UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE CIÊNCIAS APLICADAS

EUDES GUSTAVO LIMA DE FREITAS

O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO PARA O SETOR EDITORIAL BRASILEIRO DE LIVROS

LIMEIRA
2015

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE CIÊNCIAS APLICADAS

EUDES GUSTAVO LIMA DE FREITAS

O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO PARA O SETOR EDITORIAL BRASILEIRO DE LIVROS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Gestão do Comércio Internacional à Faculdade de Ciências Aplicadas da Universidade Estadual de Campinas.

Orientador: Prof. Dr. Marcos José Barbieri Ferreira

LIMEIRA

2015

Ficha catalográfica
Universidade Estadual de Campinas
Biblioteca da Faculdade de Ciências Aplicadas
Renata Eleuterio da Silva - CRB 8/9281

F884p

Freitas, Eudes Gustavo Lima de, 1994-
O processo de internacionalização para o setor editorial brasileiro de livros / Eudes Gustavo Lima de Freitas. – Campinas, SP : [s.n.], 2015.

Orientador: Marcos José Barbieri Ferreira.
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Ciências Aplicadas.

1. Globalização. 2. Livros - Comércio. 3. Leitores. 4. Editoração. 5. Electronic books. I. Ferreira, Marcos José Barbieri,1968-. II. Universidade Estadual de Campinas. Faculdade de Ciências Aplicadas. III. Título.

Informações adicionais, complementares

Palavras-chave em inglês:
Globalization
Books - Commerce
Readers
Editing
Electronic books
Titulação: Bacharel em Gestão do Comércio Internacional
Banca examinadora:
Edgar Barassa
Data de entrega do trabalho definitivo: 03-12-2015

Autor: Eudes Gustavo Lima de Freitas

Título: O processo de internacionalização para o setor editorial brasileiro de livros

Natureza: Trabalho de Conclusão de Curso em Gestão do Comércio Internacional

Instituição: Faculdade de Ciências Aplicadas, Universidade Estadual de Campinas

Aprovado em: 03/12/2015

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Marcos José Barbieri Ferreira – Presidente
Faculdade de Ciências Aplicadas (FCA/UNICAMP)

MSc. Edgar Barassa (Avaliador)
Instituto de Geociências (IG/UNICAMP)

Este exemplar corresponde à versão final da monografia aprovada

Prof. Dr. Marcos José Barbieri Ferreira – Presidente
Faculdade de Ciências Aplicadas (FCA/UNICAMP)

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho a minha mãe, pois tenho ciência de que sem ela não estaria aqui. Sempre esteve presente em minha vida, além de amorosa e dedicada. Fica aqui registrado meu “muito obrigado”.

AGRADECIMENTOS

Todas as listas de agradecimentos são incompletas, injustas e sofrem de amnésia. Certamente esta que faço não será exceção à regra. Infelizmente, não contemplarei todas as pessoas que fizeram parte desta importante etapa da minha vida. Portanto, desde já peço desculpas e faço mea-culpa àquelas que não serão citadas neste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Contudo, podem ter certeza que fazem parte do meu pensamento, das minhas lembranças e gratidão.

Agradeço ao orientador Prof. Dr. Marcos Barbieri, nesta etapa final do Trabalho de Conclusão de Curso foram produtivas as nossas reuniões, apesar de algumas falhas de comunicação e feedback. Também agradeço ao professor Edgar Barassa por ter participado de maneira contundente da Banca do meu TCC e tê-lo examinado de forma detalhada e feito sugestões para melhorá-lo.

Agradeço ao Prof. Dr. Paulo Hayashi Junior que foi meu “Coorientador” informal. Ajudou-me bastante, não na questão de conteúdo, mas em continuar fazendo o TCC, em manter a disciplina, em responder de forma rápida e eficiente minhas dúvidas e prestar esclarecimentos sempre que precisei.

Aos meus colegas e amigos da faculdade e da van que contribuíram de modo incomensurável para eu estar aqui.

Faço questão de deixar registrado meu reconhecimento a toda minha família e amigos. Em especial agradeço à Amanda, minha irmã, ao Ted, meu cachorro, que me auxiliou bastante a desestressar e ter ideias, lampejos para inserir no TCC. E como clichê mais unânime que conheço, agradeço a minha mãe que me possibilitou toda uma estrutura física, financeira, emocional, psicológica, mental para que eu possa alcançar meus objetivos.

Enfim, agradeço a todos aqueles que por algum motivo, de forma direta ou indireta, contribuíram para a realização deste trabalho.

EPÍGRAFE

"Livros não mudam o mundo,

Quem muda o mundo são as pessoas.

Os livros só mudam as pessoas".

Mário Quintana.

"Onde se queimam livros,

Acaba-se queimando pessoas".

Heinrich Heine.

RESUMO

FREITAS, Eudes. O processo de internacionalização para o setor editorial brasileiro de livros. 2015. 51 folhas. Trabalho de Conclusão de Curso (Gestão de Comércio Internacional). Faculdade de Ciências Aplicadas, Universidade Estadual de Campinas, Limeira, 2015.

Este trabalho faz um estudo detalhado do setor editorial brasileiro de livros e seu processo de internacionalização. Inicialmente é feito uma breve explanação do referido tema, do seu objeto de estudo e objetivos. Posteriormente será explicado o porquê se internacionalizar e de quais formas isto poderá ser feito. Analisar-se-á o setor editorial de livros no mundo, como está sua configuração, seu faturamento, as maiores empresas globais e como as empresas brasileiras se relacionam neste contexto. Em seguida haverá uma análise detalhada do setor editorial de livros brasileiros, tanto sobre o perfil dos leitores, como o comportamento econômico do setor nos últimos anos e as suas projeções futuras. Além de citar os livros em formato digital, os e-books, cujas expectativas de crescimento são muito grandes. Por fim apresentar-se-á os programas que visam auxiliar o supracitado setor em seu processo de internacionalização.

Palavras-chave: Internacionalização 1. Setor Editorial de Livros 2. Feiras Internacionais 3. E-book 4.

ABSTRACT

FREITAS, Eudes. O processo de internacionalização para o setor editorial brasileiro de livros. 2015. 51 folhas. Trabalho de Conclusão de Curso (Gestão de Comércio Internacional). Faculdade de Ciências Aplicadas, Universidade Estadual de Campinas, Limeira, 2015.

This work makes a detailed study of the Brazilian publishing industry of books and its internationalization process. Initially will be made a brief explanation of the above mentioned subject, of its object of study and objectives. Later will be explained why if internationalize and in what ways this can be done. It will analyze the publishing industry of books in the world, as is your configuration, its revenues, the largest global companies and as the Brazilian companies relate in this context. Then there will be a detailed analysis of the publishing industry of Brazilian books, both on the profile of readers, as the industry's economic behavior in recent years and their future projections. In addition to citing the books in digital format, the e-books, whose growth expectations are very large. Finally there will be the programs that aim to assist the abovementioned sector in its internationalization process.

Keywords: Internationalization 1. Book Publishing Industry 2. International Fairs 3. E-book 4.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Penetração da leitura……..……..**15**

Figura 2: Evolução das receitas dos 50 maiores grupos de editoras de livros do mundo ……..……**22**

Figura 3: Faturamento das maiores editoras brasileiras de livros…… **24**

Figura 4: O mercado de livros no Brasil 2005 a 2014……..……**26**

Figura 5: Número de livros lidos por ano (entre todos os entrevistados).**31**

Figura 6: Média de livros lidos nos últimos 3 meses (entre leitores)……**32**

Figura 7: Volume de vendas dos livros de colorir até agosto de 2015 …**34**

Figura 8: Faturamento das vendas dos livros de colorir até agosto de 2015……..……..…..**34**

Figura 9: Perfil do leitor de livros digitais……..……..**36**

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Comportamento do Setor Editorial Brasileiro de Livros: 2013/2014 ……...……..**28**

Tabela 2: Canais de Comercialização. Vendas ao Mercado – Faturamento 2013/2014……..**30**

Tabela 3: Conteúdo Digital – Faturamento: Participação na Amostra, cujos resultados de 2014 são expressos em R$……..……..……..**37**

Tabela 4: Conteúdo Digital – Faturamento 2013 e 2014, em R$……...**37**

Tabela 5: Títulos editados e exemplares produzidos. (traduzidos e de autores nacionais 2013/2014) ……..……**39**

Tabela 6: Programa de Apoio à tradução e publicação de autores brasileiros no exterior – FBN……..……..**40**

Tabela 7: Desembolso por cadeia produtiva de 2007 a 2013 (R$ mil)…**41**

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Dimensionamento Amostral ……..……...…….**14**

Quadro 2: Número de livros lidos por ano (entre todos os entrevistados 2011…..……....**15**

Quadro 3: Destaques…….……...**25**

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CBL – Câmara Brasileira do Livro.

FBN – Fundação da Biblioteca Nacional.

Fipe – Fundação Instituto de Pesquisa Econômica.

IPCA – Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas.

IDE – Investimentos Diretos Estrangeiros.

PIB – Produto Interno Bruto.

SNEL – Sindicato Nacional dos Editores de Livros.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.

1.1 Apresentação do tema ……**14**

1.2 Definição do problema (objeto)……..**16**

1.3 Objetivos gerais……...**17**

1.4 Objetivos específicos……..**17**

1.5 Metodologia……..**17**

1.6 Justificativa……...**18**

2. INTERNACIONALIZAÇÃO.

2.1 Por que se internacionalizar?……**19**

2.2 Tipos de internacionalização……**19**

3. O SETOR EDITORIAL DE LIVROS NO MUNDO……**22**

4. O SETOR EDITORIAL BRASILEIRO DE LIVROS

4.1 Panorama Geral……**25**

4.2 Comportamento do Setor entre 2013 e 2014……**27**

4.3 Canais de Comercialização……..…**28**

4.4 Perfil de Leitores……..……..…**30**

4.5 Livros para colorir……**33**

4.6 E-books……..…**35**

5. A INTERNACIONALIZAÇÃO DO SETOR BRASILEIRO DE LIVROS ……..**39**

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS……**43**

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS……**47**

1. INTRODUÇÃO.

1.1 Apresentação do tema:

O setor editorial de livros no Brasil possui um tamanho bem aquém do ideal. No decorrer do trabalho será comprovada esta afirmação através de dados, pesquisas descritivas, análises quantitativas e qualitativas. De maneira sucinta uma das principais razões que explicam isto é um lamentável fato: os brasileiros não são leitores habituais, logo consumidores dos referidos produtos.

Segundo dados divulgados pelo relatório da 3ª edição da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (2012), elaborado pelo Ibope Inteligência cujo dimensionamento amostral foi feito com mais de 5 mil entrevistados em 315 municípios de todos Estados brasileiros (quadro 1) revelou que a média de leitura do brasileiro são de quatro livros por ano. Até parece uma quantidade razoável, todavia na prática apenas dois são lidos até o fim (quadro 2). Isto sem levar em conta os dados alarmantes sobre o nível de educação no Brasil, das altas taxas de analfabetismo funcional que vai do nível fundamental ao superior.

