

# CBD0289 - Administração de Recursos e Produtos de Informação

## **Publicação de Livros**

Pedro Luiz Côrtes  
plcortes@usp.br

## ► Mercado

- O preço do livro (precificação) :
  - É especificado/sugerido pela editora.
  - Há um acordo tácito (não formal) entre as livrarias para que o preço seja respeitado (mas nem sempre isso ocorre, especialmente com as grandes redes).
  - Uma livraria pode conceder um desconto indireto (bônus) em caso de sucessivas compras. É o caso do programa de pontuação de algumas grandes livrarias.
  - Uma livraria online pode conceder desconto sobre o preço final (para compensar o custo do frete).
  - No final, o preço praticado entre as duas operações (loja física e Internet) é praticamente o mesmo.

## ▶ Mercado

- ▶ O lucro da livraria:
  - ▶ Dependendo do porte da livraria, ela pode receber entre 30% a 50% de desconto sobre o preço final.
  - ▶ Em muitos casos, o livro é fornecido em consignação (a livraria só paga após a venda do livro).
  - ▶ Em geral, o prazo de consignação é de 60 dias. Após esse período, a livraria faz o acerto com a editora:
    - ▶ Os livros não vendidos são devolvidos
    - ▶ Os livros vendidos são pagos
  - ▶ Atualmente, as quantidades colocadas em consignação são pequenas (por exemplo, 50 exemplares que serão distribuídos entre 5 ou 6 lojas, por exemplo).

## ▶ Mercado

### ▶ Remuneração dos autores

- ▶ Em geral, 10% sobre o preço final, mas pode variar conforme a editora (e, mais raramente, o autor).
- ▶ Esse valor é pago duas vezes ao ano (mas, também pode variar conforme a editora e o autor).
- ▶ Há casos (não muito frequentes) em que a editora dá um adiantamento para o autor. Esse adiantamento é descontado dos direitos autorais que serão pagos posteriormente.
- ▶ Esse adiantamento pode ser dividido em duas parcelas: 50% na assinatura do contrato e 50% na entrega (ou aprovação) dos originais.

## ▶ Mercado

### ▶ Remuneração dos autores

- ▶ Há editoras que pedem exclusividade sobre determinados temas. Por exemplo, um autor que escreva sobre TI para a editora X não poderá escrever sobre o mesmo tema para a editora Y sem prévia autorização.
- ▶ Há casos em que as editoras pagam o projeto (por exemplo, uma biografia que terá grande venda) e depois remuneram o autor pelo número de exemplares vendidos.

## ▶ Mercado

### ▶ Tradução

- ▶ Em muitos casos, ocorre a venda por um valor fixo (por exemplo, uma editora faz a venda por US\$ 2000 dos direitos de publicação de uma obra para uma editora na Argentina, independente do número de exemplares publicados naquele país)
- ▶ O mesmo ocorre quando uma editora nacional adquire os direitos de tradução e publicação de uma obra estrangeira.
- ▶ O tradutor é remunerado pelo serviço total (não recebe uma porcentagem pela quantidade de exemplares vendidos).

## ▶ Mercado

### ▶ Impressão

- ▶ Poucas editoras tem parque gráfico próprio (em geral, aquelas que trabalham com livros didáticos).
- ▶ A editora “compra espaço” em gráficas especializadas. Por exemplo, ela avisa que em novembro vai encaminhar uma obra de 200 páginas para ser impressa em P&B com um total de 1500 exemplares.
- ▶ A editora fornece o papel.
- ▶ A editora fornece os originais em arquivo digital.

## ▶ Mercado

### ▶ Venda e Distribuição

- ▶ As editoras tem equipes próprias de vendas. Essas equipes visitam escolas e faculdades (falam com os coordenadores e professores) e também as livrarias (ou centros de distribuição das grandes redes).
- ▶ Para locais onde a equipe não consegue atuar, é necessário contar com um distribuidor (parte da margem de venda fica com o distribuidor e parte fica com as livrarias).
- ▶ Geralmente, o distribuidor trabalha com o processo de consignação (como as livrarias).





▶ **Mercado**

- ▶ **Prospecção de autores / temas**
- ▶ **Lançamento (pode ser um problema)**
- ▶ **Participação em feiras e eventos específicos**