

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

AMANDA BEATRIZ DA SILVA

PONTO DE EQUILÍBRIO NO MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO

Rio de Janeiro

2022

AMANDA BEATRIZ DA SILVA

PONTO DE EQUILÍBRIO NO MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Ciências Contábeis, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a Obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Oscar Lewandowski

Rio de Janeiro

2022

AMANDA BEATRIZ DA SILVA

PONTO DE EQUILÍBRIO NO MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Ciências Contábeis, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a Obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Rio de Janeiro, 29 de dezembro de 2022

BANCA EXAMINADORA

Prof. Frederico Otavio Sirotheau Cavalcante - Coordenador
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Prof. Oscar Lewandowski - Orientador
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Prof. Claudio Marcos Maciel da Silva
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Dedico este trabalho a todos que ficaram ao meu lado nos últimos anos, principalmente a minha família e a minha namorada Laura.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu orientador Oscar pelo tempo dedicado ao meu trabalho.

Agradeço também os autores Carol Chiovatto, Felipe Fagundes e Clara Alves pelo tempo disponível e paciência para participar da pesquisa. Agradeço também à Marieta Moraes pela ajuda com as informações sobre a Editora FGV, e à Diana Rodriguez, pela ajuda nos e-mails e nos contatos.

À minha família, pelo apoio e pela ajuda na minha vida como estudante. Especialmente à minha mãe, que sempre priorizou os meus estudos, mesmo com todas as dificuldades e que me motivou em todos os momentos difíceis da minha vida.

À minha namorada, Laura, que me auxiliou em todo o caminho do meu último ano na faculdade, que sem ela seria muito difícil concluir esse trabalho.

Aos meus amigos, que me ajudaram em diversos momentos.

E por último agradeço a mim mesma por nunca ter desistido da faculdade.

"Nenhum saber é saber completo." (Galileu Galilei)

RESUMO

O mercado editorial brasileiro passou por diversos obstáculos nos últimos 10 anos, desde inflação até a pandemia do COVID-19, lidando com os aumentos dos preços dos insumos, fechamentos de livrarias e tendo que se adaptar e ser resilientes. Analisando essa trajetória e os principais problemas, uma das questões que se objetiva desse estudo é referente ao ponto de equilíbrio econômico para as editoras e autores independentes, onde se busca verificar qual a forma usada como parâmetro para pagar os custos e as despesas e ter lucro.

Palavras-chave: Editora; Mercado Literário; Mercado Editorial; Ponto de Equilíbrio; Payback; custos; despesas.

ABSTRACT

The Brazilian publishing market has gone through several obstacles in the last few years, from inflation to the covid-19 pandemic, dealing with the increase in inputs prices, closing of bookstores and having to adapt and be resilient. Analyzing this trajectory and its main problems, one of the questions that this study aims to pose is regarding the breakeven point for publishing companies and independent authors, where we look to verify which method is used as a parameter to pay the costs and expenses and make a profit.

Keywords: Publishing houses, Literary market, publishing market, breakeven point, payback, costs, expenses.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 — Dados de 2020 das distribuições de exemplares de livros	14
Figura 2 — Dados 2020 das editoras que participaram do FNDE.....	14
Figura 3 — Declaração de Junior Fonseca no Twitter	16
Figura 4 — Livro CROWD! O seu guia de financiamentos coletivos.....	20
Figura 5 — Ponto de equilíbrio.....	22
Figura 6 — Tipos de ponto de equilíbrio	23
Quadro 1 — Entrevistas com autores nacionais e diretora da Editora FGV.....	28

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO	12
	2.1 Publicação.....	12
	2.2 Preço do Papel.....	15
	2.3 E-commerce.....	16
	2.4 Redes Sociais	17
	2.5 Financiamento Coletivo.....	18
3	REVISÃO TEÓRICA	21
	3.1 Risco e Fluxo de Caixa	21
	3.2 Ponto de Equilíbrio.....	21
	3.3 Outras formas de controle.....	25
4	EXEMPLOS ILUSTRADOS	28
	4.1 Entrevista com os autores nacionais e a editora da FGV.....	29
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	34
6	REFERÊNCIAS	35

1 INTRODUÇÃO

O Brasil possui uma indústria de livros bem moderna e grande, mesmo havendo um consumo baixo comparado a outros países, existindo uma dificuldade relacionada ao equilíbrio do mercado referente a demanda e oferta. Com a maior parte dos brasileiros não possuindo o hábito de leitura como uma prática diária e cotidiana e a renda per capita com o menor valor dos últimos dez anos (O GLOBO, 2022), isso se transforma em um obstáculo para as editoras.

O mercado editorial se mostrou bem resiliente com todas as mudanças nos últimos dez anos, tanto dos consumidores, como também do mercado econômico. Administrando situações peculiares como a Pandemia de Covid-19 e o aumento do valor do dólar, centenas de livrarias fecharam as portas devido ao isolamento social e após isso, muitas não voltaram a abrir. Esses espaços, que já enfrentavam dificuldades financeiras, foram demasiadamente afetados devido à crise sanitária.

Esse estudo buscará analisar o ponto de equilíbrio do mercado editorial e verificar a metodologia usada por alguns escritores brasileiros e ao observar esse ponto de equilíbrio, estabelecerá o objetivo de escrutinar as métricas para a produção, mostrando que o mundo editorial passou por muitas transformações, deve-se adaptar e ser sustentável.

A metodologia será feita com base em revisão de literatura, com coleta de informações nas seguintes fontes: livros, artigos, revistas, jornais, relatórios e pesquisas realizadas sobre o tema com pessoas relevantes no mercado editorial.

Será feita a investigação de publicação nos últimos 5 anos referentes ao mercado editorial brasileiro para analisar o uso do ponto de equilíbrio. Essa foi uma pesquisa levantada por uma pessoa que não atua no mercado editorial, mas que busca levantar informações sobre o assunto.

Na seção 1, será apresentado o objeto de estudo, os objetivos, a justificativa da relevância e a metodologia do trabalho.

Na seção 2, será traçado um histórico do mercado editorial brasileiro nos últimos 10 anos, com os impactos das mudanças no mundo e no consumidor. O principal objetivo é compreender a indústria e observar os seus problemas.

Na seção 3, será descrita a revisão teórica sobre os diversos meios do ponto de equilíbrio, os riscos e o payback e o uso de controles internos em uma editora.

Na seção 4, serão descritas as entrevistas realizadas com os autores e analisada a realidade para cada situação existente para eles.

Na seção 5 serão feitas as considerações finais sobre o tema desenvolvido, levando-se temas importantes a serem discutidos em trabalhos futuros para que se possa compreender com maior clareza sobre o processo de ponto de equilíbrio para as editoras.

2 MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO

Segundo um levantamento da Associação Nacional de Livrarias (ANL), em 2014 existiam 3.095 livrarias no país, já na estimativa de 2021 era de um total de 2,2 mil. (Estadão, 2021) Em média, no Brasil, uma livraria encerra as atividades a cada três dias. Para a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), seria condizente haver uma livraria para cada 10 mil habitantes, porém a realidade do Brasil é diferente, tendo uma livraria para cada 96 mil habitantes.