Quadro 1: Dimensionamento Amostral.

- ✓ Foi utilizada uma amostra de **5.012** entrevistas domiciliares, em **315** municípios de todos os Estados brasileiros.
- ✓ Com um intervalo de confiança estimado de **95%**, a margem de erro máxima estimada de **1,4 pontos percentuais** para mais ou para menos sobre os resultados encontrados no total da amostra.
- ✓ Esta amostra garantiu a leitura consistente e segura dos resultados em todas as segmentações necessárias e exigidas pelo estudo.

Fonte: Instituto Pró Livro, execução Ibope Inteligência, 2012.

Quadro 2: Número de livros lidos por ano (entre todos os entrevistados, 2011).

- ✓ **4,0** livros por habitantes/ano.
- ✓ **2,0** livros lidos inteiros.
- ✓ **2,0** livros lidos em partes.
- ✓ Adotou-se como critério de leitor aquele que leu inteiro ou em partes pelo menos um livro nos últimos três meses.

Fonte: Instituto Pró Livro, execução Ibope Inteligência, 2012.

Para acentuar o cenário, de acordo com a já citada pesquisa, em sua edição de 2007 havia proporcionalmente 10% a mais de leitores (55%) do que na sua mais recente edição de 2011 (figura 01). O Instituto faz a ressalva de que as comparações entre os dados não são tão precisas, pois de uma edição a outra houve algumas mudanças de metodologias, de intervalos de confiança, coletas de dados e análises estatísticas que tornam esta última edição contém dados mais precisos. Em outras palavras, com a nova pesquisa mais sofisticada e confiável, obteve-se o resultado de que há menos leitores do que se previra anteriormente.

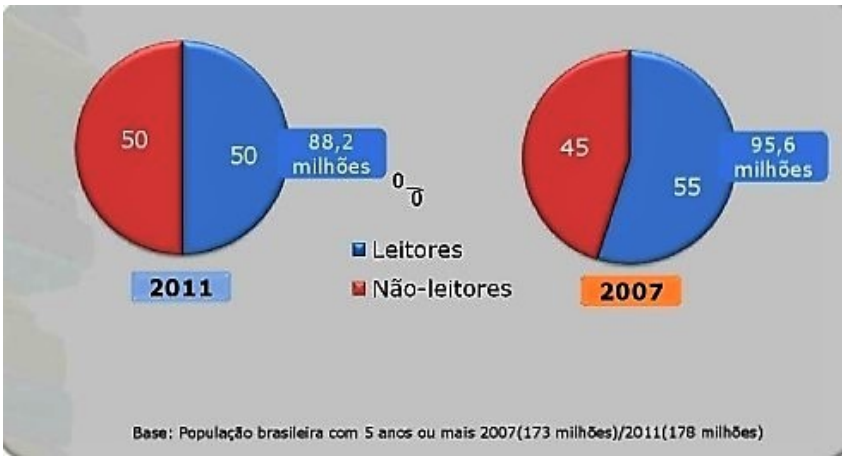


Figura 1: Penetração da leitura.

Fonte: Instituto Pró Livro, execução Ibope Inteligência, 2012.

Uma das únicas vantagens de nosso país ser pouco inclinado à leitura e compra de livros é que este mercado tende a possuir bastante potencial. Entretanto este projeto de aumentar as taxas médias de leitura é mais propenso a ocorrer em médio e longo prazo (sendo otimista). Por isso, o estímulo a internacionalização do setor editorial de livros poderá ser um eminente aliado à competitividade das empresas. De forma indireta, também tornar-se um solene agente para o estímulo da leitura, no sentido de o comércio ser uma “via de mão dupla”, logo nas relações comerciais com o exterior também haverá contrapartidas, por exemplo, com a entrada de mais livros estrangeiros para cá.

Com isso, aumenta-se a probabilidade de haver mais parcerias, alianças estratégicas, trocas de tecnologia, inovações, maior concorrência; elementos dos quais transformam o mercado num ambiente mais competitivo, o que, em tese, tornará o setor mais forte e rentável. Desta forma haverá maiores chances de investimentos na produção e venda de livros, acarretando na busca de novos clientes (leitores).

1.2 Definição do problema (Objeto):

Apesar de ter um grande potencial de expansão, interpretando que o setor de livros possui alta capacidade ociosa (conforme já visto na figura 1, há 50% de não leitores), todavia é complicada a tarefa de aumentar o número de leitores, até por depender de forças externas ao setor, como investimento em educação. Além disso o cenário econômico e político de 2015 oferece poucos estímulos a investimentos.

Neste sentido, uma das principais alternativa para o desenvolvimento é procurar se internacionalizar. Todavia, em geral, deve-se levar em conta que no Brasil há uma forte e intrínseca cultura histórica voltada ao mercado interno e o setor editorial de livros não faz parte da exceção à regra. Tal fato ocorre muito em função de o país possuir dimensões continentais, tanto em questões populacionais quanto territoriais. Além do idioma ser outra barreira, pois poucos países falam português,

entre nossos vizinhos de fronteira, nenhum fala. Se regionalmente não há tanta integração, mundialmente é menor ainda.

Infelizmente, boa parte das empresas transnacionais que aqui se instalam mantém tal estratégia, pois possuem como principal objetivo comercializar produtos e serviços com foco na nossa demanda interna, sem que haja muita inserção nas cadeias globais de valor.

1.3 Objetivo Geral:

Elaborar análises descrevendo como está atualmente o setor editorial brasileiro de livros e sugerir seu processo de internacionalização.

1.4 Objetivos específicos:

1. Elaborar uma análise sobre o setor editorial brasileiro de livros como um todo e não de empresas específicas;
2. Conhecer a série histórica de vendas de livros do Brasil, com foco nos períodos de 2013 a 2015 e analisar seus dados.
3. Descrever como funciona o mercado dos e-books e suas principais características.
4. Apresentar alguns programas públicos e privados que auxiliam o setor editorial em seu processo de internacionalização;

1.5 Metodologia.

Será adotado o estudo de pesquisas descritivas baseada na análise e correlação dos fatos de caráter qualitativo e quantitativo, porém com mais ênfase no segundo item. De acordo com Gil (1991) este tipo de pesquisa, permite a análise

direta dos dados, tento assim força demonstrativa que permitem uma abordagem focalizada, pontual e estruturada.

Infere-se que será feita a análise direta dos dados, quadros, tabelas, gráficos, relatórios, ou seja, verificar-se-á os instrumentos estatísticos e suas correlações com o setor editorial e o seu processo de internacionalização.

As principais fontes serão pesquisas, relatórios, análise de dados divulgados pela Câmara Brasileira do Livro, pelo Instituto Pró-Livro e Sindicato Nacional dos Editories dos Livros, do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), entre outros.

1.6 Justificativa.

É inegável a alta qualidade literária que o Brasil possui em sua História. Nomes como Antônio Vieira, Gregório de Mattos, Tomás Gonzaga, Machado de Assis, Graciliano Ramos, Carlos Drummond de Andrade, Nelson Rodrigues, Jorge Amado, Ariano Suassuna, João Cabral de Melo Neto, Rubem Alves, dentre muito outros. Todavia, em geral, no âmbito internacional, eles não possuem o devido reconhecimento que suas grandes obras merecem. Por que isto ocorre? Por que ainda não ganhamos Nobel de literatura (apesar de outros importantes prêmios da área)? Por que há poucos autores brasileiros reconhecidos no exterior?

Com o intuito de apresentar uma das possíveis formas de responder tais questões, será feita a análise setorial do mercado editorial de livros do Brasil – e sua internacionalização, particularmente considerando tal processo uma alternativa à concorrência externa, como meio de criar vantagens competitivas e de diferenciação, além de expansão e desenvolvimento dos seus negócios.

2. INTERNACIONALIZAÇÃO.

2.1 Por que se internacionalizar?

Segundo Mathews (2002) a internacionalização refere-se ao processo em que as firmas passam a integrar suas atividades econômicas além de suas fronteiras nacionais e para participar da dinâmica global. Por sua vez Dunning (2000) em sua obra “The Eclectic (OLI) Paradigm of International Production” explica que as empresas transnacionais empreendem suas atividades no exterior em busca de vantagens de propriedade (específicas à firma), de localização (busca de recursos) e internalização (redução dos custos de transação).

As empresas optam por se internacionalizar em função de expandir seus mercados, seja porque o interno está estagnado ou para entrar em novos. Com isso visam diversificar seus produtos, aumentar sua competitividade, o *networking*, melhorar a eficiência de seus processos, adquirir novos conhecimentos, tecnologias, inovações. Também para criar ou potencializar vantagens específicas de seus produtos ou serviços e agregar valor aos ativos intangíveis, como a marca da empresa globalmente. Todos estes motivos possuem o intuito de contribuir para o aumento dos seus lucros e o nível satisfação dos seus *stakeholders*.

2.2 Tipos de Internacionalização:

Há vários modos de se internacionalizar. As empresas devem fazê-lo após as devidas pesquisas, estudos, planejamento estratégico, verificar quais são suas reais necessidades, seus objetivos e metas. Senão, correm o sério risco de o projeto que visava expandir a organização, possa ter efeito contrário. Para Rocha (2003) o processo de internacionalização pode ser feito por meio de exportação, contratos ou Investimentos Diretos Estrangeiros (IDE).

As exportações ocorrem, em geral, com produtos ou serviços *tradables* (tradução livre: comercializáveis) que tender a ter mais facilidades no transporte. Os

pagamentos são feitos de forma direta, indireta ou *piggyback*. No primeiro caso a própria empresa assume a responsabilidade de exportar permitindo maior controle do processo. Já no segundo, há a vantagem de haver um intermediário ou auxiliar com *know how* maior do processo, apesar de a contratante ter provável perda de contato direto com o mercado. Por fim o último ocorre quando há um parceiro local para a utilização de seus canais de comercialização. Mas, para ele acontecer é preciso que haja produtos complementares e com o mesmo público-alvo entre as empresas.

Outra forma de internacionalizar ocorrem nos casos em que as empresas de diferentes nacionalidades conseguem firmar contratos envolvendo a negociação de ativos intangíveis. Eles possuem suas peculiaridades que dependem das estratégias e objetivos das firmas. Os tipos mais frequentes são: Os licenciamentos – uma forma de entrada no mercado externo, em que a empresa detentora deixa uma licença que permite o uso de sua marca, de patentes, processos, *know-how*, em contrapartida não permite um retorno muito elevado e corre o risco de criar um futuro competidor.

Quando se trata de franquias, o franqueador fornece ao franqueado o direito da utilização do seu negócio (até de seu plano de negócio e estratégias para torná-lo lucrativo) em troca de pagamento de *royalties*. O investimento é baixo, porém o franqueador deve estar atento ao controle financeiro e do nível de serviços do franqueado, pois será a sua marca que estará expostas para o público.

