

Didáticos e religiosos puxam mercado editorial

Diretor da Câmara Brasileira do Livro diz que o grande potencial de crescimento do País tem atraído editoras de países como Espanha e Portugal

SÃO PAULO

Os novos canais de distribuição de livros, como as bancas de jornais e os supermercados, e o aumento de vendas dos livros religiosos e didáticos estão ajudando a puxar o crescimento do mercado editorial brasileiro.

A Editora Nova Fronteira, que fechou o ano de 2006 com prejuízo de R\$ 1,7 milhão, prevê que fechará o ano de 2007 no azul. Isso porque a editora cresceu 80% em 2005 para 2006, segundo Mauro Palermo, diretor superintendente da Nova Fronteira.

“Nossos planos de crescimento certamente passam, não apenas pelo reforço das nossas ações nos canais já tradicionais de venda de livros como livrarias e Internet, mas também na ampliação das nossas operações nos chamados novos canais, tais como supermercados, vendas por catálogo, lojas de conveniência, bancas de jornal etc.”

Não é à toa que a editora está

→ CAMPEÕES

«Os responsáveis pelas boas taxas de crescimento são os livros infantis, seguidos dos romances e das publicações religiosas»

ARMANDO ANTONGINI
DIRETOR DA CBL

investindo nesses novos canais. De acordo com levantamento feito pela Câmara Brasileira do Livro (CBL), enquanto o crescimento total do mercado editorial foi de quase 19% entre 2004 e 2005, as vendas em supermercados cresceram, no período, mais de 60%.

Em bancas de jornal, o aumento foi de 48,19%, enquanto nas escolas os índices subiram em quase 35%.

Apesar de as avaliações do setor editorial serem mais lentas (os dados sobre 2006 só serão conhe-

cidos pela CBL no final de 2007), o diretor da entidade, Armando Antongini, estima que, no ano passado, tenha havido um crescimento menor, próximo dos 5%.

“É apenas uma pista que obtive de conversas com empresários, mas os maiores responsáveis por esse crescimento são os livros infantis, que há muitos anos são os que mais engrossam os índices, seguidos pelos romances, pelas publicações religiosas e por livros de auto-ajuda”, relata.

Mesmo assim, o otimismo é grande no setor, já que a média de livros consumidos por habitante ao ano é de menos de dois exemplares. Isso levou editoras espanholas, como a Planeta e a Santillana, e portuguesas, como a Almedina, a investirem no mercado brasileiro. Segundo Antongini, essas empresas contam com o público potencial, que deve crescer em algum momento.

Preço acessível

Outro fator que elevou a tiragem nos chamados novos canais é o investimento das editoras em publicações de preço acessível.

O diretor superintendente da Nova Fronteira informa que “o

público consumidor de livros nos novos canais, de maneira geral, tem menor poder aquisitivo que o público tradicional consumidor de livros vendidos em livrarias” e que, portanto, houve adaptação das obras a esses novos canais para poder oferecer o mesmo conteúdo dos livros tradicionais a preços reduzidos.

Religiosos

O segundo setor que mais cresceu no período foi o de livros religiosos. Ficou atrás apenas dos títulos didáticos, relacionados à educação básica e ao Ensino Médio, cujas vendas foram alavancadas por programas de distribuição gratuita promovidos pelo Ministério da Educação, responsáveis por tiragens de acima de 150 milhões de exemplares.

O setor religioso, segundo a CBL, produziu mais de 31 milhões de cópias.

Whaner Endo, diretor executivo da Associação Brasileira de Editores Cristãos (ABEC) tem dados relacionados apenas às publicações evangélicas produzidas e comercializadas no ano 2004.

Ele ressalta que nem todos seus afiliados responderam à pesquisa da CBL e exhibe dados de uma sondagem encomendada pela ABEC, que revela um crescimento de 22,5% do setor e um faturamento de R\$ 239 milhões, também relativo a 2004.

O crescimento no setor desperta o interesse de outras editoras

“Existe um movimento de editoras não religiosas tentando entrar no nosso segmento.

Um exemplo foi a *joint venture* entre a Ediouro e

a Thomas Nelson (a maior editora evangélica americana). O que indicará o sucesso desses empreendimentos será a capacidade de entendimento dessas empresas do segmento editorial evangélico brasileiro. Nossa preocupação é a entrada de empresas que só estejam enxergando o segmento como uma boa oportunidade.”

JAMES CIMINO

Já publicamos 295 reportagens sobre

MERCADO EDITORIAL

Para mais informações sobre esse tema, use nosso buscador nos sites:

www.dci.com.br
www.panoramabrasil.com.br



Armando Antongini

Vendas em escolas têm 30% de inadimplência

Outro canal de vendas que cresce bastante no Brasil é a tradicional venda de porta em porta, que cresceu mais de 11% entre 2004 e 2005.

Grande parte dos lucros obtidos nesse tipo de venda é trazida das escolas. “Os vendedores oferecem alguns títulos a diretores e coordenadores pedagógicos das instituições de ensino para avaliação. Aprovadas, algumas dessas obras são doadas às bibliotecas das escolas em troca de os vendedores poderem oferecer, no horário do intervalo, um catálogo de publicações aos alunos”, diz Antongini.

No entanto, é um setor com índice de inadimplência de 30%, pois os alunos recebem os livros antecipadamente acompanhados de um boleto, já que tais famílias são das classes C e D e não dispõem de outros meios de pagamento como cheques ou cartões de crédito.