Em um espaço de 5 anos, o Brasil perdeu quase 800 bibliotecas públicas, conforme informações do Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas (SNBP). Com base nos dados, em 2015 havia 6.057 bibliotecas públicas, número que caiu para 5.293 em 2020, dado mais recente disponível no site do SNBP, havendo uma queda de 12%. Em entrevista para a BBC Brasil, especialistas em biblioteconomia disseram que esses números podem ser ainda maiores devido à fragilidade do Sistema Nacional de Bibliotecas Públicas após a extinção do Ministério da Cultura e à falta de controle pelos sistemas estaduais para alimentarem o sistema nacional.

Em comparação com 2020, em 2021 houve um crescimento de aproximadamente 30% tanto no volume como no faturamento do mercado editorial brasileiro. O aumento foi registrado em todos os segmentos literários com exceção dos livros didáticos, impactados pelo fechamento das escolas na pandemia.

A produção editorial brasileira é imensa, indo desde autores independentes que imprimem, anunciam e vendem os seus próprios livros e custeiam todos os custos e despesas, até grupos editoriais tradicionais como a Companhia das Letras com 22 selos na editora.

2.1 Publicação

O papel das editoras tradicionais é fornecer todos os serviços editoriais que envolvem a produção editorial de um livro, gerenciando todo o processo de edição de um livro.

Os livros estrangeiros possuem um formato de publicação similar entre eles. Existe o momento da descoberta, que pode ser através de olheiros, lista dos mais vendidos de algum lugar, entre outros. Quando alguma editora fecha um acordo do

livro, ela paga um adiantamento referente aos direitos autorais dele. A média do valor ganho por um autor, seja nacional ou estrangeiro, é de 10% do preço de capa de livro, que é o preço de venda inicial de um livro estabelecido pelas editoras.

Precificação de livro físico envolve custos fixos como tradução, quando necessário, preparação — melhoria do texto—, diagramação, capa e revisão; os custos variáveis, como marketing e publicidade, impressão, embalagem, transporte, em alguns casos, brindes e direitos autorais; e a margem de lucro. O cálculo do ponto de equilíbrio pode ser feito nesse momento do projeto, para saber quanto será necessário vender para não haver o prejuízo da editora, sendo esse um investimento de risco.

Segundo Vitor Tavares da Câmara Brasileira do Livro (CBL), quanto maior a tiragem, mais barato fica o custo unitário, porém o custo total fica maior, e com tiragens menores, o preço de capa dos livros acabam ficando maiores. Antigamente, com as livrarias, era possível para as editoras fazerem tiragens maiores, pois essa quantidade seria distribuída entre elas, porém devido ao fechamento das livrarias, hoje em dia as editoras fazem tiragens menores, deixando assim o valor dos livros mais caro. O modelo de venda entre as editoras e as livrarias eram de consignação, quando as editoras deixam seus livros estocados nas livrarias, como uma forma de empréstimo, e recebendo apenas pelos exemplares que foram vendidos, de uma forma periódica. Se bem gerenciado, é um modelo de negócio que favorece as editoras ao assegurar uma forma de vitrine para os seus títulos e para as livrarias tem uma forma de garantir um catálogo maior a disposição dos clientes.

Uma das ações do governo para a compra e distribuição de forma gratuita de obras didáticas, pedagógicas e literárias aos alunos do ensino fundamental e médio é através do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD). Esse programa contempla também as instituições comunitárias, confessionais ou filantrópicas sem fins lucrativos e conveniadas com o Poder Público.

Para o ano letivo de 2020 segundo os dados do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) foi feita a distribuição de 172.571.931 exemplares entre educação infantil, Ensino Fundamental e Ensino Médio.

Figura 1 — Dados de 2020 das distribuições de exemplares de livros

Etapa de Ensino	Escolas Beneficiadas	Alunos Beneficiados	Total de Exemplares	Valor de Aquisição
Educação Infantil	17.069	3.204.748	28.407	R\$ 749.606,65
Anos Iniciais do Ensino Fundamental	88.674	12.337.614	71.816.715	R\$ 458.638.563,27
Anos Finais do Ensino Fundamental	48.213	10.197.262	80.528.321	R\$ 696.671.408,86
Ensino Médio	19.249	6.270.469	20.198.488	R\$ 234.141.456,77
Total Geral	123.342	32.010.093	172.571.931	R\$ 1.390.201.035,55

Fonte: FNDE (2020).

Conforme dados divulgados pelo Ministério da Educação o valor total de aquisição foi dividido entre as 24 editoras abaixo:

Figura 2 — Dados 2020 das editoras que participaram do FNDE

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO FUNDO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO DA EDUCAÇÃO - FNDE									
Valores de Aquisição - PNLD 2020									
EDITORA	TIRAGEM ANOS INICIAIS	TIRAGEM ANOS FINAIS	ENSINO MÉDIO	TITAGEM TOTAL	TOTAL DE TÍTULOS ADQUIRIDOS	TIRAGEM MÉDIA	R\$ / MÉDIA POR EXEMPLAR	R\$ / TOTAL IMPRESSO	VALOR TOTAL
AUTENTICA EDITORA LTDA	7.900	0	150.238	158.138	2	52.719	R\$ 22,76	R\$ 2.530.488,50	R\$ 2.530.488,50
BASE EDITORIAL LTDA	0	0	26.890	26.890	8	989	R\$ 60,93	R\$ 1.803.183,99	R\$ 1.803.183,99
BERLENDIS EDITORES LTDA	0	0	64.310	64.310	1	21.437	R\$ 14,13	R\$ 908.886,80	R\$ 908.886,80
DANIELLA ALMEIDA BARROSO 23879106845	439	0	0	439	2	73	R\$ 40,38	R\$ 17.563,16	R\$ 17.563,16
EDICOES SML LTDA	6.854.128	5.403.086	1.927.565	14.184.779	80	86.002	R\$ 8,77	R\$ 126.968.469,31	R\$ 126.968.469,31
EDITORIA AJS LTDA	1.038.852	0	267.369	1.306.221	16	49.482	R\$ 14,13	R\$ 17.077.709,03	R\$ 17.077.709,03
EDITORIA APRENDE BRASIL LTDA	15.785	0	285.033	300.818	11	13.188	R\$ 22,69	R\$ 5.434.259,90	R\$ 5.434.259,90
EDITORIA ATICA S.A.	16.557.554	1.288.220	3.340.110	32.185.884	79	238.051	R\$ 10,62	R\$ 226.861.773,82	R\$ 226.861.773,82
EDITORIA DIMENSAO EIRELI	286.299	0	0	286.299	15	6.362	R\$ 26,51	R\$ 6.932.292,29	R\$ 6.932.292,29
EDITORIA DO BRASIL SA	3.996.965	4.525.171	504.988	9.027.124	64	64.212	R\$ 10,01	R\$ 74.606.637,72	R\$ 74.606.637,72
EDITORIA FTD S.A.	9.464.724	18.222.978	2.513.647	30.201.349	90	153.123	R\$ 10,26	R\$ 240.877.985,62	R\$ 240.877.985,62
EDITORIA MODERNA LTDA	24.521.905	23.095.911	4.295.173	51.912.989	133	186.291	R\$ 7,30	R\$ 367.646.392,27	R\$ 367.646.392,27
EDITORIA SCOPIONE S.A.	1.736.273	1.951.609	1.872.363	5.560.247	30	107.298	R\$ 10,75	R\$ 58.303.265,74	R\$ 58.303.265,74
RFIC CULTURAL LTDA	2.150.096	0	2.150.096	2.150.096	3	143.340	R\$ 3,29	R\$ 7.068.677,35	R\$ 7.068.677,35
IBEP - INSTITUTO BRASILEIRO DE EDICOES PEDAGOGICAS LTDA	323.838	3.810.801	222.617	4.357.256	34	108.738	R\$ 20,96	R\$ 50.573.062,02	R\$ 50.573.062,02
IMPERIAL NOVO MILENIO GRAFICA E EDITORA LTDA	0	0	329.305	329.305	1	109.768	R\$ 13,09	R\$ 4.310.602,45	R\$ 4.310.602,45
KIT'S EDITORA COMERCIO E INDUSTRIA LTDA	64.476	0	0	64.476	5	4.298	R\$ 22,88	R\$ 1.482.549,17	R\$ 1.482.549,17
MVC EDITORA LTDA	0	0	1.189.778	1.189.778	22	18.027	R\$ 18,39	R\$ 21.102.050,42	R\$ 21.102.050,42
PALAVRAS PROJETOS E EDITORIAIS LTDA - ME	0	0	23.020	23.020	3	2.538	R\$ 44,55	R\$ 1.025.541,00	R\$ 1.025.541,00
QUINTETO EDITORIAL LTDA	0	1.636.830	359.591	1.996.421	9	47.419	R\$ 14,78	R\$ 21.710.936,84	R\$ 21.710.936,84
RICHMOND EDUCACAO LTDA	0	3.038.558	297.398	3.335.956	6	58.724	R\$ 10,40	R\$ 26.972.833,38	R\$ 26.972.833,38
SARAVIA EDUCACAO S.A.	3.445.798	6.525.992	2.529.273	12.501.063	56	101.769	R\$ 9,54	R\$ 111.307.799,51	R\$ 111.307.799,51
TERRA SUL EDITORA EIRELI	165.355	29.165	0	194.520	12	14.115	R\$ 32,53	R\$ 6.401.479,14	R\$ 6.401.479,14
ZAPIT EDITORA LTDA	1.214.714	0	0	1.214.714	10	40.490	R\$ 6,97	R\$ 8.476.594,13	R\$ 8.476.594,13
TOTAL	71.845.122	80.528.321	20.198.488	172.571.931	675	2.342.459		R\$ 1.390.201.035,55	R\$ 1.390.201.035,55