Há também as alianças estratégicas que ocorrem quando duas ou mais firmas realizam coalizões para alcançar seus objetivos estratégicos. Reduzem o capital necessário para entrada no mercado, dividem riscos e responsabilidades. O problema é em administrar os eventuais conflitos de interesses que há no controle da gestão.

Outra forma de internacionalizar cada vez mais utilizada são os *joint ventures* – quando as empresas criam uma nova firma para entrar num mercado-alvo comum a elas para verificar o ambiente e potencial do negócio. Elas compartilham os riscos e a administração da nova empresa. Devem estar com

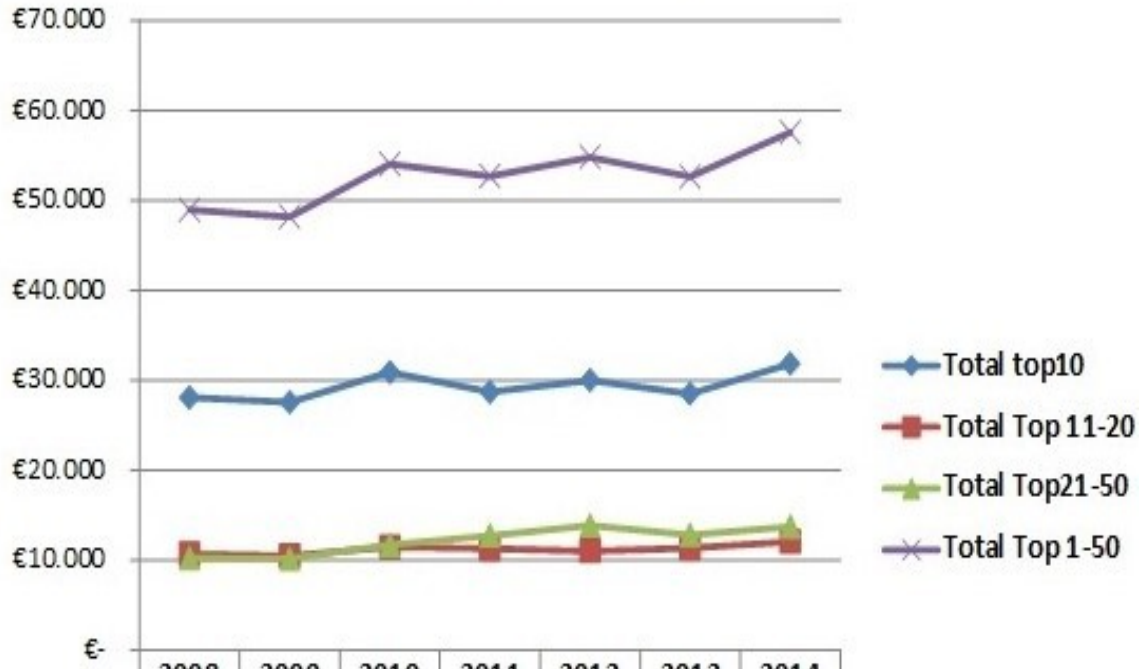
objetivos alinhados e compatíveis para evitar que os conflitos venham a atrapalhar o desenvolvimento da nova empresa.

Já o último item refere-se aos investimentos diretos. Há a hipótese de serem *greenfield* – as instalações e processos ocorrem do “zero”, ou seja, num local sem estrutura física ou produção antecedente – a empresa criará o *layout* da nova planta, os suprimentos, a logística, os recursos, etc. Os seus riscos são maiores, pois são feitos altos investimentos de recursos, de tempo e de capital. Existem também os investimentos de portfólio (ativos financeiros, do mercado financeiro e de capitais no exterior). Além das fusões e aquisições que permite a entrada rápida no mercado, com toda uma estrutura já montada e acesso aos canais de distribuição. Seus obstáculos são de adaptações a cultura interna da empresa adquirida, de seu novo mercado, clientes e demais *stakeholders*.

Destaca-se a importância da empresa entender os motivos que a fizeram investir no processo de internacionalização para alcançar os resultados esperados. Por exemplo, se ela visa instalar uma estrutura produtiva em um determinado país através do greenfield, deve ser em um local que ofereça boas condições macroeconômicas, estabilidade política, social, com segurança jurídica, pois será um prejuízo enorme criar toda uma estrutura física e produtiva do “nada” e ter de abandoná-la em função de guerras, de revoltas populares, de ordens ditatoriais, etc. Para que a escolha tenha menos riscos de dar errado é preciso que seja feita de forma muito bem planejada, estudada, pesquisada, calculando os riscos versus retorno, o *trade-off* (custo oportunidade).

3. O SETOR EDITORIAL DE LIVROS NO MUNDO.

De acordo com o relatório especializado em mercado editorial e livreiro do mundo todo, o “Global Ranking of the Publishing Industry” (2014), realizado pelo consultor Rüdiger Wischenbart, sob encomenda da Livres Hebdo, figura 2 (sempre considerando a receita das 50 maiores editoras do mundo), o ano de 2014 gerou receitas de 57 bilhões de euros. Deste montante, percebe-se a concentração que há no mercado editorial de livros, em que as dez maiores empresas do mundo foram responsáveis em 2014 por 31,8 bilhões de euros, equivalente a 55,3% da receita.



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Total top10	€28.06	€27.55	€30.87	€28.69	€29.96	€28.49	€31.82
Total Top 11-20	€10.66	€10.46	€11.46	€11.28	€10.99	€11.33	€12.04
Total Top21-50	€10.21	€10.14	€11.67	€12.71	€13.83	€12.78	€13.70
Total Top 1-50	€48.93	€48.16	€54.02	€52.68	€54.80	€52.61	€57.57

Figura 2: Evolução das receitas dos 50 maiores grupos de editoras de livros do mundo.

Fonte: Global Ranking of the Publishing Industry, 2015.

Comparando as receitas de 2013 (52,6 bilhões de euros), em 2014 houve uma alta taxa de crescimento de 9,4%. Mas, se forem comparadas as receitas de 2008 (48,9 bilhões de euros) com a de 2014, a evolução foi de 17,7%, o que resulta numa taxa de crescimento anual de 2,7% ao ano. Todavia, nem sempre foi constante seu aumento, pois nos anos de 2009, 2011 e 2013 houve decréscimos do total das receitas comparado a seus respectivos anos anteriores.

Em relação ao Brasil, há três empresas que estão no "Global Ranking of the Publishing Industry" (2015) das 60 maiores do mundo (só aparece nele as editoras que possuem receita acima de € 150 milhões). A Saraiva está em 54º, a Frère Théophane Durand (FTD) em 55º e a Abril Educação em 56º. Na figura abaixo nota-se o relativo equilíbrio entre elas em 2014.

Em 2012 a Abril Educação liderava com certa folga, mas foi superada, com destaque a FTD que teve aumento nos últimos três maior que suas concorrentes (figura 3). Todavia, tal cenário mudará, pois o mercado ficará ainda mais concentrado uma vez que em Junho de 2015 a Abril Educação fechou acordo com o Grupo Saraiva para a compra da Saraiva Educação por R$ 725 milhões. O acordo só aguarda aprovação do Cade – Conselho de Administração de Defesa Econômica –, (FOLHA, 2015).

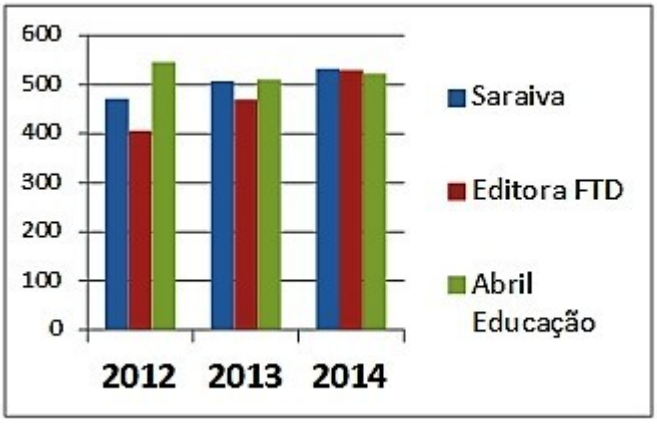


Figura 3: Faturamento das maiores editoras brasileiras de livros, expresso em Reais (R$).

Fonte: Global Ranking of the Publishing Industry, 2015.

O relatório destaca que o mercado segue estável no Brasil, mesmo tendo a Abril Educação caindo da 39º posição em 2013 para 55º em 2014, ele deixa claro que o principal fator desta queda não foi variação negativa das receitas e sim a desvalorização cambial que o real teve frente ao euro, pois o ranking é feito baseado nesta segunda moeda.

4. Setor Editorial Brasileiro de Livros.

4.1. Panorama Geral.

De acordo com o relatório “Produção e vendas do setor editorial brasileiro” publicado pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) em parceria com a Câmara Brasileira do Livro (CBL) e a Fundação Instituto de Pesquisa Econômica (Fipe), cujos dados possuem o ano-base de 2014, houve retração de 5,49% (considerando a inflação do período) do mercado editorial em relação ao período anterior. Um dos principais determinantes deste cenário foras as quedas de compras públicas (que por sua vez é responsável por quase um quarto do faturamento do setor). Tal ciclo tende a ser mantido, pois o Brasil enfrenta cenário de crise econômica e ajuste fiscal. Segue resumo dos dados do setor:

Quadro 3: Destaques.

1. O crescimento nominal do setor editorial (livreiro) brasileiro em 2014 foi de 0,92%. Esse percentual significa um crescimento real negativo de 5,49%, considerando a variação de 6,41% do IPCA - Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo- no ano passado (2014).

2. Contudo, desconsideradas as vendas feitas ao governo, o crescimento nominal do setor foi de 7,33%. Isso significa que em termos reais (utilizando-se o mesmo deflator), as vendas ao mercado apresentaram um leve crescimento de 0,92%, acompanhando, assim, o que passou com a economia como um todo em 2014.

3. O número de exemplares vendidos ao mercado apresentou um ligeiro decréscimo de 0,81%. Considerando, porém, as vendas totais, ou seja, incluindo-se aí as vendas ao governo, o decréscimo é bem maior, de 9,23%.

Fonte: Câmara Brasileira do Comércio, Sindicato Nacional dos Editores de Livros, Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, 2015.

Infere-se que uma combinação envolvendo crescimento real menor do que a inflação somada a certa dependência às transações feitas com o governo resultam em previsões deficitárias ao setor. Assim como houve ano passado decréscimo de 9,2% do número total de exemplares vendidos.

Nota-se que o setor de livros está vivendo uma situação em que há diminuição em suas vendas, redução das compras realizadas pelo governo, em síntese, um baixa perspectiva de crescimento. Na figura 4 é mostrado o crescimento real do mercado de livros de 2005 a 2014.

