

INQUÉRITO AO SECTOR DO LIVRO

PARTE II – INQUÉRITOS À EDIÇÃO E À
COMERCIALIZAÇÃO

JOSÉ SOARES NEVES (COORD.)
JORGE ALVES DOS SANTOS
ALEXANDRA VAZ

INQUÉRITO AO SECTOR DO LIVRO

PARTE II - INQUÉRITOS À EDIÇÃO E À COMERCIALIZAÇÃO

José Soares Neves (coord.)

Jorge Alves dos Santos

Alexandra Vaz

2012

INQUÉRITO AO SECTOR DO LIVRO

Equipa do projeto: Maria de Lourdes Lima dos Santos (coordenação na fase de arranque), José Soares Neves (responsável do projeto na fase de arranque e depois coordenador), Jorge Alves dos Santos e Maria João Lima. Colaboração de Emanuel Cameira, Daniela Gonçalves, Sofia Leal, Samanta Velho e Alexandra Vaz.

Parte II – Inquéritos à Edição e à Comercialização

Autores: José Soares Neves (coord.), Jorge Alves dos Santos e Alexandra Vaz.

Edição: Observatório das Actividades Culturais

Morada: Av. Professor Aníbal de Bettencourt, 9 | 1600-189 Lisboa | www.oac.pt | oac@oac.pt

Coordenação editorial: Maria João Lima

Impressão: Instituto Nacional de Estatística

Data de publicação: Setembro de 2012

ISBN: 978-972-8488-44-4

Depósito Legal:

Tiragem: 100 exemplares

O Observatório das Actividades Culturais (OAC) é uma Associação sem fins lucrativos, fundada em 1996, tendo por associados fundadores o Ministério da Cultura, o Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa e o Instituto Nacional de Estatística. Ocupa-se da produção e difusão de conhecimentos que possibilitem dar conta, de uma forma sistemática e regular, das transformações no domínio das atividades culturais.

Nota de abertura

O texto que agora se publica corresponde a uma versão corrigida e aumentada da II Parte do relatório do projeto *Inquérito ao Sector do Livro* realizado no OAC entre 2007 e 2009, finalizada em junho desse ano, dedicada à apresentação do método e dos resultados dos inquéritos à edição e à comercialização.

Estes inquéritos, cuja realização constituiu uma reivindicação insistente por parte de diversos protagonistas do sector do livro, acabaram por ter uma taxa de resposta aquém das expectativas. Contudo, a reflexão metodológica, os resultados a que se chegou e, de um modo mais geral, a preocupação em deixar memória do processo justificam plenamente a passagem de relatório restrito a relatório público de modo a que possa informar possíveis futuros desenvolvimentos. De facto, tornava-se indispensável que não ocorresse com este estudo o que se passou com outros anteriormente realizados e que ficaram confinados ao seu estatuto de relatórios de circulação restrita e mergulharem em paradeiro institucional incerto.

Na passagem do relatório final para a sua publicação optou-se por manter, no essencial, a estrutura e o texto originais. A principal alteração consiste na inclusão de um capítulo com um quadro síntese comparativo dos resultados obtidos nos inquéritos à edição e à comercialização. Seguiu-se, com exceção dos anexos, materiais datados, o novo acordo ortográfico.

Importa ainda referir que a presente publicação apenas foi possível graças à disponibilização do INE, enquanto associado do OAC, para realizar a sua impressão, o que muito se agradece.

Julho de 2012

Agradecimentos

Na realização do *Inquérito ao Sector do Livro* a equipa do OAC contou desde o início com o empenhamento e a colaboração de muitos e diversificados protagonistas do sector do livro a quem está grata. Mesmo correndo o risco de alguma omissão aqui ficam os devidos agradecimentos.

Desde logo a Jorge Martins, então diretor-geral do Instituto Português do Livro e das Bibliotecas, pela iniciativa e pelo alento que sempre nos transmitiu, não só nessa qualidade mas também como sociólogo do livro; à então ministra da Cultura, Isabel Pires de Lima, por ter dado seguimento ao projeto; aos dirigentes e técnicos de dois organismos da tutela da cultura, a Direção-Geral do Livro e das Bibliotecas (DGLB) e a Biblioteca Nacional de Portugal (BNP). Na DGLB, Paula Morão e José Manuel Cortês, diretora e subdiretor, por terem agarrado o projeto assim que tomaram posse e por terem sido, para além de interlocutores atentos, autênticos parceiros ao longo de todo o processo; e os responsáveis e técnicos dos respetivos serviços, em que haverá que destacar Maria Carlos Loureiro, chefe da Direção de Serviços do Livro. Agradecimentos são devidos, na BNP, a Inês Cordeiro, subdiretora, e a Maria Luísa Santos, diretora de Serviços Bibliográficos Nacionais, pela disponibilidade na resposta aos inúmeros pedidos de informação e de esclarecimento formulados.

No INE importa mencionar Teresa Saraiva de Sousa pela permanente disponibilidade para responder ou dar seguimento às dúvidas e aos vários pedidos formulados quanto aos dados.

Aos presidentes das duas associações do sector à altura do arranque do projeto, do desenho dos inquéritos e da finalização dos instrumentos de recolha de informação, António Baptista Lopes, da APEL, e Carlos da Veiga Ferreira, da UEP, pelo constante apoio, traduzido na colaboração ao longo das várias fases do estudo – iniciativas institucionais de informação dos respetivos associados, realização de entrevistas com a equipa, participação nos pré-testes dos questionários, presença na sessão pública de apresentação dos resultados do diagnóstico realizada a 25 de Janeiro de 2008 – desses vários modos sinalizando a importância atribuída ao estudo. Agradecimentos que são extensíveis a Rui Beja, presidente da APEL na fase de trabalho de terreno, e aos membros da sua direção que mais de perto acompanharam o estudo, designadamente João Espadinha e Ana Neves, na resposta às necessidades de informação da equipa. Ainda na APEL são também devidos agradecimentos à agência do ISBN, designadamente a Ana Isabel Ribeiro pelos esclarecimentos prestados.

Um agradecimento a José Afonso Furtado pelo incentivo e pelas aturadas diligências com vista à descoberta de alguns antigos estudos com paradeiro institucional incerto, procura em que

também estiveram envolvidos, entre outros, Maria José Moura, Henrique Barreto Nunes e Manuel Villaverde Cabral.

Agradecimentos especiais são devidos aos dois presidentes do OAC durante a realização do estudo – Maria de Lourdes Lima dos Santos, nas fases de desenho e arranque do projeto, e depois José Machado Pais, nas fases de trabalho de terreno e de redação dos relatórios – pela confiança, pelo apoio, pela amizade e pelas críticas e sugestões feitas às versões preliminares dos relatórios, às quais, espera-se, tenha sido dada a sequência mais correta.

Ficam também os agradecimentos aos interlocutores, mais ou menos anónimos, nas muitas entidades contactadas com vista à recolha de informação e a todos aqueles, protagonistas nacionais e agentes literários estrangeiros, que concederam entrevistas, que aceitaram realizar os pré-testes e aos editores e livreiros que acederam responder ao respetivo questionário.

INQUÉRITO AO SECTOR DO LIVRO
PARTE II – INQUÉRITOS À EDIÇÃO E À COMERCIALIZAÇÃO

Índice

ÍNDICE DE QUADROS, GRÁFICOS E MAPAS	8
INTRODUÇÃO	13
1. METODOLOGIA, TRABALHO DE CAMPO E TRATAMENTO DE DADOS	15
1.1. METODOLOGIA	15
1.2. TRABALHO DE CAMPO	31
1.3. RESPOSTAS OBTIDAS E TRATAMENTO DE DADOS	34
1.4. SÍNTESE	40
2. ANÁLISE DOS RESULTADOS – EDIÇÃO	43
2.1. EDIÇÃO (EDITORES).....	43
2.2. MERCADO EXTERNO	88
2.3. SÍNTESE	91
3. ANÁLISE DOS RESULTADOS – COMERCIALIZAÇÃO.....	99
3.1. LIVREIROS.....	99
3.2. ESTABELECIMENTOS (LIVRARIAS)	118
3.3. SÍNTESE	139
4. UM QUADRO COMPARATIVO DOS RESULTADOS DOS DOIS INQUÉRITOS	145
BIBLIOGRAFIA	151
ANEXOS	153
ANEXO 1 – Lista de entrevistados no pré-teste	155
ANEXO 2 – Questionário – Edição.....	159
ANEXO 3 – Questionário – Comercialização	187
ANEXO 4 – Ofícios de envio do Inquérito	211
ANEXO 5 – Listagem das empresas que responderam ao Inquérito	217
ANEXO 6 – Listagem dos Géneros e Categorias editoriais.....	223
ANEXO 7 – Edição - Frequência das Categorias editoriais	227

Índice de quadros, gráficos e mapas

Índice de quadros

1. METODOLOGIA, TRABALHO DE CAMPO E TRATAMENTO DE DADOS

1. Empresas a inquirir por Universo	19
2. Empresas por Universo e por Região	22
3. Empresas por Universo e por Escalão de pessoal ao serviço	23
4. Empresas por Universo e por Escalão do volume de negócios	23
5. Edição - Estrutura do questionário	25
6. Comercialização - Estrutura do questionário (Módulo Geral)	26
7. Comercialização - Estrutura do questionário (Módulo Específico)	27
8. Datas de envio e Questionários enviados por Universo	31
9. Fases de insistência por Universo	32
10. Questionários aplicados por Situação e por Universo	35
11. Questionários recebidos por Situação e por Universo	38

2. ANÁLISE DOS RESULTADOS – EDIÇÃO

12. Editoras por Integração num grupo empresarial	44
13. Editoras por Existência de escritórios/delegações e por Tipo de atividade	44
14. Editoras por Pertença associativa e por Tipo de atividade	45
15. Empresas por Atividade económica principal e por Tipo de atividade	46
16. Editoras por Região e por Tipo de atividade	47
17. Editoras por Pessoal ao serviço e por Tipo de atividade	48
18. Pessoal ao serviço nas editoras por Tipo de atividade	49
19. Pessoal ao serviço por Integração, Tipo de empresa, Ano de constituição e Tipo de atividade	50
20. Pessoal ao serviço nas empresas por Departamento	51
21. Pessoal ao serviço por Nível de escolaridade	51
22. Editoras por Área do serviço externo a que recorreu	52
23. Volume de negócios por Tipo de atividade	53
24. Editoras por Volume de negócios e por Tipo de atividade	54
25. Volume de negócios por Integração, Ano de constituição e Pessoal ao serviço e por Tipo de atividade	54
26. Volume de negócios por Atividade e por Tipo de atividade	55
27. Receitas provenientes da venda de direitos por Tipo de receita	56
28. Despesas com compra de direitos por Tipo de despesa	57
29. Produtos e suportes editados por Tipo de atividade	58
30. Catálogo das empresas por Tipo de atividade	58
31. Catálogo das empresas por Nacionalidade dos autores e por Tipo de atividade	59
32. Títulos editados e Exemplares produzidos por Tipo de edição e por Nacionalidade dos autores	60
33. Catálogo por Género editorial e por Tipo de atividade	61
34. Principais Categorias editoriais assinaladas pelas editoras por Género	62
35. Títulos em stock, Títulos editados e Exemplares produzidos por Género editorial	63
36. Taxa de renovação e Tiragem média por Género editorial	63
37. Exemplares vendidos e Volume de vendas por Tipo de atividade	65
38. Volume de vendas por Trimestre e por Tipo de atividade	66

39. Volume de vendas por Região e por Tipo de atividade	67
40. Exemplares vendidos e Volume de vendas por Género editorial e por Tipo de atividade	68
41. Volume de vendas por Tipo de comercialização e por Tipo de empresa.....	69
42. Volume de vendas por Tipo de comercialização e por Canal de venda	70
43. Editoras por Modo de comercialização e por Tipo de atividade.....	71
44. Descontos aplicados por Canal de distribuição/venda	71
45. Devoluções de livros por Tipo de atividade	73
46. Participação em Feiras do livro em Portugal por Tipo de atividade	74
47. Participação em Feiras do livro no estrangeiro por Tipo de atividade.....	75
48. Informatização dos serviços por Tipo de empresa	77
49. Conteúdos e funcionalidades da página Internet por Secção e por Tipo de atividade.....	78
50. Idioma dos conteúdos da página de Internet por Tipo de atividade	79
51. Meios eletrónicos utilizados por Tipo de atividade	79
52. Marketing e comunicação por Tipo de atividade.....	81
53. Despesa com marketing e comunicação por Tipo de atividade.....	81
54. Participação e conhecimento dos Programas e sistemas de apoio público ao sector do livro.....	82
55. Participação em Programas e sistemas de apoio público por Tipo de atividade	83
56. Conhecimento das Medidas públicas para o sector do livro e da leitura	84
57. Avaliação das Medidas públicas para o sector do livro e da leitura	85
58. Indicadores do mercado externo por Tipo de atividade.....	88
59. Exemplares vendidos e Volume de vendas no mercado externo por Género editorial e por Tipo de atividade.....	89
60. Exemplares vendidos e Volume de vendas por País e por Tipo de atividade	90
61. Venda de direitos por País	91

3. ANÁLISE DOS RESULTADOS – COMERCIALIZAÇÃO

3.1 LIVREIROS

62. Empresas por Integração num grupo empresarial.....	100
63. Empresas por Número de estabelecimentos abertos ao público	100
64. Empresas por Região.....	101
65. Empresas por Pessoal ao serviço	102
66. Pessoal ao serviço nas empresas por Integração, Ano de constituição, Região e Tipo de empresa	103
67. Pessoal ao serviço nas empresas por Departamento	104
68. Pessoal ao serviço nas empresas por Nível de escolaridade.....	105
69. Recurso a serviços externos pelas empresas por Área	106
70. Empresas por Volume de negócios.....	106
71. Volume de negócios por Integração, Ano de constituição, Região e Pessoal ao serviço.....	107
72. Volume de negócios por Atividade	108
73. Compras e vendas de livros por Área geográfica de mercado.....	108
74. Modos de aquisição de livros pelas empresas	109
75. Existência de Página de Internet	111
76. Meios eletrónicos utilizados no contacto com o público.....	111
77. Integração em serviço de vendas pela Internet.....	112
78. Conhecimento e participação em Sistemas de apoio público	113
79. Conhecimento das Medidas de políticas culturais públicas direcionadas para o livro e a leitura	114
80. Avaliação das Medidas de políticas culturais públicas direcionadas para o livro e a leitura	115

3.2 ESTABELECIMENTOS (LIVRARIAS)

81. Estabelecimentos por Localização	119
82. Estabelecimentos por Abertura ao longo da semana	119

83. Estabelecimentos por Horário de abertura.....	120
84. Área ocupada por Serviço	120
85. Estabelecimentos por Região.....	121
86. Estabelecimentos por Pessoal ao serviço	123
87. Pessoal ao serviço por Departamento/secção.....	124
88. Pessoal ao serviço por Nível de escolaridade	125
89. Estabelecimentos por recurso a Serviço externo.....	126
90. Estabelecimentos por Espaço destinado ao público.....	126
91. Estabelecimentos por Atividade orientada para o público.....	127
92. Estabelecimentos por Produto comercializado	128
93. Títulos em stock e adquiridos	128
94. Principais Categorias editoriais assinaladas pelos estabelecimentos por Género.....	130
95. Títulos em stock e títulos adquiridos por Género editorial.....	131
96. Volume de negócios por Produto/serviços.....	133
97. Exemplares vendidos e Volume de vendas de livros	133
98. Exemplares vendidos e Volume de vendas por Género editorial	135
99. Exemplares vendidos e Volume de vendas por Canal de comercialização	136
100. Estabelecimentos por Ações de marketing realizadas.....	137
4. UM QUADRO COMPARATIVO DOS RESULTADOS À EDIÇÃO E À COMERCIALIZAÇÃO	
101. Resultados dos Inquéritos à Edição e à Comercialização: um quadro comparativo.....	147

Índice de gráficos

1. METODOLOGIA, TRABALHO DE CAMPO E TRATAMENTO DE DADOS

1. Situação dos questionários recebidos por Universo	36
--	----

2. ANÁLISE DOS RESULTADOS – EDIÇÃO

2. Editoras por Ano de constituição e por Tipo de atividade.....	47
3. Editoras por Tipo de empresa e por Tipo de atividade	49
4. Chancelas editoriais por Tipo de atividade	64
5. Margens de desconto aplicadas por Canal de distribuição/venda	72
6. Informatização dos serviços por Tipo de atividade.....	76
7. Meios publicitários utilizados por Tipo de atividade	80

3. ANÁLISE DOS RESULTADOS – COMERCIALIZAÇÃO

3.1 LIVREIROS

8. Empresas por Ano de constituição.....	101
9. Empresas por Tipo de empresa.....	102
10. Recurso a serviços externos pelas empresas	105
11. Participação em feiras do livro.....	110
12. Existência de computadores	110
13. Empresas por Meio publicitário utilizado	112

3.2 ESTABELECIMENTOS (LIVRARIAS)	
14. Estabelecimentos por Ano de abertura	121
15. Estabelecimentos por Tipo de estabelecimento.....	123
16. Recurso a serviços externos pelos estabelecimentos.....	125
17. Catálogo por Género Editorial.....	129
18. Divulgação de Tabela/top de vendas	132
19. Volume de vendas de livros por Trimestre	134
20. Estabelecimentos por Serviços informatizados	136

Índice de mapas

1. METODOLOGIA, TRABALHO DE CAMPO E TRATAMENTO DE DADOS

1. Empresas da Edição de livros e do Comércio a retalho de livros por concelho de localização da sede da empresa	39
--	----

3. ANÁLISE DOS RESULTADOS – COMERCIALIZAÇÃO

2. Livrarias por concelho	122
---------------------------------	-----

INTRODUÇÃO

Uma vez descrito o processo seguido e os resultados do Enquadramento e do Diagnóstico sobre o sector do livro em Portugal, incluindo as fontes estatísticas oficiais e administrativas, na Parte I (Neves, Santos, Lima, Vaz e Cameira, 2012), nesta Parte II sintetizam-se os resultados a que se chegou com os inquéritos por questionário dirigidos às empresas da edição de livros (editoras) e às empresas de comércio a retalho de livros (livreiros e livrarias).

Esta Parte II organiza-se em quatro capítulos: no primeiro trata-se, de forma detalhada, a metodologia, no segundo faz-se a análise dos resultados do inquérito às empresas da edição, no terceiro a análise dos resultados do inquérito às empresas de comércio a retalho de livros e no último traça-se, em síntese, um quadro comparativo dos resultados dos dois inquéritos. Note-se que o ano de referência dos dados é 2007.

No capítulo relativo à metodologia descrevem-se os processos de construção dos universos inquiridos e dos respetivos questionários. Detalha-se ainda o trabalho de campo, designadamente as fases da aplicação, as insistências feitas e as respostas obtidas estabelecendo-se quais as bases quantitativas que estarão em jogo nos capítulos seguintes. No segundo capítulo explanam-se os resultados do inquérito à edição organizados de acordo com as dimensões inquiridas nos dois módulos: o módulo geral que integra, entre outras dimensões, a caracterização, a identificação das atividades, os valores físicos e financeiros do mercado interno, incluindo direitos de propriedade intelectual, e o módulo específico dirigido à atividade nos mercados externos. No terceiro e último capítulo dá-se conta dos resultados do inquérito às empresas de comercialização de livros numa dupla perspetiva: a das empresas (no módulo geral) e a dos estabelecimentos, as livrarias (objeto do módulo específico). A estrutura dos questionários à edição e à comercialização são semelhantes, embora salvaguardas as especificidades respetivas.

Importa, antes de passar à apresentação da metodologia utilizada, referir que esta Parte II se centra numa das fontes estatísticas antes identificada como um dos pilares de qualquer sistema avançado de informação sobre o sector.

Assim, a partir da panorâmica traçada na Parte I sobre os sistemas de produção de informação estatística sobre o livro na Europa, nomeadamente no que diz respeito às fontes utilizadas, dimensões consideradas e indicadores mobilizados, abordam-se sucintamente os contributos

desses sistemas para o presente Inquérito. Na referida Parte I identificam-se quatro principais fontes estatísticas: o Depósito Legal, o ISBN, as estatísticas nacionais e os inquéritos ao sector. Esta Parte II centra-se, como se referiu já, nesta última fonte – os inquéritos ao sector.

Toma-se como referências os modelos de produção de informação estatística sobre o sector do livro de três países europeus: Espanha, França e Inglaterra. A partir deles é possível constatar que um sistema de produção de informação não se baseia apenas numa fonte mas em várias, embora a diversidade de fontes siga um padrão comum que assenta numa tríade: estatísticas nacionais, oficiais, produzidas pelos institutos nacionais de estatística com base em dados administrativos e harmonizadas a nível europeu pelo Eurostat, com informação relevante sobre o sector, designadamente a edição, a comercialização e o consumo; estatísticas de base administrativa sobre a edição construídas a partir de uma de duas fontes possíveis: do sistema do depósito legal ou do sistema ISBN; e os inquéritos ao sector. Como ficou patente, nos sistemas avançados, estas fontes não são alternativas, mas sim complementares, uma vez que cada uma tem vantagens e limitações e só no seu conjunto permitem cabalmente descrever e explicar a evolução do sector. É através do cruzamento dos contributos específicos de todas elas que é possível caracterizar devidamente o sector. A exceção – e por isso é tratada como um único pilar de um sistema de informação – reside no depósito legal ou no ISBN uma vez que, embora não se refiram exatamente à mesma realidade, fornecem, no essencial, o mesmo tipo de indicadores. Assim, embora todos os modelos escrutinados se baseiem nas três fontes referidas, é possível constatar especificidades. Por exemplo, se em França o depósito legal é a fonte administrativa privilegiada em detrimento do ISBN, em Espanha passa-se o contrário.

Quanto às estatísticas nacionais, oficiais, importa lembrar o trabalho desenvolvido pelo Eurostat que, no âmbito da União Europeia, vem delineando orientações no sentido da harmonização dos critérios de recolha de dados. Disso são exemplo os projetos relacionados com as empresas (*Structural Business Statistics*), o emprego (*Labour Force Survey*) e o comércio internacional (*Comext*). Uma vez que tais inquéritos abrangem a edição de livros – é mesmo o único sector cultural por eles abrangido –, é possível não só a extração de dados sobre o sector do livro no plano nacional, como ainda a sua comparação entre países europeus, e ainda, claro, o apuramento de danos no plano europeu (Beck-Domzalska, 2007: 170-185).

Por outro lado, o crescente recurso às fontes administrativas (ou seja, aquelas que decorrem da atividade corrente das organizações e de que são exemplos maiores os referidos sistemas de Depósito Legal e de ISBN) e sua apropriação para fins estatísticos é incontornável. Devem ser consideradas, tecnicamente controladas de modo a salvaguardar a sua fiabilidade, e inseridas num modelo teórico que assegure a sua validade. Mas não resolvem todas as necessidades de informação, sobretudo a níveis de maior detalhe, sobre a atividade editorial e comercial.

Daí o indispensável recurso a inquéritos por questionário ao sector, instrumento adequado a esse fim, como os vários exemplos demonstram e o presente estudo confirma.

1. METODOLOGIA, TRABALHO DE CAMPO E TRATAMENTO DE DADOS

1.1. METODOLOGIA

Questionários utilizados noutros países

Em muitos países a auscultação das condições de funcionamento do mercado do livro e a aplicação de questionários, como instrumento privilegiado para o efeito, é já um dado adquirido e com tradição. Abrangem normalmente, embora separadamente, a edição e o comércio de livros. Os casos de Espanha e França são, a esse título, ilustrativos.

A Espanha é um bom exemplo. Apesar da desconcentração administrativa, consegue compilar informação consistente sobre o sector a nível nacional e provincial. Em termos de edição, o estudo mais importante é o *Estudio de Comercio Interior del Libro*, realizado anualmente pela Federación de Grémios de Editores de España, que apresenta os valores do mercado interno do livro¹. O seu instrumento de recolha de informação designa-se *Cuestionario Comercio del Libro en España*. O universo é constituído por editoras privadas agremiadas com atividade permanente e contínua. A amostra é estratificada por grémio e por volume de faturação. O questionário é auto-preenchido e enviado por e-mail ou correio. Em 2007, o universo incluía 800 empresas. O período de aplicação decorreu no primeiro semestre e a taxa de resposta foi de 45%² (360 questionários) (Federación de Gremios de Editores de España, 2008: 15).

A exaustividade deste questionário representa uma mais-valia em termos de abrangência dos resultados que permite obter. Dada a existência de aplicações anteriores, a possibilidade de cálculo de taxas de variação anuais e de outras medidas comparativas também enriquecem o estudo.

O questionário inclui as seguintes dimensões: Dados gerais da editora; Publicações e áreas temáticas; Atividade comercial no mercado interno (faturação total, por género, por mês, por

¹ A fase de recolha de informação incide sobre os mercados interno e externo mas os resultados são divulgados separadamente, uma vez que os dados referentes ao mercado externo são uma das fontes do estudo *El Comercio Exterior del Libro* da responsabilidade da Federación Española de Cámaras del Libro (FEDECALI).

² Importa ter em conta que entre as empresas com maior volume de faturação a taxa de resposta é de 94%, sendo que a faturação destas representa 64% do sector editorial em 2007.

canais de distribuição, por género e canal de venda; descontos e margens aplicados aos canais de distribuição, devoluções); Marketing e publicidade; Direitos de autor e venda de direitos. Inclui anexos específicos para Formato livros de bolso, Colecionáveis e Comércio exterior. Não inclui questões sobre marcas de comercialização relacionadas com a editora inquirida, apurando apenas se a editora pertence a um grupo ou não.

No que toca à comercialização, um estudo promovido pela Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros (CEGAL) compila informação sobre a gestão das livrarias (Cubelles, 2006). A metodologia utilizada combina várias técnicas: entrevistas telefónicas com informantes privilegiados do ramo; questionário aplicado a uma amostra de livrarias; e recolha de informação de outras fontes. A definição oficial de livraria contempla todos os estabelecimentos comerciais que se dedicam total ou parcialmente à venda de livros. Dada a dispersão de canais que podem ser considerados pontos de venda, o critério delimitador prende-se com o facto de existir faturação significativa no estabelecimento comercial relativa à venda de livros. Neste estudo, as livrarias a inquirir são estratificadas por nível de faturação anual e por área comercial, espaço de retalho. Uma vez que não foi possível aceder ao questionário que está na base dos dados divulgados no relatório apresentam-se os tópicos gerais de informação compilada: Agrupamentos de livrarias por dimensão; Tipologia do estabelecimento (gerais, especializados, gerais com especialização); Associativismo; Área da livraria (acesso ao público, outras áreas, área total, percentagem de área de livros sobre a superfície total e de livros sobre a área de acesso ao público); Recursos humanos e horários de abertura ao público; Vendas (totais, por género, por língua, por perfil de cliente, por canal); Grau de informatização da livraria; Outras atividades da livraria; Dados gerais (número de pontos de venda da empresa, descontos obtidos com os fornecedores).

Em relação a França importa referir o estudo *Repères Statistiques: l'Édition de Livres en France*, que tem por base o instrumento de recolha de informação *Enquête Annuelle de Branche – Produits de l'Édition*, aplicado pelo Syndicat National de l'Édition (SNE) (Syndicat National De L'edition, 2006), em colaboração com o Service des Etudes des Statistiques Industrielles (SESSI). O questionário, de resposta obrigatória, destina-se a todas as empresas que desempenham uma atividade relacionada com os produtos de edição e centra-se na recolha de informação sobre a produção e venda de livros, mas procura também caracterizar as empresas em termos de emprego, marcas, géneros e categorias editoriais. Saliente-se também a nomenclatura de géneros e categorias editoriais utilizada e que resulta de um trabalho aturado, desenvolvido desde a década de 50 (CLIL, 2007). Estrutura-se da seguinte forma: faturação total (venda de livros e cessão de direitos); repartição das vendas de livros por canal; Repartição da faturação, dos exemplares vendidos, dos títulos e dos exemplares produzidos em todos os formatos por nomenclatura; repartição da faturação, dos exemplares vendidos, dos títulos e dos exemplares produzidos em formato de bolso por nomenclatura; edição em números (exemplares vendidos e faturação); emprego na edição; direitos de autor relativos ao período de referência; e

Sociedades e marcas representadas no questionário. Menos exaustivo que o questionário espanhol relativo ao comércio do livro, este instrumento não aborda alguns dos aspetos como as devoluções, a estrutura organizacional e de recursos humanos, as importações e exportações, as questões de marketing ou publicidade das editoras, nem faz alusão às vendas on-line enquanto canal possível de comercialização.