Fonte: FNDE (2020)

O mercado editorial brasileiro tem muito cuidado com a qualidade dos livros, principalmente ao design e acabamento, sendo elogiado internacionalmente, como por exemplo na Feira do Livro de Frankfurt. Há, muitas vezes, uma grande cobrança dos próprios consumidores para se manter uma boa qualidade dos livros, com acabamento de qualidade e papel de boa gramatura, pois o livro é visto como artigo de luxo e algo que irá perdurar por muitos anos na estante de um leitor.

A parte gráfica atualmente está sendo a parcela mais cara da produção de livros, tendo um aumento de 30% devido ao custo do papel.

2.2 Preço do Papel

O preço do papel está em constante aumento, com isso, ocorre o desequilíbrio dos orçamentos das editoras, devido ao custo de produção dos livros, materiais promocionais e de embalagens. Para o consumidor final, o resultado se vê em livros e revistas mais caras no mercado e menor variedade de publicações.

Um dos motivos para o aumento no preço do papel foi devido a cotação do dólar, na qual se baseiam os preços de diversos insumos usados na impressão de livros: papel, blanquetas de borracha (que transmitem a tinta para o papel) e chapas de impressão. O impacto da pandemia, novamente, é notável, no qual teve um aumento na demanda por celulose e outros tipos de papeis, como os destinados a entregas rápidas e caixas de transportes e inflacionou fretes aéreos e marítimos.

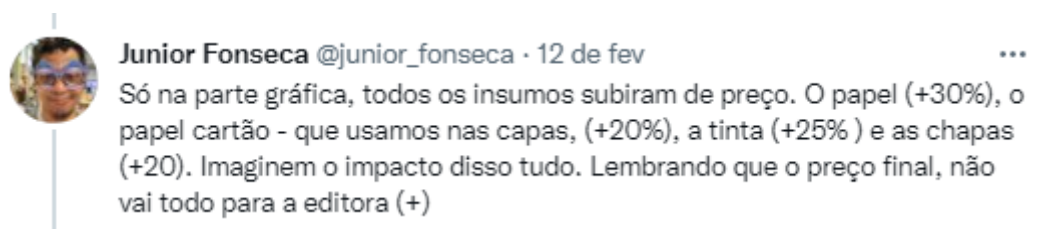
Em entrevista para o jornal Folha de São Paulo, o presidente da Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf) Nacional, Sidnei Anversa Victor, diz que as empresas não têm mais como absorver reajustes tão altos, “Todo o ramo editorial e gráfico, incluindo embalagem e material promocional, tem o papel e o papel cartão como matéria-prima básica. A maneira como tem subido o preço é impressionante, impossível não repassar”, afirma.

O papel nacional teve uma alta no seu preço, e para as editoras, está bem difícil de fazer a substituição pelo papel importado, conforme Fernando Steven Ullman, diretor-presidente da Ipsis Gráfica e Editora informa à Folha de São Paulo que: “E não é que eles estejam mais baratos, não estão, teve aumento real em moeda forte e está difícil de trazer”

A editora Panini, que publica quadrinhos da Marvel e DC, como possui um catálogo de colecionáveis, como alguns de figurinhas, anunciou no fim de 2021 que haveria um reajuste no preço final para os leitores. Foi informado à Folha de São Paulo que o aumento do preço foi em relação aos custos de impressão, de logística e contratos de licenciamento.

Junior Fonseca, diretor da editora de mangás NewPop, usou o Twitter para informar sobre os preços de um lançamento da editora, MDZS, que o valor seria de R\$65 e teve muitas reclamações. “Só na parte gráfica, todos os insumos subiram de preço. O papel (+30%), o papel cartão – que usamos nas capas – (+20%), a tinta (+25%) e as chapas (+20%). Imaginem o impacto disso tudo. Lembrando que o preço final não vai todo para a editora”, escreveu.

Figura 3 — Declaração de Junior Fonseca no Twitter



Fonte: Junior Fonseca (2022).

O preço do papel acompanha o mercado global. A Suzano, uma das principais fornecedoras no Brasil (com uma estimativa de 40% do mercado brasileiro), anunciou em janeiro de 2022 alta de 35% no papel para linhas editoriais. Após uma negociação com a CBL, o aumento foi parcelado, sendo a primeira parte de 10% já em janeiro, e com o restante vindo em abril e junho. “Quase 20% do custo do livro vem do papel. Um aumento desse, de uma vez, comprometeria a produção editorial”, afirma Vitor Tavares, presidente da CBL para a Folha de São Paulo.

A Suzano vendeu 966 mil toneladas de papel para imprimir e escrever em 2021, um aumento de 15% em relação a 2020, sendo 66% comercializado dentro do Brasil. Esse volume corresponde a 45% do 1,4 milhão de toneladas projetados pela Indústria Brasileira de Árvores (Ibá), que reúne empresas de base florestal (papel, celulose e madeira). A Suzano não informa sobre preços, porém disse que em 2021, a produção de papéis para imprimir e escrever subiu em 11,7%, e as vendas, 23,1%. Isso inclui papéis para livros, cartazes, folders, folhetos e materiais de escritório, como agendas, envelopes e cadernos.