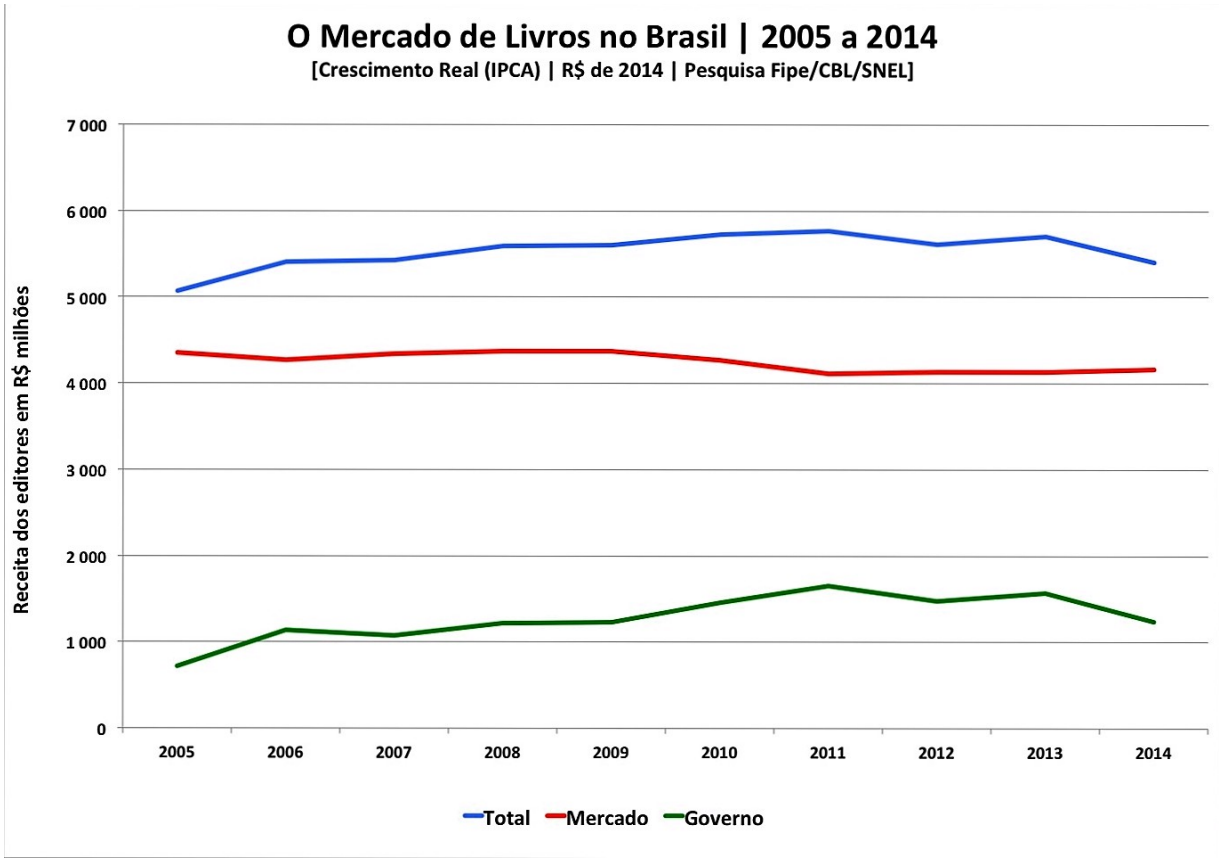


Figura 4: O mercado de livros no Brasil 2005 a 2014.

Fonte: Fipe/CBL/SNEL.

Conforme observado, as oscilações no faturamento real (deflacionado-o para os valores presentes) são causadas principalmente pelas variações nas vendas ao governo, pois o mercado privado passou a apresentar (apesar de quedas de 2009 a 2011) relativa estabilidade, principalmente nos últimos três anos. Ressalta-se

também que embora as vendas ao governo cresceram significadamente de 2005 a 2011, desde então vem tendo uma queda gradual.

4.2 Comportamento do Setor entre 2013 e 2014.

Na tabela 1 é possível notar que o setor editorial brasileiro faturou cerca de R$ 5,4 bilhões em 2014, o que corresponde a 0,1% do Produto Interno Bruno (PIB) do país – que ano passado foi, segundo divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE), de R$ 5,5 trilhões de reais.

Em relação ao faturamento total, R$ 4,1 bilhões vieram de recursos do setor privado (77,1%), e R$ 1,2 bilhão das esferas públicas (22,9%). Em 2013, o setor público era responsável por cerca de 27,5%, o que a princípio poderia ser uma boa notícia constatar que houve um decréscimo na dependência com este, todavia não foi um grande fortalecimento das vendas ao mercado que acarretou isto, mas a diminuição de exemplares comprados pelo governo – queda de 20,9% - resultando numa variação negativa de 15,9% do faturamento que gerara ao setor em 2013.

Ao se analisar o total de exemplares vendidos houve decréscimo de 9,23%. Em 2014 a produção foi de 501.371.513 exemplares, mas as vendas serem de apenas 435.690.157, ou seja, gerou um estoque de 65.681.356 exemplares (13,10% da produção). Em outras palavras, ainda há o prejuízo com os custos de estoques destes produtos excedentes, que podem ter diversas origens diretas e indiretas, como do aluguel, armazenagem, manutenção, etc.

Com tais dados fica nítida a percepção de que este setor é muito suscetível a crises internas e macroeconômicas. Enquanto as 50 maiores editoras do mundo tiveram aumento de 9,4% do montante de suas receitas em 2014 (segundo dados do “Global Ranking of the Publishing Industry”), neste mesmo período o setor brasileiro teve queda de 5,49%. Este cenário deve piorar, pois o ano de 2015 está com queda acentuada do PIB brasileiro, cuja recessão tende a durar mais do que o governo anunciara. Logo, as vendas para os mercados privados e públicos também tenderão a cair ainda mais.

Tabela 1: Comportamento do Setor Editorial Brasileiro de Livros: 2013/2014.			
	2013.	**2014.**	**Var. %**
Títulos.	62.235	60.829	-2,26
Exemplares Produzidos Total.	467.835.900	501.371.513	7,17
Faturamento (R$) Total.	**5.359.426.184,63**	**5.408.506.141,17**	**0,92**
Mercado.	3.885.004.146,69	4.169.658.915,19	7,33
Governo.	1.474.422.037,95	1.238.847.225,98	-15,98
Exemplares Vendidos Total.	**479.970.310**	**435.690.157**	**-9,23**
Mercado.	279.662.399	277.387.290	-0,81
Governo.	200.307.911	158.302.867	-20,97

Fonte: Câmara Brasileira do Comércio, Sindicato Nacional dos Editores de Livros, Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas.

4.3 Canais de Comercialização.

Em relação aos canais de comercialização, conforme observado na tabela 2, as vendas diretas (livrarias, inclusive virtuais) em 2014 (e com pouca variação para 2013) seja responsável por 60,14% das vendas ao mercado. Em seguida aparece os distribuidores com 21,10%. Há uma concentração de mais de 80% somente nestes dois canais de comercialização.

As vendas realizadas pelo site das editoras correspondem a somente 0,62%. Ou seja, quando se trata dos consumidores acessarem esta plataforma das editoras para realizarem suas compras, há pouquíssima identificação ou fidelização dos clientes com elas. Já os instrumentos de marketing direto (como mala direta,

folhetos, telemarketing) correspondem a 1,19%, não resultando em sequer R$ 50 milhões do faturamento.

Tabela 2: Canais de Comercialização. Vendas ao Mercado – Faturamento 2013/2014.				
Canais.	**Faturamento**			
	2013.	**Partic. %**	**2014.**	**Partic. %**
Livrarias, inclusive virtuais.	2.385.438.753,63	61,40	2.507.579.259,72	60,14
Distribuidores.	751.937.598,16	19,35	879.782.010,66	21,10
Escolas e Colégios.	61.940.919.35	1,59	66.929.062,84	1,61
Igrejas e Templos.	55.383.166,32	1,43	59.592.439,57	1,43
Exportações.	61.389.882,08	1,58	59.341.856,91	1,42
Marketing Direto.	45.701.562,35	1,18	49.587.150,67	1,19
Empresas.	24.019.820,80	0,62	27.494.632,67	0,66
Internet (Vendas realizadas pelo site da editora).	28.654.496,73	0,74	25.894.558,25	0,62
Outros	532.478.866,62	12,11	493.457.943,90	11,83
Total.	**3.885.004.146,69**	**100**	**4.169.658.915,19**	**100**

Fonte: Câmara Brasileira do Comércio, Sindicato Nacional dos Editores de Livros, Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas.

Quanto aos agentes públicos e privados do mercado interno, por viverem realidade e expectativa de baixo investimento, uma saída seria o foco na exportação. Todavia, em 2013 ela teve participação muito baixa, de somente 1,58% nos canais de comercialização, correspondendo a cerca de R$ 61 milhões do

faturamento. Para piorar em 2014 ainda houve uma queda em sua participação para 1,42% e no faturamento que ficou em torno de R$ 59 milhões.

Para efeito de comparação, até igrejas e templos tiveram mais participação em 2014 (1,43%) do que as exportações. Outro dado preocupante é que as empresas possuem modestos 0,62% de participação. Este dado gera uma contradição: havendo a visão quase unânime da mão de obra precária, os empresários deveriam investir na compra de livros, pois ela na maioria das vezes terá alta correlação com a instrução de seus colaboradores.

4.4. Perfil de Leitores.

De acordo com a já citada 3ª edição da pesquisa Retratos da Leitura no Brasil (2012), considerando todos os entrevistados da amostra, o brasileiro lê em média 4 livros por ano. Na prática esta média cai para 2, pois este é o número dos que leem até o fim. Na figura 5 é possível notar de forma mais detalhada o perfil dos leitores e fazer a comparação com o período de 2007.

Como já citado no capítulo 1, os responsáveis pelo referido estudo, ressalta que as diferenças dos dados entre as pesquisas não são tão precisas, pois de uma edição a outra houve algumas mudanças de metodologias, de intervalos de confiança, coletas de dados e análises estatísticas que tornam esta última edição coletada em 2011 contém os resultados mais precisos.

Observa-se que as mulheres leem 31,2% a mais que os homens – 4,2 livros anuais contra 3,2. Entre as regiões do Brasil o Sudeste lê exatamente como a média brasileira, 4 por ano, apesar de ser a região mais rica do Brasil, é a segunda que menos lê. Já as regiões Sul, Nordeste e Centro-Oeste estão surpreendentemente um pouco acima da média. Por fim na região Norte que leem somente 2,7 livros por ano, ou seja, 67% a menos do que a média.