Já no que diz respeito ao comércio de livros em França importa destacar o estudo IPSOS Culture e Observatoire de L'économie du livre (2007: 127-133). Exclui as grandes superfícies alimentares e as grandes superfícies comerciais. O questionário centra-se em oito grandes áreas e estrutura-se da seguinte forma: Características da livraria (forma jurídica, propriedade, associativismo, sindicato, faturação total, empregados efetivos, classificação das funções dos efetivos, área, pormenores de horários, dias e semanas de funcionamento, concorrência na proximidade, nível de aproveitamento das TIC, aproveitamento da circulação da informação comercial, etc.); Balanço simplificado (capitais próprios, contas correntes, dívidas próprias e de outros, stocks de mercadorias e de livros existentes, etc.); Conta de resultados (compra e venda de mercadorias e de livros, variação de stock, encargos de exploração do espaço – aluguer, publicidade, custos com os empregados, transporte, resultados da exploração comercial, financeiros, etc.); Estrutura das vendas por canal (vendas a retalho fora da loja, vendas a termo, cartão de cliente); Estrutura das vendas por especialidade (vendas por género); Descontos e atrasos de pagamento por editora; Repartição do stock por tempo de permanência em loja; Outras observações. Este questionário não inclui questões sobre outras atividades comerciais que não as diretamente relacionadas com o livro nem sobre a formação do pessoal ao serviço.

Nesse mesmo estudo da IPSOS foi desenvolvido, a propósito das livrarias independentes (2007: 135), um pequeno levantamento relativo à distribuição em que foi apurada informação sobre: nome das livrarias com que trabalham; outros dados de caracterização dessas livrarias (morada, cidade, etc.); faturação a preços de venda ao público sem imposto; e faturação sem imposto dos descontos médios. Este questionário foi aplicado às 16 principais distribuidoras francesas com o objetivo de melhor perceber os fluxos entre empresas de distribuição e comercialização. Não inclui questões sobre devoluções e margens de negociação com os livreiros.

Espanha e França são, pois, dois bons exemplos. Claro que não podem ser simplesmente transpostos para o caso português, mas constituem seguramente referências a ter em conta. Foi isso que se tentou fazer no presente *Inquérito ao Sector do Livro*: recensar exemplos de outros países, com particular atenção àqueles em que o mercado do livro já tem sistemas de informação sólidos.

De facto, os instrumentos de recolha de informação utilizados noutros países, em particular os mais desenvolvidos no que toca aos inquéritos do sector, constituem referências incontornáveis no tocante às dimensões inquiridas, à formulação das questões e aos indicadores utilizados. Contributos que, contudo, devem ser confrontados com a realidade nacional. Foi desse

confronto, após um processo cuidado de auscultação a diversos agentes do sector (editores e livreiros, nomeadamente) que resultaram os dois questionários (edição e comercialização).

Definições e fontes utilizadas na construção dos universos

Uma vez decidido que o *Inquérito* incidiria sobre as empresas editoras e livreiras importava estabelecer quais as fontes capazes de virem a constituir os respetivos universos de inquirição.

No sentido de concretizar esse objetivo, e após consulta das várias fontes disponíveis e potenciais, optou-se por utilizar, como fonte para os universos e para a consequente constituição de um ficheiro de expedição, o Ficheiro de Unidades Estatísticas (FUE) – Base Belém do Instituto Nacional de Estatística (INE). Esse Ficheiro inclui as pessoas, individuais ou coletivas, com sede em Portugal, que desenvolvem uma atividade económica num dos sectores de atividade, classificadas a partir da CAE Rev. 2.1. O FUE possui dois níveis de atualização: uma base dinâmica (Base Belém), composta pelas pessoas coletivas (sociedades), de atualização diária; e uma base estática, composta pelos empresários em nome individual, com um processo de atualização anual, quer através de fontes administrativas, quer pelos vários inquéritos realizados pelo INE, quer ainda pelo cruzamento de informação com outras instituições, como o Ministério das Finanças e o Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social. Em termos temporais, verifica-se sempre um desfazamento de 1 ano entre os dados físicos (identificação e localização), mais atuais, e os dados económicos (volume de vendas e pessoal ao serviço).

Deste modo, o FUE – Base Belém constitui a fonte para os universos correspondentes às atividades do sector do livro que se pretendem estudar – edição e comercialização. As unidades a inquirir são as que correspondem às seguintes definições: todas as pessoas coletivas (sociedades), em atividade, com sede social localizada em território nacional (Continente e Regiões Autónomas) e que desempenham como principal atividade económica a Edição de livros (subclasse 22110 da CAE Rev. 2.1.) ou o Comércio a retalho de livros (subclasse 52471 da CAE Rev. 2.1.). Os dados físicos – ou seja, os dados de localização, indispensáveis à criação dos ficheiros de expedição dos questionários – reportam-se ao ano de 2007.

Não foram considerados como unidades a inquirir nos respetivos universos os seguintes casos:

- Empresas detidas por empresários em nome individual ou com regime similar, uma vez que estes se encontram protegidos pelo segredo estatístico³;

³ Na Base Estática do FUE, no ano de 2006, contabiliza-se um total de 558 Empresários em nome individual que desempenham uma atividade principal correspondente a uma das subclasses em estudo, sendo que a maior percentagem (84%) corresponde à atividade de Comércio a retalho de livros, registando a Edição de livros 16%. Em termos de total de entidades, se se juntar em cada uma daquelas atividades as Sociedades e os

- Empresas extintas ou com atividade suspensa;
- Empresas cuja atividade económica principal é o comércio a retalho de livros em 2ª mão (subclasse 52500 da CAE Rev. 2.1.);
- Empresas cuja atividade económica principal é o comércio a retalho de artigos de papelaria, jornais e revistas (subclasse 52472 da CAE Rev. 2.1.)⁴, independentemente de o livro poder constituir um dos produto à venda;
- Empresas correspondentes a outras atividades, embora incluindo a venda de livros, como hipermercados, quiosques, retalho cultural, entre outros, uma vez que se enquadram numa outra atividade económica.

Uma vez esclarecidos os critérios de delimitação dos universos a inquirir, os respetivos registos foram solicitados ao INE. As bases de dados incluíam os seguintes campos de informação: atividade económica principal, número de pessoa coletiva, nome da empresa, morada, código postal, telefone, fax, e-mail, distrito, concelho e freguesia da sede da empresa. Importa ter em conta que os referidos campos têm diferentes níveis de preenchimento, ou seja, este não era necessariamente exaustivo. O campo relativo ao e-mail, por exemplo, apresentava grandes lacunas. As bases de dados incluíam ainda campos de classificação das empresas de acordo com o escalão de pessoal ao serviço e com o escalão de volume de negócios da empresa em causa (ver Parte I, Neves, Santos, Lima, Vaz e Cameira, 2012).

Em termos de número de casos, refira-se que o total de unidades a inquirir é 797, das quais 383 da edição e 414 do comércio a retalho de livros (quadro nº 1).

Quadro nº 1
Empresas a inquirir por Universo

Universo	Número
Edição de Livros (subclasse 22110 da CAE Rev. 2.1.)	383
Comércio a Retalho de Livros (subclasse 52471 da CAE Rev. 2.1.)	414

Fonte: Instituto Nacional de Estatística – Portugal, Ficheiro de Unidades Estatísticas (FUE) – Base Belém (outubro de 2007).

Empresários em nome individual, verifica-se que estes últimos representam 19% na Edição e uma percentagem mais significativa de 53% no Comércio a retalho de livros.

⁴ Em 2006 correspondia a 2.424 sociedades.

Vantagens e limitações da fonte INE na abordagem da edição e da comercialização

A escolha da fonte INE como base para a constituição dos universos foi tomada tendo em conta que se pretendia abordar a edição e a comercialização de livros do ponto de vista das empresas e que através do INE, por via da classificação das atividades económicas, é possível isolar as empresas que correspondem às atividades pretendidas. Por exemplo, o mesmo não seria possível quanto à distribuição de livros uma vez que tal atividade não pode ser distinguida no conjunto das empresas distribuidoras.

No entanto, apesar das vantagens inegáveis que essa fonte apresenta, é necessário ter em consideração um conjunto de aspetos nela encontrados que tiveram de ser equacionados e, nalguns casos, superados.

O primeiro respeita à insuficiência de informação em alguns dos campos, em particular nos relacionados com os dados de localização e contacto. Entre esses salientam-se as elevadas percentagens de ausência de informação nos campos número de telefone (69%), fax (81%) e, sobretudo, e-mail (92%). Quer isto significar que o conteúdo dos respetivos campos teve de ser verificado, preenchido ou complementado pelo OAC. A ausência (aliás compreensível tendo em conta a sua volatilidade) de endereços de e-mail teve importantes implicações inviabilizando, desde logo, uma solução do tipo questionário eletrónico.

Um outro aspeto é o que resulta da consulta de outras fontes disponíveis⁵ e do seu confronto com os registos constantes da base de dados do INE. Detetaram-se, deste modo, diversas particularidades, entre as quais se podem referir, a título ilustrativo, as seguintes:

- Registos que aparecem referenciados com nomes diferentes, ou seja, pode numa fonte ter o nome da empresa (denominação social) e noutra fonte o nome da marca ou a sua denominação comercial, levando à não identificação direta do registo, a não ser por intermédio da confirmação com outros dados, como a morada ou código postal. Por exemplo: Américo Fraga Lames e C.ª Lda./ Civilização Editores Lda./ Livraria Civilização Editora; ou Dias & Andrade Lda./ Livraria Portugal;
- A unidade de análise adotada – empresa ou estabelecimento – a ter em conta, principalmente, no que diz respeito ao universo do Comércio a retalho de livros, sendo que no caso da fonte INE essa unidade é a empresa. Tomando como exemplo empresas que detém cadeias de livrarias (Bertrand, Bulhosa, Almedina, etc.), o que é inquirido é a

⁵ As outras fontes consultadas são a Direcção-Geral do Livro e da Biblioteca (bases de dados de editoras e de livrarias referenciadas a maio de 2007), a Associação Portuguesa de Editores e Livreiros (APEL, informação cedida através da sua página na Internet em dezembro de 2007) e a União dos Editores Portugueses (listagem disponibilizada ao OAC em junho de 2007). Refira-se que existem grandes diferenças entre elas, devido em grande medida, naturalmente, às especificidades e finalidades que cada fonte atribui à informação de que dispõe.

empresa como uma única unidade e não cada um dos estabelecimentos que a compõem. Em contraste, pelo menos numa das fontes consultadas a unidade de registo é o estabelecimento;

- Empresas que, apesar de desenvolverem predominantemente a atividade de edição de livros, estão classificadas numa outra atividade económica principal⁶, embora se situem no grupo da Edição (grupo 221 da CAE Rev. 2.1.), como são os casos, por exemplo, da Fim de Século Edições, Girassol Edições ou Impala – Sociedade Editorial (subclasse 22130) ou ainda Assírio & Alvim II - Editora, Distribuidora e Livreira e Minutos de Leitura – Edições (subclasse 22150);

- Empresas que desenvolvem atividade de edição de livros mas não como atividade económica principal, e que integram grupos empresariais com outra atividade. Exemplo: Ambar – Ideias no Papel;

- Empresas que não integram os universos, mas que desempenham uma atividade tanto no sector da edição como no comércio e que não foi possível enquadrar numa determinada atividade. Exemplos: Selecções do Reader's Digest e Ediclube – Edição e Promoção do Livro.

Empresas de edição de livros com outra atividade principal

Uma vez definidos os universos de acordo com a atividade económica principal e obtidos os registos através da fonte INE, e perante os problemas que foram sendo detetados aquando da confrontação com as informações de outras fontes consultadas, no que toca, principalmente, à ausência, nesses universos, de outras empresas que também desenvolviam uma atividade de edição de livros, optou-se por constituir um subuniverso de empresas editoras, como forma de tentar contornar algumas das lacunas atrás referidas.

Esse subuniverso seria composto pelas empresas existentes nas fontes DGLB, APEL e UEP com atividade de edição ou inscritas como editora associada, que não constavam do universo das empresas com atividade principal de edição, mas entretanto apuradas no decurso da comparação com os dados da fonte INE. De acordo com a definição do universo a inquirir, nesta segunda fase de recenseamento excluíram-se as entidades que não empresas (associação, fundação, empresa pública, universidade, instituto público) ou cuja atividade se encontrava

⁶ A obtenção da classificação da atividade económica de cada empresa resulta da consulta efetuada ao Registo Nacional de Pessoas Coletivas (base de dados disponível on-line em www.rnpc.mj.pt, consultada em maio de 2008).

suspensa ou tinha cessado, bem como todos aqueles casos em que não foi possível determinar a sua situação.

A este subuniverso deu-se o nome de Edição de livros (outra atividade principal) e é constituído por um total de 111 empresas. Uma parte substancial dessas empresas encontra-se ligada a outras atividades de edição (jornais, revistas e outras publicações periódicas, edição não especificada ou impressão), mas também da distribuição.

Caracterização sumária dos universos

Procura-se, neste ponto, fazer uma breve caracterização das empresas que compõem os universos a estudar, tendo em conta a sua distribuição por Região, Escalão de pessoal ao serviço e Escalão de volume de negócios. O ano de referência dos dados é 2006. Saliente-se que, no caso do universo da Edição de livros com outra atividade principal apenas é possível estabelecer uma distribuição por Região.

De uma forma geral, pode dizer-se que mais de metade das empresas se encontra sediada na Região de Lisboa, sendo o concelho de Lisboa o mais representado com 60% do total daquela região e perto de um terço no território Nacional. Por outro lado, as regiões com percentagens mais baixas são as do Algarve, Açores e Madeira, todas situadas entre 0% e 2% (quadro nº 2).

Quadro nº 2
Empresas por Universo e por Região
(percentagem em linha)

Universo	Região							Número de casos
	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Açores	Madeira	
Edição de livros como atividade principal	18,3	6,3	72,3	1,0	1,3	0,3	0,5	383
Edição de livros com outra atividade principal	14,4	10,8	70,3	4,5	0,0	0,0	0,0	111
Comércio a retalho de livros	34,3	21,7	33,8	5,3	1,4	1,7	1,7	414

Fontes: Instituto Nacional de Estatística – Portugal, Ficheiro de Unidades Estatísticas (FUE) – Base Belém (outubro de 2007); OAC, a partir das bases de dados das editoras da DGLB (maio de 2007), dos associados UEP (junho de 2007); e dos dados da página na Internet da APEL (accedida em dezembro de 2007).

Tendo em conta o Universo em causa, constata-se uma concentração de empresas da edição (como atividade principal ou com outra atividade principal) com mais de 70% na região de

Lisboa. Por outro lado, a concentração já não é tão acentuada nas empresas do comércio a retalho, uma vez que apresentam uma distribuição equilibrada entre aquela região e a do Norte.

No que se refere à caracterização por Universo, nota-se que as empresas do comércio a retalho apresentam um número de funcionários relativamente baixo, com 59% empresas situadas no escalão 1-4 pessoas, enquanto no caso da edição, apesar do referido escalão ser também o predominante, possui percentagens relativamente mais altas nos escalões com maior número de pessoas as serviço (quadro nº 3).

Quadro nº 3
Empresas por Universo e por Escalão de pessoal ao serviço
(percentagem em linha)

Universo	Escalão de pessoal ao serviço					Número de casos
	1-4	5-9	10-99	Mais 100	Não disponível	
Edição de livros como atividade principal	41,8	9,9	12,3	1,0	35,0	383
Comércio a retalho de livros	58,9	9,7	5,6	0,2	25,6	414

Fonte: Instituto Nacional de Estatística – Portugal, Ficheiro de Unidades Estatísticas (FUE) – Base Belém (outubro de 2007).

Refiram-se ainda as elevadas percentagem de casos que não é possível classificar uma vez que a informação não está disponível (na fonte), mais elevada na Edição de livros como atividade principal (35%), mas também relevante no Comércio a Retalho de Livros (26%).

Por último, a partir da análise por Escalão do volume de negócios, é possível constatar um maior peso percentual nas empresas da edição de livros no escalão até €50 mil (26%) e nas empresas de comércio a retalho nos escalões intermédios de €50.001-€150.000 e €150.001-€500.000, com percentagens acima dos 22% (quadro nº 4).

Quadro nº 4
Empresas por Universo e por Escalão do volume de negócios
(percentagem em linha)

Universo	Escalão do volume de negócios						Número de casos
	€1 - €50.000	€50.001 - €150.000	€150.001 - €500.000	€500.001 - €5.000.000	Mais de €5.000.001	Não disponível	
Edição de livros como atividade principal	25,6	14,1	15,4	14,4	3,9	26,6	383
Comércio a retalho de livros	23,9	24,6	22,2	10,9	0,7	17,6	414

Fonte: Instituto Nacional de Estatística – Portugal, Ficheiro de Unidades Estatísticas (FUE) – Base Belém (outubro de 2007).

A construção dos questionários

Paralelamente à constituição das bases de dados de expedição foram construídos e testados os questionários. Para além de refletidos os objetivos da DGLB relativamente ao *Inquérito*, a construção dos questionários foi informada, por um lado, pelos poucos estudos publicados e disponibilizados sobre a edição e o comércio livreiro em Portugal⁷ e, por outro lado, pelos estudos realizados em vários países, com particular destaque para Espanha e França.

Uma das questões que se colocou desde início teve a ver com a diversidade de entidades em termos de dimensão, atividades desenvolvidas ou produtos editados/comercializados que compunham os universos a inquirir, uma vez que o questionário a aplicar poderia tornar-se muito extenso e complexo, nomeadamente para as empresas mais pequenas, com recursos limitados e dependentes da obtenção de informação exterior, facto que poderia fazer aumentar os níveis de não resposta ao questionário ou a algumas das suas perguntas. No entanto, mesmo correndo esse risco, preferiu-se aplicar às empresas do sector da edição e do comércio a retalho um questionário extenso de modo a poder obter o máximo de informação possível sobre os vários domínios em causa. Para além da recolha de informação pretendia-se também testar as questões colocadas com vista à sua replicação futura, ou não, em estudos similares.

Deste modo foram construídos dois questionários: Edição e Comercialização. O questionário projetado para o sector da edição foi aplicado às empresas da edição como atividade principal e às empresas da edição com outra atividade principal com uma estrutura comum aos dois subuniversos. Ambos incluem um pequeno anexo dirigido ao comércio exterior. A única diferença consiste na inclusão, neste último, de um campo solicitando a indicação da atividade principal da empresa. O outro questionário, destinado às empresas com atividade principal de comércio a retalho de livros, desdobra-se em dois módulos – Geral e Específico – sendo que o primeiro tem por objetivo obter informação sobre a empresa, enquanto o segundo visa recolher informação sobre o estabelecimento de comércio de venda a retalho (livraria).

Dimensões inquiridas: os vários grupos de perguntas

O questionário dirigido às empresas de Edição é composto por um módulo geral (que incide na caracterização da empresa e na informação relativa ao mercado interno) e por um anexo – mercado externo (que se aplica às empresas que registaram atividade nesse mercado). Quanto à sua estrutura compreende um total de 60 questões agrupadas em oito grupos temáticos, dos quais sete constituem o módulo geral e o oitavo o anexo (quadro nº 5).

⁷ Referidos na Parte I (Neves, Santos, Lima, Vaz e Cameira, 2012).

Os grupos temáticos incidem sobre: identificação da empresa; caracterização geral (natureza jurídica, estrutura, recursos humanos), faturação e atividades; atividade editorial (produtos, suportes, catálogo); mercado do livro; recursos informáticos e promoção; políticas públicas; e mercado externo.

Quadro nº 5
Edição - Estrutura do questionário

Grupos	Subgrupos	Nº de questões	Nº de alíneas	Total
MÓDULO GERAL				
I. Identificação da Empresa	Designação, Concelho, Contactos, Responsável pelo preenchimento	2	0	2
II. Caracterização Geral	Constituição, situação perante a atividade e natureza jurídica Estrutura vertical e horizontal Recursos humanos e serviços externos Pertença associativa	10	3	13
III. Faturação e Atividades	Volume de negócios Atividade realizadas Direitos de propriedade intelectual	5	1	6
IV. Atividade Editorial	Produtos e suportes Catálogo da empresa (autores, títulos) Títulos e exemplares produzidos Géneros e categorias editoriais Chancelas editoriais	7	1	8
V. Mercado do Livro	Mercado (exemplares e volume de vendas) Sazonalidade e distribuição regional Géneros editoriais vendidos Tipo de comercialização Canais de venda Modos de comercialização, descontos e devoluções Participação em feiras do livro (nacionais e internacionais)	10	2	12
VI. Recursos Informáticos e Promoção	Utilização das TIC Publicidade e Marketing/Comunicação	6	5	11
VII. Políticas Públicas	Avaliação de políticas públicas (programas de apoio e medidas) Sugestões sobre as políticas públicas	3	0	3
ANEXO – MERCADO EXTERNO				
Mercado Externo	Mercado (títulos, exemplares e vendas) Géneros editoriais vendidos Países de exportação Direitos de propriedade intelectual (Venda)	5	0	5
<i>Total</i>		48	12	60

Quanto ao questionário Comercialização divide-se em dois módulos – Geral e Específico, sendo composto por um total de 66 questões. Do Módulo Geral (empresa) constam cinco grupos temáticos que incidem sobre: identificação; caracterização geral (natureza jurídica, estrutura, recursos humanos); faturação, mercado e atividades; recursos informáticos e promoção; e políticas públicas (quadro nº 6). Do Módulo Específico dirigido aos estabelecimentos constam outros 6 grupos incidindo estes sobre: identificação, caracterização geral (localização, horários, áreas, recursos humanos); espaços e atividades; produtos, suportes e fundos; faturação e mercado do livro; e recursos informáticos e promoção (quadro nº 7).

Quadro nº 6
Comercialização - Estrutura do questionário (Módulo Geral)

Grupos	Subgrupos	Nº de questões	Nº de alíneas	Total
MÓDULO GERAL – EMPRESAS				
I. Identificação	Designação, Concelho, Contactos, Responsável pelo preenchimento	2	0	2
II. Caracterização Geral	Constituição, situação perante a atividade e natureza jurídica Estrutura vertical e horizontal Recursos humanos e serviços externos Pertença associativa	11	3	14
III. Faturação, Mercado e Atividades	Volume de negócios Atividade realizadas Modos de aquisição de livros Mercado (nacional e estrangeiro) das compras e vendas Participação em feiras do livro	5	0	5
IV. Recursos Informáticos e Promoção	Utilização das TIC Publicidade	5	4	9
V. Políticas Públicas	Avaliação de políticas públicas (programas de apoio e medidas) Sugestões sobre as políticas públicas	3	0	3
<i>Total</i>		26	7	33

Quadro nº 7
Comercialização - Estrutura do questionário (Módulo Específico)

Grupos	Subgrupos	Nº de questões	Nº de alíneas	Total
MÓDULO ESPECÍFICO – ESTABELECIMENTO				
I. Identificação	Identificação do estabelecimento, sua localização e Responsável pelo preenchimento	2	0	2
II. Caracterização Geral	Constituição e situação perante a atividade Localização e Horários Instalações (áreas) Recursos Humanos e serviços externos	9	1	10
III. Espaços e Atividades	Espaços para outros serviços Atividades orientadas para o público	2	0	2
IV. Produtos, Suportes e Fundos	Produtos comercializados Catálogo da empresa Títulos adquiridos Géneros e categorias editoriais Divulgação de tabela/top de vendas	5	2	7
V. Faturação e Mercado do Livro	Volume de negócios Mercado (exemplares e volume de vendas) Sazonalidade Géneros editoriais vendidos Canal de comercialização	6	1	7
VI. Recursos Informáticos e Promoção	Utilização das TIC Marketing	2	3	5
<i>Total</i>		26	7	33

Do ponto de vista da formulação das perguntas optou-se por utilizar preferencialmente perguntas fechadas, ou seja, com um conjunto de opções de resposta previamente definido, de modo a facilitar o preenchimento e o tratamento posterior dos dados.

Utilizou-se também um outro conjunto de perguntas, de conteúdo quantitativo, em que se solicita a introdução quer de valores absolutos (número de casos ou importâncias monetárias), quer de valores percentuais. Neste caso, refira-se a inclusão nos questionários de perguntas com algum grau de complexidade, uma vez que, dada a não existência de informação sobre a matéria, se procurava assim obter essa informação e, ao mesmo tempo, verificar se as empresas estariam capacitadas para fornecer dados. Salvaguardadas as especificidades em termos de conteúdo dos questionários aplicados a cada ramo, é exemplo do que foi referido, para a edição:

títulos em stock, títulos editados e exemplares produzidos no ano por género editorial ou os títulos editados e os exemplares produzidos por tipo de edição e por nacionalidade dos autores. Já para a comercialização são igualmente exemplos: títulos em stock e títulos adquiridos por género editorial ou os exemplares vendidos e volume de vendas por género editorial. Refira-se ainda que, devido à sua complexidade, foi decido colocar neste tipo de perguntas sempre a opção 'Não é possível determinar' de forma a permitir aferir posteriormente a resposta por parte das empresas.

Optou-se igualmente por incluir uma pergunta final aberta para recolha de sugestões sobre políticas públicas e outros aspetos que os inquiridos considerassem oportuno expor. Por outro lado, optou-se também por incluir opções de resposta aberta do tipo "Outro(s) ⇒ Qual(ais)?" sempre que se afigurou pertinente procurar obter outra informação, mantendo-se a possibilidade de se efetuar *a posteriori* a sua codificação e tratamento.

Teste dos questionários: o pré-teste

Os questionários preliminares foram construídos pelo OAC e discutidos entre a equipa e os responsáveis da DGLB. Reunidos os diversos contributos numa nova versão dos questionários para a edição e para a comercialização (módulos geral e específico) procedeu-se ao seu teste junto de vários agentes do sector do livro. Realizaram-se 12 entrevistas de pré-teste entre 18 de março e 3 de abril de 2008. Os entrevistados foram selecionados em função de um leque diversificado de critérios, abarcando: a atividade desempenhada; a antiguidade da empresa; a dimensão da empresa em termos de número de funcionários; a estrutura organizacional; a localização geográfica; os produtos editados ou comercializados. Foram também realizados pré-testes com os responsáveis das duas associações do sector – APEL e UEP (anexo nº 1).

Com este pré-teste procurou-se avaliar tanto aspetos formais (facilidade de entendimento e preenchimento do questionário, entendimento das perguntas colocadas, dimensão do questionário e tempo necessário para o preencher, circuitos internos a percorrer para a obtenção dos dados, preferência por resposta em números absolutos ou em percentagem) como substantivos (pertinência dos grupos de perguntas). Testaram-se portanto aspetos relacionados com a formulação das perguntas, o conteúdo das notas explicativas e os conceitos utilizados (sequência, entendimento, pertinência, omissões ou redundâncias), bem como outros aspetos específicos da edição e da comercialização (adequação das expressões utilizadas nas opções de resposta, etc.).

De uma forma geral, as reações ao questionário por parte dos entrevistados foram positivas e as perguntas consideradas pertinentes. Foram formuladas diversas sugestões, especialmente com

o objetivo de adequar e melhor precisar alguns aspetos concretos. Apresenta-se de seguida as principais dificuldades detetadas e as soluções encontradas.

A nível geral:

- Dificuldade em responder rapidamente ao questionário, uma vez que os dados têm de ser solicitados a vários departamentos ou entidades;
- Em enquadrar o pessoal ao serviço por departamento, sobretudo quando se trata de grandes empresas ou de muito pequenas compostas às vezes por apenas uma pessoa;
- Nas perguntas que pedem valores financeiros detalhados, nomeadamente se a empresa tiver de solicitar essas informações a outra externa (contabilista);
- No preenchimento dos quadros que solicitam informação distribuída por género editorial, uma vez que muitos dos sistemas informáticos não estão preparados para o apuramento desses dados.

Ao nível da edição:

- Dificuldade em preencher os valores relativos aos direitos de propriedade intelectual (receitas e despesas), dada a inexistência da informação;
- Em enquadrar os títulos e os exemplares produzidos por nacionalidade dos autores;
- Em preencher o volume de vendas por canal de distribuição;
- No preenchimento dos valores relativos às devoluções e ao valor destas por canal.

Ao nível da comercialização:

- Dificuldade em separar as respostas relativas à empresa e ao estabelecimento;
- Em quantificar os títulos adquiridos no ano;
- Em enquadrar o valor das compras e das vendas por área geográfica do mercado.

A partir da identificação das referidas dificuldades foi necessário:

- Precisar as noções utilizadas em algumas das perguntas, designadamente volume de negócios, volume de vendas e títulos editados, colocando junto dessas perguntas notas explicativas;
- Inclusão no fim dos questionários das definições dos principais conceitos, colocando, sempre que necessário, junto da pergunta respetiva a remissão para a consulta destas definições;
- Simplificação de algumas das perguntas por dificuldade de obtenção de informação desagregada;
- Inclusão em algumas das perguntas da opção de resposta “Não é possível determinar” para precisar o nível de acessibilidade dos dados;

Uma vez concluídas as diversas alterações sugeridas pelos pré-testes, ultimaram-se as versões finais dos questionários (anexos nº 2 e nº 3).

Iniciativas de divulgação do Inquérito

De modo a atribuir a maior visibilidade possível ao inquérito por questionário, a sua realização foi mencionada por parte do responsável do projeto na apresentação pública dos resultados preliminares que decorreu na Biblioteca Nacional de Portugal, em janeiro de 2008. A apresentação dos resultados e o anúncio da aplicação do Inquérito mereceu a atenção de alguns órgãos de comunicação social, nomeadamente imprensa, mas também de algumas páginas ou blogues que fizeram a devida divulgação do estudo.