2.3 E-commerce

O e-commerce tem uma força muito grande no mercado literário, representando atualmente um terço das vendas. O faturamento do e-commerce de livros em 2020 passou de R\$500 milhões para R\$923 milhões. Em 2021, as vendas de livros no país chegaram a 55 milhões de unidades, 29% a mais que em 2020, com uma receita total de R\$2 bilhões, de acordo com a pesquisa da Nielsen BookScan em parceria com o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL). As vendas online foram de suma importância para esse crescimento, principalmente

devido à crise do Covid-19, onde muitas livrarias fecharam e um meio de permanecer comprando livros foi de forma online.

Segundo levantamento da Nielsen em parceria com a CBL e a SNEL, a participação das livrarias virtuais tiveram um crescimento de 84% no faturamento das editoras no ano da pandemia, enquanto as lojas físicas tiveram uma queda de 32%.

2.4 Redes Sociais

Uma forma de divulgação orgânica, que são conteúdos próprios que melhoram a interação com o público, é o uso de plataformas de redes sociais como TikTok, YouTube, Twitter, entre outros, para um compartilhamento de informações sobre os livros e opiniões, chegando assim a outros leitores e possibilitando um aumento na compra de livros, como por exemplo *Mentirosos* da autora E. Lockhart lançado em 2014 e que devido a comunidade de leitora do TikTok, conhecida como BookTok, voltou a ser tendência em 2022. Uma das formas de divulgação que ocorre no TikTok são vídeos rápidos de reading sprees (momentos de leitura de forma silenciosa dos livros e alguns breves comentários sobre a obra) com reflexões sobre alguma parte lida. Uma outra estratégia de divulgação é contar parte da história como se fosse uma história real, deixando em aberto o desfecho, para instigar a pessoa que visualiza a buscar o livro.

Conforme dados da Bookwire Brasil foi verificado um crescimento de 180% de vendas de uma editora brasileira após um dos livros do catálogo viralizar no TikTok em janeiro de 2022, chegando a ter mais de 20 mil compartilhamentos e mais de 300 mil curtidas, assim permitindo que a editora mantivesse um bom resultado no mês seguinte.

Veículos como PublishNews e a Forbes vêm publicando sobre o impulsionamento das vendas dos livros que está ocorrendo devido ao TikTok. Um dos principais pontos de verificação foi o aumento do mercado de livros impressos dos EUA que cresceu 9% em relação a 2020 conforme informações da NPD Bookscan, tendo vendido 67 milhões de cópias a mais que em 2020 e 125 milhões a mais do que em 2019. Kristen McLean, diretora executiva da NPD Bookscan informou à Forbes que as mídias sociais foram um dos fatores para o aumento das vendas de livros, em paralelo à pandemia em geral. Essa influência do TikTok iniciou

principalmente em 2020 e foi responsável por impulsionar as vendas na categoria dos livros jovens adultos. O livro “É Assim que Acaba” da Colleen Hoover vendeu mais de 770 mil cópias em 2021 nos EUA, mesmo sendo um livro publicado em 2016, esse livro foi um dos favoritos na rede social acima. Existem outros exemplos que ficaram populares pelos usuários dessa rede social, como “Os Dois Morrem no Final” do Adam Silveira, publicado em 2017 e vendeu 685 mil cópias em 2021 e “A Canção de Aquiles” de Madeline Miller que foi publicado em 2012 e vendeu 650 mil cópias em 2021. Até o dia 4 de dezembro de 2022, os vídeos marcados com “#Booktok” já contavam com 93,6 bilhões de visualizações.

Daniel Lameira, cofundador da editora Antofágica e Diretor Criativo na Editora Aleph informou em uma entrevista para Beatriz Paludetto em seu canal do Youtube de mesmo nome, que um livro médio no Brasil é lançado com uma tiragem inicial de 3000 livros, tem o ponto de equilíbrio se vender entre 1500 e 1800 para se pagar e não ter prejuízo, porém ele complementa informando que diversos livros lançado no Brasil não vendem essa quantidade em um período de 1 a 2 anos, ficando assim a cargo da editora cobrir o prejuízo.

O E-book ainda é uma margem muito pequena no faturamento das editoras, correspondendo a 6% do montante total da receita, ocorrendo um aumento nas vendas devido a pandemia. Em 2020 teve um aumento de 83% a mais que em 2019, passando de 4,6 milhões para 8,4 milhões de unidades vendidas. Os E-books representam 99% do faturamento dos livros digitais, enquanto o 1% restante é referente aos audiolivros.

2.5 Financiamento Coletivo

Uma forma diferente de vender livros, pois ajuda muitas editoras e autores a arcarem recursos e se firmarem no mercado, é através do financiamento coletivo, sendo possível publicar com o apoio dos leitores, que pagam de forma antecipada para um livro.

Editora Wish foi fundada no final de 2013 pela Marina Avila com o objetivo de publicar livros antigos e nasceu como um projeto de TCC para publicar o livro Contos de Fadas em suas versões originais e ganhando a primeira edição física com uma tiragem de 300 exemplares. Para o lançamento do segundo volume da trilogia, ela fez a sua primeira campanha de financiamento coletivo na plataforma virtual

Catarse em 2016, com o livro Os contos de fadas em suas versões originais – volume 2, atingindo 863% da meta inicial estabelecida, sendo possível fechar a campanha com mais de R\$25.000, com um apoio de 431 pessoas. Em 2021, a empresa completou 8 anos no mercado editorial e tiveram um total de 20 projetos pelo site Catarse, que totalizaram uma arrecadação de mais de R\$ 2 milhões de reais e 58 mil exemplares financiados e vendidos através de crowdfunding.

A Editora Wish, em parceria com o site Catarse, lançou um guia de financiamento coletivo que aborda dicas, cases e estratégias a serem usadas no mercado. Alguns dos principais pontos sobre o universo de uma campanha de crowdfunding, de acordo com o guia, são: Indústria cultural e o mercado editorial, vocabulário do crowdfunding, plataformas, mínimo produto viável, brindes, orçamento, meta e prazo, design, como apresentar a campanha, estratégia de marketing e meios de comunicação, envios, estudos de caso, estatísticas, entrevistas, entre outros.

Figura 4 — Livro CROWD! O seu guia de financiamentos coletivos



Fonte: Livro CROWD! O seu guia de financiamentos coletivos.

Assim, fica entendido como funciona o mercado brasileiro, bem competitivo, com editoras tradicionais grandes e outras menores. Há, também, muitos autores produzindo os seus livros de forma independente. Vamos verificar quais são os critérios de avaliação de projetos no próximo capítulo.

3 REVISÃO TEÓRICA

O uso de controles internos pelas editoras, se feito de forma organizado, é uma ótima fonte de informações para o gestor, sendo possível fazer projeções para diferentes cenários e verificar alternativas que retornem em tomadas de decisões para a organização. Com um sistema organizado de custos bem definido é possível obter uma fonte de informações que podem ser usadas para tomadas de decisões visando atingir alguns objetivos definidos.