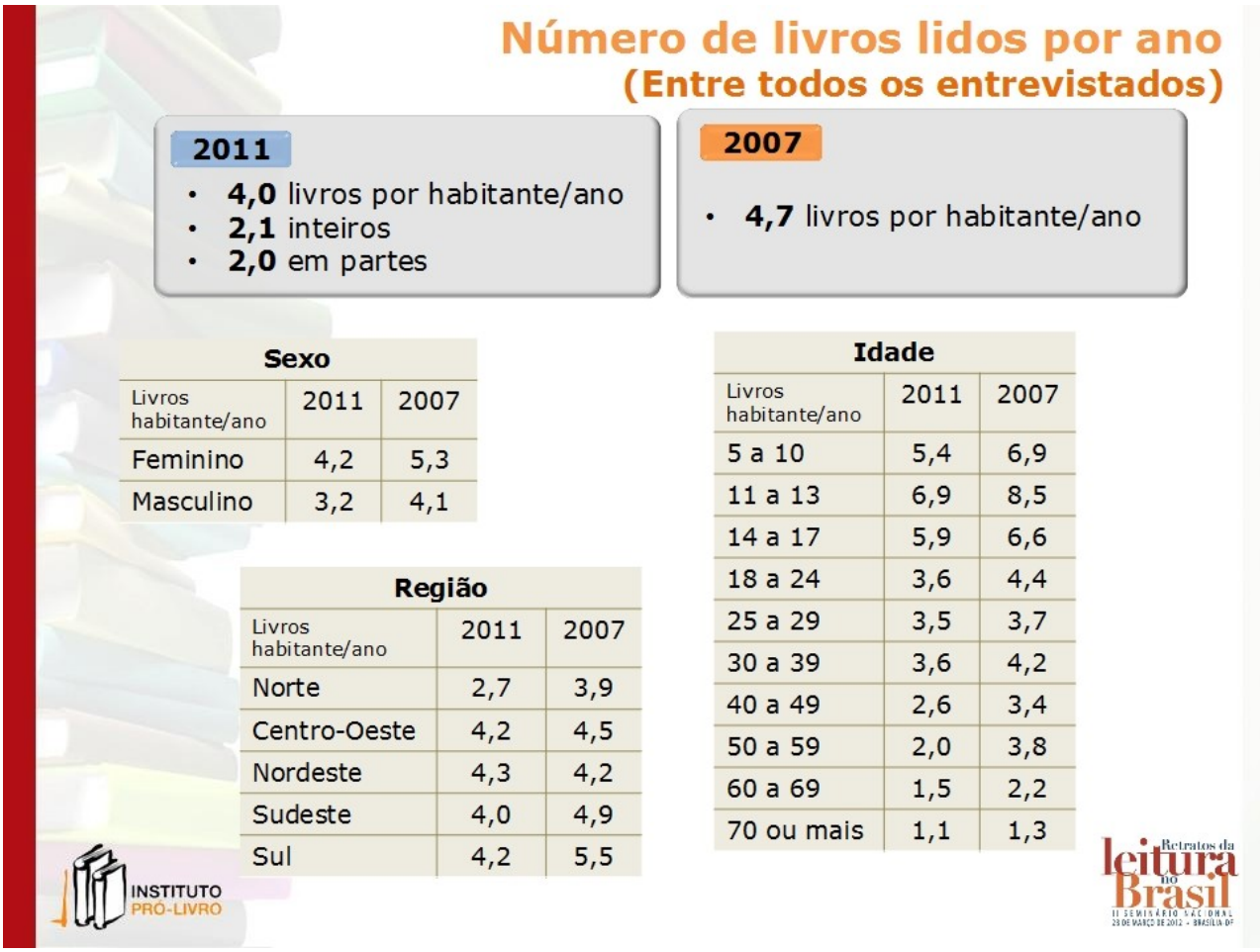


Figura 5: Número de livros lidos por ano (entre todos os entrevistados)

Fonte: Instituto Pró Livro, execução Ibope Inteligência, 2012.

Em relação a idade dos leitores, lê-se mais no período dos 5 aos 17 anos – média aritmética de 6,1-depois dos 18 aos 39 anos há uma estabilidade – média de 3,6-e pós esta idade há um declínio acentuado de leituras indo à média de somente 1,8.

A figura 6 detalhará os gêneros preferidos dos leitores – lembrando que segundo a supracitada pesquisa recebe tal título quem leu nos últimos três meses inteiro ou em parte pelo menos um livro. Dividiu-se a pesquisa em duas subseções: os que terminaram de ler os livros e dos que o fizeram em partes.

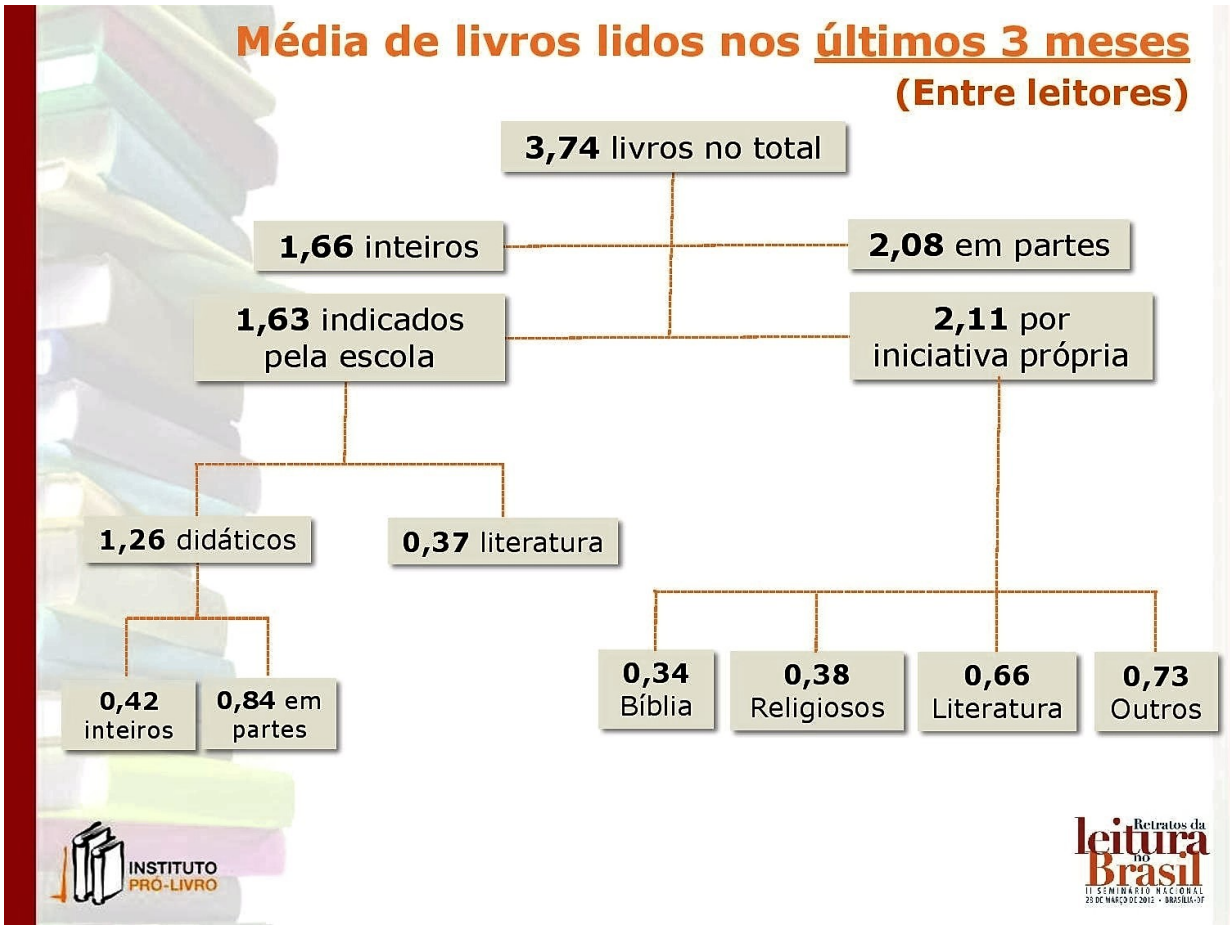


Figura 6: Média de livros lidos nos últimos 3 meses (entre leitores).

Fonte: Instituto Pró Livro, execução Ibope Inteligência.

Do total de 3,74 obras que começaram a ser lidas apenas 1,66 foram concluídas, o que equivale a cerca 44,4%. Ou seja, menos da metade das vezes que se inicia a leitura de um livro consegue-se terminá-lo. Os indicados pela escola (1,63 livro) equivalem a 43,6% do total. Destes, somente 0,37 foram de literatura (22,7%).

Já os lidos por contra própria (2,11) correspondem a 56,4% do total. Destes, é impressionante a Bíblia ser lida por conta própria por 16,1% (0,34). Além dos religiosos 18% (0,38). Em outras palavras, dos livros escolhidos por livre iniciativa 34,1%, pouco mais de um terço, tem gênero religioso. Já quando é literatura somente 31,3% (0,66).

4.5 Livros para colorir.

No primeiro semestre de 2015 os “salvadores” do mercado editorial brasileiro foram os “livros” de colorir. Analisando os gráficos da figura 7 e 8, em maio, eles alcançaram seu ápice sendo responsáveis por 17,6% do volume de vendas nas livrarias, além dos 14,48% de seu faturamento. Por ser o mês do dia das mães contribuiu bastante para alcançar tais resultados, por exemplo, as campanhas de marketing com slogans de “Mãe, te amo em todas as cores”. Segundo dados parciais da Publish News (empresa que monitoras as vendas do mercado editorial) de 2015, os dois livros mais vendidos entre todos os gêneros até outubro de 2015 foram os de “colorir”: “Jardim Secreto” e “Floresta Encantada” ambos da autora Johanna Basford com respectivos 705.635 e 474.814 exemplares vendidos.

Há discussões conceituais ou mesmo intelectuais se tais obras podem ou não ser consideradas livros, uma vez que não só possuem desenhos, figuras a serem coloridas. Importantes rankings tradicionais de revistas, sites, jornais como a “Folha” resolveram parar de divulgá-los em suas listas dos livros mais vendidos. Fato é que independentemente da resposta para esta pergunta, os livros para colorir tiveram vendas muito maior do que a expectativa inicial. As editorias que investiram neste “gênero” obtiveram bons retornos. E antes que se fale que seu sucesso só poderia ocorrer mesmo em um país tupiniquim, tais obras já faziam sucesso nos EUA e muitos países da Europa.