Para além desta menção inicial, teve também o contributo da DGLB que durante a aplicação dos questionários enviou um ofício aos inquiridos solicitando a sua colaboração, em julho de 2008, bem como das duas associações do sector – APEL e UEP – que se prontificaram a difundir a realização do estudo e a alertar os seus associados para a importância da participação. A este respeito, refira-se a inclusão na página da APEL de duas notícias sobre o estudo em curso.

1.2. TRABALHO DE CAMPO

Fases do trabalho de campo

Em abril de 2008 deu-se início ao envio dos questionários por via postal (ver ofícios do Presidente do OAC em anexo nº 4). O processo de envio decorreu em várias fases. O primeiro envio foi realizado a 24 de abril para 326 empresas do universo da Edição de livros como atividade principal. A 28 de abril procedeu-se ao envio para as restantes empresas (57 num total de 383) e foram também enviados questionários para a totalidade das empresas do Comércio a retalho de livros (414). Decorrente do trabalho de recenseamento realizado junto do conjunto de empresas da edição de livros com outra atividade principal foi efetuado a 6 de junho o terceiro envio de questionários (111). Ao todo foram expedidos 908 questionários (quadro nº 8)

Quadro nº 8

Datas de envio e Questionários enviados por Universo

	Universo		
	Edição de livros como atividade principal	Edição de livros com outra atividade principal	Comércio a retalho de livros
Datas de envio	24 e 28 abril 2008	6 junho 2008	28 abril 2008
Questionários enviados	383	111	414

As empresas inquiridas receberam por via postal um ofício assinado pelo presidente do OAC e o exemplar do questionário, que no caso da edição compreendia o módulo geral e um anexo e, no caso da comercialização, o módulo geral e o módulo específico. Acrescente-se ainda que em relação ao questionário da comercialização, os inquiridos deveriam preencher tantos módulos específicos quantos os estabelecimentos existentes na empresa.

Solicitava-se que, depois de devidamente preenchido, o questionário fosse assinado e remetido (sem encargos) ao OAC através de um envelope RSF.

Insistências

Na expectativa de possibilitar a resposta às empresas que a não conseguiram fazer nos prazos estipulados, foram empreendidas por parte do OAC, mas também com a participação da DGLB, um conjunto de insistências, ou seja, fases de contactos com as empresas que ainda não tinham respondido (quadro nº 9).

Quadro nº 9
Fases de insistência por Universo

Fase	Universo		
	Edição de livros como atividade principal	Edição de livros com outra atividade principal	Comércio a retalho de livros
1ª Insistência	17-25 junho 2008(e-mail) e 2 julho 2008 (carta)	-	17-25 junho 2008 (e-mail) e 2 julho 2008 (carta)
2ª Insistência	8 julho 2008(cartas)		
3ª Insistência	12 agosto a 26 setembro 2008 (telefone e e-mail)		
Aviso de prazo final	5 novembro 2008 (carta e e-mail)		
Fecho do prazo de entrega	14 novembro 2008		
4ª Insistência	10 a 12 dezembro 2008 (telefone e e-mail)		

A primeira insistência foi feita junto das empresas com atividade principal de Edição de livros e Comércio a retalho de livros, entre 17 e 25 de junho através de mensagem para aquelas que dispunham de correio eletrónico e a 2 de julho através de ofício por carta para as restantes. A segunda insistência, feita pela DGLB, consistiu no envio a 8 de julho de um ofício da Diretora-Geral às empresas dos universos em análise. A terceira foi realizada entre 12 de agosto e 26 de setembro e passou pela realização de contactos telefónicos com um conjunto de empresas selecionadas (135 casos). Esta foi uma fase com um período mais longo de aplicação devido às férias e consequente dificuldade de resposta pelas empresas.

O OAC fez ainda chegar por via postal e por e-mail, a 5 de novembro, às empresas que, mesmo assim, ainda não tinham respondido ao questionário, um aviso com a indicação do prazo final de entrega.

Já após o fecho oficial do prazo de entrega, foi ainda realizada a 4ª e última insistência junto de um grupo de empresas (121 no total) quer por via telefónica quer por correio eletrónico no sentido de fazer um ponto de situação quanto ao preenchimento do questionário, mas também de saber quais as dificuldades encontradas, os esclarecimentos que eram necessários dar e se havia a intenção por parte daqueles de (ainda) responder e enviar o questionário ao OAC. Acrescente-se ainda que, para além daquelas que afirmaram tê-lo recebido, a mais de metade das empresas deste grupo já se havia enviado pelo menos uma 2ª via do questionário numa das

anteriores insistências, quando nessa altura tinham afirmado não o terem recebido ou não o conseguirem encontrar. Desta insistência resultou o apuramento de 11 empresas que se recusaram a responder, sendo que as restantes confirmaram ter o questionário em seu poder e que iriam tentar devolvê-lo nos próximos dias ou na semana seguinte, o que veio a confirmar-se para apenas 6 empresas.

Foram, portanto, dadas inúmeras oportunidades para o preenchimento do questionário. As respostas no sentido da recusa explícita em colaborar foram mínimas, mas foram muitos aqueles que manifestaram o seu interesse em colaborar e depois não o concretizaram.

Principais problemas da aplicação

Uma das primeiras dificuldades encontradas ocorreu na fase preparatória da constituição das bases de dados de expedição, uma vez que, tal como já foi referido anteriormente, existia um conjunto de dados de contacto que se encontravam omissos ou desatualizados. Perante esta situação foi necessário percorrer a totalidade dos registos existentes nas bases de dados, com o objetivo de acrescentar ou corrigir a informação pré-existente, em particular a morada e o código postal, essenciais para a fase seguinte.

Mesmo após as correções introduzidas nas bases de dados de expedição e efetuado o primeiro envio dos questionários para as várias empresas, verificou-se a devolução por parte dos CTT de um total de 129 cartas (com prevalência para as empresas do comércio a retalho), cuja principal razão apontada foi a mudança de sede da empresa, mas também foi referido o endereço desconhecido ou insuficiente ou ainda o encerramento da atividade. Uma vez reavaliadas estas situações foi possível reenviar o questionário para 36 empresas, sendo que no caso das restantes não foi possível contactar a empresa, ou porque era desconhecida no local ou porque se confirmou a sua dissolução.

Por outro lado, a principal dificuldade no decorrer da aplicação do questionário prendeu-se, lamentavelmente, com a não compreensão, manifestada por uma parte dos responsáveis das empresas, da importância da participação no Inquérito, que ia ficando patente à medida que se sucediam as fases de insistência, os pedidos de reenvio do questionário iam aumentando, acontecendo uma mesma empresa solicitar várias vezes esse reenvio, referindo-se como razões a não receção anterior, o não ter conhecimento do estudo, o não ter ligado ao assunto, a sua fraca aplicabilidade e interesse para a empresa ou a proximidade na realização ou participação em algum evento ou época do ano em que era necessário focar os recursos humanos.

Para além disso, a dependência por parte de muitas empresas do departamento de contabilidade ou de um serviço externo de contabilidade para a obtenção dos dados necessários ao preenchimento de um conjunto de perguntas no questionário revelou-se problemática e veio condicionar a respetiva resposta, já que os questionários eram enviados sem aqueles dados ou, simplesmente, não eram devolvidos porque ficavam retidos naqueles departamentos ou serviços externos.

Longe de inviabilizarem a realização do inquérito, as referidas dificuldades ditaram, por um lado, um acréscimo substancial de trabalho à equipa do OAC e, por outro lado, o prolongamento dos prazos inicialmente previstos para o fecho da aplicação.

Contactos das empresas e dúvidas colocadas

Através da indicação na folha de rosto do questionário dos contactos e dos nomes dos membros da equipa do OAC, era possível às empresas solicitar esclarecimentos de dúvidas. O meio mais utilizado foi o telefone, mas também chegaram alguns pedidos por correio eletrónico, sendo que, aquando do ofício da DGLB, algumas dúvidas colocadas a este organismo foram reenviadas para o OAC.

Com o objetivo de controlar as dúvidas colocadas foi construída uma pequena ficha. A partir do tratamento dessas fichas apurou-se um total de 55 contactos com o OAC por parte de 50 empresas. O maior número de dúvidas foi colocado por empresas da edição (68%). As dúvidas apresentadas prendem-se, sobretudo, com pedidos de 2ª via do questionário (62%), mas também com o esclarecimento de aspetos relacionados com o preenchimento do questionário, a aplicabilidade do questionário à empresa ou o prazo final de entrega.

1.3. RESPOSTAS OBTIDAS E TRATAMENTO DOS DADOS

Respostas obtidas

Com o fecho da fase de trabalho de campo em meados de novembro de 2008, foi possível aferir, a partir das respostas obtidas ao longo do período de aplicação, alterações à situação das

empresas inicialmente inquiridas, sobretudo no que toca às empresas cuja atividade principal é a edição de livros e às empresas do comércio a retalho de livros.

Do total de empresas para onde foi efetuado o envio inicial do questionário – 908 no conjunto dos universos inquiridos – verificou-se, através da delimitação decorrente das respostas obtidas, um número real de 699 empresas, ou seja, o correspondente a 77% dos registos iniciais.

Por Universo constata-se que foram reduzidos em quase uma centena de registos os universos das empresas que desempenham a edição ou o comércio a retalho como atividade principal, passando no caso da primeira de 383 para 294 e no caso da segunda de 414 para 323, o que representa uma taxa de variação média negativa de 23% (quadro nº 10). Quanto ao subuniverso das empresas da edição de livros (outra atividade principal) passou de 111 para 82.

Quadro nº 10
Questionários aplicados por Situação e por Universo
(números absolutos e percentagem)

Situação	Universo		
	Edição de livros como atividade principal	Edição de livros com outra atividade principal	Comércio a retalho de livros
Inicial	383	111	414
Devolução (<i>incontactável ou desconhecida</i>)	19	0	41
Cessaçã o de atividade/dissolução	28	9	34
Nã o se enquadra (<i>outras atividades</i>)	27	11	14
Atividade suspensa (<i>sem atividade no ano de 2007</i>)	13	8	2
Aguarda início de atividade (<i>constituída em 2007 mas atividade só iniciada em 2008</i>)	2	1	0
Real	294	82	323
<i>Taxa de variação do universo apurado (real/inicial)</i>	-23,2	-26,1	-22,0

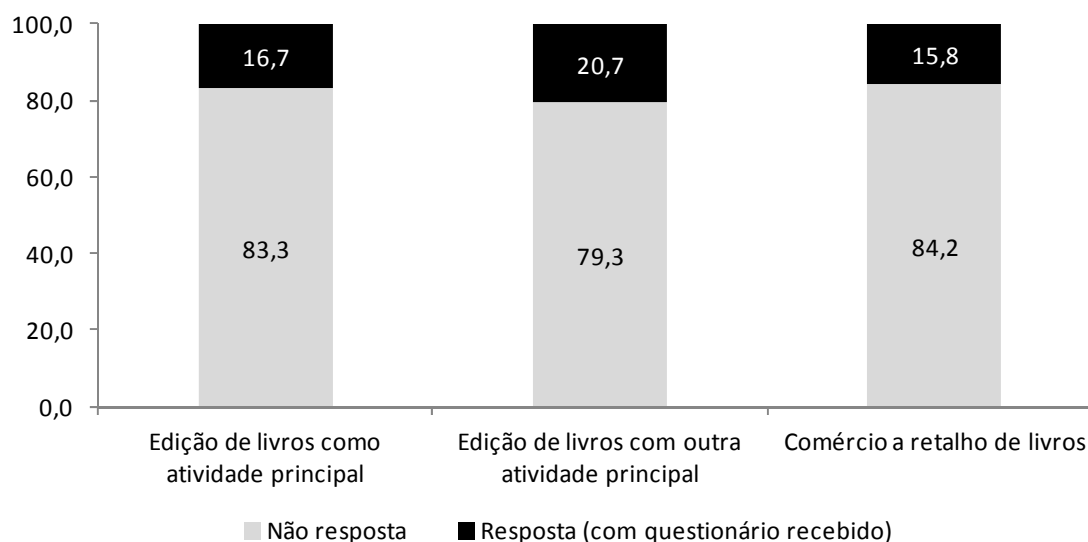
Observando a aplicação dos questionários sobre o ponto de vista da Situação relatada, saliente-se o número de casos de empresas da Edição de livros como atividade principal (19) e do Comércio a retalho de livros (41) cuja morada de localização da sede não estava correto, uma vez que após a devolução por parte dos correios, e mesmo depois de várias tentativas realizadas, não foi possível contactar dando-as, deste modo, como incontactáveis ou desconhecidas.

As restantes respostas referem-se a ofícios, contactos telefónicos ou e-mails invocando os motivos da não resposta ao questionário, seja por Cessaçã o de atividade/dissolução (num total de 71 casos, mais notório no universo do Comércio a retalho), Nã o se enquadra à presente atividade da empresa (52, com predomínio para a edição de livros), Atividade suspensa nesse

ano (23, com relevo nos subuniversos da edição) ou Aguardar início de atividade (3), ou seja, empresas que apesar de terem sido constituídas em 2007 apenas iniciaram a sua atividade editorial no ano seguinte (ver listagem de empresas que responderam no anexo nº 5).

No que diz respeito à representatividade das respostas recebidas face ao universo real, regista-se que as percentagens oscilam entre o máximo de 21% na Edição de livros com outra atividade principal e o mínimo de 16% no Comércio a retalho de livros. A Edição de livros como atividade principal apresenta uma percentagem de 17% (gráfico nº 1). Se se observar sob o ponto de vista do total de respostas aos questionários obtém-se uma taxa de resposta de 17%⁸.

Gráfico nº 1
Situação dos questionários recebidos por Universo
(percentagem do número de casos)



Número de casos: Edição de livros como atividade principal, 294; Edição de livros com outra atividade principal, 82; Comércio a retalho de livros, 323.

A leitura do gráfico permite constatar que a percentagem de Não resposta se situa acima dos 79%, com particular destaque para as empresas do Comércio do retalho de livros com 84%.

Acrescente-se ainda quanto às não respostas o facto de ter havido um grupo de responsáveis de empresas que expressaram por via telefónica ou eletrónica a sua indisponibilidade para responder ao questionário (recusa ao preenchimento), apontando como principais razões quer a falta de tempo e ter na altura muito trabalho, quer a falta de recursos humanos ou de informação necessária, quer ainda devido à sua complexidade, à não obrigatoriedade de

⁸ Acrescente-se que se se tiver em conta todas as respostas obtidas através dos questionários recebidos e de todas as situações reportadas (cessação de atividade/dissolvida, não se enquadra, atividade suspensa e aguarda início de atividade) a taxa de resposta total ascende a 29% do total de empresas inicialmente inquiridas (908). Excluem-se aqui apenas as situações de recusa ao preenchimento.

resposta ou devendo-se exclusivamente a uma decisão da direção. Em termos quantitativos, foram 37 os casos de recusa ao preenchimento do questionário, sendo que a maior percentagem se registou entre as empresas da Edição de livros como atividade principal com 54%.

Validação dos questionários

Entre o momento da receção dos questionários e o da introdução das respostas em base de dados decorrem duas importantes fases de validação. A primeira consistiu na verificação das respostas relativamente a diversos parâmetros: integração no universo, modalidades de resposta, relação entre o Módulo Geral e o Anexo (edição) e entre aquele e o Módulo Específico (comercialização); ou o grau de preenchimento do questionário. Na segunda iniciou-se a verificação da conformidade das respostas de forma a permitir uma melhor introdução dos dados nas respetivas matrizes. Nesta fase foi necessário, em algumas ocasiões, realizar contactos via telefone ou e-mail com os responsáveis pelo preenchimento do questionário no sentido de esclarecer dúvidas ou de completar lacunas existentes em algumas respostas.

Na sequência do trabalho realizado foi necessário recorrer ao estabelecimento de critérios de validação *a posteriori* dos questionários, como forma de poder controlar todas as situações (poucas) que não se enquadravam no objeto de pesquisa. Neste sentido, criaram-se critérios ao nível da atividade desempenhada ou do produto editado/comercializado. Deste modo, excluía-se todas as empresas que no ano de referência do estudo, tendo em conta a sua atividade principal, apresentavam percentagem nula no volume de negócios referente à atividade de edição de livros ou de comercialização de livros, bem como não ter editado ou comercializado livros nesse ano, mas antes outros produtos, como jornais, revistas, etc.

Assim, em termos de questionários recebidos, refira-se que a grande maioria foi considerada válida para efeitos de análise, correspondendo estes a uma percentagem total de 95% do total dos recebidos. Observando segundo o Universo, salienta-se a ausência de exclusões no subuniverso da Edição de livros com outra atividade principal e o maior número registado nas empresas da Edição de livros como atividade principal com 4 (quadro nº 11).

Quadro nº 11
Questionário recebidos por Situação e por Universo
(números absolutos e percentagem)

Situação	Universo		
	Edição de livros como atividade principal	Edição de livros com outra atividade principal	Comércio a retalho de livros
Válidos	45	17	49
Excluídos (outra atividade/produto)	4	0	2
<i>Total de questionários recebidos</i>	49	17	51

De acordo com o mapa nº 1 – no qual constam as respostas válidas das empresas de edição de livros (atividade principal ou outra atividade) e as do comércio a retalho de livros – destaca-se a predominância da localização em concelhos do litoral do território nacional e a concentração de empresas nas áreas metropolitanas de Lisboa e Porto, com destaque para as localizadas nos concelhos de Lisboa e Porto que representam na edição metade dos casos e 35% no comércio de livros.

Repare-se ainda que são as empresas de comércio de livros que têm maior dispersão por todo o território nacional. Pelo contrário, é notória a ausência de empresas de edição de livros localizadas no Alentejo, Açores e Madeira.

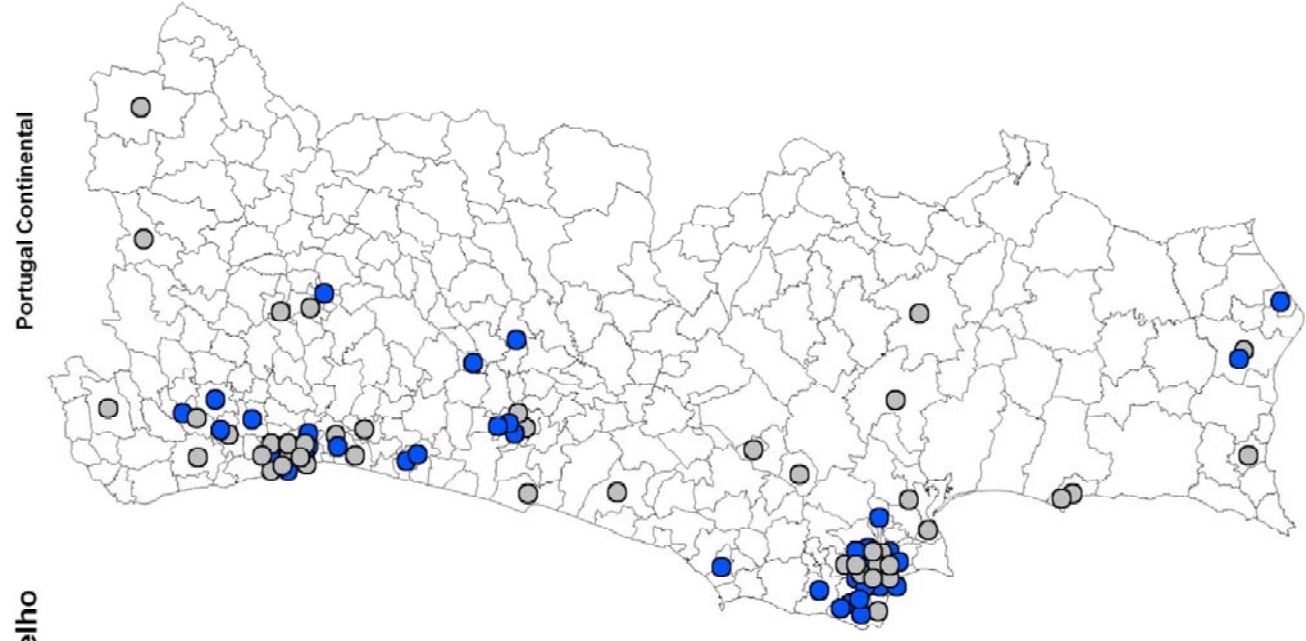
Quanto às Regiões autónomas, apenas se obtiveram respostas válidas de empresas de comércio de livros e, mesmo assim, circunscritas a um concelho nos Açores (Angra do Heroísmo) e a dois na Madeira (Funchal e Porto Santo).

Informatização dos dados: matrizes construídas

Quanto à informatização dos dados, em virtude da complexidade dos questionários e por forma a facilitar o processo de introdução, tratamento estatístico e análise optou-se pela construção de várias matrizes relacionadas entre si, em particular no caso do questionário da comercialização (ligação entre módulos). Ainda uma nota para referir que à fase da introdução dos dados nas matrizes mais uma vez se seguiu um procedimento de verificação destinado a corrigir eventuais erros de digitação e a aferir a validade lógica das respostas.

Em termos de *software* utilizado, as matrizes foram construídas em MS Excel 2003, sendo depois transpostas para o programa de tratamento estatístico SPSS 17.

Mapa nº 1 - Empresas da Edição de livros e do Comércio a retalho de livros por concelho de localização da sede da empresa



Região Autónoma dos Açores

Região Autónoma da Madeira

Legenda

- Edição de livros (62)
- Comércio a retalho de livros (48)

Variáveis de caracterização

Com o objetivo de dar conta da realidade em análise foram construídas, com base nas respostas obtidas, diversas variáveis independentes ou de caracterização, utilizadas, consoante o seu valor discriminante, nos cruzamentos com as restantes variáveis sempre que pertinente. As variáveis construídas são quatro: Região, Ano de constituição, Pessoal ao serviço e Tipo de empresa. No caso da Edição todas as variáveis se aplicam à unidade empresa. No caso da Comercialização, apenas a última variável se aplica exclusivamente à empresa, pois as outras três referem-se tanto à empresa como ao estabelecimento.

Para a definição da variável Região, construída com base nas respostas ao campo “Concelho (da sede da empresa)”, adotou-se a Nomenclatura de Unidades Territoriais para Fins Estatísticos de nível II (NUTS II)⁹ que divide o País em 7 regiões: Norte, Centro, Lisboa, Alentejo, Algarve, Açores e Madeira.

A informação recolhida na pergunta relativa ao ano de constituição da empresa (P1 do Módulo Geral de ambos os questionários) deu origem à construção da variável Ano de constituição com três escalões: Antes de 1989 (inclusive); Entre 1990-1999; e Entre 2000-2007.

Relativamente a Pessoal ao serviço adotaram-se 5 categorias a partir das respostas à pergunta sobre o número total de pessoal ao serviço na empresa a 31/12/2007 (P7 do questionário da edição e P8 do da comercialização). A saber: Com 1 pessoa; Entre 2 e 4 pessoas; Entre 5 e 9 pessoas; Entre 10 e 99 pessoas; e Mais de 100 pessoas.

A variável Tipo de empresa foi construída com as respostas à pergunta do volume de negócios registado pela empresa no mercado interno no ano de referência – 2007, como tem sido salientado (P11 e P12 dos questionários edição e comercialização, respetivamente). Foram estabelecidos três escalões que agregam, respetivamente: as empresas com volume de negócios até €150 mil (Pequena); entre €151 mil e €1 milhão (Média); e com mais de €1 milhão (Grande).

1.4. SÍNTESE

Na Parte I deste *Inquérito ao Sector do Livro* (Neves, Santos, Lima, Vaz e Cameira, 2012) identificaram-se os três pilares de um sistema de informação estatística sobre o sector do livro e apresentaram-se desenvolvidamente duas delas: as estatísticas nacionais, por um lado, e o

⁹ Decreto-Lei nº 244/2002, de 5 de novembro.

Depósito Legal e o ISBN, por outro. Nesta Parte II trata-se a terceira fonte considerada – inquérito por questionário ao sector. No caso concreto, o inquérito inclui dois questionários: um aplicado às empresas da edição de livros (como atividade principal e com outra atividade principal) e às empresa cuja atividade principal é o comércio a retalho de livros.

No primeiro capítulo desta Parte II deu-se conta da metodologia utilizada. Desde logo quanto aos conceitos orientadores dos universos inquiridos bem como das fontes utilizadas, suas vantagens e limitações. Deste ponto de vista, espera-se ter mostrado as potencialidades da fonte INE mas também os problemas que a sua utilização acarretou. Espera-se ainda contribuir, em alguma medida, para a sua rigorificação, uma vez que o OAC desencadeou um importante conjunto de procedimentos de controlo e de preenchimento das lacunas de informação.

Quanto às dimensões, questões e opções de resposta incluídas nos questionários, mostrou-se como o processo de construção teve em conta estudos realizados noutros países, com destaque para Espanha e França, bem como as necessidades de informação da tutela pública do sector e as opiniões e sugestões de um conjunto de agentes do sector ligados a diversas atividades, e a diversas empresas com características muito diferentes entre si. O resultado final dos questionários, embora reconhecidamente longos, beneficiou de inúmeros contributos e não mereceu críticas negativas substanciais.

As respostas obtidas ficaram claramente aquém do esperado. Em geral devido pura e simplesmente a não respostas. Alguns dos inquiridos manifestaram a sua indisponibilidade para responder, por várias razões, entre eles o facto de não ser de resposta obrigatória. Este é, contudo, um argumento que não pode ficar sem ser comentado, uma vez que, se em rigor não é obrigatório (isso só acontece com os inquéritos do sistema estatístico nacional, ou seja, aplicados através do INE) parecia corresponder a uma necessidade e a uma reivindicação antiga e generalizada entre os agentes do sector, designadamente os editores. Por isso, as taxas de resposta a que se chegou – 17% global, 17% nas empresas de edição de livros (como atividade principal), 21% nas empresas de edição de livros (outra atividade principal) e 16% nas empresas do comércio a retalho de livros – têm de ser consideradas baixas. Como atenuantes, o facto de se tratar de questionários extensos e complexos e de o sector do livro em Portugal não ter tradição de recolha e divulgação de estudos complexos, o que se comprova tanto pela sua inexistência (lembre-se que os estudos da APEL incidiam sobre um conjunto limitado de questões) como pelas (muito) baixas taxas de resposta dos anteriormente realizados e a que se fez referência na Parte I (Neves, Santos, Lima, Vaz e Cameira, 2012).

Mas talvez a grande conclusão que se pode retirar do trabalho de campo, em particular dos inúmeros, repetidos e prolongados contactos mantidos pela equipa do OAC com parte substancial dos inquiridos, é uma certa atitude de displicência em relação a este estudo. Ou seja, apesar de o considerarem importante e de não deixarem de reconhecer que ele só é possível através da colaboração (voluntária ou não) dos agentes do sector, acabaram por... não

colaborar. Uma outra conclusão é que, em geral, as empresas têm, elas próprias, sistemas de informação ainda incipientes, pelo que a resposta detalhada a aspetos centrais da respetiva atividade (por exemplo os géneros e categorias editoriais) é ainda um caminho tortuoso, para não dizer impossível.

Dito isto, haverá que valorizar aquelas empresas que, sem dúvida com maior ou menor esforço dos serviços, responderam, e com grande empenho, qualidade e exaustividade, aos questionários, assim demonstrando na prática que as dimensões consideradas e as questões colocadas são, em termos gerais, adequadas e passíveis de serem respondidas pelas empresas.

Quanto às ilações a retirar do ponto de vista do método, talvez o aspeto mais significativo seja o relativo à necessidade de refletir as lacunas detetadas, sem dúvida, mas sobretudo de dar continuidade ao trabalho que com este *Inquérito ao Sector do Livro* se (re)iniciou, envolvendo necessariamente os agentes do sector (como, aliás, se fez), uma instância vocacionada para a investigação (no caso presente o OAC) e a tutela do sector (atualmente a DGLB/Ministério da Cultura).

2. ANÁLISE DOS RESULTADOS – EDIÇÃO

Neste capítulo apresentam-se os resultados do inquérito às empresas de edição. A estratégia adotada para a exposição dos resultados inclui três momentos. Num primeiro, procede-se à caracterização geral das empresas do sector da edição, num segundo momento à caracterização das variáveis independentes e, num terceiro momento, à apresentação dos resultados a que se chegou relativamente às várias dimensões inquiridas.

Como foi já referido anteriormente, a análise tem por base as 62 respostas válidas ao questionário da edição. Dessas, 45 são empresas cuja atividade económica principal declarada é a Edição de livros e classificadas de acordo com a subclasse 22110 da CAE Ver. 2.1. (que serão aqui designadas pelo tipo Edição como atividade principal), e 17 são empresas editoras de livros, embora não seja essa a atividade principal exercida, ou pelo menos declarada como tal pela empresa (que serão designadas pelo tipo Edição com outra atividade principal). Ver-se-á adiante quais são estas últimas atividades, sempre de acordo com a CAE Rev. 2.1. Salvo menção em contrário, estas são, portanto, as bases numéricas utilizadas na análise. De igual modo, salvo menção em contrário, o ano de referência dos dados é 2007.

2.1. EDIÇÃO (EDITORES)

Caracterização geral

Quanto à Natureza jurídica, constata-se que perto de dois terços das empresas que responderam ao Inquérito são sociedades por quotas (proporção comum em ambos os tipos de atividade), seguindo-se, com pesos relevantes, as constituídas como sociedades anónimas (18%) e como sociedades unipessoais por quotas (15%).