Uma das formas de fazer esse controle para tomadas de decisões é através do uso do Ponto de Equilíbrio, tendo assim informações se o lançamento de um livro será lucrativo e a partir de quantos livros o projeto é viável.

3.1 Risco e Fluxo de Caixa

3.1.1 Risco

O mercado editorial lida diretamente com o risco, pois, ele está ligado a probabilidade do resultado ser diferente do que foi projetado e assim tendo que lidar com os prejuízos ou lucros possíveis. (Marcus Cury, 2018, p. 25)

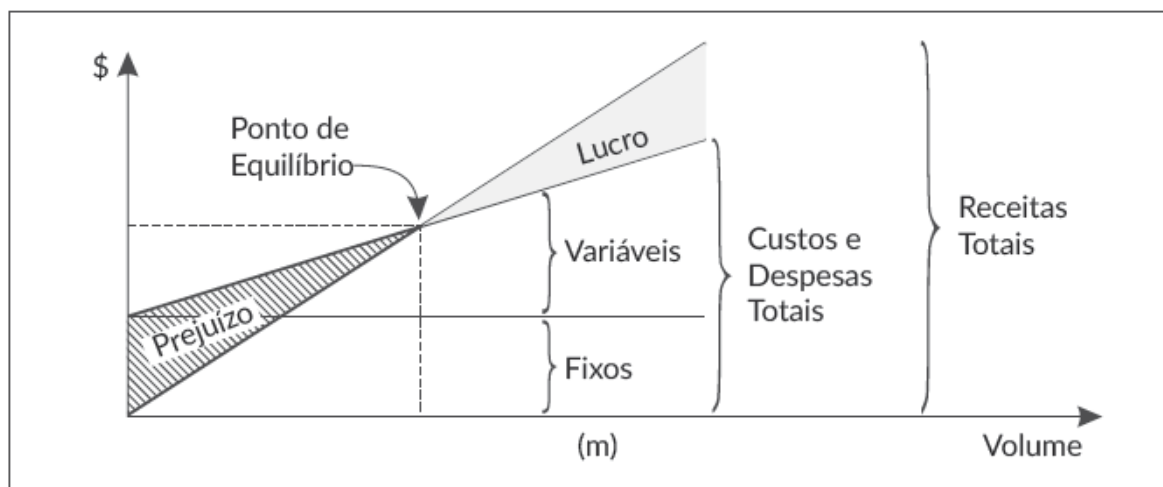
3.1.2 Fluxo de caixa

O fluxo de caixa é de suma importância para uma editora, que durante meses do processo editorial, deverá lidar com os gastos sem ter um retorno imediato. Em finanças é utilizado para indicar as entradas e saídas de recursos financeiros, levando em consideração os investimentos, receitas, custos, despesas, juros, tributos, entre outros que poderão ser gerados em cada período, podendo ser a curto prazo ou nas previsões de longo prazo. (Marcus Cury, 2018, p. 72)

3.2 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio tem como base uma certa margem de segurança relacionado com as características de movimentação comercial. É possível usá-lo como um indicador do risco operacional de um negócio verificando a demanda e o custo de produção. O ponto de equilíbrio é alcançado quando as receitas totais se igualam aos custos e às despesas totais, sendo assim, a editora estará em equilíbrio, isto é, quando as vendas são suficientes para cobrir os custos e despesas totais, porém não havendo lucro nem prejuízo.

Figura 5 — Ponto de equilíbrio



Fonte: Martins (2017).

Caso trabalhe com um volume de venda menor que o ponto de equilíbrio, significa que a receita total não é o suficiente para cobrir os custos e despesas totais, nesse ponto, tecnicamente, a empresa estará no campo do prejuízo. Quando as vendas dos livros superam o valor dos custos e despesas totais, ela estará no campo do lucro.

A margem de contribuição unitária é a diferença entre o preço de venda (receita líquida) e o custo variável do livro, é o valor que cada unidade efetivamente traz à empresa de sobra entre sua receita e o custo que de fato provocou e que lhe pode ser imputado sem erro. (Martins, Eliseu, 2017). É possível utilizar ela para tomadas de decisões mais claras.

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \frac{\text{Custos} + \text{Despesas Fixas}}{\text{Margem de Continuação Unitária}}$$

Caso não possua alguma limitação na capacidade de produção dos livros, o mais rentável seria aquele que apresentar a maior Margem de Contribuição unitário. Já ao haver uma limitação, o produto mais rentável também será aquele que tiver a maior margem de contribuição pelo fator de limitação.

É feita a verificação do Ponto de Equilíbrio com base em três elementos: Custo, Receita e Lucro. Cada livro terá um ponto de equilíbrio próprio devido aos custos variáveis de produção como por exemplo a parte da gráfica, marketing, design, entre outros.

3.2.1 Tipos de Pontos de Equilíbrio

De acordo com Wernke (2017, p.50) com base na necessidade da empresa ou do gestor, o ponto de equilíbrio é um meio que possibilita adaptações, se ajustando à diversas situações do planejamento da empresa. Dependendo da necessidade do projeto, o ponto de equilíbrio recebe denominações diferentes, conforme figura abaixo:

Figura 6 — Tipos de ponto de equilíbrio



Fonte: Wernke (2017).

3.2.1.1 Ponto de Equilíbrio Financeiro (PEF)

Quando a receita total é possível cobrir o custo e despesas totais, porém retirados os valores dos custos e despesas não financeiras, como depreciação, amortização, exaustão, despesas com perdas estimadas em créditos de liquidação duvidosas, despesas com perdas para ajuste ao valor de mercado etc., pois não representação saídas de caixa. (Martins, 2017, p. 278)

$$PEF = \frac{CF - DEP}{P - CV_v}$$

CF = Custos Fixos – O que Martins chama de CF aparece em outros textos como CDF ou CFT – Custos e despesas fixas que incluem os custos fixos totais mesmos os não monetários como a depreciação

DEP = Depreciações e outras despesas não financeiras

P = Preço de venda

CVu = Custo Variável unitário

$$Q(P - CV_u) = CF$$

3.2.1.2 Ponto de Equilíbrio Contábil (PEC)

É o ponto de equilíbrio em que a receita total se iguala aos custos e às despesas totais, não havendo contabilmente lucro ou prejuízo, porém quando o resultado contábil é nulo, economicamente significa que a empresa está perdendo pelo menos o capital próprio investido. (Martins, 2017, p. 267)

$$PEC = \frac{CFT}{P - CV_u}$$

CFT = Custo Fixo total

P = Preço de venda

CVu = Custo Variável unitário

$$Q_{EQ\ CONT} = \frac{CF + DEP}{(P - CV_u)}$$

Em livros contábeis a fórmula pode aparecer também como:

$$P \times Q = CF + DEP + P + CV_u \times Q + IR$$

3.2.1.3 Ponto de Equilíbrio Econômico (PEE)

O ponto de equilíbrio irá ocorrer quando a soma das margens de contribuição for suficiente para cobrir todos os custos e as despesas totais e ainda é possível proporcionar uma rentabilidade desejada, sendo assim, uma margem de lucro para a empresa, tendo um retorno do capital investido. O uso desse ponto de equilíbrio tem como objetivo gerar informações aos investidores sobre o retorno do capital investido, com base em uma rentabilidade estabelecida. É possível com ele conhecer o lucro que a empresa almeja alcançar com o produto.

