada entre os grupos Havas, da França, e Abril por US\$ 100 milhões.

## Conclusões e Propostas

As perspectivas de crescimento do mercado de livros no Brasil são muito boas nos próximos anos, à medida que certos gargalos sejam eliminados. Um dos grandes desafios do setor é claramente identificado pelos seus principais expoentes, conforme se pode verificar em recente publicação da Câmara Brasileira de Livro: “Não custa pouco fazer chegar o livro ao leitor. Hoje, a distribuição e a comercialização do livro constituem, talvez, o maior gargalo do mercado editorial brasileiro. As distâncias são grandes, milhares de quilômetros, mas pior é a falta de uma boa estrutura de distribuição regional. As livrarias são poucas, insuficientes, e o *marketing* do livro só nos últimos anos começou a deslanchar. Entre editores e livreiros, freqüentemente, o entendimento emperra nos prazos e descontos, desacelerando o mercado. E com custos adicionais e dificuldades operacionais o cliente/leitor acaba insatisfeito e sem o livro” (CBL, *50 anos*, p. 104).

O crescimento e o fortalecimento do mercado passam, portanto, pelo desenvolvimento de novos canais alternativos de comercialização/distribuição, como bibliotecas, clubes do livro, hipermercados, feiras de livros, Internet, entre outros. Além disso, alguns segmentos ainda são pouco explorados no Brasil, como o livro de bolso e o comércio exterior (são recentes as investidas de algumas editoras em direção a Portugal). De forma ainda não previsível, a Internet poderá provocar significativas alterações nesse panorama, principalmente na diminuição da intermediação, proporcionando redução de preços e permitindo que o livro chegue mais facilmente ao consumidor.

Nesse sentido, o Programa Fernando de Azevedo de Apoio à Indústria do Livro, do BNDES, poderá ser bem apropriado no financiamento ao setor, possibilitando:

- investimentos em informatização, nos moldes de *supply chain*, reunindo livrarias e editoras numa rede comum e aumentando a eficiência global do setor;
- planos editoriais que contenham obras de maior prazo de maturação, tais como dicionários e livros técnico-científicos;
- ampliação da quantidade de títulos e de autores; e
- potencial de declínio do preço médio e possível expansão do mercado.

Cabe lembrar que uma editora tem como principal ativo um intangível catálogo de autores e, em geral, não realiza imobilizações em maquinário e imóveis. No caso brasileiro, é uma empresa de pequeno/médio porte, não apresentando um valor de ativo muito expressivo, onde contas a receber e estoques são seus principais itens. Isso torna a editora um cliente diferenciado para os bancos, com maiores dificuldades para apresentar as garantias tradicionais.

Nesse sentido, o BNDES está avaliando mecanismos que permitam flexibilizar seus procedimentos tradicionais de forma a atender às especificidades do setor.

## Anexo

Tabela A.1

### Faturamento e Exemplares Vendidos por Segmento Editorial no Brasil – 1990/98

Segmento Editorial	1990		1991		1992	
	Faturamento (US\$ Mil)	Exemplares Vendidos (Unidades)	Faturamento (US\$ Mil)	Exemplares Vendidos (Unidades)	Faturamento (US\$ Mil)	Exemplares Vendidos (Unidades)
Didáticos <sup>a</sup>	235.152	72.847.992	267.962	86.138.243	332.515	70.163.457
Obras Gerais <sup>b</sup>	152.489	60.848.545	141.568	73.315.036	173.030	49.685.684
Religiosos	56.428	25.309.430	41.659	34.695.477	47.401	21.102.365
Técnico-Científicos e Profissionais	185.306	37.846.825	227.046	77.982.682	133.541	15.132.886
Coleções	272.129	15.353.657	193.404	17.826.196	116.784	3.593.885
FNDE						
<b>Total</b>	<b>901.504</b>	<b>212.206.449</b>	<b>871.640</b>	<b>289.957.634</b>	<b>803.271</b>	<b>159.678.277</b>