A maioria das empresas (76%) assinalou não estar integrada num grupo empresarial (quadro nº 12). Das que referiram estar ligadas a um grupo, 58% passaram a essa condição no período 2001-2005.

Quadro nº 12
Editoras por Integração num grupo empresarial
n = 62

Integração num grupo empresarial	Percentagem
Sim	24,2
Não	75,8
<i>Total</i>	<i>100,0</i>

Ver-se-á mais à frente que os referidos resultados variam substancialmente consoante o Volume de negócios e o Pessoal ao serviço.

Relativamente à Existência de escritórios ou delegações, também a grande maioria das empresas (77%) assinalou não deter nenhum para além da sede (quadro nº 13).

Quadro nº 13
Editoras por Existência de escritórios/delegações e por Tipo de atividade
(percentagem do número de casos)

Existência de escritórios/delegações	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
Sim	17,8	29,4	21,0
Não	80,0	70,6	77,4
Não resposta	2,2	0,0	1,6
<i>Número de casos</i>	<i>45</i>	<i>17</i>	<i>62</i>

Das 13 empresas que afirmaram ter escritórios ou delegações (para além da sede), a esmagadora maioria (92%) referiram ter pelo menos uma delegação num outro concelho no País. Foram mencionados 14 concelhos, sendo o de Lisboa o mais referido (58%). O cruzamento com a variável Tipo de atividade mostra maior desconcentração por parte das empresas editoras cuja atividade principal é outra que não a edição de livros. Isto no plano nacional. No internacional, apenas uma empresa referiu ter uma delegação no estrangeiro – no caso o Brasil.

Passando à questão relativa à pertença associativa, 65% das empresas referiram a sua filiação na APEL e 19% na UEP, havendo, no entanto, casos com dupla filiação (quadro nº 14).

Quadro nº 14
Editoras por Pertença associativa e por Tipo de atividade
(percentagem do número de casos)

Pertença associativa	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
APEL	55,6	88,2	64,5
UEP	20,0	17,6	19,4
Outra(s) a nível nacional	2,2	0,0	1,6
Outra(s) a nível internacional	0,0	0,0	0,0
Nenhuma	28,9	5,9	22,6
<i>Número de casos</i>	<i>45</i>	<i>17</i>	<i>62</i>

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Em conjunto, representam 84% do total de respostas obtidas, o que confirma o empenhamento posto por estas associações do sector no *Inquérito*. Note-se ainda que 23% das empresas que responderam não têm qualquer filiação, percentagem para que contribuem mais significativamente as empresas cuja atividade principal é a edição.

Caracterização segundo as variáveis independentes

Recorda-se que as variáveis independentes utilizadas são o Tipo de atividade (que será utilizada sistematicamente), o Ano de constituição, a Região, o Pessoal ao serviço e o Tipo de empresa.

Quanto à atividade económica desempenhada pelas empresas, a resposta é óbvia para as que têm como atividade principal a edição de livros (e assim estão registadas) (quadro nº 15).

Quadro nº 15
Empresas por Atividade económica principal e por Tipo de atividade
 (número)

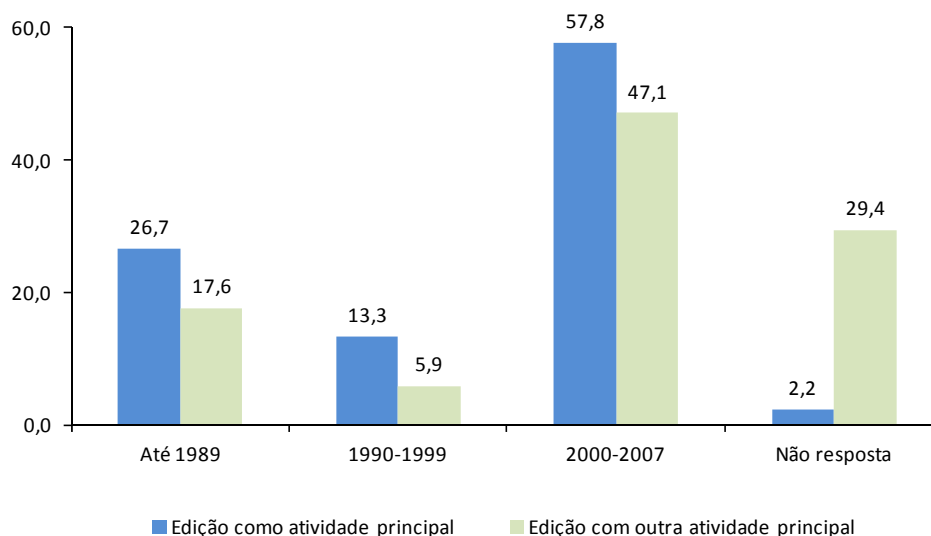
Atividade económica principal (subclasse CAE Rev. 2.1.)	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
Edição de livros (22110)	45	4	49
Edição de jornais (22120)	-	2	2
Edição de revistas e de outras publicações periódicas (22130)	-	3	3
Edição, n.e. (22150)	-	3	3
Comércio a retalho de artigos de papelaria, jornais e Revistas (52472)	-	1	1
Comércio por grosso de livros, revistas e jornais (51472)	-	2	2
Organizações religiosas (91310)	-	2	2
<i>Total</i>	45	17	62

Quanto às empresas da Edição com outra atividade principal, as atividades referidas são diversas, entre elas a Edição de revistas e de outras publicações periódicas e da Edição não especificada (ambas com 3 casos) a Edição de jornais (2 casos), entre outras¹⁰. Contudo, o dado que mais se destaca reporta-se ao número das que referiram como atividade principal... a Edição de Livros (4 casos). Uma vez que não constam na base de dados do INE como tal, podem colocar-se como hipóteses explicativas não terem presente qual a atividade principal registada oficialmente e terem assinalado essa atividade por se tratar de um inquérito à edição. Uma outra explicação pode residir na circunstância de, como a aplicação do questionário foi realizada durante o ano fiscal de 2008, e apesar dos dados solicitados se reportarem a 2007, algumas empresas terem alterado entretanto a classificação da sua atividade principal perante a entidade fiscal. Seja como for, optou-se por manter essas empresas entre o Tipo de atividade Edição com outra atividade principal uma vez que não constavam na base de dados de referência do presente Inquérito.

Relativamente ao Ano de constituição, refira-se que mais de metade das empresas que responderam ao questionário (55%) foi constituída já nos primeiros anos do século XXI (gráfico nº 2). Como se pode constatar nesse gráfico, esta predominância é mais visível nas empresas que têm a Edição como atividade principal (58% contra 47%). Note-se ainda a elevada percentagem de Não respostas (29%) por parte das empresas com Outra atividade principal.

¹⁰ Recorde-se que a única diferença entre o questionário das editoras com atividade principal de edição e o daquelas com outra atividade principal consiste na inclusão, neste último, de um campo em que se pergunta qual a atividade principal.

Gráfico nº 2
Editoras por Ano de constituição e por Tipo de atividade
 (percentagem do número de casos)



Número de casos: Edição como atividade principal, 45; Edição com outra atividade principal, 17.

Do ponto de vista da distribuição geográfica (quadro nº 16), Lisboa é a Região em que estão sediadas a maior parte das empresas (57% das respostas). Não foram obtidas respostas por parte de empresas sediadas nas regiões do Alentejo e nas Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira.

Quadro nº 16
Editoras por Região e por Tipo de atividade
 (percentagem do número de casos)

Região	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
Norte	33,3	11,8	27,4
Centro	11,1	17,6	12,9
Lisboa	51,1	70,6	56,5
Alentejo	0,0	0,0	0,0
Algarve	4,4	0,0	3,2
R.A. Açores	0,0	0,0	0,0
R.A. Madeira	0,0	0,0	0,0
<i>Número de casos</i>	45	17	62

Por Tipo de atividade, as editoras com outra atividade principal registam uma percentagem mais elevada na região de Lisboa (71%). Embora também entre as empresas com a Edição como atividade principal esta Região seja a que apresenta maior percentagem (51%), importa destacar a região Norte (33%).

Tomando por unidade de análise o concelho, Lisboa é, no conjunto das empresas, o mais representativo (40%) seguindo-se, a larga distância, o Porto (10%), Oeiras e Vila Nova de Gaia, ambos com 7%.

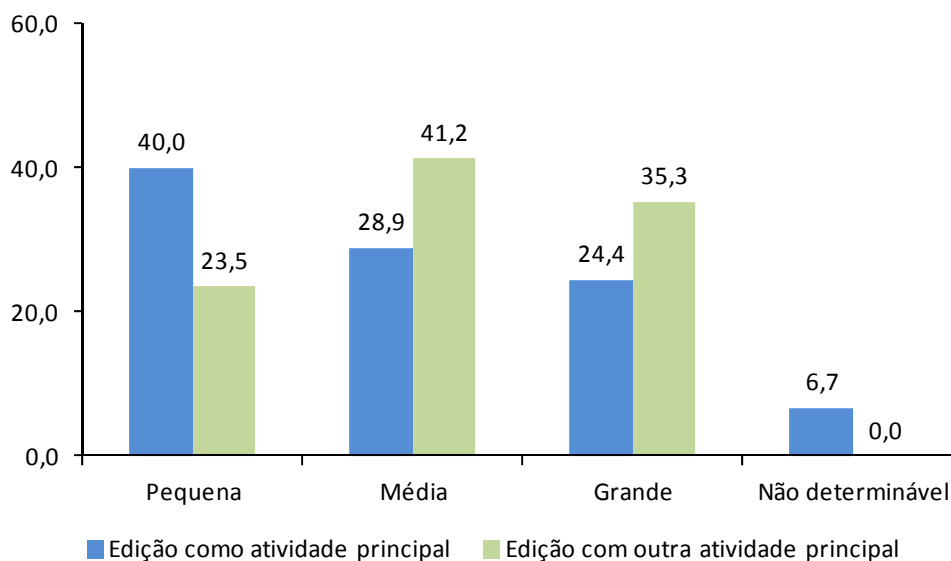
Quanto ao Pessoal ao serviço, refira-se que metade das editoras possui nos seus quadros entre 1 e 4 pessoas, sendo que 21% das empresas têm como pessoal apenas uma pessoa (quadro nº 17). O escalão Entre 2 e 4 pessoas é o mais representado (29%). Observando as respostas obtidas de acordo com o Tipo de atividade, o escalão já referido é o mais representativo para as empresas da Edição como atividade principal (31%), ao invés, o quadro de pessoal das empresas com outras atividades tem a percentagem mais elevada no escalão Entre 10 e 99 pessoas (35%).

Quadro nº 17
Editoras por Pessoal ao serviço e por Tipo de atividade
(percentagem do número de casos)

Pessoal ao serviço	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
Com 1 pessoa	24,4	11,8	21,0
Entre 2 e 4 pessoas	31,1	23,5	29,0
Entre 5 e 9 pessoas	22,2	23,5	22,6
Entre 10 e 99 pessoas	15,6	35,3	21,0
Mais de 100 pessoas	2,2	5,9	3,2
Não resposta	4,4	0,0	3,2
<i>Número de casos</i>	<i>45</i>	<i>17</i>	<i>62</i>

Considerando agora o Tipo de empresa (variável que tem em conta o volume de negócios), as Pequenas empresas constituem o Tipo mais representado (36% do total) (gráfico nº 3). Aquele tipo é mesmo o mais representativo nas editoras cuja principal atividade é a edição (40%), ao passo que as da Edição com outra atividade principal se situam preferencialmente nas Médias e Grandes empresas (41% e 35%, respetivamente).

Gráfico nº 3
Editoras por Tipo de empresa e por Tipo de atividade
(percentagem do número de casos)



Número de casos: Edição como atividade principal, 45; Edição com outra atividade principal, 17.

Dimensões inquiridas

Recursos humanos

O total de pessoal ao serviço apurado para as empresas do sector da edição em 2007 é de 1.169 pessoas (quadro nº 18). As empresas da Edição como atividade principal apresentam o valor mais elevado com 846 pessoas.

Quadro nº 18
Pessoal ao serviço nas editoras por Tipo de atividade
(número absoluto)

Indicadores	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
Pessoal ao serviço	846	323	1.169
Número de casos	43	17	60

A partir dos dados obtidos na pergunta relativa ao pessoal ao serviço procurou-se averiguar, tendo em conta o Tipo de atividade, a repartição do número de pessoas de acordo com as variáveis Integração, Tipo de empresa e Ano de constituição (quadro nº 19).

A maioria do pessoal (65%) encontra-se ao serviço de empresas integradas num determinado grupo. Por Tipo de empresa, são as grandes que registam as maiores percentagens de pessoal ao serviço (88% do total apurado), traço comum às empresas de ambos os tipos de atividade.

De acordo com o Ano de constituição, a percentagem mais elevada situa-se nas empresas mais antigas, ou seja, constituídas Até 1989 (64%), constatação mais notória nas empresas da Edição como atividade principal. Nas empresas que integram o outro tipo de atividade é nas criadas na década de noventa que incide a maior percentagem de pessoal ao serviço.

Quadro nº 19

Pessoal ao serviço por Integração, Tipo de empresa, Ano de constituição e Tipo de atividade
(percentagem em coluna)

Variáveis	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
<i>Pessoal ao serviço</i>	846	323	1.169
Integração			
Sim	80,5	25,1	65,2
Não	19,5	74,9	34,8
Tipo de empresa			
Pequena	4,0	2,8	3,7
Média	6,3	11,5	7,7
Grande	89,0	85,8	88,1
Não determinável	0,7	0,0	0,5
Ano de constituição			
Até 1989	78,4	24,5	63,5
1990-1999	13,1	53,3	24,2
2000-2007	8,5	22,3	12,3

Relativamente à partição por Departamento¹¹, em termos totais, os que apresentam percentagens acima dos 10% são os Serviços administrativos (18%), a Logística/Armazenamento (14%), a Criação editorial (12%) e Outros (11%). Recursos Humanos é o departamento que regista a mais baixa percentagem (1%) (quadro nº 20).

¹¹ Em relação à repartição do pessoal ao serviço por Departamento, refira-se que a informação obtida permitiu evidenciar os problemas que algumas empresas têm na resposta ao enquadramento dos seus funcionários. Desde logo porque não estão organizadas por departamentos, mas também pela sua pequena dimensão (em muitas delas de 1 ou 2 pessoas) e a consequente acumulação de funções, levantando-se assim a dúvida sobre onde se posicionar. Neste caso, optou-se pela colocação na categoria da Administração/Direção.

Quadro nº 20
Pessoal ao serviço nas empresas por Departamento
n = 1.169

Departamento	Percentagem
Serviços administrativos	18,3
Logística/Armazenamento	13,9
Criação editorial (<i>editores, assistentes editoriais, etc.</i>)	12,4
Marketing e Comunicação	8,3
Atividade comercial (<i>força de vendas</i>)	8,3
Produção editorial (<i>designers, revisores, etc.</i>)	8,2
Administração/Direção	7,4
Atividade comercial (<i>venda a retalho</i>)	6,0
Recursos Humanos	1,1
Outros	10,7
Impossível enquadrar	5,3
<i>Total</i>	<i>100,0</i>

(Base de amostragem = 60)

No que toca ao Nível de escolaridade do pessoal ao serviço nas editoras (quadro nº 21), as habilitações de nível Superior (bacharelato ou licenciatura) são as que apresentam a percentagem mais elevada (42%). Destaque-se ainda a percentagem de funcionários que detêm habilitações de nível Secundário (29%).

Quadro nº 21
Pessoal ao serviço por Nível de escolaridade
n = 1.169

Nível de escolaridade	Percentagem
Sem qualquer nível completo/1º Ciclo	2,9
2º Ciclo/3º Ciclo	18,9
Secundário	28,6
Médio	2,7
Superior (bacharelato ou licenciatura)	42,3
Pós-graduação, mestrado ou doutoramento	4,0
Impossível enquadrar	0,6
<i>Total</i>	<i>100,0</i>

(Base de amostragem = 60)

A análise através do Tipo de atividade mostra níveis de qualificação mais elevados entre os funcionários das empresas da Edição com outra atividade principal, uma vez que mais de metade (52%) tem níveis de formação Superior ou Pós-graduação, em contraste com a percentagem das habilitações de igual nível detidas pelos funcionários das empresas da Edição como atividade principal (44%).

Através da variável Integração constata-se que nas empresas integradas a maioria dos seus funcionários possui formação, predominantemente, até ao Secundário, ao contrário do que acontece com os das empresas não integradas, uma vez que detêm uma qualificação mais elevada (Superior ou Pós-graduação).

Passando a um outro tópico, a grande maioria das empresas (89%) recorreu, no ano de referência, à contratação de serviços externos (pessoas coletivas ou individuais), com particular destaque para as da Edição como atividade principal registando uma percentagem acima daquele valor.

Refira-se que das 11 áreas de serviços externos propostas 7 apresentam percentagens acima dos 62% (quadro nº 22).

Quadro nº 22
Editoras por Área do serviço externo a que recorreu
n = 55

Área do serviço externo	Percentagem
Impressão	92,7
Design gráfico	80,0
Tradução	67,3
Distribuição	65,5
Revisão	63,6
Contabilidade	63,6
Paginação	61,8
Ilustração	56,4
Armazenamento	36,4
Feiras do livro nacionais	32,7
Marketing e Comunicação	18,2
Outras	5,5
Não resposta	7,3

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

As áreas mais assinaladas são as da Impressão (93%) e do Design gráfico (80%). A partir do Tipo de atividade, as empresas da Edição como atividade principal referem, para além daquelas, as áreas da Contabilidade e da Distribuição, ao passo que as da Edição com outra atividade principal destacam a Tradução e a Revisão, o que parece indiciar que a diferentes atividades principais correspondem diferentes necessidades em termos de serviços externos.

Volume de negócios e atividades

Ao incluir no questionário uma pergunta sobre o volume de negócios da empresa corria-se o risco de se obter uma taxa de resposta baixa. No entanto, este receio não viria a comprovar-se, corroborando aliás muitas das opiniões recolhidas nas entrevistas¹² e nos pré-testes. De facto, quase todas as empresas inquiridas (94%) responderam à questão do volume de negócios.

Em termos de valor total, o volume de negócios apurado em 2007 foi de €188 milhões (quadro nº 23).

Quadro nº 23
Volume de negócios por Tipo de atividade
(mil euros)

Indicadores	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
Volume de negócios	136.612	51.340	187.952
Número de casos	41	17	58

O maior peso do volume de negócios apurado cabe às empresas da Edição como atividade principal, registando naquele ano €136,6 milhões¹³ (73% do total).

A partir da pergunta sobre o volume de negócios construiu-se uma nova variável com cinco escalões (quadro nº 24). Em termos totais, salienta-se a percentagem mais elevada de empresas enquadradas no primeiro escalão (26%), ou seja, com um volume de negócios até €50.000. Somando a percentagem obtida no segundo escalão (€50.001 - €250.000), então eleva-se para praticamente metade (47%) das empresas. Refira-se ainda 10% de empresas que registaram mais de €10 milhões.

¹² Ver Parte I (Neves, Santos, Lima, Vaz e Cameira, 2012).

¹³ Em comparação com os dados publicados pelo INE (Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio 2007) sobre as empresas da Edição de livros (subclasse 22110 da CAE Rev. 2.1.), o volume de negócios aqui registado pelas empresas da Edição como atividade principal (€136,6 milhões correspondente a 41 casos) representa uma percentagem de 34% do valor do volume de negócios (vendas e prestação de serviços) divulgado pelo INE (€402,6 milhões correspondente a 481 empresas).

Quadro nº 24
Editoras por Volume de negócios e por Tipo de atividade
(percentagem do número de casos)

Volume de negócios	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
€1 - €50.000	31,1	11,8	25,8
€50.001 - €250.000	20,0	23,5	21,0
€250.001 - €1.000.000	17,8	29,4	21,0
€1.000.001 - €10.000.000	15,6	23,5	17,7
Mais de €10.000.001	8,9	11,8	9,7
Não resposta	6,7	0,0	4,8
<i>Número de casos</i>	45	17	62

A maioria das empresas da Edição como atividade principal apresenta um volume de negócios até €250 mil (com primazia para o primeiro escalão que regista 31%), enquanto 29% das empresas da Edição com outra atividade principal se situam no escalão intermédio (€250.001-€1.000.000), apresentando-se distribuídos de igual forma nos dois escalões contíguos.

Através do quadro nº 25 procura-se verificar de que forma se distribui o volume de negócios das empresas de acordo com a Integração, Ano de constituição e Pessoal ao serviço.

Quadro nº 25
Volume de negócios por Integração, Ano de constituição e Pessoal ao serviço e por Tipo de atividade
(percentagem em coluna e mil euros)

Variáveis	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
<i>Volume de negócios</i>	136.612	51.340	187.952
Integração			
Sim	87,0	34,2	72,6
Não	13,0	65,8	27,4
Ano de constituição			
Até 1989	81,6	26,7	66,7
1990-1999	11,9	59,6	25,0
2000-2007	6,3	13,7	8,3
Não resposta	0,1	0,0	0,0
Pessoal ao serviço			
Com 1 pessoa	0,2	0,2	0,2
Entre 2 e 4 pessoas	1,4	1,4	1,4
Entre 5 e 9 pessoas	7,8	2,5	6,4
Entre 10 e 99 pessoas	36,8	42,9	38,5
Mais de 100 pessoas	53,5	52,9	53,3
Não resposta	0,3	0,0	0,2

De acordo com a variável Integração verifica-se que o volume de negócios é mais elevado nas empresas integradas (73%), apresentando-se mais evidente para as empresas da Edição como atividade principal (87%), acontecendo o contrário para as com outra atividade principal, que possuem uma maior percentagem enquanto empresas autónomas.

Relativamente ao Ano de constituição, o volume de negócios apresenta-se concentrado nas empresas mais antigas (Até 1989) que representam 67% do total. Este é o escalão onde se situa a esmagadora maioria das empresas da Edição como atividade principal, mas é nos escalões dos anos mais recentes que se enquadram mais empresas da Edição com outra atividade principal, registando 60% na década de 90 e 14% no período 2000-2007.

O cruzamento pela variável Pessoal ao serviço confirma a relação que dá conta de que as empresas com um elevado volume de negócios são também aquelas com o maior número de pessoas ao serviço (percentagens acima dos 53%).

No que diz respeito à repartição do volume de negócios por atividade, verifica-se que quase dois terços do seu valor são provenientes da Edição de livros (com ou sem distribuição própria). Aquele valor é mais acentuado, como não podia deixar de ser, nas empresas da Edição como atividade principal, que totaliza 81% do volume total, contra 23% das restantes (quadro nº 26).

Quadro nº 26

Volume de negócios por Atividade e por Tipo de atividade
(percentagem do volume de negócios e mil euros)

Atividade	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
Edição de livros (<i>com ou sem distribuição própria</i>)	80,5	22,7	64,8
Distribuição de terceiros (<i>comércio por grosso</i>)	15,4	18,7	16,3
Livraria própria (<i>comércio a retalho</i>)	4,0	4,4	4,1
Impressão	0,1	0,0	0,1
Outras	0,0	54,2	14,7
<i>Volume de negócios</i>	<i>136.612</i>	<i>50.798</i>	<i>187.409</i>

Nas empresas da Edição com outra atividade principal, o valor maioritário provém do desempenho de outras atividades (como a edição de revistas especializadas, música infantil, a tradução ou a prestação de vários serviços).

Na sequência desta pergunta solicitava-se, quando tivessem obtido algum valor de volume de negócios através da atividade Livraria própria (comércio a retalho), que assinalassem o número e a localização (concelho/país) dos estabelecimentos a funcionar até ao fim do ano de 2007.

Dos dados obtidos, constata-se que 9 empresas têm também uma atividade de Livraria, num total de 26 estabelecimentos, correspondente a 4% do volume total de vendas.

Em termos de localização geográfica, os estabelecimentos situam-se, principalmente, na região de Lisboa (42%), sobretudo no concelho de Lisboa (quase três quartos) e na região Norte (23%). Ainda uma nota para assinalar o facto de as empresas de Edição com outra atividade principal apresentarem maior equilíbrio geográfico das livrarias, uma vez que são referidos diversos pontos de venda em vários concelhos das outras regiões, incluindo Açores e Madeira.

Passando agora ao conjunto de perguntas relativas à propriedade intelectual (receitas e despesas), saliente-se que, em relação às receitas provenientes da venda de direitos, apenas 8 empresas responderam (13% do total das respostas). Ainda assim apurou-se um valor total de €1,2 milhões (quadro nº 27).

Quadro nº 27
Receitas provenientes da venda de direitos por Tipo de receita
(mil euros)

Tipo de receita	Receitas
Direitos de autor geridos pela empresa	1.095
Direitos próprios	121
<i>Total receitas</i>	<i>1.216</i>

(Base de amostragem = 8)

Em termos da repartição por Tipo de receita, verifica-se que a quase totalidade provém dos Direitos de autor geridos pela empresa. Saliente-se que as empresas da Edição com outra atividade principal representam 80% daqueles Direitos. Pelo contrário, este tipo de empresa não contribui em nada para as receitas em Direitos próprios.

Observando os dados no que toca à proveniência por nacionalidade do autor, refira-se que 91% derivam da venda de direitos de autores portugueses. Por Tipo de atividade, estes direitos constituem a totalidade das receitas nas empresas da Edição com outra atividade principal. Entre as empresas da Edição como atividade principal representam 54%, ao passo que as receitas com autores estrangeiros significam 45%. Assinale-se ainda o peso muito reduzido dos autores lusófonos (não chega a 1%).

Quanto às despesas com a compra de direitos responderam 61% das empresas, tendo-se apurado um valor total de perto de €12 milhões (quadro nº 28).

Quadro nº 28
Despesas com compra de direitos por Tipo de despesa
(mil euros)

Tipo de despesa	Despesas
Quantias pagas por direitos de autor	11.847
<i>Autores portugueses</i>	2.277
<i>Outros autores lusófonos</i>	16
<i>Autores estrangeiros</i>	936
<i>Não determinável</i>	8.619
Quantias pagas por compra de outros direitos	111
<i>Total despesas</i>	<i>11.958</i>

(Base de amostragem = 38)

Relativamente ao Tipo de despesa, vejam-se os valores relativamente elevados das quantias pagas por direitos de autor, embora aqui se verifique uma dificuldade muito grande em fazer o enquadramento dos respetivos valores por autor, sobressaindo assim a resposta Não determinável.

Atividade editorial

Os principais produtos editados pelas empresas que responderam são o Livro, nos seus suportes Papel (95%) e Papel + suporte eletrónico (26%), e as Publicações periódicas em suporte Papel (18%) (quadro nº 29). Acrescente-se ainda o facto de 77% das empresas apenas editarem livros, independentemente do suporte. Verifica-se ainda uma fraca expressão da edição em outros suportes eletrónicos. Saliente-se também para as empresas da Edição com outra atividade principal, o peso significativo nas publicações periódicas.

Quadro nº 29

Produtos e suportes editados por Tipo de atividade
(percentagem do número de casos)

Produtos/Suportes	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
Livros			
Papel	97,8	88,2	95,2
Papel + suporte eletrónico (CD e/ou acesso a conteúdos on-line, etc.)	26,7	23,5	25,8
Audiolivro	4,4	5,9	4,8
E-Book	6,7	5,9	6,5
Publicações periódicas (jornais e revistas)			
Papel	11,1	35,3	17,7
Suporte eletrónico	2,2	11,8	4,8
Outros produtos	8,9	0,0	6,5
<i>Número de casos</i>	45	17	62

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Tendo em agora conta o catálogo das editoras, verifica-se, em termos totais, e de acordo com os dados apurados, a existência nas 58 empresas de 30,8 mil títulos em stock (até 31 de dezembro de 2007) (quadro nº 30). Ao nível da produção em 2007, foram editados pouco mais de 4 mil títulos¹⁴ (o que significa um acréscimo de 13%) e produzidos 23,2 milhões de exemplares (uma tiragem média de 5.860 por título).

Quadro nº 30

Catálogo das empresas por Tipo de atividade
(número absoluto e média)

Indicadores	Tipo de atividade		Total	Número de Casos	Média
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal			
Títulos em stock a 31/12/2007	23.145	7.605	30.750	58	530
Títulos editados em 2007	3.221	865	4.086	58	70
Exemplares produzidos em 2007	21.295.973	1.928.085	23.224.058	52	446.617
<i>Taxa de renovação (%)</i>	14	11	13	54	-
<i>Tiragem média</i>	6.756	2.377	5.860	52	-

¹⁴ Por títulos editados compreendem-se as primeiras edições (novidades) em 2007, as reedições e as reimpressões de títulos editados até ao fim do ano de 2006.

Em relação aos valores médios por editora, é de 530 para os títulos em stock, tendo, em termos de produção, editado em 2007 perto de 70 títulos e produzido 446.617 exemplares. Cruzando por Tipo de atividade, verifica-se que são as empresas da Edição como atividade principal que registam os valores mais elevados.

Com base nas referências feitas à nacionalidade dos autores do catálogo constata-se que a maioria se reporta a autores portugueses 58% (quadro nº 31).