$$PEE = \frac{CF + Lucro\ Desejado}{P - CV_u}$$

$$Q_{econ} = \frac{CAO + CF (1 - IR) - IR \times DEP}{(P - CV_U) \times (1 - IR)}$$

3.2.1.4 Ponto de Equilíbrio do valor presente

Ao fazer o cálculo do ponto de equilíbrio do valor presente é possível verificar que ocorre um nível mais alto de vendas, pois assim conseguem recuperar o custo de oportunidade do investimento inicial.

$$PEVP = \frac{CAE + Custos Fixos \times (1 - T_c) - Depreciação \times T_c}{(Preço de vendas - Custos Variáveis) \times (1 - T_c)}$$

3.3 Outras formas de controle

3.3.1 Preço

Para definir o preço de capa de um livro, deve-se levar em consideração o grau de elasticidade da demanda, o preço dos insumos da produção, estratégia de marketing, etc. A condição do mercado sofreu diversos ajustes nos últimos anos devido a Pandemia do Covid-19. (Martins, 2017, p. 218)

Algumas técnicas de análise de investimentos são: Método do valor presente líquido (VPL), Método da taxa interna de retorno (TIR), Método do prazo do retorno (payback)

3.3.2 Valor Presente Líquido (VPL)

É uma análise do orçamento de capital, uma abordagem que utiliza os fluxos de caixa no lugar de usar os lucros, usado para trazer todos os valores futuros para uma data de referência.

$$VPL = \sum_{t=0}^n \frac{FC_t}{(1 + k)^t}$$

Sendo:

- o fluxo de caixa do período
- k a taxa de desconto referente ao risco do fluxo de caixa
- n o horizonte de estudo para a análise do projeto

3.3.3 Payback

Uma alternativa para o VPL é o uso do payback, que considera o investimento inicial no fluxo de caixa, em que se sabe o tempo de retorno para o investimento inicial em algum período específico. O payback de um projeto é uma medida de rapidez com que os fluxos de caixa gerados por esse projeto cobrem o investimento inicial. Intuitivamente, projetos que cobrem seus investimentos mais cedo podem ser considerados mais atraentes. Além disso, projetos que retornam seus investimentos mais cedo são projetos menos arriscados (DAMODARAN, 2004, p. 256).

Para usar esse método como uma forma de tomada de decisão, analisa-se um prazo de corte específico, e todos os projetos de investimento que tiverem um retorno do investimento nesse tempo, ou menos, deverão ser aceitos. Caso passe desse tempo definido, os projetos deverão ser rejeitados. Quanto menor o payback, maior a liquidez do projeto, sendo assim, menor o seu risco.

O Payback Simples não considera o valor do dinheiro no tempo.

$$\textit{Payback Simples} = \frac{\textit{Investimento Inicial}}{\textit{Ganho no Período}}$$

O Payback Descontado serve como um indicador para avaliar o tempo do retorno, assim como os riscos e a viabilidade de um investimento, desconta o custo de capital nos fluxos de caixa, os valores de entradas e saídas são considerados no tempo presente por meio de taxa de juros.

$$\textit{Payback Descontado} = \frac{\textit{Investimento Inicial}}{\textit{Retorno no período}}$$

3.3.4 Taxa interna de retorno

Também utilizada como uma alternativa muito importante ao VPL, a taxa interna de retorno, a TIR, é considerada a mais próxima ao VPL, sem efetivamente ser o VPL. Serve para fornecer um único número para resumir os méritos de um projeto e medir a viabilidade dele. Ele não depende de taxas externas, utiliza apenas as informações do fluxo de caixa do projeto. A TIR é a taxa que faz que o VPL do projeto seja zero.

3.3.5 Índice de lucratividades (IL)

Uma outra forma de avaliar um projeto seria utilizando o cálculo do índice de lucratividade. Ele é o quociente do valor presente dos fluxos de caixa futuros esperados após o investimento inicial, dividido pela quantia do investimento inicial.

$$IL = \frac{VP \text{ dos fluxos de caixa subsequentes ao investimeno inicial}}{Investimento inicial}$$

Uma vez entendido quais são os métodos de avaliação existentes em finanças, iremos avaliar quais são os instrumentos mais comumente usados e como são usados no mercado editorial que foram levantados através de entrevistas.

4 EXEMPLOS ILUSTRADOS

Para ilustrar alguns casos de publicação de livros no Brasil, entrevistas online via aplicativo Zoom foram ministradas, com os autores Carol Chiovatto, Felipe Fagundes, Clara Alves e com Marieta Moraes, diretora executiva da Editora FGV. Esses casos representam uma parte ínfima do mercado editorial brasileiro e não podem ser considerados uma amostra do mercado pois não foi feito um critério amostral, mas servem o propósito de exemplificar algumas situações específicas do mercado editorial brasileiro.

Quadro 1 — Entrevistas com autores nacionais e diretora da Editora FGV

QUEM	EMPRESA	TÉCNICA	V.D.T.*	CUSTOS	EXPERIÊNCIA
Carol Chiovatto	Autora publicada pelo grupo Companhia das Letras no selo Suma	Escritora, tradutora e doutora em letras pela Universidade de São Paulo	Recebeu adiantamento	Não teve custos com a produção dos seus livros	Autora de “Porém Bruxa”, “Senciente Nível 5” e “Árvore Inexplicável”
Felipe Fagundes	Autor publicado pelo grupo Companhia das Letras no selo Paralela	Escritor	Recebeu adiantamento	No lançamento da sua primeira novela ele teve todos os custos da produção e atingiu o ponto de equilíbrio operacional para pagar todos os custos e despesas No lançamento por uma editora tradicional, os custos foram da editora	Lançou em 2022 seu primeiro romance “Gay de Família”

Clara Alves	Autora publicada pelo grupo Companhia das Letras no selo Seguinte	Escritora e editora freelancer	Recebeu Adiantamento	No lançamento de forma independente, ela deteve todos os custos da produção e atingiu o ponto de equilíbrio operacional para pagar todos os custos. No lançamento dos livros por uma editora tradicional, os custos foram da editora.	Lançou em 2022 dois livros, “Romance Real” pela Editora Seguinte e “Sobre amor e estrelas” pela Rocco com as autoras Lia Rocha e Olivia Pilar.
Marieta Moraes	Editora FGV	Diretora executiva	Algumas obras publicadas pela FGV são apoiadas por agências de financiamento como FAPERJ, FAPESP, FAPEMIG, CAPES, CNPq	Com os livros que são financiados por agências, os lucros já estão incluídos no valor recebido. Usando recursos próprios, tem uma margem de lucro. Normalmente a tiragem é entre 500 e 1000 exemplares	Lançado em torno de 40 livros em 2022

Fonte: Entrevista ministrada propriamente.

*V.D.T. – Valor do dinheiro no tempo

4.1 Entrevista com os autores nacionais e a Editora FGV

Os resumos das entrevistas são apresentados abaixo, feitas online com os autores Carol Chiovatto, Felipe Fagundes, Clara Alves e a Marieta Moraes, diretora executiva da FGV Editora.