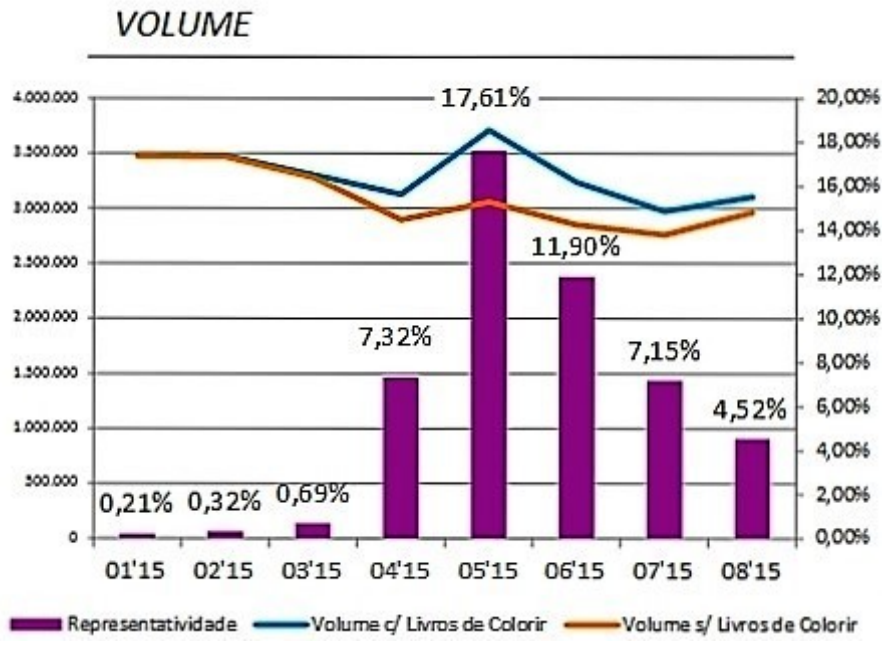


Figura 7: Volume de vendas dos livros de colorir até agosto de 2015.

Fonte: Nielsen BookScan, 2015.

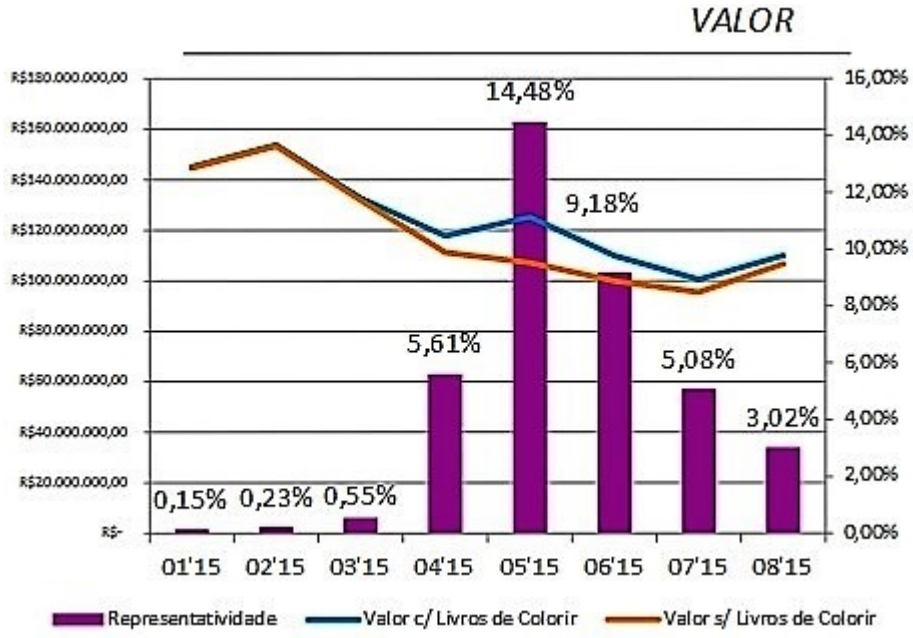


Figura 8: Faturamento das vendas dos livros de colorir até agosto de 2015.

Fonte: Nielsen BookScan, 2015.

Tal fenômeno literário começou a perder fôlego nos meses seguintes e em agosto os números diminuíram para 4,5% do volume de vendas e faturamento para 3%.

Percebe-se que o setor editorial não é de lançar tendências e sim segui-las quando surge, pois até agora os especialistas não possuem opinião plausível sobre o porquê dos “livros” de colorir terem dado tão certo. Sabe-se que eles fizeram muito sucesso no mundo todo, e por serem somente “desenhos” a serem pintados, não é preciso traduzi-los. Fato é que não é recomendável ficar esperando surgir *best-sellers* para melhorar suas vendas, por exemplo, em 2014 e 2013 os livros mais vendidos foram respectivamente a biografia “Nada a Perder 2” e “Nada a Perder” ambas do bispo Edir Macedo e em 2011 “Cinquenta Tons de Cinza”. Da E. L. James. Entre gêneros de “colorir”, de biografia religiosa, e erótico, fica difícil determinar qual a previsão de demanda ou o futuro *best-seller* para “salvar” o setor.

4.6 E-books.

Cada vez mais é comum observar as pessoas lendo através dos e-books (ou livros digitais) em ambientes acadêmicos, profissionais ou pessoais. Eles possuem diversas vantagens em relação aos livros físicos como portabilidade, poder levar vários “livros” sem ter de carregar pesos na mochila, maior interatividade – poder colocá-lo numa posição melhor para leitura, aproximar o texto, entrega imediata, pois comprando-o já pode começar a lê-lo em quaisquer plataformas digitais, não precisa se preocupar em guardá-los, ter menores preços até o fato de ser ambientalmente correto, por não utilizar folhas impressas, etc.

O perfil de seus clientes (figura 9) possui uma pequena vantagem às mulheres com 52% contra 48% dos homens, já a escolaridade de 43% de ensino superior e 37% de ensino médio. A idade deles de 05 a 29 anos possui a concentração de 41%. De 30 a 39 anos possui um alto percentual de 21% Dos 40 a

70 só possuem 15%. Um resultado surpreendente é que o equilíbrio que há entre estudantes e não estudantes, sendo o primeiro com 51% e o segundo de 49%.

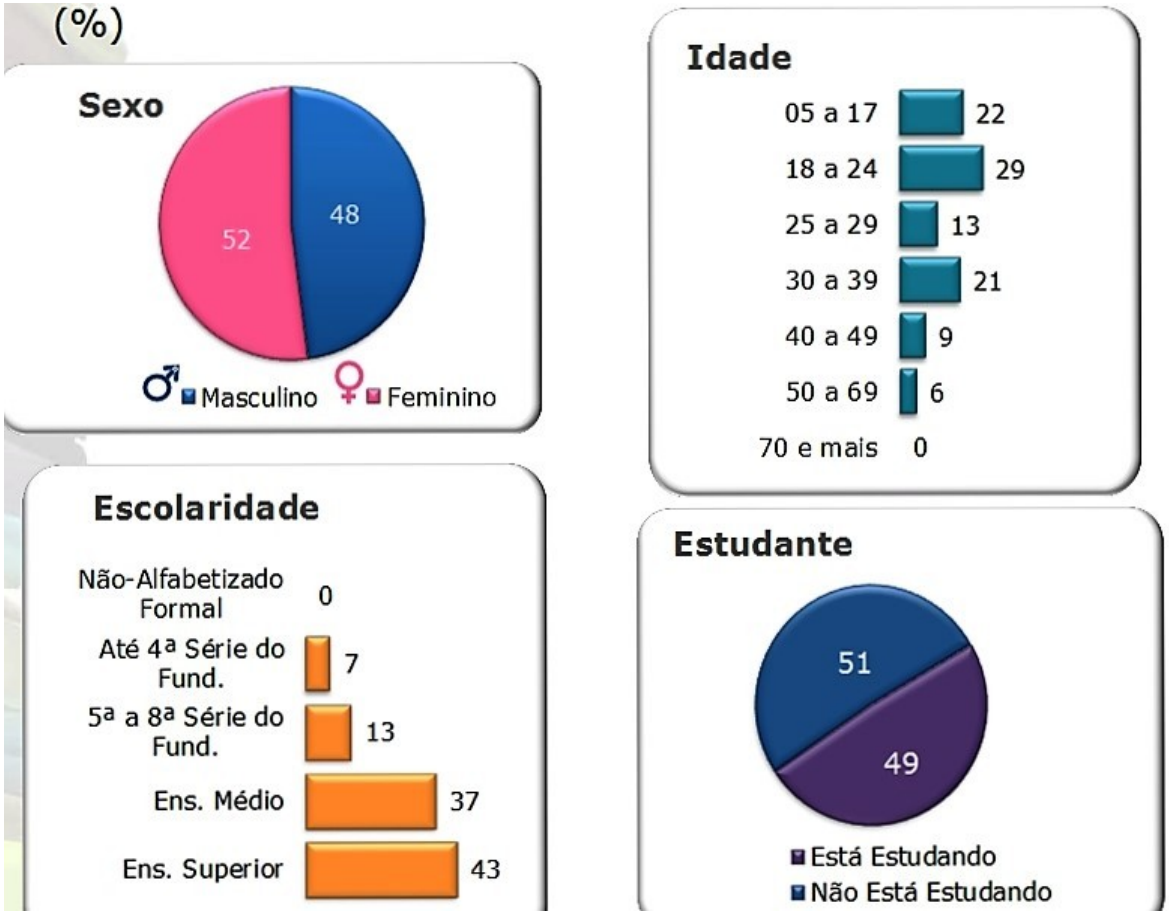


Figura 9: Perfil do leitor de livros digitais.

Fonte: Instituto Pró Livro, execução Ibope Inteligência.

Analisando-se os valores em reais, divididos por gêneros, do faturamento dos e-books em 2014 (tabela 3), fica nítida a preferência dos consumidores relação a “Obras Gerais”, cujas receitas foram de R$ 10,4 milhões, 63,4% do total deste segmento (em torno de R$ 17mihões). Pode-se inferir que até o momento, os livros digitais vendem mais para leitores em busca de “lobby”, prazer, do que por “necessidade” de ser algum didático, ou CTP (científico, técnico e profissional).

Tabela 3: Conteúdo Digital – Faturamento: Participação na Amostra, cujos resultados de 2014 são expressos em R$.					
	Didático.	**Obras Gerais.**	**Religiosos.**	**CTP.**	**Total.**
PDF/ E-PUB.	1.196.724,08	10.399.291,84	309.348,17	4.580.831,91	16.486.196,00
Apps.	0,00	56.049,88	4.215,00	246.782,00	307.046,88
Total.	**1.196.724,08**	**10.455.341,72**	**313.563,17**	**4.827.613,91**	**16.793.242,88**

Fonte: Câmara Brasileira do Comércio, Sindicato Nacional dos Editores de Livros, Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, 2015.

Ao averiguar-se os resultados econômicos dos e-books (tabela 4) , ele teve um considerável aumento anual de 2013 para 2014, de 31,1% indo de R$ 12,7 milhões em 2013 para R$ 16,7 milhões em 2014. Contudo, este valor ainda corresponde a modestos 0,3% do total do setor (R$ 5,4 bilhões).

Tabela 4: Conteúdo Digital – Faturamento 2013 e 2014, em R$.		
	2013.	**2014.**
Didáticos.	601.715,00	1.196.724,08
Obras Gerais.	9.241.646,00	10.455.341,72
Religiosos.	287.564,00	313.563,17
CTP.	2.641.989,00	4.827.613,91
Total.	**12.772.913,00**	**16.793.242,88**

Fonte: Câmara Brasileira do Comércio, Sindicato Nacional dos Editores de Livros, Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, 2015.

Apesar de ter ainda uma participação muito pequena no faturamento do setor, os livros digitais possuem uma alta expectativa de expansão e de investimento. Alguns críticos argumentam que as projeções para o declínio dos livros físicos será muito mais lenta do que o previsto, e que já estão criando “bolhas”,

especulações muita acima de uma abordagem racional, sobre os retornos financeiros e crescimento dos livros digitais.