Quadro nº 31

Catálogo das empresas por Nacionalidade dos autores e por Tipo de atividade
(percentagem do total e do número de casos)

Nacionalidade dos autores	Tipo de atividade		Total	Número de Casos	Percentagem
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal			
Portuguesa	51,7	80,9	57,3	49	94,2
Outros países Lusófonos	1,1	2,8	1,4	14	26,9
Outras nacionalidades	47,1	16,3	41,3	37	71,2
<i>Total</i>	<i>8.134</i>	<i>1.918</i>	<i>10.052</i>	52	-

As empresas da Edição com outra atividade principal apresentam no seu catálogo maior percentagem de autores portugueses e lusófonos (84% em conjunto), ao passo que as com atividade principal de edição possuem uma percentagem mais significativa de autores de outras nacionalidades (47% contra 16%).

Incluem no respetivo catálogo autores portugueses 94% das empresas, autores de Outros países lusófonos 27% e autores de Outras nacionalidades 71%. Será talvez interessante dar conta da especificidade e das combinatórias reveladas pelas respostas obtidas. Assim, pode adiantar-se que 27% têm *apenas* autores de nacionalidade portuguesa e 6% *apenas* autores de Outras nacionalidades; 40% Portuguesa e de Outras nacionalidades; 25% Portuguesa, de Outros países lusófonos e de Outras nacionalidades; 2% Portuguesa e de Outros países lusófonos. Não foram detetadas editoras apenas com autores de Outros países lusófonos; nem empresas com autores de Outros países lusófonos e de Outras nacionalidades.

Quanto aos Títulos editados e aos Exemplares produzidos por Tipo de edição e por Nacionalidade dos autores são várias as empresas, sobretudo da Edição como atividade principal, que assinalaram não ser possível responder a esta questão. A comprovar este facto estão as elevadas percentagens de Não determinável tanto ao nível dos Títulos editados (47%) como dos Exemplares produzidos (65%). Precisamente, em termos de respostas válidas, as percentagens mais elevadas encontram-se nos títulos e exemplares das Primeiras edições,

pressupondo-se que os problemas tenham a ver com a contabilização do que é editado ou produzido como Reedições e Reimpressões (quadro nº 32).

Quadro nº 32
Títulos editados e Exemplares produzidos por Tipo de edição e por Nacionalidade dos autores
(percentagem do total)

Nacionalidade dos autores	Títulos editados			Exemplares produzidos		
	Primeiras edições	Reedições e Reimpressões	Total	Primeiras edições	Reedições e Reimpressões	Total
Portuguesa	31,6	18,7	25,2	33,2	7,5	17,4
Outros países Lusófonos	0,3	0,7	0,5	0,2	0,6	0,4
Outras nacionalidades (traduções)	33,6	20,9	27,3	30,3	8,6	17,0
Não determinável	34,5	59,8	47,0	36,2	83,4	65,2
<i>Total</i>	2.055	2.008	4.063	8.743.730	13.929.830	22.673.560

(Bases de amostragem: Títulos editados = 50; Exemplares produzidos = 47).

Segundo os Títulos editados, veja-se a proporção relativamente equilibrada entre os editados como Primeiras edições (novidades) e como Reedições e Reimpressões (na ordem dos 2 mil títulos), não acontecendo o mesmo em relação aos Exemplares produzidos, já que aqui se regista uma maior produção de Reedições e Reimpressões, registando-se 13,9 milhões (61%).

Por Nacionalidade dos autores, constata-se um ligeiro predomínio da edição de títulos de autores estrangeiros em relação aos portugueses (27% contra 25%), tanto no que diz respeito às Primeiras edições como às Reedições e Reimpressões. Quanto aos Exemplares produzidos, os dados obtidos apontam para uma percentagem idêntica entre autores portugueses e estrangeiros, sendo que a exceção se verifica na maior percentagem registada pelas Primeiras edições de autores portugueses. Uma nota ainda para referir o reduzido peso dos títulos e exemplares de autores de Outros países lusófonos.

Relativamente aos valores por Tipo de atividade, evidenciam-se alguns aspetos: na Edição como atividade principal, maior quantidade de títulos e exemplares, independentemente do tipo, de autores de Outras nacionalidade (traduções), com exceção do maior número de exemplares produzidos de novidades de autores portugueses; na Edição com outra atividade principal, verifica-se exatamente o contrário, com uma maior influência dos títulos e exemplares (de ambos os tipos) de autores portugueses, com exceção dos exemplares que são produzidos em maior número para as Primeiras edições de autores estrangeiros.

Ainda no que diz respeito ao catálogo das empresas solicitava-se que assinalassem, num total de 100 categorias editoriais arrumadas em 11 géneros (ver anexo nº 6), as existentes. Neste

sentido, refira-se que a construção do indicador tem por base o facto de cada género ser composto por um conjunto de categorias, pelo que a aferição dos géneros existentes no catálogo é feita através da resposta a pelo menos uma das categorias que o compõem.

Os géneros editoriais mais referidos são Ciências Sociais e Humanas (58%), Literatura (48%), Atualidades e Ensaios e Infantil e Juvenil (ambos com 47%) (quadro nº 33). O género com menor presença no catálogo das editoras que responderam é Banda Desenhada (15%).

Quadro nº 33
Catálogo por Género editorial e por Tipo de atividade
 (percentagem do número de casos)

Género editorial	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
Livro Escolar	24,4	23,5	24,2
Técnico e Científico	37,8	64,7	45,2
Ciências Sociais e Humanas	60,0	52,9	58,1
Religião e Esoterismo	28,9	35,3	30,6
Dicionários/Enciclopédias	24,4	29,4	25,8
Literatura	55,6	29,4	48,4
Atualidades e Ensaios	48,9	41,2	46,8
Infantil e Juvenil	53,3	29,4	46,8
Banda Desenhada	20,0	0,0	14,5
Arte	42,2	47,1	43,5
Livros Práticos	33,3	41,2	35,5
Outros	4,4	5,9	4,8
Não resposta	2,2	0,0	1,6
<i>Número de casos</i>	45	17	62

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

O cruzamento por Tipo de atividade mostra que a maioria das empresas da Edição como atividade principal apresenta os géneros anteriormente referidos como os principais no seu catálogo, com destaque para Ciências Sociais e Humanas (60%). No entanto, o catálogo das empresas da Edição com outra atividade principal é principalmente composto pelos géneros Técnico e Científico (65%), Ciências Sociais e Humanas (53%) e Arte (47%).

Tomando agora a categoria editorial como unidade, refira-se que cerca de metade das empresas indica ter no seu catálogo até 10 categorias, sendo que 18% são *especializadas* em apenas uma ou duas categorias. Por outro lado, perto de 10% podem ser consideradas como *generalistas* uma vez que têm muito elevado grau de diversificação, apresentando no seu catálogo mais de 30 categorias.

O quadro nº 34 mostra as categorias editoriais mais assinaladas pelas editoras. A mais referida é Infantil (44%). Seguem-se História (40%), Clássicos e Contemporâneos da Literatura e Biografias/Memórias, todas com 39% (ver anexo nº 6 com a listagem dos géneros e categorias editoriais e anexo nº 7 com as frequências).

Quadro nº 34
Principais Categorias editoriais assinaladas pelas editoras por Género
 n = 57

Categoria	Género	Percentagem
Infantil	Infantil e Juvenil	43,9
História	Ciências Sociais e Humanas	40,4
Clássicos	Literatura	38,6
Contemporâneos	Literatura	38,6
Biografias/Memórias	Atualidades e Ensaios	38,6
Juvenil	Infantil e Juvenil	36,8
Filosofia	Ciências Sociais e Humanas	35,1
Histórico	Literatura	33,3
Poesia	Literatura	33,3
Pedagogia/Educação	Ciências Sociais e Humanas	31,6
Ensaios/Análise/Crítica	Atualidades e Ensaios	31,6
Religião	Religião e Esoterismo	29,8
Política/Ciência Política	Ciências Sociais e Humanas	26,3
Romance de Amor	Literatura	24,6

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Os géneros com categorias mais representadas são Literatura e Ciências Sociais e Humanas, bem como Infantil e Juvenil, que está presente com as suas duas categorias.

A pergunta sobre a repartição dos dados físicos – títulos em stock a 31/12/07, títulos editados e exemplares produzidos em 2007 – por Género editorial é outra das que levantou algumas dificuldades de resposta. Mesmo assim, no total, 76% das empresas observadas responderam à pergunta (em números absolutos ou percentagem), 19% assinalaram a opção Não é possível determinar e 5% não responderam.

Da informação apurada, destaque-se o facto da opção Não é possível determinar apresentar ainda percentagens relativamente elevadas para os 3 itens. Na distribuição por género editorial, a primazia no stock das empresas vai para Técnico e Científico (18%) e Ciências Sociais e Humanas (17%); nos novos títulos para Escolar (25%) e Ciências Sociais e Humanas (19%); nos exemplares produzidos para Escolar (expressivos 56%) e Infantil e Juvenil (11%) (quadro nº 35).

Quadro nº 35

Títulos em stock, Títulos editados e Exemplares produzidos por Género editorial
(percentagem do total)

Género editorial	<i>Títulos em stock</i>	<i>Títulos editados</i>	<i>Exemplares produzidos</i>
Livro Escolar	0,9	25,4	56,3
Técnico e Científico	18,0	1,9	0,7
Ciências Sociais e Humanas	16,8	18,6	4,3
Religião e Esoterismo	1,7	1,7	0,8
Dicionários/Enciclopédias	0,2	1,8	1,6
Literatura	10,1	9,6	7,5
Atualidades e Ensaios	1,5	2,7	1,8
Infantil e Juvenil	9,0	14,4	10,5
Banda Desenhada	0,0	0,0	0,0
Arte	1,9	0,8	0,2
Livros Práticos	1,4	4,9	3,2
Outros	3,7	0,6	0,3
Não é possível determinar	34,8	17,5	12,8
<i>Total</i>	<i>30.750</i>	<i>3.901</i>	<i>22.716.152</i>

(Base de amostragem = 59)

De acordo com as respostas obtidas, construíram-se dois novos indicadores – *taxa de renovação* e *tiragem média* – a primeira resultante da relação entre títulos em stock e títulos editados e a segunda da média de exemplares produzidos por título (quadro nº 36).

Quadro nº 36

Taxa de renovação e Tiragem média por Género editorial
(percentagem e média)

Género editorial	Taxa de renovação	Tiragem média
Livro Escolar	18,9	12.212
Técnico e Científico	0,4	2.249
Ciências Sociais e Humanas	11,4	1.340
Religião e Esoterismo	12,1	2.714
Dicionários/Enciclopédias	7,1	5.220
Literatura	6,7	4.647
Atualidades e Ensaios	18,3	3.890
Infantil e Juvenil	11,0	4.236
Banda Desenhada	0,0	0
Arte	3,3	1.345
Livros Práticos	13,4	3.850
Outros	2,0	2.886
Não é possível determinar	5,8	5.959
<i>Total</i>	<i>6,6</i>	<i>5.972</i>
<i>Total (excluindo Livro Escolar)</i>	<i>6,5</i>	<i>3.675</i>

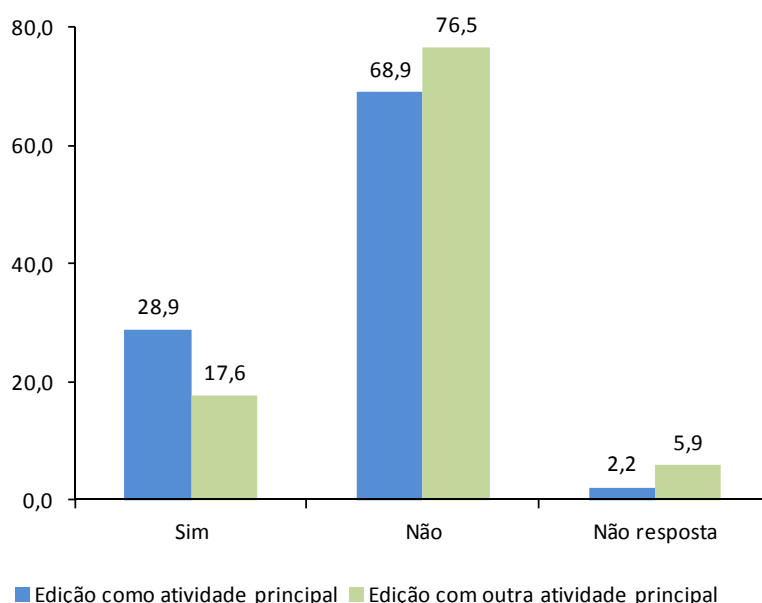
(Bases de amostragem: Taxa de renovação = 58; Tiragem média = 52)

Deste modo, em termos totais, saliente-se uma Taxa de renovação dos títulos no ano de referência (2007) de 7%, sendo que em relação à Tiragem média se verifica uma produção de 5.972 exemplares por título. Observando-se agora esse mesmo total, mas excluindo o género Livro Escolar, se por um lado o valor da Taxa de renovação se mantém praticamente inalterado, por outro lado o mesmo já não sucede com a Tiragem média, registando este um valor médio sensivelmente mais baixo (3.675).

Os géneros em que se verifica a mais elevada Taxa de renovação de títulos são Livro Escolar (19%) e Atualidades e Ensaio (18%). Por sua vez, os que apresentam as tiragens médias mais elevadas de exemplares produzidos são, novamente, Livro Escolar (12.212) e Dicionários/Enciclopédias (5.220).

Quando solicitadas a referir a existência de outras marcas (chancelas editoriais) para além da que constitui a sua designação comercial, a grande maioria das editoras assinala não ter nenhuma outra marca (gráfico nº 4). Assim sendo, as empresas da Edição como atividade principal são as que apresentam a maior percentagem de marcas/chancelas criadas (29%).

Gráfico nº 4
Chancelas editoriais por Tipo de atividade
(percentagem do número de casos)



Número de casos: Edição como atividade principal, 45; Edição com outra atividade principal, 17.

Relativamente às que responderam afirmativamente (no total das empresas), contabiliza-se um total de 28 marcas/chancelas. Estas constituem uma característica de diversificação mais evidente nas empresas da Edição como atividade principal, ao registarem 75% daquele valor. A

maioria das empresas (69%) refere deter apenas 1 marca/chancela, ao passo que o máximo registado foi de 5.

Da análise dos outros elementos solicitados e que pretendiam caracterizar as respetivas marcas/chancelas, destacam-se os seguintes aspetos: em relação ao ano de criação, importa referir o período 2006-2008 como o que concentra a maior quantidade de marcas criadas (64%). Contudo, para as empresas que responderam ao *Inquérito*, a emergência desta prática remonta a 2001; quanto ao género editorial constata-se uma grande diversidade, desde a ficção portuguesa e estrangeira, até às ciências sociais, humanas, passando ainda pela divulgação científica, as áreas educativas, autoajuda e religião; por fim, no que diz respeito ao seu registo no INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, salienta-se que 75% dessas marcas se encontram registadas e protegidas.

Mercado interno do livro

Relativamente à edição de livros solicitava-se a indicação do número de exemplares vendidos e do respetivo volume de vendas¹⁵. Importa realçar o facto de que, em termos de respostas obtidas, parecer ter sido mais difícil às empresas indicar o número de exemplares vendidos do que o seu volume de vendas, diferença patente no número de empresas que deram uma resposta aos exemplares vendidos (43) relativamente às que responderam ao volume de vendas (58) (quadro nº 37).

Quadro nº 37
Exemplares vendidos e Volume de vendas por Tipo de atividade
(número absoluto, mil euros e média)

Indicadores	Tipo de atividade				Total		Número de casos
	Edição como atividade principal		Edição com outra atividade principal		Valores totais	Média	
	Valores totais	Média	Valores totais	Média			
Exemplares vendidos	17.112.529	570.418	1.831.591	140.892	18.944.120	440.561	43
Volume de vendas	104.679	2.492	10.824	677	115.504	1.991	58

¹⁵ Em relação ao volume de vendas, mencionava-se através de uma pequena nota que acompanhava a pergunta, que a obtenção do valor daquele campo devia ter em conta a dedução referente a devoluções, descontos e imposto (IVA).

De acordo com o número de casos válidos verifica-se que no ano de referência as empresas venderam um total de 18,9 milhões de exemplares, o que corresponde a uma média de 440.561. Em relação ao produto líquido das vendas registou-se um total de €115,5 milhões, uma média de cerca de €1.991 mil por empresa.

Por Tipo de atividade, não surpreende que, tanto em Exemplares vendidos como em Volume de vendas, sejam as empresas da Edição como atividade principal as que mais se destacam.

Quanto à repartição do volume de vendas por Trimestre constata-se que a maior percentagem das vendas se regista no 3º Trimestre, influenciada sobretudo pelos resultados obtidos pelas empresas da Edição como atividade principal (54%). Recorde-se que o 3º trimestre corresponde à época forte de venda de livros escolares (quadro nº 38).

Quadro nº 38

Volume de vendas por Trimestre e por Tipo de atividade
(percentagem do volume de vendas e mil euros)

Trimestre	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
1º Trimestre	11,1	22,1	12,1
2º Trimestre	10,8	21,0	11,7
3º Trimestre	53,9	22,8	51,0
4º Trimestre	24,1	27,8	24,5
Não é possível determinar	0,1	6,3	0,7
<i>Volume de vendas</i>	<i>104.679</i>	<i>10.824</i>	<i>115.504</i>

(Base de amostragem = 58 casos)

Por outro lado, parece confirmar-se também a importância do Natal, com o 4º trimestre a assumir-se como o segundo mais importante para as empresas daquele Tipo de atividade, mas a constituir-se com o primeiro entre as empresas da Edição com outra atividade principal, com 28%, notando-se ainda em relação a estas últimas um certo equilíbrio em termos de vendas por trimestre.

No que toca à repartição regional do volume de vendas, o principal aspeto a reter é a percentagem muito elevada (68%) de empresas que assinalaram Não é possível determinar, com maior evidência para as da Edição como atividade principal (72%). Este facto é em si muito significativo uma vez que se trata de uma informação de que parte significativa das editoras parecem não dispor, ou porque não a recolhem ou porque a distribuição é externa e portanto encontram dificuldades em aceder e, logo, em disponibilizar essa informação (quadro nº 39).

Quadro nº 39

Volume de vendas por Região e por Tipo de atividade
(percentagem do volume de vendas e mil euros)

Região	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
Norte	6,0	21,4	7,5
Centro	5,1	14,6	6,0
Lisboa e Vale do Tejo	11,9	32,5	13,9
Alentejo	1,5	2,3	1,6
Algarve	2,2	2,8	2,2
R.A. Açores	0,5	0,9	0,5
R.A. Madeira	0,6	1,7	0,7
Não é possível determinar	72,2	23,8	67,6
<i>Volume de vendas</i>	<i>104.679</i>	<i>10.824</i>	<i>115.504</i>

Nota: Nomenclatura de Unidades Territoriais para Fins Estatísticos de nível II (NUTS II) estabelecida no Decreto-Lei nº 46/89, de 15 de fevereiro.

Quanto aos valores que é possível aferir por Região, destaca-se Lisboa e Vale do Tejo (14%), sendo que as regiões Norte e Centro apresentam valores muito próximos (8% e 6%, respetivamente).

Quanto ao cruzamento dos Exemplares vendidos e do Volume de vendas por Género editorial, destaca-se, por um lado, a elevada percentagem de Não é possível determinar quanto a exemplares (60%) e, por outro lado, a importância bem patente do Livro Escolar ao nível do volume de vendas (54%) (quadro nº 40).

Quadro nº 40

Exemplares vendidos e Volume de vendas por Género editorial e por Tipo de atividade
(percentagem do total, mil unidades e mil euro)

Género editorial	Tipo de atividade				Total	
	Edição como atividade principal		Edição com outra atividade principal			
	Exemplares vendidos	Volume de vendas	Exemplares vendidos	Volume de vendas	Exemplares vendidos	Volume de vendas
Livro Escolar	14,6	58,7	9,6	8,4	14,1	54,0
Técnico e Científico	0,1	1,0	1,0	1,9	0,2	1,1
Ciências Sociais e Humanas	1,3	3,3	21,6	41,9	3,3	6,9
Religião e Esoterismo	0,2	0,5	5,9	2,5	0,8	0,7
Dicionários/Enciclopédias	0,1	2,8	1,2	0,7	0,2	2,6
Literatura	8,6	14,3	0,1	0,1	7,8	12,9
Atualidades e Ensaios	2,0	3,4	0,9	0,5	1,9	3,1
Infantil e Juvenil	6,1	5,4	38,9	19,9	9,3	6,8
Banda Desenhada	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1
Arte	0,1	0,1	0,5	0,5	0,1	0,2
Livros Práticos	0,6	0,9	13,6	14,4	1,8	2,2
Outros	0,2	0,2	0,9	0,7	0,2	0,3
Não é possível determinar	66,1	9,3	5,7	8,5	60,2	9,2
<i>Total</i>	<i>17.113</i>	<i>104.679</i>	<i>1.832</i>	<i>10.824</i>	<i>18.944</i>	<i>115.504</i>

(Base de amostragem = 58 casos)

Do ponto de vista do Tipo de atividade, repare-se a importância em termos de exemplares vendidos e de volume de vendas dos géneros Livro Escolar (maioritário no segundo) e Literatura nas empresas da Edição como atividade principal. Nas empresas da Edição com outra atividade principal salientam-se os géneros Infantil e Juvenil (superior ao nível dos exemplares, com 39%), Ciências Sociais e Humanas (registando 42% nas vendas) e Livros Práticos.

No sentido de perceber quais os tipos de comercialização utilizados pelas empresas, solicitava-se que indicassem a proveniência do valor do seu volume de vendas segundo várias opções de resposta. De acordo com as respostas obtidas, 71% do volume de vendas provém de distribuição própria (quadro nº 41).

Quadro nº 41

Volume de vendas por Tipo de comercialização e por Tipo de empresa
(percentagem em linha e mil euros)

Tipo de empresa	Tipo de comercialização				Total
	Direta (<i>sede/loja, internet, correspondência, feiras do livro, etc.</i>)	Distribuição própria	Distribuidora contratada	Não é possível determinar	
Pequena	14,9	14,6	39,6	31,0	703
Média	7,0	31,8	60,1	1,1	6.300
Grande	4,6	73,9	19,9	1,7	108.479
Não determinável	0,0	0,0	95,7	4,3	23
<i>Total</i>	<i>4,8</i>	<i>71,2</i>	<i>22,2</i>	<i>1,8</i>	<i>115.504</i>

(Base de amostragem = 58 casos)

Por Tipo de empresa, verifica-se que a Distribuição própria é o tipo de comercialização predominante nas grandes empresas, ou seja, é a via por onde 74% do seu volume de vendas é obtido. Por outro lado, as médias e pequenas empresas apresentam percentagens mais elevadas de vendas através de Distribuidora contratada (60% e 40% respetivamente). A comercialização Direta, apesar de representar apenas 5% do volume total de vendas, é a mais utilizada pelas pequenas empresas.

Em termos de combinações verifica-se que são várias, mas as mais assinaladas incluem a Direta com um dos outros tipos, quer com Distribuição própria (21% das empresas), quer com Distribuição contratada (18%). No entanto, acrescente-se que 16% assinalaram que todo o seu volume de vendas provém apenas da Distribuição própria ou da Distribuição contratada.

Da ventilação do volume de vendas por Tipo de comercialização e por Canal de venda salienta-se, mais uma vez, a elevada percentagem de Não é possível determinar para os valores apresentados para o tipo Distribuidora contratada (75%), o que faz sobressair novamente a questão da não disponibilidade ou não controlo por parte das editoras de toda a informação relevante das suas atividades correntes (quadro nº 42).

Quadro nº 42

Volume de vendas por Tipo de comercialização e por Canal de venda
(percentagem do volume de vendas e mil euros)

Canal de venda	Tipo de comercialização	
	Direta e Distribuição própria	Distribuidora contratada
Livrarias	48,3	5,5
Cadeias de livrarias	13,5	11,5
Hipermercados/Supermercados	12,4	5,1
Papelarias-livrarias	0,6	0,0
Quiosques/Tabacarias	0,4	0,0
Bibliotecas públicas	0,4	0,0
Estado (<i>adm. central, local e regiões autónomas</i>)	1,5	0,1
Feiras do Livro	1,1	1,0
Venda a dinheiro (<i>sede/loja da empresa</i>)	9,9	-
Por correspondência/correio	1,1	-
Internet	0,5	-
Outros canais alternativos (<i>gasolineiras, CTT, etc.</i>)	1,2	0,9
Outros	5,2	0,4
Não é possível determinar	3,9	75,3
<i>Volume de vendas</i>	<i>87.759</i>	<i>25.665</i>

A partir dos dados apurados destaque-se o predomínio do canal Livrarias (principalmente através de distribuição própria, com 48%), mas também das Cadeias de livrarias, Hipermercados/Supermercados e da Venda a dinheiro (sede/loja da empresa), este é o canal de venda direta com maior peso no volume de vendas. Os restantes canais apresentam-se claramente minoritários no que toca a vendas, sobretudo a Internet, ainda pouco significativa.

Quando solicitada a indicação do(s) modo(s) de comercialização do produto livro, a venda por Consignação (74%) é o mais utilizado. No entanto, o modo considerado mais importante é o da Compra a firme com direito a devolução (42%) (quadro nº 43).

Quadro nº 43
Editoras por Modo de comercialização e por Tipo de atividade
(percentagem do número de casos)

Modo de comercialização	Tipo de atividade				Total	
	Edição como atividade principal		Edição com outra atividade principal			
	Utilizados	Mais importante	Utilizados	Mais importante	Utilizados	Mais importante
Consignação	73,3	33,3	76,5	5,9	74,2	25,8
Compra a firme <i>(sem direito a devolução)</i>	35,6	15,6	41,2	23,5	37,1	17,7
Compra a firme <i>(com direito a devolução)</i>	57,8	37,8	70,6	52,9	61,3	41,9
Outro modo	4,4	0,0	5,9	0,0	4,8	0,0
Não resposta	6,7	13,3	5,9	17,6	6,5	14,5
<i>Número de casos</i>	45		17		62	

Nota: A pergunta modos de comercialização mais utilizados é de resposta múltipla.

Repare-se que, se em termos dos modos utilizados, é a Consignação o predominante entre as empresas de ambos os tipos de atividade (acima dos 73%), relação às empresas da Edição com outra atividade principal a Compra a firme com direito a devolução é também muito referenciada (71%). No que toca ao modo mais importante, as empresas com atividade principal de edição centram a sua atividade entre os dois modos já referidos, enquanto as empresas do outro Tipo de atividade focam mais as compras a firme (com ou sem direito a devolução).

No que diz respeito à pergunta sobre os descontos pedia-se que fosse assinalado, quando aplicável, sobre a forma de percentagem, os descontos praticados por canal de distribuição/venda. De acordo com as respostas obtidas construiu-se uma nova variável sobre a forma de escalão de modo a melhor poder entender a aplicação dos descontos. No quadro nº 44 procura-se dar conta dessa realidade.