Segmento Editorial	1993		1994		1995	
	Faturamento (US\$ Mil)	Exemplares Vendidos (Unidades)	Faturamento (US\$ Mil)	Exemplares Vendidos (Unidades)	Faturamento (US\$ Mil)	Exemplares Vendidos (Unidades)
Didáticos <sup>a</sup>	312.966	161.789.628	612.813	146.308.441	597.773	101.595.208
Obras Gerais <sup>b</sup>	135.527	33.372.093	262.586	60.053.195	301.368	61.358.728
Religiosos	43.723	48.135.233	84.449	33.176.563	140.234	56.232.809
Técnico-Científicos e Profissionais	152.285	19.741.991	301.252	27.466.492	356.338	25.033.047
Coleções	286.459	14.581.041				
FNDE					461.665	130.406.470
<b>Total</b>	<b>930.960</b>	<b>277.619.986</b>	<b>1.261.101</b>	<b>267.004.691</b>	<b>1.857.377</b>	<b>374.626.262</b>

Segmento Editorial	1996		1997		1998		TAXA ANUAL MÉDIA (1990/98)	
	Faturamento (US\$ Mil)	Exemplares Vendidos (Unidades)	Faturamento (US\$ Mil)	Exemplares Vendidos (Unidades)	Faturamento (US\$ Mil)	Exemplares Vendidos (Unidades)	Faturamento (US\$ Mil) (%)	Exemplares Vendidos (Unidades) (%)
Didáticos <sup>a</sup>	837.979	146.448.472	768.795	112.854.677	790.265	144.490.241	16	9
Obras Gerais <sup>b</sup>	342.702	62.007.210	352.513	61.424.621	404.345	71.317.369	13	2
Religiosos	148.014	64.979.834	143.888	64.089.015	147.890	59.123.165	13	11
Técnico-Científicos e Profissionais	347.917	23.265.749	351.562	19.909.956	396.775	21.403.866	10	-7
Coleções							n.d.	n.d.
FNDE	219.600	92.449.820	228.710	89.873.765	344.064	114.000.000	n.d.	n.d.
<b>Total</b>	<b>1.896.211</b>	<b>389.151.085</b>	<b>1.845.468</b>	<b>348.152.034</b>	<b>2.083.339</b>	<b>410.334.641</b>	<b>11</b>	<b>9</b>

Fonte: Câmara Brasileira do Livro (CBL), Diagnóstico setorial editorial brasileiro.

Elaboração: BNDES.

<sup>a</sup>Incluem pré-escolar, 1º e 2º graus e paradidáticos.

<sup>b</sup>Incluem literatura infanto-juvenil e adulta.

Tabela A.2

**Ranking Econômico-Financeiro da Indústria Editorial de Livros no Brasil – 1998**

(Em R\$ Mil)

	FTD	SARAIVA	EDIOURO	RECORD	EDITO- RA DO BRASIL	EDITO- RA NA- CIONAL	ATLAS	ATUAL <sup>a</sup>	NOVA FRON- TEIRA	FORENSE
<b>Demonstração do Resultado</b>										
Receita Líquida	139.348,0	98.491,0	44.896,0	31.830,0	28.298,0	24.765,0	19.677,0	14.751,0	13.368,0	10.516,0
Receita Líquida (Variação Real 1998/97)	3,7	15,8	(6,8)	(5,9)	(9,7)	(31,5)	8,2	0,0	26,1	(5,7)
Lucro/Prejuízo (Bruto)	101.577,0	68.672,0	26.352,0	22.266,0	16.491,0	14.540,0	15.102,0	8.761,0	9.105,0	8.327,0
Lucro/Prejuízo (Operacional)	9.698,0	10.649,0	(887,0)	3.197,0	3.033,0	7.197,0	3.157,0	(3.543,0)	611,0	1.470,0
Lucro/Prejuízo (Líquido)	14.280,0	13.938,0	(370,0)	3.686,0	2.344,0	5.299,0	2.347,0	(3.357,0)	563,0	1.139,0
<b>Balço Patrimonial</b>										
Ativo Total	139.265,0	140.696,0	26.550,0	30.817,0	43.298,0	15.573,0	21.745,0	24.074,0	8.942,0	8.309,0
Ativo Permanente	34.981,0	68.445,0	4.934,0	7.685,0	11.981,0	43,0	3.899,0	851,0	953,0	1.681,0
Ativo Permanente (Variação Nominal 1998/97)	(8,8)	39,0	(15,6)	15,5	(15,1)	0,0	6,0	0,0	143,9	12,0
Dívidas Financeiras	22.449,0	27.948,0	8.047,0	174,0	718,0	0,0	0,0	12.880,0	235,0	0,0
Patrimônio Líquido	78.447,0	81.355,0	2.790,0	9.614,0	35.622,0	12.320,0	16.263,0	61,0	3.812,0	7.342,0
Necessidade de Capital de Giro (Ativos Operacionais de Curto Prazo – Passivos Operacionais de Curto Prazo)	58.626,0	36.629,0	11.251,0	14.720,0	12.415,0	6.222,0	3.411,0	11.687,0	3.297,0	2.737,0
Necessidade de Capital de Giro (Variação Nominal 1998/97)	0,0	53,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Indicadores Econômico-Financeiros</b>										
Endividamento Total (%) ((PC + ELP)/PL)	77,5	72,9	851,5	220,5	21,6	24,2	33,7	39.365,6	134,6	13,2
Endividamento Financeiro (%) (Dívidas Financeiras/(PC + ELP))	36,9	47,1	33,9	0,8	9,4	0,0	0,0	53,6	4,6	0,0
Liquidez Corrente (%) (AC/PC)	1,7	1,9	1,9	1,7	3,9	5,1	3,2	2,1	1,7	6,5
Rentabilidade Patrimonial Líquida (%) (Lucro Líquido/PL)	18,2	17,1	(13,3)	38,3	6,6	43,0	14,4	(5.503,3)	14,8	15,5
Receita Líquida por Funcionário (R\$ Mil)	197,9	52,1	96,3	95,0	109,7	0,0	196,8	0,0	222,8	73,0