Extraordinária foi a expansão de 99,9% do faturamento dos livros didáticos digitais de 2013 (R$ 601.715,00) para 2014 R$ (1.196.724,08). Tal gênero é mais requisitado pelas esferas públicas, que para economizarem optaram pelos e-books. Além de o valor médio deles serem menores que dos livros físicos (e todas as demais vantagens já citadas) faz com o que o mercado passa a investir e adquirir cadas vez mais nesta modalidade, cujas previsões de crescimento são elevadas.

Os CTP (Científicos, Técnicos e Profissional) também tiveram um crescimento de 82,73% de 2013 (R$ 2.641.989,00 para 2014 (R$ 4.827.613,91). Este dado é muito importante no sentido de sabermos que é um gênero fundamental para a melhoria da mão de obra, o que acarreta melhor produtividade, menor ociosidade, pois quanto mais qualificado forem os funcionários, toda a economia sairá ganhando. Os e-books serão fundamentais instrumentos a serem utilizados neste processo.

5. A INTERNACIONALIZAÇÃO PARA O SETOR BRASILEIRO DE LIVROS.

A baixa internacionalização de um país tende a refletir em seu reconhecimento internacional, nas suas relações comerciais e econômicas, em questões geopolíticas. Particularmente sobre o Brasil, também ajuda a explicar o porquê de apesar de termos grandes escritores em nossa literatura, eles não possuem o reconhecimento merecido de público e crítica no exterior.

Escrevermos no idioma português pode ser considerada uma certa desvantagem, pois poucos países no mundo adotam tal idioma, até mesmo como segundo língua oficial. Em nosso próprio continente estamos isolados em relação a isto. Tal fato atenua, mas não absolve este pouco conhecimento internacional dos autores brasileiros no mundo, até porque idioma não é empecilho para se conhecer obras internacionais, pois basta traduzi-las.

Em relação ao tema de traduções, o mercado editorial brasileiro de livros não traduz tantas obras do exterior. Segue tabela 5 que analisa a publicação de títulos nacionais versus os traduzidos.

Tabela 5: Títulos editados e exemplares produzidos. (traduzidos e de autores nacionais 2013/2014).

Produção.	**Títulos.**			**Exemplares.**		
	2013	2014	Var. %	2013	2014	Var. %
Traduzidos.	5.862	5.918	0,96	25.729.226	26.186.676	1,78
Autores Nacionais	56.373	54.911	-2,59	442.106.674	475.184.837	7,48
Total	**62.235**	**60.829**	**-2,26**	**467.835.900**	**501.371.513**	**7,17**

Fonte: Câmara Brasileira do Comércio, Sindicato Nacional dos Editores de Livros, Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, 2015.

Nota-se que o país edita quase dez vezes mais títulos de autores nacionais (54.911) do que traduz obras estrangeiras (5.918). Quando a questão é exemplares produzidos o disparate é maior, pois as obras nacionais são comercializadas cerca de 18 vezes mais (94,78%), 475.184.837 versus 26.186.676.

Tais dados indicam que há uma certa "valorização" da publicação de autores nacionais, o que é bom, pois precisamos dar espaços a nossos escritores, todavia este certo "protecionismo" faz com que a recíproca tenda a ser a mesma. Logo ao não publicar muitas obras internacionais, perde-se oportunidades de as empresas daqui se relacionarem com as de diferentes países, buscando intercâmbio cultural, tecnológico, fazer parcerias.

Para se internacionalizar de forma abrangente, eficiente, sem depender das comunidades brasileiras no exterior, é fundamental conseguir traduzir sua obra. Por essa razão, o Brasil possui o "Programa de Tradução da Biblioteca Nacional" vinculado ao Ministério da Cultura e Fundação da Biblioteca Nacional (FBN) que visa oferecer subsídios e auxílios para a tradução das obras de autores brasileiros. Na tabela 6 podem ser visto o histórico de 2011 a 2014.

Tabela 6: Programa de Apoio à tradução e publicação de autores brasileiros no exterior – FBN.

Editais/ ano.	**Bolsas de apoio à tradução e publicação.**	**Bolsas de Intercâmbio de autores brasileiros.**	**Bolsas de residência de tradutores estrangeiros.**	**Bolsa de apoio à publicação de autores brasileiros na CPLP.**	**Nº total de bolsas/ ano.**	**Total executado por ano.**
2011	37	-	-	-	-	37
2012	142	12	14	12	12	180
2013	209	52	-	-	-	261
2014	169	29	6	-	-	204
Total	**557**	**93**	**20**	**12**	**12**	**682**

Fonte: Biblioteca Nacional, 2015.

O número de beneficiados médios anuais de bolsas foi de 170,5 e o orçamento investido em quatro anos foram de R$ 5.607.110,32. Fica nítido que se trata programa de recursos escassos. Infelizmente ainda houve diminuição do número total de bolsas oferecidas em 2014 (204) comparando com 2013 (261). Mas, nem por isso deixa-se de elogiar tal iniciativa do governo federal. Óbvio que deve ser aprimorado, universalizado, expandido, pois o retorno esperado será muito frutífero

Outro programa governamental que fomenta o desenvolvimento do segmento editorial brasileiro é do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) Procult. Na tabela 7 fica clara a importância dada para o estímulo ao desenvolvimento da cadeia produtiva de editorias e livrarias com o montante desembolsado de 2007 a 2013 no valor de R$ 710.333.000, sendo o setor englobado pelo programa que recebeu maior investimento.

Tabela 7: Desembolso por cadeia produtiva de 2007 a 2013 (R$ mil).						
Anos.	Patrimônio Cultural	Audiovisual.	Editoras e Livrarias.	Rádio e TV.	Outros.	Total
Total.	**237.786**	**449.182**	**710.333**	**225.480**	**244.159**	**1.866.940**

Fonte: BNDES, 2014.

O BNDES é o maior patrocinador da Festa Literária Internacional de Paraty (FLIP), e oferece diversos outros patrocínios a eventos e festivais literários visando estimular tal setor. Uma das melhores maneiras de divulgar os livros brasileiros no exterior é através da participação em feiras internacionais. Quanto a este ponto o Brasil nos últimos anos está obtendo certo destaque. Em 2013 foi o homenageado da reconhecida Feira de Livros Internacionais de Frankfurt na Alemanha. Em tal evento foi uma comitiva com 70 escritores.

Neste ano foi convidado de honra na 35ª edição do Salão do Livro de Paris de 2015. Participaram 43 autores nacionais, cujo critério foi a seleção de autores já traduzidos ou que estão para ser lançados em francês.

O Brasil também promove feiras internacionais com destaque a 23ª edição da Bienal Internacional do Livro de São Paulo, realizada pela Câmara

Brasileira do Livro (CBL) em 2014. Segundo dados da organizadora houve 1500 horas de programação, com participação de 186 autores nacionais e 22 autores internacionais, com destaque ao Salão de Ideias que possuiu 34 mesas e 121 convidados (111 nacionais e 15 internacionais). Tais eventos representam excelentes oportunidades para a divulgação da literatura brasileira no exterior.

Outro projeto setorial muito importante e que vem se expandindo é o “Brazilian Publishers”. Ele é realizado em parceria com Câmara Brasileira de Livros (CBL) e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), cujo objetivo principal é o estímulo às exportações de conteúdo editorial brasileiro, promovendo a profissionalização e o fortalecimento das editoras de modo a aumentar a competitividade do mercado.

Para cumprir tais propósitos, o foco é atrair editoras interessadas em internacionalizar suas atividades, exportar seus conteúdos, adquirir capacitações técnicas, *know-how* para as atividades internacionais, além de comercializar os direitos autorais e na participação em feiras internacionais.

É composto por cerca de 60 editoras de todos segmentos literários. As ações são elaboradas e ratificadas por um comitê gestor, seguem planejamento estratégico e há forte governança corporativa. Suas principais ações são na execução de projetos que visam atrair compradores estrangeiros ao país, convida jornalistas, especialistas e editores para conhecer melhor o mercado editorial brasileiro, visa a promoção do conteúdo editorial para o exterior, presença nas principais feiras internacionais, preparação de catálogos estrangeiros nos formatos digitais e impressos inglês e espanhol. Além de consultorias especializadas e treinamento e capacitações.

Tem-se a visão de que tal projeto é para o longo prazo e que será preciso muita cooperação e alianças estratégicas entre os associados. Ele começa a ganhar força e credibilidade no mercado, sendo fundamental seu sucesso para uma entrada mais incisiva no âmbito internacional.

6. Considerações Finais.

O trabalho visou entender e explicar um pouco mais sobre o setor editorial brasileiro de livros, cuja importância para o país tem valor inestimável, indo muito além da visão econômica clássica de produzir riquezas e distribuir empregos, pois os livros são excelentes meios para nosso desenvolvimento pessoal, acadêmico e profissional. Inclusive neste último item, eles são imprescindíveis para a qualificação de mão de obra, da produtividade, além de contribuir direta ou indiretamente para o aumento de conhecimento, inovação e tecnologia.

Não são boas as perspectivas para a expansão do mercado editorial brasileiro de livros em um curto prazo. Primeiramente porque o brasileiro não é leitor habitual, sua educação, em geral, é de baixa qualidade, além das altas taxas de analfabetismo funcional (indivíduos que sabem ler e escrever, contudo não são capazes de interpretar de forma satisfatória textos simples) em todos os níveis escolares. Ou seja, situações das quais só podem ser resolvidas no médio e longo prazo (sendo otimista). Ademais, atualmente o Brasil não está oferecendo condições macroeconômicas e políticas que incentivem o investimento do setor.

Em meio a estes contextos, uma das principais alternativas para as empresas retomarem seu crescimento é procurarem se internacionalizar. As vantagens em se optar por tal escolha começa pelo óbvio, na maioria das vezes o mercado internacional será muito maior e oferecerá mais oportunidades que o interno. Em função disso, há maiores chances de expandir os negócios, diversificar seus produtos, aumentar sua competitividade, melhorar a eficiência de seus processos, adquirir novos conhecimentos, tecnologias, inovações, criar ou potencializar vantagens específicas de seus produtos ou serviços e agregar valor aos ativos intangíveis, como a marca da empresa globalmente.

Ressalva-se que o referido processo não se trata de um fim em si mesmo, mas uma estratégia contínua a ser seguida. Não há plena certeza de que fará a empresa ser bem-sucedida. Há muitas varáveis envolvidas, inclusive aleatórias, logo deve-se estar preparado às contingências. Não se recomenda encará-lo como uma moda passageira ou uma decisão pontual que somente vise amenizar os efeitos da

retração do mercado interno. Ele é um processo complexo, que precisa ser feito de forma planejada, dificilmente dará certo no curto prazo.