Quadro nº 44
Descontos aplicados por Canal de distribuição/venda
(percentagem do número de casos)

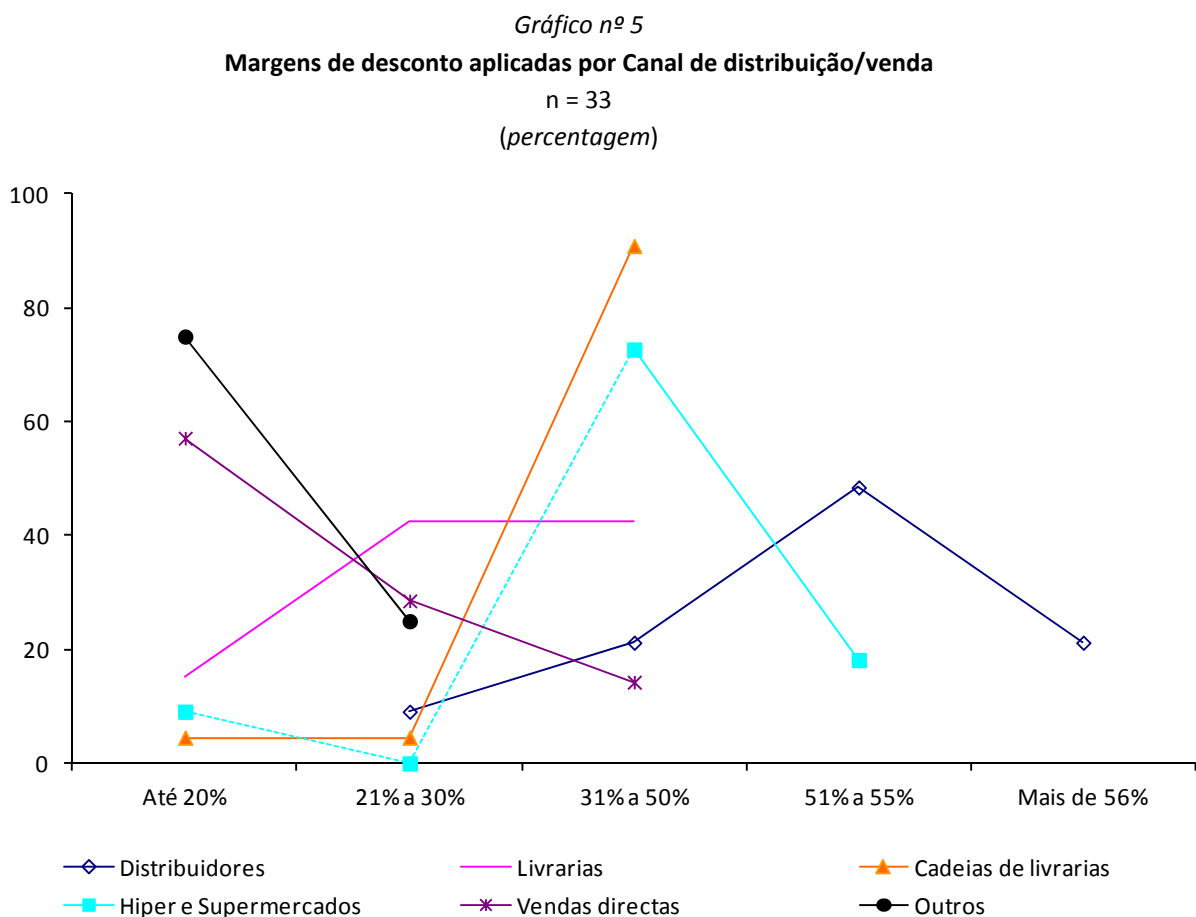
Canal de distribuição/venda	Descontos					Número de casos	Moda
	Até 20%	21% a 30%	31% a 50%	51% a 55%	Mais de 56%		
Distribuidores	0,0	9,1	21,2	48,5	21,2	33	55%
Livrarias	15,2	42,4	42,4	0,0	0,0	33	30%
Cadeias de livrarias	4,5	4,5	90,9	0,0	0,0	22	40%
Hiper e Supermercados	9,1	0,0	72,7	18,2	0,0	11	38%
Vendas diretas	57,1	28,6	14,3	0,0	0,0	21	10%
Outros	75,0	25,0	0,0	0,0	0,0	4	20%

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Neste sentido, refira-se que as margens de desconto aplicadas variam conforme o canal ou a situação, parecendo destacar-se bastante bem as diferentes margens aplicadas por parte das empresas. Deste modo, os canais ou entidades com quem, aparentemente, o maior número de empresas refere relacionar-se são os Distribuidores (através de contratação externa) e as Livrarias (possivelmente com contacto direto ou distribuição própria). Em termos de descontos registe-se a percentagem de 49% no escalão 51% a 55%, no caso dos Distribuidores (sendo o valor modal 55%), e de 42% tanto para os escalões 21% a 30% como 31% a 50%, no caso das Livrarias (30%), podendo aqui indiciar a existência de uma maior margem na negociação.

Nos outros canais, nota-se a predominância das margens aplicadas no escalão 31% a 50% com os canais Cadeias de livrarias e Hiper e Supermercados e das situadas no escalão Até 20% nas Vendas directas e Outros.

Procurando ilustrar um pouco melhor esta realidade, o gráfico nº 5 dá conta das margens de desconto aplicadas por canal de distribuição/venda.



Ainda a propósito deste gráfico importa destacar alguns aspetos: a grande amplitude dos descontos dos Distribuidores que abrange 4 escalões (de 21% até mais de 56%); o peso do escalão 31% a 50% nas Cadeias de livrarias que, ainda assim, apresentam uma variação elevada, em 3 escalões (de Até 20 a 50%); os Hiper e Supermercados concentram as margens de desconto situadas entre 31% e 55%; nos restantes canais, a importância do escalão Até 20% nos Outros e Vendas diretas; e as Livrarias que apresentam uma margem de negociação repartida por três escalões, mas com maior incidência naquele que vai dos 21% aos 50%.

Relativamente à devolução de livros obtiveram-se 29 respostas (47% do total). Quanto ao valor apurou-se um total de €10,4 milhões (uma média de €360 mil), o que corresponde a uma taxa de devolução¹⁶ de 25% em relação ao valor médio do volume de vendas total (quadro nº 45). O valor mais significativo regista-se nas empresas da Edição como atividade principal, com uma média de €479,2 mil (uma taxa de 28%).

Quadro nº 45
Devoluções de livros por Tipo de atividade
(mil euros e percentagem)

Indicadores	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
Valor das devoluções de livros	8.626	1.776	10.402
Número de casos	18	11	29
<i>Valor médio das devoluções</i>	<i>479</i>	<i>162</i>	<i>360</i>
<i>Taxa de devolução</i>	<i>27,7</i>	<i>17,8</i>	<i>25,3</i>

Quanto à participação em feiras do livro a nível nacional, independentemente de a ter organizado, saliente-se que a maioria das empresas marcou presença ou esteve representada na feira do livro de Lisboa, (77% nas empresas da Edição com outra atividade principal) e que perto de metade participaram na feira do Porto (51% entre as de Edição como atividade principal (quadro nº 46).

¹⁶ A taxa de devolução de livros é calculada a partir do valor médio das devoluções e do valor médio do volume de vendas das empresas que responderam ter tido devoluções. O valor médio do volume de vendas apurado para o total de 29 empresas é €1.417 mil, correspondendo €1.729 mil às empresas da Edição com atividade principal e €907 mil às da Edição com outra atividade principal.

Quadro nº 46
Participação em Feiras do livro em Portugal por Tipo de atividade
 (percentagem do número de casos)

Feiras do livro em Portugal	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
Lisboa	60,0	76,5	64,5
Porto	51,1	41,2	48,4
Outras em Portugal	26,7	29,4	27,4
<i>Braga</i>	11,1	5,9	9,7
<i>Coimbra</i>	6,7	5,9	6,5
<i>Portimão</i>	4,4	5,9	4,8
<i>Póvoa de Varzim</i>	6,7	0,0	4,8
<i>Amadora</i>	4,4	5,9	4,8
<i>Cascais</i>	4,4	5,9	4,8
<i>Aveiro</i>	2,2	5,9	3,2
<i>Faro</i>	2,2	5,9	3,2
<i>Funchal</i>	2,2	5,9	3,2
<i>Outros concelhos</i>	8,9	17,6	11,3
Não participou em nenhuma	26,7	5,9	21,0
Não Resposta	4,4	0,0	3,2
<i>Número de casos</i>	45	17	62

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Acrescente-se ainda, por um lado, a grande variedade de localidades com feiras do livro, tendo aquelas sido apontadas por 27% das empresas e, por outro lado, a percentagem de empresas que refere não ter participado em qualquer feira (21%), mais notória nas empresas da Edição como atividade principal.

A nível internacional, em termos de participação em feiras de compra e venda de Direitos, o principal destaque vai para a percentagem de empresas que não marcou qualquer presença neste tipo de feiras (65%) (quadro nº 47).

Quadro nº 47

Participação em Feiras do livro no estrangeiro por Tipo de atividade
(percentagem do número de casos)

Feiras do livro no estrangeiro	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
Frankfurt	33,3	23,5	30,6
Londres	22,2	5,9	17,7
Bolonha	8,9	11,8	9,7
Outras no estrangeiro	11,1	0,0	8,1
Não participou em nenhuma	60,0	76,5	64,5
Não Resposta	6,7	0,0	4,8
<i>Número de casos</i>	45	17	62

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Entre as feiras referidas a que mais se destaca é a de Frankfurt (31%), seguida das de Londres e de Bolonha a larga distância (18% e 10%, respetivamente). A indicação da presença em Outras feiras no estrangeiro é referida por empresas da Edição como atividade principal que indicam a participação em feiras como a BookExpo América (Nova Iorque), o *Salon du Livre* (Paris), e as de Turim e Roma, em Itália.

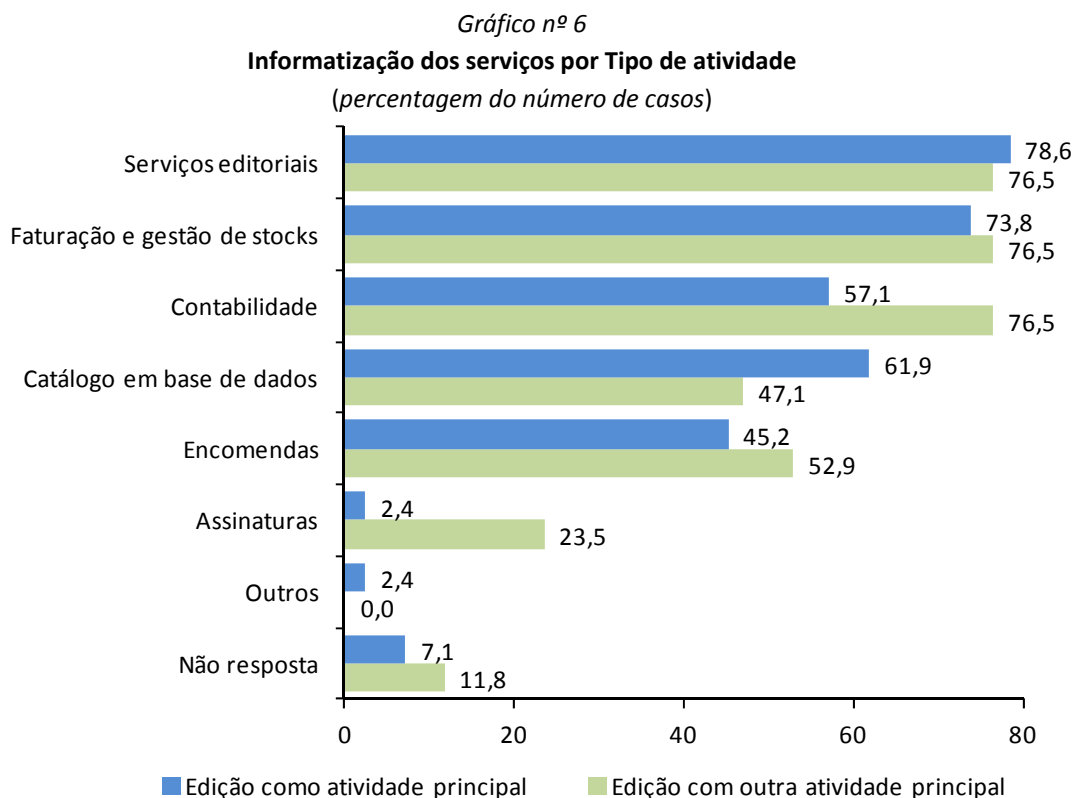
No que diz respeito à participação a nível internacional em feiras de produtos saliente-se a fraca percentagem de respostas afirmativas, uma vez que 84% das editoras refere não ter estado presente em nenhuma feira deste tipo. Das opções pré-definidas – São Paulo e Rio de Janeiro – apenas empresas da Edição como atividade principal indicam ter estado presente na feira do Rio de Janeiro (e apenas 4%). Por outro lado, é também referida a participação em feiras realizadas em outros países lusófonos – Angola, Cabo Verde e Timor – e na China.

Recursos informáticos e Promoção

No que diz respeito à existência de recursos informáticos, a quase totalidade das empresas refere dispor de computadores (95%). De notar que as empresas que assinalam não dispor de meios informáticos (5%) pertencem ao Tipo de atividade da Edição como atividade principal.

Relativamente à informatização dos serviços da empresa, de acordo com as respostas obtidas, a maioria das empresas tem grande parte dos vários serviços informatizados, com exceção das Assinaturas (10%), constituindo os Serviços editoriais (78%) e Faturação e gestão de stocks (75%) os mais assinalados.

De acordo com o cruzamento por Tipo de atividade, importa destacar a percentagem de empresas da Edição como atividade principal com o Catálogo em base de dados informatizado (62%) e, quanto às empresas da Edição com outra atividade principal, os valores relativos mais significativos nos serviços de Contabilidade (77%), Encomendas (53%) e Assinaturas (24%) (gráfico nº 6).



Número de casos: Edição como atividade principal, 42; Edição com outra atividade principal, 17.
Nota: Pergunta de resposta múltipla.

A ventilação da pergunta sobre a informatização dos serviços pelo Tipo de empresa mostra que quanto maior a empresa mais elevada é a percentagem de serviços informatizados (quadro nº 48).

Quadro nº 48
Informatização dos serviços por Tipo de empresa
(percentagem do número de casos)

Informatização dos serviços	Tipo de empresa				Total
	Pequena	Média	Grande	Não determinável	
Serviços editoriais	70,0	75,0	88,2	100,0	78,0
Catálogo em base de dados	35,0	55,0	82,4	100,0	57,6
Faturação e gestão de stocks	45,0	85,0	94,1	100,0	74,6
Contabilidade	30,0	70,0	94,1	50,0	62,7
Encomendas	25,0	35,0	88,2	50,0	47,5
Assinaturas	0,0	10,0	17,6	0,0	8,5
Outros	5,0	0,0	0,0	0,0	1,7
Não resposta	15,0	10,0	0,0	0,0	8,5
<i>Número de casos</i>	20	20	17	2	59

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Base: Empresas que dispõem de computador.

As grandes empresas são as que apresentam as percentagens mais elevadas de serviços informatizados (acima de 82%), com destaque para Faturação e gestão de stocks e Contabilidade (ambos com 94%). A Faturação e gestão de stocks é também o mais referido pelas médias empresas (85%), ao passo que 70% das pequenas empresas assinalam Serviços editoriais como o mais presente na sua empresa.

Ainda em relação aos recursos informáticos, salienta-se a quase totalidade das empresas que assinala ter ligação à Internet (97% das que refere ter computadores).

Quando solicitadas a indicar se detinham página de Internet, 82% responde afirmativamente, com maior incidência para as empresas com atividade principal da Edição. Mais uma nota para referir que, em termos de correio eletrónico, se verifica que a esmagadora maioria das empresas (97%) tem e-mail personalizado com nome da respetiva empresa.

A partir das respostas obtidas das empresas com página on-line, foi possível estabelecer algumas secções de acordo com os conteúdos e funcionalidades existentes. Nesse sentido, e através da leitura transversal das várias categorias, verifica-se que mais de 80% das empresas disponibiliza informação sobre os contactos e o seu historial; dispõe do seu catálogo para consulta/pesquisa; e apresenta as novidades editoriais (quadro nº 49).

Quadro nº 49

Conteúdos e funcionalidades da página Internet por Secção e por Tipo de atividade
(percentagem do número de casos)

Secções	Conteúdos e funcionalidades	Tipo de atividade		Total
		Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
Contactos	Contactos da empresa	100,0	76,9	94,1
	Historial da empresa	89,5	61,5	82,4
Catálogo	Catálogo com consulta/pesquisa	89,5	76,9	86,3
	Catálogo para descarregar	13,2	23,1	15,7
	Partes de livros em PDF para descarregar	15,8	7,7	13,7
Informações	Apresentação de novidades editoriais	86,8	69,2	82,4
	Notícias sobre outras atividades	55,3	38,5	51,0
	Tabela/Top de vendas	2,6	7,7	3,9
Comercial	Encomenda on-line	60,5	53,8	58,8
	Venda on-line	39,5	7,7	31,4
	Outros	13,2	0,0	9,8
	Não resposta	0,0	15,4	3,9
	<i>Número de casos</i>	38	13	51

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Base: Empresas com página Internet.

Quanto à secção Comercial, refira-se que mais de metade das empresas possibilita a Encomenda on-line (59%) dos seus livros, ao passo que a disponibilização da funcionalidade de Venda on-line apenas foi assinalada por 31%.

Como secções menos citadas encontram-se a Tabela/Top de vendas (4%) e a possibilidade de descarregar tanto Partes de livros em PDF (14%), como o catálogo da empresa (16%). Foram ainda referidos Outros conteúdos ou funcionalidades como galeria fotográfica, material lúdico para crianças, acessos a outras páginas ou blogs e suportes vídeo ou áudio.

Ao nível do idioma dos conteúdos da página, como era de esperar, a quase totalidade das empresas apresenta-o em Português (o único caso deve-se a uma não resposta) (quadro nº 50). Constata-se também a baixa percentagem de conteúdos disponibilizados em outras línguas (12% das empresas), sendo o Inglês a mais assinalada, com 8%. Ainda uma nota em relação a este aspeto para se dar conta da existência de uma única empresa (da Edição como atividade principal) que possibilita a consulta da sua página nos idiomas inglês, espanhol e francês, para além do português.

Quadro nº 50

Idioma dos conteúdos da página de Internet por Tipo de atividade
(percentagem do número de casos)

Idioma	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
Português	100,0	92,3	98,0
Inglês	7,9	7,7	7,8
Espanhol	2,6	0,0	2,0
Francês	2,6	0,0	2,0
Não resposta	0,0	7,7	2,0
<i>Número de casos</i>	38	13	51

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Do conjunto dos meios eletrónicos utilizados pelas empresas para comunicarem com o público, o mais referido é o E-Mailing, que regista uma percentagem de 89% (quadro nº 51).

Quadro nº 51

Meios eletrónicos utilizados por Tipo de atividade
(percentagem do número de casos)

Meios eletrónicos	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
E-Mailing	91,1	82,4	88,7
Newsletter	48,9	35,3	45,2
Fórum	2,2	0,0	1,6
Blogue	11,1	5,9	9,7
Outros	4,4	0,0	3,2
Não utilizou nenhum	2,2	5,9	3,2
Não resposta	2,2	5,9	3,2
<i>Número de casos</i>	45	17	62

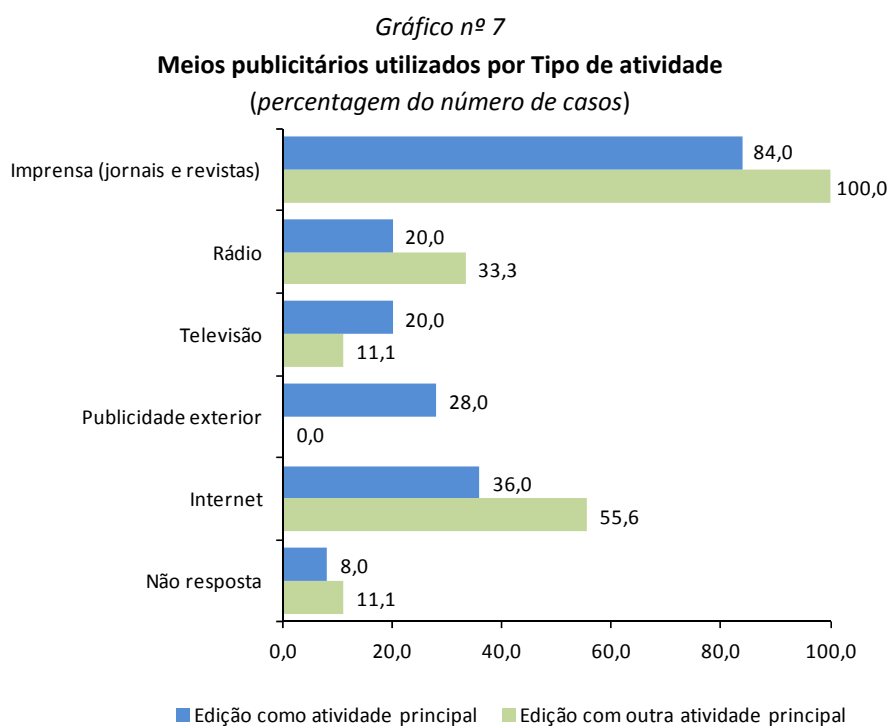
Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Também uma elevada percentagem de empresas (principalmente da Edição como atividade principal) indica utilizar a Newsletter (45%) como meio de comunicação com o seu público. Os restantes meios – Fórum e Blogue - apresentam percentagens baixas, apesar dos 10% de empresas que já utilizam este segundo meio como via para comunicar. Apenas 3% das empresas não utiliza qualquer meio eletrónico.

Perguntados sobre a realização por parte da empresa de alguma ação de publicidade no ano de referência, mais de metade (55%) responde afirmativamente, disposição esta transversal às empresas de ambos os tipos de atividade em análise.

No que toca aos Meios utilizados, salienta-se, em termos totais, e de forma inequívoca, a Imprensa (jornais e revistas) como o meio a que as empresas mais recorrem para publicitar um produto ou serviço (88%), mas também a Internet (41%). O menos utilizado é a Televisão (18%).

Observando por Tipo de atividade, constata-se que a totalidade das empresas da Edição com outra atividade principal utilizam o meio Imprensa, seguindo-se a Internet (56%) e a Rádio (33%) (gráfico nº 7). As empresas da Edição como atividade principal, para além daqueles dois primeiros meios, também predominantes, são as únicas a assinalar a Publicidade exterior (28%) e as que mais publicitaram na Televisão (20%).



Base: Empresas com pelo menos uma ação de publicidade em 2007.

Número de casos: Edição como atividade principal, 25; Edição com outra atividade principal, 9.

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Quanto à realização de ações de marketing e comunicação, a maioria das empresas refere ter realizado Eventos específicos de lançamentos de livros ou sessões de autógrafos (65%), efetuado Mailing dirigido (57%) ou utilizado Material impresso, como folhetos, desdobráveis, etc. (53%). Por outro lado, repare-se que 11% das empresas não realizou qualquer destas ações (quadro nº 52).

Quadro nº 52
Marketing e comunicação por Tipo de atividade
(percentagem do número de casos)

Marketing e comunicação	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
<i>Mailing</i> dirigido	55,6	58,8	56,5
Material impresso (<i>folhetos, desdobráveis, etc.</i>)	55,6	47,1	53,2
Campanha de desconto/promoção	37,8	58,8	43,5
Compra de espaços	33,3	29,4	32,3
Material de ponto de venda	26,7	23,5	25,8
Eventos (<i>lançamentos, sessões de autógrafos</i>)	68,9	52,9	64,5
Outro(s). Qual(ais)?	11,1	5,9	9,7
Nenhuma ação	13,3	5,9	11,3
Não resposta	2,2	11,8	4,8
<i>Número de casos</i>	45	17	62

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

As empresas da Edição como atividade principal referem ter utilizado principalmente as ações Eventos (lançamentos, sessões de autógrafos), Mailing dirigido e Material impresso, ao passo que para as empresas com outra atividade principal são as ações de Campanha de desconto/promoção, juntamente com Material impresso, as mais indicadas, ambas com 59%.

Do total de empresas, 51% assinalaram as despesas realizadas no âmbito do marketing e comunicação. Neste sentido foi apurado um total de €13,6 milhões, o que corresponde a uma média de €426 mil (quadro nº 53).

Quadro nº 53
Despesa com marketing e comunicação por Tipo de atividade
(mil euros)

Indicadores	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
Valor total	4.491	9.127	13.618
Número de casos	23	9	32
<i>Valor médio</i>	<i>195</i>	<i>1.014</i>	<i>426</i>

Relativamente aos valores despendidos por Tipo de atividade, note-se que são as empresas da Edição com outra atividade principal as que apresentam a maior despesa com marketing e comunicação, registando uma média de €1.014 mil, ao passo que as da Edição como atividade principal apresentam uma média, substancialmente mais baixa, de €195 mil euros.

Políticas públicas

As perguntas desta secção do questionário têm por objetivo medir os níveis de conhecimento, participação e avaliação das empresas em relação a um conjunto de Programas e sistemas de apoio público e de Medidas mais gerais sobre o sector do livro.

No que diz respeito aos primeiros, procurava-se averiguar se as empresas inquiridas participam nos programas e sistemas promovidos pelos Ministérios da Cultura e da Economia e da Inovação¹⁷. Sempre que tal se verifique pedia-se que avaliassem o programa em causa.

Numa primeira análise, em termos de resultados globais, é de assinalar que a opção Não conhece se apresenta como mais referida para a quase totalidade dos vários programas ou sistemas de apoio público, sendo que 3 deles registam percentagens acima dos 60% (quadro nº 54).

Quadro nº 54

Participação e conhecimento dos Programas e sistemas de apoio público ao sector do livro

n = 62

(percentagem em linha)

Programas e sistemas de apoio	Participação			
	Não conhece	Conhece mas não participou	Participou	Não resposta
Edição de Obras de Novos Autores Portugueses	35,5	45,2	1,6	17,7
Edição de Obras de Dramaturgia Portuguesa Contemporânea	40,3	38,7	0,0	21,0
Edição de Ensaio	41,9	29,0	6,5	22,6
Edição de Obras de Literatura e Cultura Africana	41,9	33,9	1,6	22,6
Revistas Culturais	46,8	29,0	3,2	21,0
Edição de Clássicos da Literatura Portuguesa	30,6	43,5	3,2	22,6
Prémio Nacional de Ilustração	35,5	37,1	4,8	22,6
Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial (SIME)	48,4	32,3	0,0	19,4
Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial - Desenvolvimento Internacional (SIME Internacional)	50,0	32,3	0,0	17,7
Sistema de Incentivos a Pequenas Iniciativas Empresariais (SIPIE)	54,8	25,8	1,6	17,7
Sistema de Incentivos à Economia Digital (SIED)	61,3	21,0	0,0	17,7
Sistema de Incentivos à Utilização da Propriedade Industrial (SIUPI)	64,5	17,7	0,0	17,7
Sistema de Incentivos à Cooperação Empresarial (SICE)	61,3	21,0	0,0	17,7
Formação Profissional - Incentivar os Investimentos em Recursos Humanos	51,6	25,8	4,8	17,7

¹⁷ No Ministério da Cultura selecionaram-se os programas de apoio promovidos pela Direcção-Geral do Livro e das Bibliotecas (7 primeiros programas assinalados no quadro nº 54) e no Ministério da Economia e da Inovação, os pertencentes ao PRIME, antigo Programa Operacional da Economia 2000-2006 (os 7 últimos programas).

Por sua vez, para a opção conhece mas não participou, os 14 programas propostos, apenas Edição de Obras de Novos Autores Portugueses, Edição de Clássicos da Literatura Portuguesa e Prémio Nacional de Ilustração, todos do Ministério da Cultura, apresentam uma percentagem superior à da anterior opção (não conhece), variando entre os 45% e os 37%.

Em termos de participação, constatam-se as baixíssimas taxas de resposta, variando entre 2% e 7%, sendo este último valor registado pela Edição de Ensaio.

Neste sentido, tendo em conta os vários programas e sistemas de apoio apresentados, apenas 8 tiveram a participação de pelo menos uma empresa, destacando-se os do Ministério da Cultura. Os programas ou sistemas mais mencionados são, para além do já referido Edição de Ensaio (4 casos), o Prémio Nacional de Ilustração e a Formação Profissional - Incentivar os Investimentos em Recursos Humanos, ambos com 3 casos (quadro nº 55).

Quadro nº 55
Participação em Programas e sistemas de apoio público por Tipo de atividade
(números absolutos)

Programas e sistemas de apoio	Tipo de atividade		Número de casos
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
Edição de Obras de Novos Autores Portugueses	1	0	1
Edição de Obras de Dramaturgia Portuguesa Contemporânea	0	0	0
Edição de Ensaio	3	1	4
Edição de Obras de Literatura e Cultura Africana	0	1	1
Revistas Culturais	0	2	2
Edição de Clássicos da Literatura Portuguesa	1	1	2
Prémio Nacional de Ilustração	1	2	3
Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial (SIME)	0	0	0
Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial - Desenvolvimento Internacional (SIME Internacional)	0	0	0
Sistema de Incentivos a Pequenas Iniciativas Empresariais (SIPIE)	0	1	1
Sistema de Incentivos à Economia Digital (SIED)	0	0	0
Sistema de Incentivos à Utilização da Propriedade Industrial (SIUPI)	0	0	0
Sistema de Incentivos à Cooperação Empresarial (SICE)	0	0	0
Formação Profissional - Incentivar os Investimentos em Recursos Humanos	0	3	3

As empresas da Edição com outra atividade principal parecem ter tido um maior envolvimento nos vários programas e sistemas de apoio público, pois para além de terem participado em mais, são também as únicas a beneficiar de apoios do Ministério da Economia e da Inovação.

Quanto à avaliação, a maioria das empresas (58%) considera positivo o programa ou sistema em que participou.

Pretendia-se também recolher informação sobre o conhecimento e avaliação das empresas relativamente a um conjunto de outros programas, apoios ou ações relacionadas com o livro e a leitura.

Ao nível do conhecimento, refira-se que, do total das Medidas, agora apresentadas, apenas duas registam percentagens mais elevadas na opção Não conhece: Apoio às Atividades Culturais das Associações e outros organismos (40%) e Apoio ao desenvolvimento nos sectores do Livro e da Leitura nos PALOP e em Timor-Lorosae (42%) (quadro nº 56).