Fonte: Gazeta Mercantil, *Balço Anual 1999*.<sup>a</sup>Empresa adquirida pela Saraiva em 1999.

Tabela A.3

**Comparação dos Principais Índices Financeiros: Empresas Seleccionadas dos Segmentos de Trade Books e Técnico-Científicos e Profissionais – 1998**

	MEDIANA AMOSTRAL
<b>Solvência</b>	
Liquidez Corrente (Ativo Circulante/Passivo Circulante)	2,97
Liquidez Seca (Caixa & Bancos + Clientes/Passivo Circulante)	1,13
<b>Atividade</b>	
Giro do Ativo Total (Receita Operacional Total/Ativo Total Médio)	1,36
Giro do Contas a Receber (Receita Operacional Total/Contas a Receber Médio)	6,71
Prazo Médio de Recebimento (365/Giro do Contas a Receber)	59,10
Giro dos Estoques (Custo dos Produtos Vendidos/Estoque Médio)	1,11
Número de Dias em Estoque (365/Giro dos Estoques)	366,54
<b>Endividamento</b>	
Grau de Endividamento (Exigível Total/Ativo Total) (%)	43
Exigível Total/Patrimônio Líquido (%)	59
Multiplicador do Capital Próprio (Ativo Total/Patrimônio Líquido)	1,67
Cobertura de Juros (Lucro antes de Juros e Impostos/Despesas Financeiras)	n.d.
<b>Rentabilidade</b>	
Margem Líquida (Lucro Líquido/Receita Operacional Total) (%)	9,2
Margem Bruta (Lucro Bruto/Receita Operacional Total) (%)	65,6
Retorno Líquido sobre o Ativo (Lucro Líquido/Ativo Total Médio) (%)	11,4
Retorno Bruto Sobre o Ativo (Lucro Antes dos Juros e Impostos/Ativo Total Médio) (%)	14,7
ROA Líquido (Margem Líquida/Giro do Ativo) (%)	7,8
ROA Bruto (Margem Bruta/Giro do Ativo) (%)	53,0
ROE (Lucro Líquido/Patrimônio Líquido Médio) (%)	18,6

## Referências Bibliográficas

BNDES. Cadeia de comercialização de livros. *Relato Setorial*, Rio de Janeiro, n. 3, 1999.

CROPANI, Ottaviano de Fiore di. *Livro, biblioteca e leitura no Brasil*. Ago. 1998.

*GAZETA MERCANTIL*, várias edições.

MELO, Paulo Roberto de Sousa, GUTIERREZ, Regina Maria Vinhais. A internet e os provedores de acesso. *BNDES Setorial*, Rio de Janeiro, n. 10, p. 115-172, set. 1999.

*O ESTADO DE S.PAULO*, São Paulo, jun. 1999.

*REVISTA AMÉRICA ECONOMIA*, n. 171, 18 de novembro de 1999.

US DEPARTMENT OF COMMERCE AND MCGRAW-HILL COMPANIES. *Printing and publishing: US industry and trade outlook*. 1999.