Ao se projetar ao mercado editorial de livros no mundo, deve-se levar algumas de suas características gerais. Como já analisado no o relatório “Global Ranking of the Publishing Industry” (2014) que ao elaborar ranking das 50 maiores empresas mundiais do setor, ratificou a concentração financeira que há, visto que as dez primeiras possuem 31,8 bilhões de euros ou 55,3 % do faturamento total. De 2008 a 2014 estas 50 maiores empresas tiveram uma taxa média de crescimento anual de 2,7% média, apesar dos períodos de quedas, houve um aumento excepcional de 9,4% de 2013 a 2014 (figura 2).

Nota-se que o mercado internacional é concentrado e as líderes do mercado, no momento, estão impulsionando o crescimento dele. O Brasil possui três editoras no ranking de 2015 das 60 maiores do mundo: A Saraiva, FTD e Abril Educação. Segundo o supracitado relatório, considerando os valores de suas receitas em reais, eles permaneceram estável de 2012 a 2014 (figura 3), mas há projeção da formação de um possível truste com a compra em junho deste ano da Saraiva Educação pelo Grupo Abril.

Outrossim, no já apresentado relatório “Produção e vendas do setor editorial brasileiro” publicado pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), estudou-se a retração do mercado editorial em 2014, comparando-o com 2013, houve quedas do número de exemplares vendidos de 9,23% e crescimento nominal de 0,92, bem abaixo da inflação de 2014 – 6,41% segundo IPCA - (quadro 2). Um dos principais determinantes foi a queda de vendas ao governo em 20,97% e diminuição de seu faturamento de 15,98% (tabela 02). Esta tendência tende a ser mantida, pois o Brasil enfrenta cenário de crise econômica e ajuste fiscal. Já o mercado privado que poderia ajudar a “estancar” a situação, também possui previsões negativas, pois há consideráveis prognósticos de queda acentuada do PIB este ano e uma recuperação mais lenta do o governo anunciara.

Entretanto, nem todas as notícias foram ruim ao setor este ano. Um dos seus mais importantes “salvadores” foram os “livros de colorir”. Em maio tiveram seu ápice sendo responsáveis por incríveis 17,6% do volume de vendas nas livrarias

(figura 7), além dos 14,48% de seu faturamento (figura 8). Apesar de terem perdido um pouco de “fôlego” e estarem estabilizados, continuam sendo os mais vendidos do país.

Fazendo uma pequena digressão, com todo respeito aos gêneros de colorir (ou mesmos as biografias de personalidades religiosas), fica registrada minha opinião que se nos próximos anos estes “gêneros”, cuja identidade de serem realmente livro é no mínimo discutível, forem a salvação para setor editoria brasileirol de livros, é um forte sinal de que não estamos aproveitando nossa inegável alta qualidade literária.

Além disso, o setor precisa aumentar suas participações em feiras e demais eventos internacionais, inclusive trazendo-as para o nosso país em proporções bem maiores. Com isso, buscar investir em parcerias e cooperações estrangerias, aumentando a competitividade, com intercâmbios de tecnologia, inovação, com foco nos e-books, na tradução dos livros, pois boa parte da exportação de livros ainda é em português, e basicamente somente as comunidades brasileiras no exterior irão lê-los. Procurar ser publicado no exterior, podendo fazer parcerias com as outras filiais de editoras estrangeiras que se instalam no Brasil, o que também implica em receitas de direitos autorais.

Por isso, o processo de internacionalização deve ser gradual, feito com muita pesquisa de mercado, simulações, estar alinhado com o planejamento estratégico da empresa, calcular os riscos dos investimentos, alocar de forma adequada seus recursos financeiros. Saber quais tipos escolher, se quer exportar, fazer investimento direto ou contrato com outras empresas. Para tanto deve dar preferência a opção que esteja de acordo com seus objetivos, que ofereça melhores condições de desenvolvimento da empresa, analisar custo oportunidade. Do contrário uma ferramenta que é para ser aliada para o desenvolvimento ao setor, pode ter efeito inverso.

Por fim, possuir autores nacionais sendo lidos no exterior, será interessante inclusive no âmbito geopolítico, pois de certa forma, será uma eficaz maneira de apresentar uma parte de nossa cultura ao mundo. Isto poderá facilitar muitas relações econômicas, comerciais e diplomáticas, quiçá até conseguirmos

conquistar prêmios internacionais relevantes, como o famigerado Prêmio Nobel de Literatura, desde que seja merecido.

Como leitor assíduo não vejo fórmula específica para que autores brasileiros sejam lidos e reconhecidos no exterior. Mas, considero que se fossemos mais publicados e bem traduzidos as chances de isto ocorrer seriam bem maiores. Qualidade temos. “Dom Casmurro” de Machado de Assis que já recebeu a alcunha no exterior de “Otelo” brasileiro, com certeza, se for tão difundido como a referida obra de Shakespeare, possui totais condições de fazer o mesmo sucesso.

Nossos dois autores mais lidos no exterior, o Paulo Coelho e Jorge Amado não possuem muitas semelhanças literárias. Entender o sucesso do Amado é mais plausível, a começar pelo seu engajamento político, suas primeiras obras faziam certa apologia ao socialismo, como o excelente “Capitães da Areia”, logo ele era muito lido nos países dominados pela União Soviética. Também por seu estilo folhetinesco, popular que prende a atenção do leitor. Já o Coelho é um fenômeno literário, com temática religiosa, motivacional, esotérica que teve alcance universal., mesmo com as críticas sobre a qualidade de suas obras.

Na minha visão, como futuro gestor, internacionalizaria os grandes clássicos da nossa literatura cujas temáticas são atemporais, universais que tendem a ter maiores chances de sucesso em quaisquer lugares que fossem lidos. Esta escolha também seria por causa da qualidade das obras, que seria forma de apresentar o melhor de nossa cultura literária ao mundo e com isso valorizar nosso país.

Para embasar esta minha visão, cito dois autores com reconhecimento mundial merecido: Dostoiévski (russo) e Kafka (tcheco), que possuem obras com estas características que ao lê-las, nos identificamos com seus temas narrados mesmo conhecendo pouco sobre seus autores, países ou suas culturas.

Mesmo os não clássicos ou contemporâneos podem ter muito sucesso, pois há muitas variáveis envolvidas, inclusive aleatórias. Uma conclusão a ser considerada é que quanto mais o setor for internacionalizado, maiores serão suas chances de sucesso. Este é um dos desafios a ser seguido pelo setor editorial brasileiro de livros.

7. Referências

ALENCASTRO, Catarina. **Brasileiro lê, em média, quatro livros por ano, revela pesquisa. O Globo,** Rio de Janeiro, 28 de março de 2012. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/sociedade/educacao/brasileiro-le-em-media-quatro-livros-por-ano-revela-pesquisa-4436899>. Acesso em: 21 de jun. 2015.

BANCO NACIONAL DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **O BNDES e a economia da cultura.** Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/setorial/Informe_31.pdf>. Acesso em: 02 de nov. 2015.

BALLOUSSIER, Anna Virginia. **Livros de colorir levaram amor e ódio ao mercado editorial.** Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/05/1633554-livros-de-colorir-levam-amor-e-odio-ao-mercado-editorial.shtml> Acesso em 07 de dez. 2015.

BRAZILIAN PUBLISHERS. **O que é o projeto Brazilian Publishers.** Disponível em: <http://www.brazilianpublishers.com.br/o-que-e/> Acesso em: 02 de nov. 2015.

CARRENHO EDITORIAL LTDA. **Ranking anual dos mais vendidos 2015.** Disponível em: <http://www.publishnews.com.br/ranking/anual>. Acesso em: 02 de nov. 2015.

CARRENHO EDITORIAL LTDA. **FTD volta ao Ranking das maiores editoras do mundo.** Disponível em: <http://www.publishnews.com.br/materias/2015/06/26/82463-ftd-volta-ao-ranking-das-maiores-editoras-do-mundo>. Acesso em: 08 de nov. 2015.

CUNHA, Joana. **Por R$ 725 mi, Abril Educação compra operação da Saraiva no setor de ensino.** Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/06/1644525-por-r-725-mi-abril-educacao-compra-operacao-de-educacao-da-saraiva.shtml> Acesso em: 08 de nov. 2015.

DUNNING, J.H. **The Eclectic Paradigm as an Envelope for Economic and Business Theories of MNE Activity.** International Business Review, 2000b, 9(1), p. 163-190.

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO. **Feiras de livros na Alemanha são oportunidades para brasileiros publicarem no exterior.** Disponível em: <http://www.ebc.com.br/cultura/2013/03/feiras-de-livros-na-alemanha-sao-oportunidade-para-brasileiros-publicarem-obras-no> Acesso em: 31 de out. 2015.

FERNANDES, Daniela. **Em salão de Paris editoras tentam "compensar crise no mercado brasileiro.** Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2015/03/150319_paris_salao_livro_df_cc>. Acesso em: 15 de mai. 2015.

FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL. **Programa de Apoio à tradução e publicação de autores brasileiros no exterior-FBN.** Disponível em: <http://www.bn.br/sites/default/files/documentos/diversos/2014/0904-cooperacao-difusao/1333-cooperacao-difusao.pdf.> Acesso em: 02 de nov. de 2015.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GONÇALVES, R.; BAUMANN, R.; PRADO, L.C.D.; CANUTO, O. **A Nova Economia Internacional: Uma Perspectiva Brasileira.** Editora Campus. Rio de Janeiro, 2004.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. **3ª Edição da Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil.** Disponível em: <http://prolivro.org.br/home/images/relatorios_boletins/3_ed_pesquisa_retratos_leitura_IPL.pdf>. Acesso em: 17 de mai. 2015.

MATHEWS, J. A. **Dragon multinational: a new model for global growth**. Oxford University Press, Inc. 2002

MURARO, Cauê. **Livros de colorir salvam mercado editorial brasileiro em 2015.** Disponível em: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2015/06/livros-de-colorir-salvam-mercado-editorial-brasileiro-em-2015-diz-estudo.htm>. Acesso em: 02 de nov. 2015.

ROCHA, A. **Por que as empresas brasileiras não se internacionalizam?** In: ROCHA, A. (org) As novas fronteiras: a multinacionalização das empresas brasileiras. Rio de Janeiro: Mauad , 2003.

RÜDIGER WISCHENBART CONTENT & CONSULTING. **The Global Ranking of the Publishing Industry 2015** Disponível em: <http://www.wischenbart.com/upload/Wischenbart_Ranking2015_analysis_final.pdf> Acesso em: 08 de nov. 2015.

SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS. **Produção e vendas do setor editorial brasileiro- base 2014.** Disponível em: <http://www.snel.org.br/wp-content/themes/snel/docs/pesquisa_fipe_2015_ano_base_2014.pdf> Acesso em: 31 de out. 2015.

SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS. **Painel das vendas de livros no Brasil – Resultados 2015 x 2014.** Disponível em: <http://www.snel.org.br/levantamento-mensal/wp-content/themes/snel/docs/paineldasvendasdelivrosnobrasil6.pdf>. Acesso em: 01 de nov. 2015.