Quadro nº 56
Conhecimento das Medidas públicas para o sector do livro e da leitura
 n = 62
 (percentagem em linha)

Medidas públicas	Conhecimento		
	Conhece	Não conhece	Não responde
Apoio à Instalação de Bibliotecas Públicas	51,6	27,4	21,0
Programas de Promoção da Leitura (bibliotecas públicas, estabelecimentos prisionais, hospitais, etc.)	48,4	30,6	21,0
Apoio às Atividades Culturais das Associações e outros organismos (que promovem a difusão do Livro e da Criação Literária)	38,7	40,3	21,0
Apoio a Prémios Literários	56,5	22,6	21,0
Apoio à divulgação de autores portugueses e africanos de língua portuguesa a nível internacional (festivais, feiras do livro e outros eventos literários)	43,5	33,9	22,6
Apoio ao desenvolvimento nos sectores do Livro e da Leitura nos PALOP e em Timor-Lorosae (através da realização de feiras do livro e da constituição de Redes de Bibliotecas Públicas)	35,5	41,9	22,6
Lei do Preço Fixo	71,0	6,5	22,6
Fiscalização da aplicação da Lei do Preço Fixo	56,5	21,0	22,6
Programas de incentivo à circulação e distribuição do livro em Portugal e nas Regiões Autónomas	45,2	33,9	21,0
Plano Nacional de Leitura	66,1	12,9	21,0

Por outro lado, verifica-se que 5 das 10 medidas são do conhecimento da maioria das empresas inquiridas, com destaque para a Lei do Preço Fixo (71%) e o Plano Nacional de Leitura (66%).

Das empresas que afirmam conhecer as várias Medidas públicas a avaliação é globalmente Positiva, tendência de resposta comum a todas elas, uma vez que variam entre o máximo de 90% dos Programas de Promoção da Leitura e o mínimo de 49% da fiscalização da aplicação da Lei do preço Fixo (quadro nº 57).

Quadro nº 57
Avaliação das Medidas públicas para o sector do livro e da leitura
(percentagem em linha)

Medidas	Avaliação		Número de casos
	Negativa	Positiva	
Apoio à Instalação de Bibliotecas Públicas	15,6	84,4	32
Programas de Promoção da Leitura (bibliotecas públicas, estabelecimentos prisionais, hospitais, etc.)	10,0	90,0	30
Apoio às Atividades Culturais das Associações e outros organismos (que promovem a difusão do Livro e da Criação Literária)	33,3	66,7	24
Apoio a Prémios Literários	28,6	71,4	35
Apoio à divulgação de autores portugueses e africanos de língua portuguesa a nível internacional (festivais, feiras do livro e outros eventos literários)	33,3	66,7	27
Apoio ao desenvolvimento nos sectores do Livro e da Leitura nos PALOP e em Timor-Lorosae (através da realização de feiras do livro e da constituição de Redes de Bibliotecas Públicas)	40,9	59,1	22
Lei do Preço Fixo	31,8	68,2	44
Fiscalização da aplicação da Lei do Preço Fixo	51,4	48,6	35
Programas de incentivo à circulação e distribuição do livro em Portugal e nas Regiões Autónomas	46,4	53,6	28
Plano Nacional de Leitura	12,2	87,8	41

Por outro lado, é possível verificar que apenas uma medida regista mais de metade de opiniões de sentido negativo – Fiscalização da aplicação da Lei do Preço Fixo – com 51%. Pelo contrário, as medidas que recolhem mais opiniões positivas são Programas de Promoção da Leitura, Plano Nacional de Leitura e Apoio à Instalação de Bibliotecas Públicas, ou seja medidas destinadas ao fomento da leitura, com percentagens acima dos 84%.

Opiniões e sugestões expressas pelas editoras

O questionário inclui, a fechar, uma pergunta aberta destinada a recolher as sugestões dos inquiridos. As empresas que entenderam deixar as suas sugestões foram, no total, 17, das quais 12 do tipo Edição como atividade principal e as restantes 5 do tipo Edição com outra atividade principal. Regista-se apenas este facto tendo em conta a segmentação por Tipo de atividade, uma vez que ela não determina nenhuma especificidade quanto ao sentido das sugestões feitas. Quanto ao Tipo de empresas deixaram sugestões 7 Pequenas, 6 Médias e 4 Grandes.

As sugestões feitas são bastante diversas. Mas o leque de preocupações transmitidas é relativamente circunscrito. Distinguem-se dois eixos. Em geral incidem sobre as políticas públicas para o sector do livro (sob a forma de apoios vários), noutros casos sobre os média

(designadamente a necessidade de estes abrirem mais espaço aos autores). No primeiro eixo – aquele que importa aqui abordar tendo em conta os objetivos do *Inquérito* – evidenciam-se algumas temáticas com maior ou menor número de referências, mas em todo o caso relevantes para o estudo em causa. Neste eixo é ainda possível identificar dois planos: o nacional e o internacional.

Assim, quanto ao nacional, a temática da informação aos editores sobre os programas de apoio que são lançados é talvez a que mais se destaca (com 3 casos), em dois deles associada à *transparência* dos apoios.

Entendemos essencial a divulgação a todas as editoras por parte dos serviços públicos de ações de apoio ao livro e à cultura. Regra geral, não existe informação relativa a programas de apoio e incentivo ao livro.

(Pequena empresa)

Maior fiscalização com políticas/medidas de apoio direcionadas para editores que privilegiam a publicação de obras de autores portugueses (clássicos ou outros).

(Média empresa)

Simplesmente não acreditamos nos vossos [do Estado] programas. Até porque existe a convicção de que estão viciados.

(Média empresa)

Seria conveniente que estas políticas fossem divulgadas diretamente aos editores.

(Média empresa)

A necessidade de revisão da Lei do Preço Fixo do Livro¹⁸ é também referida, tanto por manifesta desadequação como por não prevenir os *abusos* dos pontos de venda ao público.

A Lei do Preço Fixo necessita de revisão pois está desadequada.

(Grande empresa)

A Lei do Preço Fixo não está preparada para evitar os abusos das percentagens exigidas pelos postos de venda ao público (os livreiros), aos distribuidores e subsequentemente aos editores.

(Pequena empresa)

¹⁸ Decreto-Lei 176/96, de 21 de setembro, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei nº 216/2000, de 2 de setembro.

Uma outra temática referida é a da aplicação da taxa reduzida de IVA (5%) aos livros em formato eletrónico. O apoio à edição de obras de autores portugueses, designadamente de não ficção, é outra área referida.

Apoio institucional às edições de não ficção que tenham carácter de promoção do património cultural português (...). Ajuda à tradução de obras de história portuguesa para línguas estrangeiras

(Média empresa)

Mas os apoios ou subsídios não são mencionados apenas num registo reivindicativo. Um dos testemunhos introduz a distinção entre uns e outros, e a questão da sua seletividade, no caso considerando que haverá que apoiar as empresas lucrativas.

Deixar funcionar os mercados. Acabar com os subsídios. Apoiar as empresas que apresentam lucros.

(Média empresa)

Outro testemunho salienta a importância de apoios às bibliotecas para compra de livros e aos centros culturais no estrangeiro para o mesmo fim.

No que se refere ao plano internacional, merece destaque (para além de uma referência aos apoios à tradução), a temática dos apoios à internacionalização (3 referências), seja no tocante à presença em feiras seja à distribuição ou mesmo à presença de editoras, em particular nos PALP e no Brasil.

Abrir financeiramente a participação nas principais feiras internacionais, especialmente nos PALP e Brasil.

(Grande empresa)

Programas de incentivo para a distribuição de livros nos PALP e no Brasil.

(Pequena empresa)

Não existe apoio à presença de editores portugueses nos PALP.

(Grande empresa)

2.2 MERCADO EXTERNO

Com o intuito de averiguar quantas as empresas e quais as atividades económicas por elas desempenhadas no mercado externo (comunitário e extracomunitário), sempre com referência ao ano de 2007, foi incluído no questionário um anexo composto por um conjunto de perguntas em que se procurava obter informação sobre as vendas (de produtos e/ou de direitos) tendo em conta os géneros editoriais e os países de exportação.

Do total de empresas que responderam ao *Inquérito* (62, como se tem vindo a referir), apenas 10 afirmam ter tido atividade no mercado externo, sendo que entre estas incluem-se 6 empresas da Edição como atividade principal e 4 com outra atividade principal.

No que toca à venda de livros para o mercado externo as respostas obtidas totalizam 9.512 títulos, correspondendo a 5,3 milhões de exemplares e a um volume de vendas de €9,3 milhões. Saliente-se o baixo contributo das empresas da Edição com outra atividade principal (quadro nº 58).

Quadro nº 58
Indicadores do mercado externo por Tipo de atividade
(número absoluto e mil euros)

Indicadores	Tipo de atividade		Total
	Edição como atividade principal	Edição com outra atividade principal	
Títulos vendidos	9.512	71	9.583
Exemplares vendidos	5.268.454	52.860	5.321.314
Volume de vendas (mil euros)	8.986	296	9.282

(Base de amostragem = 7)

Por Tipo de empresa, são as médias e as grandes empresas que apresentam atividades no mercado externo, sendo que, em termos de peso efetivo na exportação, são as grandes empresas que registam os valores mais elevados (acima dos 96%) para qualquer um daqueles indicadores.

Relativamente à repartição dos Exemplares vendidos e do Volume de vendas por Género editorial, é elucidativa a diversidade de géneros existentes nas atividades exteriores das empresas que responderam, uma vez que dos 11 géneros são apresentados valores para 9 deles, sendo que a percentagem mais elevada se regista, sem margem para dúvidas, no Livros Escolar, com percentagens acima dos 71% (quadro nº 59).

Quadro nº 59

Exemplares vendidos e Volume de vendas no mercado externo por Género editorial e por Tipo de atividade
(percentagem do total, mil unidades e mil euros)

Género editorial	Tipo de atividade				Total	
	Edição como atividade principal		Edição com outra atividade principal			
	Exemplares vendidos	Volume de vendas	Exemplares vendidos	Volume de vendas	Exemplares vendidos	Volume de vendas
Livro Escolar	73,4	73,9	0,0	0,0	72,6	71,6
Técnico e Científico	2,1	2,0	0,0	0,0	2,1	1,9
Ciências Sociais e Humanas	0,3	1,2	39,5	87,7	0,7	4,0
Religião e Esoterismo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Dicionários/Enciclopédias	5,7	6,7	0,0	0,0	5,6	6,5
Literatura	0,2	0,2	0,0	0,0	0,2	0,2
Atualidades e Ensaio	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Infantil e Juvenil	1,1	1,0	43,6	9,9	1,6	1,2
Banda Desenhada	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Arte	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1
Livros Práticos	0,0	0,0	17,0	2,5	0,2	0,1
Outros	9,3	9,3	0,0	0,0	9,2	9,0
Não é possível determinar	7,8	5,6	0,0	0,0	7,7	5,4
<i>Total</i>	<i>5.268</i>	<i>8.986</i>	<i>53</i>	<i>296</i>	<i>5.321</i>	<i>9.282</i>

Do ponto de vista do Tipo de atividade, repare-se na preponderância das empresas da Edição como atividade principal no Livro Escolar (74%), mas também, se bem que em menor escala, no género Dicionários/Enciclopédias e ainda na opção de resposta Outros. Por outro lado, os géneros exportados mais referidos por parte das empresas com outra atividade principal são Ciências Sociais e Humanas (constituindo este 88% do seu volume de vendas no mercado externo), Infantil/Juvenil (mais importante em exemplares vendidos, com 44%) e Livros Práticos.

Quanto à repartição dos Exemplares vendidos e do Volume de vendas por País, destaca-se a importância da venda de livros para países de expressão portuguesa, nomeadamente para Moçambique e Angola, com valores acumulados para estes dois países a registar percentagens de 90% nos exemplares e 86% no volume de vendas no mercado exterior (quadro nº 60).

Quadro nº 60

Exemplares vendidos e Volume de vendas por País e por Tipo de atividade
(percentagem do total, mil unidades e mil euros)

País	Tipo de atividade				Total	
	Edição como atividade principal		Edição com outra atividade principal		Exemplares vendidos	Volume de vendas
	Exemplares vendidos	Volume de vendas	Exemplares vendidos	Volume de vendas		
África	93,0	89,9	66,1	30,7	92,7	88,1
Moçambique	51,2	45,6	9,2	5,2	50,8	44,3
Angola	39,0	41,9	56,8	25,5	39,2	41,3
Cabo Verde	2,4	2,1	0,0	0,0	2,3	2,0
Guiné-Bissau	0,3	0,3	0,0	0,0	0,3	0,3
São Tomé e Príncipe	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Outros de África	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1
Europa	3,3	3,3	1,2	6,1	3,3	3,4
Espanha	0,2	0,2	0,4	0,9	0,2	0,2
França	0,5	0,4	0,0	0,0	0,5	0,4
Luxemburgo	0,3	0,3	0,0	0,0	0,3	0,3
Outros da União Europeia	1,1	1,1	0,8	5,3	1,1	1,3
Outros da Europa	1,2	1,3	0,0	0,0	1,2	1,3
América	2,1	3,1	31,6	58,7	2,4	4,8
Brasil	1,7	2,7	24,9	45,6	1,9	4,1
Estados Unidos da América	0,3	0,3	6,7	13,2	0,3	0,7
Outros da América	0,1	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1
Resto dos países	0,7	0,5	1,2	4,4	0,7	0,6
Não é possível determinar	0,9	3,2	0,0	0,0	0,9	3,1
Países Lusófonos	94,6	92,6	90,9	76,3	94,6	92,0
<i>Total</i>	<i>5.268</i>	<i>8.986</i>	<i>53</i>	<i>296</i>	<i>5.321</i>	<i>9.282</i>

(Base de amostragem = 7)

Se se tomar o conjunto dos países lusófonos então as percentagens ascendem a 95% e 92% dos exemplares e das vendas, respetivamente. Ainda por País, constata-se as reduzidas percentagens obtidas para os restantes países, mencionando-se mesmo assim o Brasil (2% nos exemplares e 4% nas vendas) e o conjunto dos países da Europa que apenas representam perto de 3% em ambas as categorias.

Em termos de Tipo de atividade, são as empresas com a atividade principal de edição as que mais peso têm junto do mercado dos países africanos de língua portuguesa, com maior destaque em Moçambique e Angola, mas também, embora em menor escala, em Cabo Verde e na Guiné-Bissau. Já em relação às empresas da Edição com outra atividade principal, estas apresentam-se com maior incidência em Angola (em quantidade de exemplares) e no Brasil (com relevo no volume de vendas), mas igualmente uma pequena percentagem nos Estados Unidos da América.

Tratando-se da Venda de direitos, refira-se que o valor apurado (para as 4 empresas em causa) foi de €94 mil, sendo que o principal mercado é o Brasil (77%) (quadro nº 61). No conjunto dos três países lusófonos explicitados, (Brasil, Angola e Moçambique), a percentagem do valor dos direitos vendidos representa 89% do valor apurado.

Quadro nº 61
Venda de direitos por País
(percentagem do volume de vendas)

País	Valor dos direitos
África	
Angola	9,6
Moçambique	3,2
Outros de África	0,5
Europa	
União Europeia	7,5
Outros da Europa	0,0
América	
Brasil	76,6
Estados Unidos da América	0,0
Outros da América	0,1
Resto dos Países	2,4
Países Lusófonos	89,4
<i>Volume de vendas</i>	<i>93.984</i>

(Base de amostragem = 4)

2.3. SÍNTESE

A caracterização das editoras foi realizada com base em 62 respostas, 45 cuja atividade principal é a edição de livros e 17 que, sendo editoras, têm uma outra atividade principal. Apesar de relativamente baixo, o número de respostas válidas mostra uma dispersão assinalável no que diz respeito às características das empresas pelo que, em várias dimensões, os resultados apurados permitem traçar um quadro bastante aproximado das empresas de edição de livros em Portugal. Tal como na generalidade do estudo, também aqui se privilegia a apresentação dos resultados obtidos sem perder de vista um outro plano, igualmente importante tendo em conta os objetivos do *Inquérito*, o da apreciação crítica do instrumento de recolha de informação.

De acordo com as variáveis de *caracterização*, o conjunto de empresas em análise tem uma maior incidência de editoras recentemente constituídas, ou seja, fundadas nos primeiros anos do século XXI. Situam-se maioritariamente na região de Lisboa, mas também em número significativo nas regiões Norte e Centro. Metade tem até 4 pessoas ao serviço, mas estão presentes empresas com diversas dimensões – das muito pequenas com uma pessoa ao serviço às muito grandes (à escala do sector do livro em Portugal, como é bom de ver) com mais de 100 pessoas ao serviço. A heterogeneidade manifesta-se particularmente no tipo de empresa dadas as percentagens relativamente próximas das pequenas, médias e grandes empresas.

As editoras integradas num grupo empresarial são claramente maioritárias (76%). As editoras com escritórios ou delegações para além da sede são 21%. Do ponto de vista da filiação associativa, o peso da APEL é muito nítido (65%). As associadas da UEP também estão presentes, embora em percentagem modesta (19%).

Quanto aos *recursos humanos*, o número de pessoas ao serviço das empresas chega a 1.169, das quais 846 (ou 72%) nas empresas que têm a edição de livros como atividade principal. Em geral as empresas integradas, de maior dimensão e mais antigas são aquelas que têm mais pessoas ao serviço.

No que se refere à repartição do pessoal por departamento os inquiridos encontraram algumas dificuldades de resposta. O que se afigura normal quando se trata de pequenas e muito pequenas empresas uma vez que aí a organização não comporta departamentos formalmente definidos. Deste ponto de vista as respostas devem ser lidas preferencialmente como funções preenchidas por funcionários. Mas apesar das dificuldades identificou-se um número considerável de departamentos. Tendo por base o referido número total de pessoas ao serviço (1.169) o contingente mais importante é o dos serviços administrativos (18%), mas há que reter os 12% da criação editorial e os 8% da produção editorial, departamentos específicos do sector. Em suma, um em cada cinco funcionários dedica-se a atividades específicas do sector, proporção que, possivelmente, poderá ser de um em cada quatro se se tiver em conta que os membros da administração/direção são, em várias empresas (em particular nas pequenas), também os que tratam dos assuntos ligados à edição.

Do ponto de vista do nível de escolaridade quase metade do pessoal ao serviço tem um nível superior ou pós-graduado (46%). Entre o pessoal dos departamentos específicos da atividade editorial os níveis de formação superior tendem a ser os mais frequentes.

O recurso a serviços externos é muito frequente – 89% das empresas que responderam. Entre os serviços externos a que mais recorrem estão a impressão (93%) e o design gráfico (80%). Adiante-se que o recurso a serviços de marketing e comunicação foi referido por apenas 18%. Ou seja, tem fraca expressão, seja como função/serviço interno (não ultrapassa os 8%) seja como serviço externo.

O *volume de negócios* das 58 empresas que responderam a esta questão cifra-se em €188 milhões, dos quais 73% das empresas cuja atividade principal é a edição. O volume de negócios centra-se nas empresas integradas (73%), mais antigas (67%) e com maior número de pessoal ao serviço (92% das empresas com 10 e mais funcionários).

Observando o volume de negócios na perspetiva da proveniência por atividade, a edição (de livros) é claramente a mais significativa (65%), mas a distribuição (contratada por outras editoras) representa também uma importante fonte de receita (16%). As empresas com outra atividade principal mostram ainda um peso assinalável de receitas provenientes de outras atividades não especificadas (54%).

Um outro aspeto tão importante como pouco conhecido é o da *propriedade intelectual*. À questão relativa às receitas provenientes da gestão dos direitos correspondentes apenas 8 empresas responderam. Apesar disso, o valor a que se chegou é de €1,2 milhões, dos quais 90% de direitos de autor geridos pelas editoras e os restantes 10% provenientes de direitos próprios.

Relativamente à despesa com esses direitos, o número de empresas que respondeu é substancialmente superior (38). No seu conjunto, essas empresas despenderam €12 milhões, dos quais 99% correspondentes a direitos de autor. Os autores portugueses representam 19%. Assinale-se ainda que não é possível determinar, de acordo com as respostas obtidas, a repartição por nacionalidade dos autores de 72% do referido valor.

Quanto à *atividade editorial*, e mais especificamente quanto aos suportes editados, os livros em papel (95% das empresas) e as publicações periódicas em papel (para 18%) são os mais significativos, sendo que outros produtos têm também algum significado para 7% das empresas. Especificamente quanto à edição de livros e às novas tecnologias, 26% das empresas edita-os associados a suportes eletrónicos, 7% *e-books* e 5% audiolivros.

Uma outra vertente da atividade editorial refere-se aos títulos (em stock e editados) e aos exemplares produzidos. Quanto aos títulos em stock – ou seja, títulos disponíveis para venda – apurou-se um total de 30.750 em 2007, mais precisamente a 31 de dezembro desse ano, dos quais 4.086 foram editados no ano em causa. O que significa uma taxa anual de renovação dos títulos de 13%. Por seu turno, os exemplares produzidos totalizam 23 milhões o que significa, tendo em conta os títulos editados, uma tiragem média de 5.860 exemplares. Embora haja lugar a alguma cautela na apreciação destes números devido às diferentes dimensões das empresas e à especificidade e peso relativo do livro escolar, pode ainda adiantar-se que os números recolhidos permitem chegar aos seguintes valores médios por empresa: títulos em stock, 530; títulos editados, 70; exemplares produzidos, 446.617.

O catálogo é maioritariamente composto por autores portugueses (57%) sendo que os demais países lusófonos não representam mais do que 2%. A percentagem restante (41%) abrange autores de várias outras nacionalidades.

Os títulos editados (a base numérica agora em causa é 4.063) dividem-se em partes sensivelmente iguais entre primeiras edições, por um lado, e reedições e reimpressões, por outro. Quanto aos exemplares produzidos (base: 22.673.560) as reedições e reimpressões têm um peso significativamente maior: 61% contra 39%. Uma nota que importa fazer nesta matéria é que a discriminação dos títulos editados e dos exemplares produzidos por nacionalidade do autor apresenta uma elevada dificuldade para os respondentes uma vez que as percentagens da opção Não é possível determinar representam, respetivamente, 47% e 65%.

Quanto aos géneros editoriais, entre os 11 considerados, os mais significativamente presentes nos catálogos das editoras são Ciências Sociais e Humanas (58%) e, a alguma distância, Literatura (48%). Mas todos eles estão presentes nas opções editoriais das empresas que responderam ao Inquérito.

Passando agora ao desdobramento dos géneros em categorias editoriais (são cerca de 100 as especificadas no questionário) são várias as que se destacam em termos de peso percentual. Entre elas as categorias Infantil (44%), História (40%) e Clássicos, Contemporâneos e Biografias/Memórias (todas com 39%). Mas de novo há que registar o facto de, com maior ou menor frequência, todas as categorias propostas – e ainda outras não especificadas *a priori* no questionário – terem sido assinaladas como integrando o catálogo do conjunto das empresas, o que mostra bem a diversidade da oferta de livros em Portugal.

O cruzamento dos géneros editoriais com os títulos em stock, os títulos editados e os exemplares produzidos evidencia alguma diferença entre eles. Assim, entre os títulos em stock, o género Técnico e Científico (18%) e Ciências Sociais e Humanas (17%) destacam-se claramente, seguidos de Literatura (10%) e Infantil e Juvenil (9%). Quanto aos títulos editados, Livro escolar (25%), Ciências Sociais e Humanas (19%) e Infantil e Juvenil (14%) são claramente os mais assinalados. E quanto aos exemplares produzidos os resultados são esclarecedores: os géneros Livro escolar (56%) e Infantil e Juvenil (11%) representam, só por si, 67% dos quase 23 milhões de exemplares produzidos no ano que serve de referência ao Inquérito, 2007.

A fechar esta abordagem por géneros editoriais importa ainda referir que a taxa de renovação de títulos é de 7% e que se produziram, em média, 6 mil exemplares. Por outro lado, se não se tiver em conta o Livro escolar, apesar da taxa de renovação se manter idêntica (7%), a tiragem média cifra-se agora num número substancialmente mais baixo (3.675 exemplares). Quanto à taxa de renovação ela incide mais claramente nos géneros Livro escolar (19%) e Atualidades e Ensaio (18%). Note-se, contudo, que 6 géneros estão acima da referida média de 7%. Em contraste, relativamente à tiragem média por género, o único que está claramente acima da referida média de 6 mil exemplares é Livro escolar (com precisamente o dobro, 12 mil).

Ou seja, apesar da dificuldade sentida por algumas editoras em responder, na totalidade, às questões em que se utiliza a classificação por género e por categoria editoriais, esta é, seguramente, uma abordagem central para o conhecimento da atividade do sector e do

mercado, em particular do lado da oferta. Por outro lado, não pode deixar de se compreender as dificuldades sentidas tendo em conta a complexidade de que se reveste o processo de atribuição de categorias (categorização) aos títulos e aos exemplares, para mais dada a fraca tradição de recolha de informação e de discussão destas questões entre os profissionais do sector. Como se referiu na Parte I deste *Inquérito ao Sector do Livro*, em França essa discussão remonta a 1958 e tem motivado atualizações regulares da listagem adotada (ver Neves, Santos, Lima, Vaz e Cameira, 2012).

Passando às chancelas editoriais identificaram-se 28. São 26% as editoras que têm pelo menos uma chancela. No tocante ao *mercado interno do livro* o volume de vendas apurado ascende a €116 milhões e o número de exemplares quase atinge os 19 milhões.

A repartição por trimestre do referido volume de vendas confirma a importância decisiva do 3º (abertura do ano escolar) (51%) e do 4º (Natal) (25%). No apuramento por região destaca-se Lisboa e Vale do Tejo (14%), mas destaca-se sobretudo a dificuldade em obter esta informação: não é possível apurar 68% do volume de vendas, o que pode ser explicado pelo recurso a distribuição externa. Tratar-se-á, portanto, de um indicador que parece escapar, em grande medida, ao controlo dos editores.

Quanto à repartição por géneros editoriais, no tocante aos exemplares vendidos, 60% não é possível apurar. O género aqui em destaque é Livro escolar (14%). Quanto ao volume de vendas, a percentagem que não é possível apurar baixa drasticamente para 9%. O Livro escolar destaca-se claramente (54%), seguido a larga distância do género Literatura (13%).

O tipo de comercialização mais importante, ainda do ponto de vista do volume de vendas, é claramente a distribuição própria (71%). Note-se que a comercialização direta (na sede, na Internet, por correspondência, feiras do livro, etc.) representa apenas 5% do total. Por tipo de empresa, a distribuição própria predomina entre as grandes empresas (74%), ao passo que as médias e pequenas empresas dependem sobretudo da distribuição contratada (60% e 40% respetivamente).

A venda direta e com distribuição própria concentra parte substancial do volume de vendas nas livrarias (48%), nas cadeias de livrarias (14%) e nos hipermercados/supermercados (12%). Somados, estes três canais representam 64%. Quanto à distribuição contratada, de novo se revela a dificuldade de determinar as percentagens relativas a cada canal de venda (75%). O volume de vendas total distribui-se pelos mesmos três canais, com destaque para as cadeias de livrarias (12%).

Entre os modos de comercialização utilizados destacam-se os modos consignação (74%) e compra a firme com direito a devolução (61%). Mas, quanto ao mais importante, os editores apontam destacadamente este último (42%).

Um outro aspeto reporta-se aos descontos praticados por canal de distribuição. De acordo com as respostas obtidas eles são bastante diversificados. Mas as respostas obtidas são relevantes em pelo menos duas outras vertentes. Por um lado, porque dão conta da hierarquia dos descontos por canal. Por outro, porque mostram uma aproximação às margens de negociação dos editores por canal. Quanto à primeira vertente os distribuidores serão o canal ao qual são facultados descontos mais elevados (quase metade das empresas que responderam apontam entre 51% e 55%), a venda direta os mais baixos (57% das empresas que responderam referem até 20%). Para as cadeias de livrarias as margens praticadas oscilam entre 31% e 50% para 91% das empresas, e neste mesmo intervalo se situarão os hiper e supermercados para 73% das empresas. Quanto à segunda vertente, resulta com muita clareza que as margens de desconto têm amplitudes alargadas e são muito variáveis por canal (e mesmo por editora). Por exemplo, os descontos para os distribuidores variam entre 21% e mais de 56%; ao passo que nas vendas diretas variam entre 0% e 50%.

No que toca à participação em feiras do livro realizadas em Portugal, 65% das editoras participaram na de Lisboa, 48% na do Porto. Mas para além da elevada participação nas duas mais importantes feiras do livro realizadas no País, um dado que importa reter é a profusão de feiras nomeadas e referenciadas a diversas localidades. Entre estas a mais referida é a realizada em Braga (10%). Uma em cada 5 editoras não participou em nenhuma feira.

E quanto à participação em feiras realizadas no estrangeiro, direcionadas para a comercialização de direitos, a taxa de participação é de cerca de 31%. Confirma-se a relevância da feira de Frankfurt (31%), sendo que também as de Londres (18%) e de Bolonha (10%) registam participações relevantes. Outras feiras foram referidas, designadamente a *BookExpo América* (Nova Iorque), o *Salon du Livre* de Paris e as feiras de Turim e Roma, embora com muito baixo níveis de participação.

Nas feiras direcionadas para a comercialização de livros a taxa de participação é bem mais baixa – menos de 15%. Compreensivelmente, as feiras referidas situam-se quase exclusivamente nos países lusófonos – Brasil (Rio de Janeiro), Angola, Cabo Verde e Timor-Lorosaé.