4.1.1 Carol Chiovatto

Em conversa no dia 23 de novembro de 2022, via Zoom, a autora falou sobre o processo do relançamento de “Porém Bruxa”, pela Suma de Letras, em janeiro de 2023. Essa editora entrou em contato com a autora na época do lançamento original do livro de forma independente pela Avec, uma editora de pequeno porte. No primeiro dia de venda física, o livro vendeu 84 exemplares. A tiragem inicial foi de 300 livros e tiragens seguintes foram menores, em torno de 150 livros por vez, números notavelmente bons para editoras de pequeno porte.

Devido ao fato do livro “Porém Bruxa” ter poucas páginas, as pessoas leram bem rápido. Isso facilitou o marketing boca a boca, proporcionando a disponibilização dele no Kindle Unlimited, que é uma plataforma de biblioteca virtual da Amazon. Nessa plataforma, ele teve um enorme sucesso, levando ao ponto em que a Amazon entrou em contato com a autora propondo que o livro fosse disponibilizado também na plataforma Prime Reading, que também é uma biblioteca virtual da Amazon, porém com um catálogo mais seletivo e reservado, servindo como outra forma de vitrine para o livro.

A autora informou que o momento do convite feito pela Suma foi um pouco inoportuno, pois o livro estava há pouco tempo no mercado e para fazer um relançamento, é necessário tirar o livro de circulação. Como era seu primeiro livro, ela não se sentiu confortável de fazer dessa forma. Ela sugeriu de publicar pela Suma um outro livro que tinha escrito, chamado *Árvore Inexplicável*, e a Suma adquiriu os direitos. Desde o primeiro contato da editora com Chiovatto até a compra dos direitos do livro *Árvore Inexplicável* passaram-se dois anos, conforme informado pela autora. Nesse meio tempo, seu livro *Senciente nível 5*, também lançado pela editora Avec, foi finalista do Prêmio Jabuti em 2021.

A proposta da editora Suma foi de fazer a compra dos direitos de *Porém Bruxa* e da futura continuação do livro, pagando um adiantamento para a autora e colocando um conto inédito no livro, que futuramente será disponibilizado gratuitamente em E-book. A autora também participou de forma ativa nos processos de escolha de produção, como escolha de capa e edições. A versão final do livro foi

decidida pela editora, porém a autora tinha poder de veto. Chiovatto informou que a precificação de um livro depende muito da espessura de um livro, a quantidade de páginas, e a quantidade de livros impresso.

4.1.2 Felipe Fagundes

O autor lançou o conto “Gay de Família” de forma independente e arcou com todos os custos e despesas. Um tempo depois, foi convidado pela Editora Paralela, uma editora tradicional, para transformar esse conto em um livro.

O autor contou que contratou diversos profissionais no processo de lançamento de “Gay de Família”, tais como revisor, diagramador, capista e um responsável pelo marketing. Ele cuidou de o gerenciamento dessas áreas para o lançamento ocorrer dentro de um prazo específico.

Ele informou que o conto foi lançado em novembro de 2021 e, em dezembro do mesmo ano, o convite pela Editora Paralela aconteceu, porém o livro foi retirado de mercado em fevereiro após oficialização do acordo entre as partes e assinatura do contrato. De novembro de 2021 a fevereiro de 2022 o conto ficou à venda como E-book na Amazon. O autor acredita que o conto pode ter sido um ponto fora da curva, pois teve uma venda inicial muito rápida, superou as expectativas de venda do autor e ele conseguiu recuperar o valor investido na produção do conto e até ter um lucro nesse processo.

Em setembro de 2022 o livro “Gay de Família” foi lançado oficialmente pela Editora Paralela, o autor recebeu um adiantamento no momento do lançamento e ele começou a receber pelos royalties quando o livro vendeu a quantidade equivalente de cópias ao valor do adiantamento. O pagamento é feito de três em três meses. O texto do livro passou por revisões do autor, e escolhas de papel e capa foram decisões da editora, porém autor pode opinar sobre a capa. Futuras tiragens são feitas conforme acaba o estoque durante o tempo de contrato, que nesse caso é em 5 anos. O autor falou que a primeira tiragem é muito difícil de vender.

4.1.3 Clara Alves

A autora teve algumas formas diferentes de publicação de livros e contos. Uma delas foi de forma totalmente gratuita pela plataforma de histórias

independentes Wattpad, com o único possível custo sendo a criação de capa. Não existia revisão, era feita pela própria autora

A autora decidiu lançar um livro de forma independente através da plataforma de impressão sob demanda da Amazon, CreateSpace, em 2015. O valor final do livro saía em dólar. Alves enviava a capa e o livro já diagramado e ele só seria impresso caso alguém comprasse. Os custos iniciais foram a criação de capa, diagramação e revisão do texto. Devido a essa plataforma, o próprio comprador compensava o valor da impressão, porém o preço de capa ficava maior, além do custo do frete internacional.

Alves decidiu então imprimir de forma independente o seu primeiro livro, chamado Além da Amizade. Ela arcou com os custos de capa, revisão e diagramação. Inicialmente foi feita uma tiragem de 100 livros. O valor decido pela autora para a venda foi em torno de R\$30, não alcançando o lucro, pois o valor já incluía o frete do livro.

Na época em que Clara Alves assinou com a Editora Seguinte ela recebeu um adiantamento. Nessa época, era comum que autores nacionais não recebessem adiantamentos pelo livro, fato que está mudando com o passar dos anos.

Em seu livro “Conectadas”, a autora opinou sobre a capa do livro e em outras etapas do livro, como a revisão do texto e dando ideias para o Marketing do livro.

Até a data da entrevista, o livro Conectadas já havia vendido mais de 100.000 cópias, com uma primeira tiragem de 5.000 cópias.

4.1.4 Marieta Moraes

Marieta Moraes, diretora executiva da Editora FGV, informa que para a Editora FGV o processo de publicação é através de alguns procedimentos, como coleções que possuem coordenadores, que são professores da casa, que funcionam como um editor crítico, que avalia se o trabalho está correto, devolve e solicita correções para o autor.

Existem também propostas de publicação para obras que são apoiadas por agências de financiamento como FAPERJ, FAPESP, FAPEMIG, CAPES, CNPq. Em geral, são obras que já passaram pelo processo de avaliação mencionado anteriormente por representantes dessas agências.

Alguns livros que podem ser lançados de forma avulsa, de professores e pesquisadores da casa e de outras instituições. A parecerista faz uma avaliação de conteúdo como também uma análise da possibilidade de venda e demanda da obra pelo mercado acadêmico.

A margem de lucro da editora depende de cada livro, pois alguns livros são financiados pela própria editora e outros são por agências de financiamento. Em função dos custos, a Editora FGV faz o orçamento, computa os valores e informa as agências interessadas.

Com livros acadêmicos são feitas tiragens menores, com diversas edições, em um padrão Editora FGV. A média de tiragem é entre 500 e 1000 livros. Conforme informado por Moraes, tiragens menores que 500 livros não são viáveis, pois o custo unitário do livro fica muito caro. Caso um livro esgote, a editora pode colocar à venda sob demanda.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante os últimos anos, o mercado editorial passou por diversos obstáculos, e se manter no mercado foi um grande desafio, tendo que se adaptar e buscar novas formas de alcançar o público consumidor.

Os autores entrevistados, quando lançavam seus livros de forma independente, não visavam o lucro, tinham como objetivo principal a divulgação de seus trabalhos e buscavam apenas o ponto de equilíbrio operacional.

Para a Editora FGV, muitos projetos são feitos por financiamento público. Nesses casos, a Editora já considera a própria margem de lucro no orçamento feito às instituições que a financiam, podendo, assim, aumentar a escala de produção. Quando o financiamento é próprio da Editora, busca-se publicar livros com tiragens menores, mas com maior garantia de mercado.

Este estudo teve como objetivo principal analisar o ponto de equilíbrio do mercado editorial e responder a metodologia usada por alguns escritores brasileiro e ao verificar esse ponto de equilíbrio, estabeleceu o objetivo de observar as métricas para a produção. Mostrando que o mundo editorial passou por muitas transformações, deve-se adaptar e ser sustentável.

Como sugestão para trabalhos futuros, recomenda-se aumentar a base de autores pesquisados e editoras entrevistadas, podendo fazer uma tabulação quantitativa que fugiu do escopo deste trabalho.

6 REFERÊNCIAS

ANL – Associação Nacional das Livrarias. Página inicial. Disponível em: <<https://www.anl.org.br/v1/> > - Acesso em 17/10/2022

ANL – Associação Nacional das Livrarias. **Varejo do livro 2020.** Disponível em: <<https://www.anl.org.br/v1/varejo-do-livro-2020/>> - Acesso em 17/10/2022

BRIGATTI, Fernanda. **Preço do papel dispara, e editoras encolhem tiragem de livros e HQ's.** Folha de S.Paulo. São Paulo 25/03/2022 Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2022/03/preco-do-papel-dispara-e-editoras-encolhem-tiragem-de-livros-e-hqs.shtml?origin=folha>> Acesso em 20/11/2022

CARRANÇA, Thais. **Brasil perdeu quase 800 bibliotecas públicas em 5 anos.** BBC News, São Paulo. 16/07/2022. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62142015>> Acesso em 27/11/2022

Catarse. Página inicial. Disponível em: <<https://www.catarse.me/>> - Acesso em 28/11/2022

COUTO, Marina. **A indústria editorial brasileira trajetória, problemas e panorama atual.** Monografia (Graduação em Comunicação Social) Escola de Comunicação. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, p. 67. 2006.

Cury, Marcus Vinícius Quintell. Et al. **Finanças Corporativas.** 12.ed. – Rio de Janeiro – FGV Editora, 2018

Editora Wish. Página Inicial. Disponível em: <<https://www.editorawish.com.br/pages/sobre-nos> > Acesso em 28/11/2022

FNDE: Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação. Página Inicial. Disponível em: <<https://www.fnde.gov.br/index.php/programas/programas-do-livro/pnld/dados-estatisticos>> Acesso em 27/11/2022

GONÇALVES, Giuliano, **Mercado de livros tem crescimento de 15% e e-commerce representa um terço das vendas.** E-CommerceBrasil. 18/07/2022. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/mercado-de-livros-cresce-e-e-commerce-representa-um-terco-das-vendas>> Acesso em 19/11/2022

GUIMARÃES, Fernanda e SCHELLER, Fernando. **Venda de livros retoma crescimento no Brasil, mas redes de livrarias ainda sofrem.** Estadão, São Paulo, 18/10/2021 – Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/negocios,venda-de-livros-retoma->

crescimento-no-brasil-mas-redes-de-livrarias-ainda-sofrem,70003871408>Acessado em 17/10/2022

KAPLAN, Anna. **BookTok: como o TikTok ajudou venda de livros a bater recorde nos EUA.** Forbes. 15/02/2022. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbeslife/2022/02/booktok-como-o-tiktok-ajudou-venda-de-livros-a-bater-recorde-nos-eua/>> Acesso em 20/11/2022

LONTRA, Tiago e LOURENÇO, Luiza. **Os hábitos de leitura do brasileiro.** Gente Globo, 15/12/2021. Disponível em: <<https://gente.globo.com/texto-os-habitos-de-leitura-do-brasileiro/#:~:text=No%20Brasil%2C%20apenas%20pouco%20mais,puxada%20especialmente%20pelos%20mais%20ricos>> Acesso em 15/10/2022

Martins, Eliseu – **Contabilidade de Custos** 10. Ed. – São Paulo – Atlas, 2017

MENEGUELLI, Laura. **No Brasil, a cada 3 dias, 1 livraria fecha as portas. A aposta é nos pequenos livreiros.** GreenMe!, 27/10/2021. Disponível em: <<https://www.greenme.com.br/viver/arte-e-cultura/86292-segundo-unesco-livrarias-no-brasil-estao-acabando/>> Acesso em 17/10/2022

NALIN, Carolina e MARQUES, Jéssica. **Renda per capita cai a R\$ 1.353 e atinge menor valor em dez anos.** O Globo, Rio de Janeiro, 10/06/2022. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/noticia/2022/06/renda-per-capita-cai-a-r-1353-e-atinge-menor-valor-em-dez-anos.ghtml>> Acesso em: 15/10/2022

O fenômeno TikTok no mercado editorial. Bookwire Brasil, 30/06/2022. Disponível em: <<https://br.bookwire.net/o-fenomeno-tiktok-no-mercado-editorial/>> Acesso em 20/11/2022

Paludetto, Beatriz. **Explicando o mundo caótico do Mercado Literário - Preço do Livro, Amazon, Editoras e mais!** Youtube. 24/08/2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3E3UBewbxL0&t=528s>. Acesso em: 20/10/2022

Portal MEC: Ministério da Educação. PNLD. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/component/content/article?id=12391:pnld>> Acesso em 27/11/2022

PORTO, Walter. **Cia. Das Letras alarma livrarias ao indicar mudança em modelo de vendas.** Folha de S. Paulo. São Paulo. 25/03/2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/walter-porto/2022/03/cia-das-letras-alarma-livrarias-ao-indicar-mudanca-em-modelo-de-vendas.shtml>> Acesso em 28/11/2022

PORTO, Walter. **Venda de ebooks salta 83% em 2020 e revela força dos livros digitais na pandemia.** Folha de S. Paulo. São Paulo. 01/07/2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2021/07/venda-de-ebooks-salta-83-em-2020-e-revela-forca-dos-livros-digitais-na-pandemia.shtml>> Acesso em 27/11/2022

Preço do papel dispara, e editoras encolhem tiragem de livros e HQs. JCNET: FolhaPress. Disponível em: <https://sampi.net.br/bauru/noticias/2075288/economia__negocios/2022/03/preco-do-papel-dispara--e-editoras-encolhem-tiragem-de-livros-e-hqs> Acesso em 27/11/2022

Ribeiro, Osni Moura – **Noções de custo** 1.ed. São Paulo, Érica, 2020.

Ross, Stephen A. Et. Al. **Administração financeira.** 10.ed. – Porto Alegre – AMGH, 2015

SAMPAIO, Fabiana. **Mercado editorial brasileiro registra crescimento de quase 30% em 2021.** Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/cultura/audio/2022-03/mercado-editorial-brasileiro-registra-crescimento-de-quase-30-em-2021>> Acesso em 04/12/2022

SNEL: Sindicato Nacional dos Editores de Livros. Página Inicial. Disponível em: <<https://snel.org.br/pesquisas/>> Acesso em 27/11/2022

WERNKE, Rodney. **Gestão de custos: uma abordagem prática.** São Paulo: Atlas, 2017.