No que toca ao grupo de perguntas que foca os *recursos informáticos e a promoção*, diga-se desde logo que parte substancial das empresas (95%) está informatizada, a qual abrange a generalidade dos serviços, com destaque para os serviços editoriais (78%) e a faturação e gestão de stocks (75%). A ligação à Internet abrange 97% das empresas informatizadas. Acrescente-se ainda que 82% dessas empresas tem página na Internet e 97% tem mail específico da empresa. Entre os conteúdos da página Internet encontram-se os contactos e o historial (sendo os contactos o conteúdo mais frequente, com 94%), os relativos ao catálogo (para consulta, 86%, e partes de livros para descarregar, 14%, por exemplo), informações (designadamente a apresentação de novidades editoriais, 82%) e, claro, a vertente comercial (encomendas on-line com 59% e a venda com 31%).

Para além do português, 12% tem conteúdos noutras línguas (inglesa, espanhol e francês). Entre estas destaca-se o inglês (8%).

Adiante-se ainda que 45% afirmam ter *newsletter* e 10% mantêm um *blog*, para além do recurso a vários outros meios eletrónicos, com destaque para o *e-mailing* (88%).

Trata-se, portanto, de preocupações com a utilização das novas tecnologias que estão muito presentes, embora com fraco recurso a outras línguas que não o português.

Relativamente aos meios publicitários utilizados, a imprensa é o mais significativo percentualmente, seguido da Internet, que tem já maior relevância do que a rádio. E quanto a ações de marketing e comunicação os eventos de lançamento de livros e de sessões de autógrafos são os preferidos pela maioria das editoras (65%), seguido do *mailing* dirigido (57%) e do material impresso (53%). No seu conjunto, 32 empresas (respostas válidas) gastaram, em marketing e comunicação, €13,6 milhões em 2007. A clivagem, ainda no que toca às despesas médias, entre as empresas com a edição como atividade principal e as editoras com outra atividade principal é notória: €195 mil das primeiras contra €1.014 mil das segundas.

Uma outra dimensão abordada foram as *políticas públicas*. Perante uma listagem de 14 programas de apoio ao sector do livro do Ministério da Cultura (MC) e de sistemas de apoio com incidência nesse sector do Ministério da Economia e da Inovação (MEI), a opção de resposta Não conhece é, em geral, a mais referida. Esta constatação é mais evidente nos sistemas de apoio do MEI. Os níveis de participação mostram, com eloquência, o outro lado das respostas: no seu conjunto, os valores situam-se abaixo dos 7% (valor do programa do MC Edição de ensaio). O Programa Prémio Nacional de Ilustração (do MC) e a Formação profissional – incentivar os investimentos em recursos humanos (do MEI) (ambos com 5%) estão entre os que tiveram algum nível de participação. Os restantes 11 não tiveram qualquer participação ou registaram valores abaixo dos 3%.

Relativamente a outras medidas públicas para o sector do livro e da leitura (um total de 10 explicitadas no questionário), os níveis de conhecimento variam entre 36% (Apoio ao desenvolvimento nos sectores do livro da leitura nos PALOP e em Timor-Lorosae) e 71% (Lei do Preço Fixo). Adiante-se que o Plano Nacional de Leitura (PNL) regista 66% de conhecimento.

Quanto à avaliação das várias medidas, com exceção da Fiscalização da aplicação da Lei do Preço Fixo (49%), ela é sempre maioritariamente positiva, com destaque para o Programa de promoção da leitura (90%) e o PNL (88%).

No tocante às sugestões formuladas (em pergunta aberta), foram 17 os inquiridos que entenderam dar os seus contributos. Contributos que abarcam um conjunto relativamente circunscrito de preocupações. Entre estas importa destacar, no plano nacional, a necessidade de melhor informar os editores sobre os programas de apoio ao sector lançados pela administração central, a necessidade de revisão da Lei do Preço Fixo, e da aplicação da taxa reduzida de IVA

(5%) aos livros em formato eletrónico e maior apoio aos autores portugueses. No plano internacional fala-se em mais apoios à internacionalização e, em particular, à presença em feiras.

Finalmente, no que toca ao *mercado externo do livro* apenas 10 editoras afirmaram ter tido atividade nesse âmbito. No seu conjunto, 7 venderam 5,3 milhões de exemplares correspondentes a 9.583 títulos e a um volume de vendas de quase €9 milhões. Contudo, importa salientar o peso dos livros escolares nos referidos valores: 73% dos exemplares e 72% do volume de vendas. Outros géneros editoriais que haverá que mencionar, embora com valores muito modestos (todos abaixo dos 7% os dois indicadores) são Dicionários/Enciclopédias, Ciências Sociais e Humanas e Infantil e Juvenil. No que toca aos países de destino, Moçambique e Angola representam 90% dos exemplares e 86% do volume de vendas. Se se considerar o conjunto dos países lusófonos as percentagens passam para, respetivamente, 95% e 92%.

Quanto às vendas de direitos foram 4 as empresas que responderam positivamente, representando em conjunto um valor muito baixo: €94 mil. O Brasil (77%), Angola (10%), o conjunto dos países da União Europeia (8%) e Moçambique (3%) são os países com algum significado quanto às vendas de direitos.

Em suma, o inquérito por questionário registou uma taxa de resposta relativamente modesta. Contudo, permitiu reunir um conjunto de informação relevante tanto do ponto de vista da caracterização da edição como da aferição das questões colocadas com vista à sua posterior atualização.

3. ANÁLISE DOS RESULTADOS - COMERCIALIZAÇÃO

Neste capítulo, a apresentação dos resultados relativos ao inquérito por questionário, aplicado por via postal, às empresas do comércio a retalho de livros (atividade 52471 da CAE Rev. 2.1) faz-se, num primeiro momento, através da caracterização geral das empresas e, num segundo momento, dos estabelecimentos (livrarias) abertos ao público pelas empresas que responderam ao *Inquérito*. Relembre-se que, de modo a apurar informação por estabelecimento, se solicitava que fossem preenchidos tantos questionários (módulos específicos) quantos os estabelecimentos em atividade no ano a que se reporta o questionário (2007).

A análise dos dados obtidos realiza-se, à semelhança da Edição, através da apresentação das principais variáveis independentes e da explanação dos restantes resultados mantendo a sequência das dimensões e respetivas perguntas constantes do questionário.

Em termos de variáveis independentes, no que toca às empresas, utilizam-se: o Ano de constituição; a Região; o Pessoal ao serviço; e o Tipo de empresa. No que diz respeito aos estabelecimentos aferem-se os dados através das variáveis: Ano de abertura; Região; Pessoal ao serviço; e Tipo de estabelecimento.

Quanto às bases numéricas, a caracterização e análise das empresas da comercialização é feita a partir das 49 respostas válidas obtidas (Módulo Geral) e a dos estabelecimentos a partir das 62 respostas (Módulo Específico). De destacar o facto de ter respondido uma empresa que apenas desenvolve a sua atividade através da Internet, pelo que não tem estabelecimento aberto ao público. No entanto, uma vez que foram respondidas várias das perguntas tidas como fundamentais considerou-se que deveria ser incluída também nos apuramentos totais.

3.1. LIVREIROS

Caracterização geral

Em termos da Natureza jurídica, refira-se apenas que 69% das empresas estão constituídas como Sociedade por quotas, seguindo-se as criadas enquanto Sociedades unipessoais por quotas

(20%). Destaque-se também que 6% assinalaram Outra natureza jurídica, a saber, empresas em situação de herança indivisa.

Relativamente à estrutura, nomeadamente no que diz respeito à Integração, verifica-se que a esmagadora maioria das empresas que responderam ao *Inquérito* (96%) não está integrada num grupo empresarial (quadro nº 62).

Quadro nº 62
Empresas por Integração num grupo empresarial
n = 49

Integração	Percentagem
Sim	4,1
Não	95,9
<i>Total</i>	<i>100,0</i>

A grande maioria das empresas possui apenas 1 estabelecimento aberto ao público (94%) (quadro nº 63). Uma nota ainda para relembrar o facto de existir uma empresa que não possui estabelecimento físico, uma vez que a sua atividade se desenvolve unicamente através do canal Internet.

Às 48 empresas correspondem 61 estabelecimentos (livrarias), todos localizados em Portugal. Duas empresas têm 3 estabelecimentos cada, e uma empresa tem 10 estabelecimentos.

Quadro nº 63
Empresas por Número de estabelecimentos abertos ao público
n = 48

Número de estabelecimentos	Percentagem
1	93,8
3	4,2
10	2,1
<i>Total</i>	<i>100,0</i>

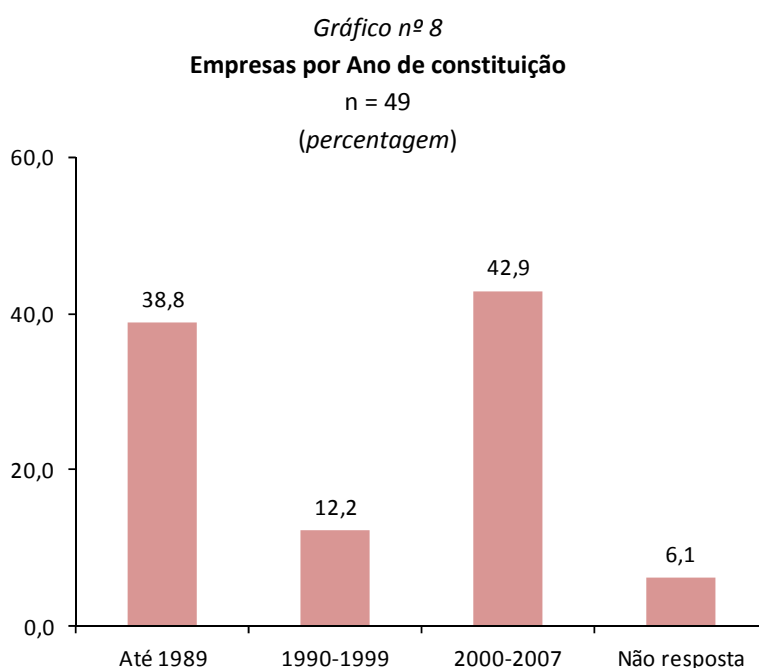
Nota: contam-se apenas 48 casos devido à existência de uma empresa que opera apenas pela Internet.

Na pergunta relativa à Pertença associativa, 71% das empresas refere não ser filiada em qualquer associação. Destaque-se, no entanto, que 16% são associadas da APEL, sendo outras 16% filiadas em associações diversas, em particular associações comerciais locais ou regionais.

Caracterização segundo as variáveis independentes

Os resultados apresentados seguidamente reportam-se ao Módulo Geral, destinado às empresas (livreiros) no questionário da Comercialização.

Tomando como ponto de partida o Ano de constituição, constata-se que a maior percentagem das empresas é de criação recente, entre 2000-2007, representando 43% do total (gráfico nº 8). Destaque também para a percentagem das constituídas Até 1989 (39%).



Relativamente à Região, a do Norte é aquela em que se encontra localizada a maior percentagem das empresas de comercialização de livros (39%), seguindo-se Lisboa, com 25% (quadro nº 64). As regiões com menor peso são o Alentejo e a R.A. Açores, ambas com 4%.

Quadro nº 64
Empresas por Região
n = 49

Região	Percentagem
Norte	38,8
Centro	10,2
Lisboa	24,5
Alentejo	12,2
Algarve	4,1
R.A. Açores	4,1
R.A. Madeira	6,1
<i>Total</i>	<i>100,0</i>

Considerando a unidade concelho, salienta-se que um terço das empresas se localiza no Porto ou em Lisboa. Se a estes dois se juntarem os concelhos de Coimbra, Funchal, Angra do Heroísmo e Sines tem-se uma percentagem de 51% do total das empresas em análise.

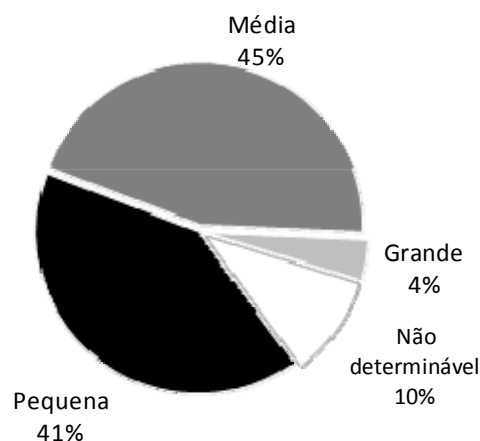
Quanto ao Pessoal ao serviço, por escalão, verifica-se que são largamente preponderantes as empresas que integram entre 1 a 4 pessoas (76%), sendo o escalão Entre 2 a 4 pessoas o mais representativo (53%) (quadro nº 65). Refira-se ainda que 22% das empresas respondentes funcionam apenas com o gerente ou responsável.

Quadro nº 65
Empresas por Pessoal ao serviço
 n = 49

Pessoal ao serviço	Percentagem
Com 1 pessoa	22,4
Entre 2 e 4 pessoas	53,1
Entre 5 e 9 pessoas	12,2
Entre 10 e 99 pessoas	10,2
Mais de 100 pessoas	0,0
Não resposta	2,0
<i>Total</i>	<i>100,0</i>

Ao analisar os dados por Tipo de empresa (recorde-se que este indicador foi construído com base na variável Volume de negócios), constata-se a prevalência de empresas de Média dimensão (45%), ainda que este valor esteja próximo do das empresas de Pequena dimensão (41%) (gráfico nº 9).

Gráfico nº 9
Empresas por Tipo de empresa
 n = 49
 (percentagem)



Dimensões inquiridas

Recursos humanos

No que toca aos recursos humanos, refira-se que o Pessoal ao serviço nas empresas analisadas totaliza 245 pessoas. O quadro nº 66 mostra a distribuição do Pessoal ao serviço de acordo com as variáveis Integração, Ano de constituição, Região e Tipo de empresa.

Assim, quanto à Integração, constata-se que 69% do pessoal se encontra ao serviço de empresas não integradas em grupos económicos. Segundo o Ano de constituição, a percentagem mais elevada situa-se nas empresas mais antigas, constituídas Até 1989 (69%), seguindo-se a larga distância as criadas no período 2000-2007 (17%).

Quadro nº 66
Pessoal ao serviço nas empresas por Integração, Ano de Constituição, Região e Tipo de empresa
n = 245
(percentagem)

Variáveis	Total
<i>Total</i>	100,0
Integração	
Sim	31,4
Não	68,6
Ano de constituição	
Até 1989	68,6
1990-1999	11,8
2000-2007	16,7
Não resposta	2,9
Região	
Norte	20,8
Centro	41,2
Lisboa	23,3
Alentejo	4,1
Algarve	5,7
R.A. Açores	2,4
R.A. Madeira	2,4
Tipo de empresa	
Pequena	15,5
Média	40,8
Grande	39,2
Não determinável	4,5

Por Região, a maior concentração de pessoas ao serviço encontra-se nas empresas da região Centro (41%). As regiões Lisboa e Norte registam percentagens de 23% e 21%, respetivamente. As empresas localizadas nas Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira são as que apresentam as mais baixas percentagens (ambas com 2%). De acordo com o Tipo de empresa, sobressaem as médias (41%), embora não muito distantes das grandes empresas (39%). Os dados recolhidos permitem também caracterizar os recursos humanos quanto ao Departamento em que desempenham funções e quanto ao Nível de escolaridade.

Relativamente ao enquadramento funcional do pessoal por Departamento, ocorreram, tal como no caso da Edição, alguns problemas de enquadramento, ligados sobretudo à diversidade de funções desempenhadas pela mesma pessoa em estruturas de muito pequena dimensão. Recorde-se, através do já observado anteriormente na variável Pessoal ao serviço, que 22% das empresas têm apenas uma pessoa ao serviço. Nestas situações optou-se por enquadrá-las na categoria Administração/Direção, embora tendo presente que desempenham seguramente várias funções.

Assim, ao analisar a repartição do Pessoal ao serviço por Departamento verifica-se que a maioria se encontra afeta ao Atendimento ao público, com 55%, o que se compreende, dado estar a falar-se de estabelecimentos comerciais (quadro nº 67). Note-se ainda que a esta percentagem deverá acrescer a dos casos que têm apenas uma pessoa ao serviço (que foram, como já foi mencionado, enquadradas na Administração/Direção e que são 5%).

Quadro nº 67
Pessoal ao serviço nas empresas por Departamento
n = 245

Departamento	Percentagem
Administração/Direção	20,0
Compras	5,3
Marketing e Comunicação	0,8
Gestão de stocks	1,6
Atendimento ao público	54,7
Serviços administrativos	11,4
Outros	3,7
Impossível enquadrar	2,4
<i>Total</i>	<i>100,0</i>

Os departamentos Administração/Direção e Serviços administrativos são, depois daquele, os que ainda assim apresentam um peso relativamente significativo na estrutura das empresas, com 20% e 11%, respetivamente.

Na distribuição do pessoal por Nível de escolaridade mais elevado que completou, verifica-se que cerca de 64% dos funcionários das empresas detêm um nível de qualificação abaixo do Médio/Superior, destacando-se aqui a maior percentagem do pessoal com o nível Secundário (36%) (quadro nº 68).

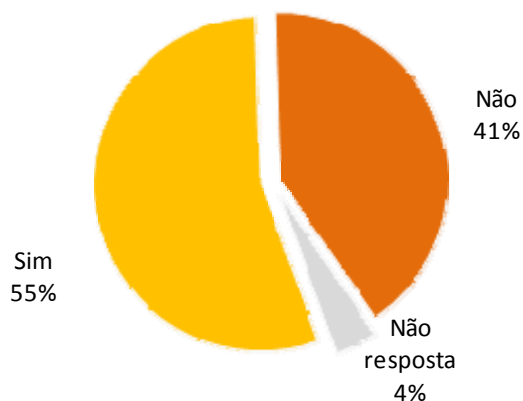
Quadro nº 68
Pessoal ao serviço nas empresas por Nível de escolaridade
 n = 245

Nível de escolaridade	Percentagem
Sem qualquer nível completo/1º Ciclo	6,5
2º Ciclo/3º Ciclo	21,2
Secundário	36,3
Médio	6,1
Superior (bacharelato ou licenciatura)	23,7
Pós-graduação, mestrado ou doutoramento	4,5
Impossível enquadrar	1,6
<i>Total</i>	<i>100,0</i>

Por outro lado, constata-se que 28% dos funcionários têm qualificações mais elevadas, com destaque para o nível Superior (bacharelato ou licenciatura) (24%).

Analisando o recurso a Serviços externos (pessoas coletivas ou individuais), constata-se que 55% das empresas do comércio a retalho recorrem a tais serviços (gráfico nº 10).

Gráfico nº 10
Recurso a serviços externos pelas empresas
 n = 49
 (percentagem)



No que diz respeito às áreas em causa, destaque-se os serviços de Contabilidade (85%), seguidos, mas com valores muito mais baixos, dos de Marketing e Comunicação (19%) (quadro nº 69).

Quadro nº 69
Recurso a serviços externos pelas empresas por Área
n = 27

Área	Percentagem
Marketing e Comunicação	18,5
Contabilidade	85,2
Atendimento ao público (loja)	7,4
Atendimento ao público (feiras do livro nacionais)	7,4
Animação cultural	11,1
Decoração (montras, bancas, etc.)	0,0
Outras	11,1

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Volume de negócios, mercado e atividades

Passando ao Volume de negócios, às 44 empresas do comércio a retalho de livros que respondem a esta questão, corresponde um valor de €18,8 milhões, o que representa uma média de €427 mil por empresa.

A partir dos dados obtidos nessa pergunta criou-se um novo conjunto de escalões (idêntico ao utilizado na Edição). Verifica-se assim que a maior percentagem cabe às empresas com um volume de negócios situado entre €50 mil e €250 mil (39%) (quadro nº 70). Se a essas se somar as empresas com um volume até €250 mil, então a percentagem sobe para 63%. Por outro lado, nenhuma empresa tem um Volume de negócios superior a €10 milhões.

Quadro nº 70
Empresas por Volume de negócios
n = 49

Volume de Negócios	Percentagem
€1 - €50.000	24,5
€50.001 - €250.000	38,8
€250.001 - €1.000.000	22,4
€1.000.001 - €10.000.000	4,1
Mais de €10.000.001	0,0
Não resposta	10,2
<i>Total</i>	<i>100,0</i>

O quadro nº 71 dá conta da forma como se reparte o Volume de negócios das empresas de acordo com a Integração, Ano de constituição, Região e Pessoal ao serviço.

Quadro nº 71

Volume de negócios por Integração, Ano de constituição, Região e Pessoal ao serviço
(percentagem do volume de negócios e mil euros)

Variáveis	Total
<i>Volume de negócios</i>	18.796
Integração	
Sim	37,7
Não	62,3
Ano de constituição	
Até 1989	79,7
1990-1999	11,7
2000-2007	7,5
Não resposta	1,1
Região	
Norte	18,3
Centro	54,7
Lisboa	15,9
Alentejo	2,3
Algarve	5,3
R.A. Açores	2,0
R.A. Madeira	1,5
Pessoal ao serviço	
Com 1 pessoa	3,7
Entre 2 e 4 pessoas	14,5
Entre 5 e 9 pessoas	16,2
Entre 10 e 99 pessoas	65,5
Mais de 100 pessoas	0,0

Quanto à Integração, verifica-se que o Volume de negócios é também mais elevado, à semelhança do pessoal ao serviço, nas empresas não integradas em grupos, representado 62% do total. Relativamente ao Ano de constituição, a percentagem volta a apresentar-se mais elevado nas empresas criadas Até 1989 (80%). Por Região, apura-se que a maioria do Volume de negócios se concentra nas empresas sedeadas na região Centro, registando as empresas localizadas no Norte e Lisboa 18% e 16% respetivamente. O Alentejo e as R.A. dos Açores e da Madeira são as regiões com os volumes mais baixos (2%). Confirma-se a relação existente com o Pessoal ao serviço, registando as empresas Entre 10 a 99 pessoas 66% do volume de negócios.

Procurando verificar de que forma se reparte o Volume de negócios pela Atividade desempenhada pela empresa, observa-se que, para a totalidade das empresas com resposta

válida (44), 80% da faturação é proveniente da sua atividade principal de comércio a retalho – Livraria (quadro nº 72).

Quadro nº 72

Volume de negócios por Atividade

(percentagem do volume de negócios em coluna e mil euros)

Atividade	Percentagem
Livraria própria (<i>comércio a retalho</i>)	79,5
Edição de livros	0,0
Distribuição (<i>comércio por grosso</i>)	13,6
Impressão	0,0
Outras	6,9
<i>Volume de negócios</i>	<i>18.796</i>

(Base de amostragem = 44)

Para além da atividade referida, apenas mais duas empresas referem ter desempenhado a de Distribuição (comércio por grosso), com um peso relativo de 14% no volume de negócios total, e para o conjunto de 14 empresas que indicam ter obtido uma receita proveniente de Outras atividades (representa 7% do total), o destaque vai para as atividades de comércio a retalho de papelaria, revistas, brindes ou multimédia.

No que toca aos valores de compra e venda de livros, refira-se, em termos gerais, uma despesa de €8,4 milhões com a aquisição e uma receita de €13,2 milhões com a venda (quadro nº 73). Acrescente-se que o valor apurado para as compras é referente a 26 empresas e para as vendas a 42.

Quadro nº 73

Compras e vendas de livros por Área geográfica de mercado

(percentagem do volume de negócios e mil euros)

Área geográfica de mercado	Valor das compras	Valor das vendas
Interno	90,3	88,8
Comunitário	9,1	0,3
Extracomunitário	0,6	1,1
Não é possível determinar	0,0	9,8
<i>Volume de negócios</i>	<i>8.373</i>	<i>13.154</i>
<i>Número de casos</i>	<i>26</i>	<i>42</i>

Observando-se agora os resultados segundo a Área geográfica do mercado¹⁹ verifica-se que, tanto ao nível das compras como das vendas, as percentagens mais elevadas registam-se, como seria de esperar, no mercado Interno, com valores acima dos 89%. Nos outros mercados, em termos de compra de livros, o Comunitário representa a quase totalidade do restante valor (9%). Relativamente às vendas, 10% do valor situa-se na categoria Não é possível determinar.

Quando aos modos de aquisição de livros há dois que se destacam. Com efeito, 74% das empresas referem Consignação e Compra a firme com direito a devolução (quadro nº 74). Quando solicitadas a indicar o mais importante, 41% refere a Compra a firme com direito a devolução.

Quadro nº 74
Modos de aquisição de livros pelas empresas
n = 49
(percentagem)

Modos de aquisição	Utilizados	Mais importante
Consignação	73,5	24,5
Compra a firme (<i>sem direito a devolução</i>)	61,2	20,4
Compra a firme (<i>com direito a devolução</i>)	73,5	40,8
Outros modos	6,1	2,0
Todos	-	6,1
Não resposta	6,1	6,1

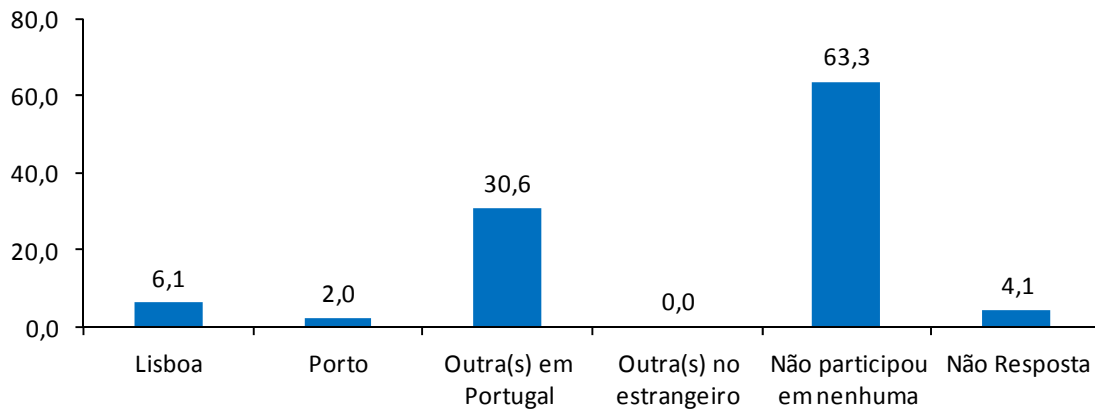
Nota: A pergunta referente aos Modos de aquisição utilizados é de resposta múltipla.

No *Inquérito* considerou-se também a participação e/ou organização das empresas da comercialização em feiras do livro, quer a nível nacional quer internacional. A maioria das empresas (63%) não participou em nenhuma feira a nível nacional, e nenhuma participou em feiras no estrangeiro (gráfico nº 11).

Note-se ainda que, das empresas que afirmaram ter participado/organizado feiras, 31% fizeram-no sobretudo em feiras de menor dimensão, localizadas em outros concelhos do país que não Lisboa e Porto. Foi assinalada a participação/organização de feiras em 18 concelhos, localizados em todas as regiões do país, com exceção dos Açores.

¹⁹ Por área geográfica do mercado compreendem-se os mercados Interno (Portugal), o Comunitário (constituído pelos 27 países da União Europeia, com exceção de Portugal) e o Extracomunitário (os restantes países).

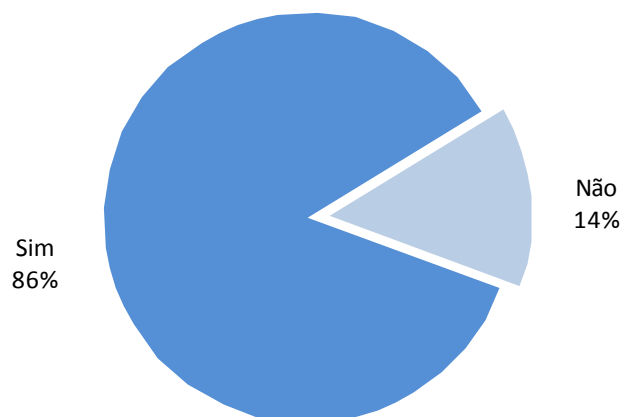
Gráfico nº 11
Participação em feiras do livro
 n = 49
 (percentagem)



Recursos informáticos e publicidade

No que toca à caracterização das empresas tendo em consideração os recursos informáticos, as respostas obtidas mostram que a grande maioria dispõe de Computador (86%) (gráfico nº 12).

Gráfico nº 12
Existência de computadores
 n = 49
 (percentagem)



Ainda no que diz respeito à informatização, saliente-se que do total de empresas que assinalaram dispor de computador, 12% não tem ligação à Internet.

Verifica-se também que as empresas de comercialização com Página de internet própria são ainda pouco expressivas (33%) (quadro nº 75).

Quadro nº 75
Existência de Página de Internet
n = 49

Página de Internet	Percentagem
Sim	32,7
Não	67,3
<i>Total</i>	<i>100,0</i>

A partir das respostas afirmativas à pergunta sobre a existência de página de Internet, constata-se que os conteúdos mais frequentes são os contactos e o historial da empresa, bem como a apresentação de novidades. Quanto às funcionalidades, as mais referidas são a consulta/pesquisa do catálogo e as encomendas on-line. O conteúdo das páginas tem o idioma português como base (totalidade das empresas). Uma empresa assinalou o italiano e outra o alemão. Em termos de existência de correio eletrónico o panorama altera-se substancialmente já que, neste caso, se constata que a grande maioria das empresas (80%) tem e-mail com nome comercial.

Considerando a utilização de outros meios eletrónicos como forma de contactar com o público, clientes e outros interessados, 59% refere o E-Mailing, seguindo-se a Newsletter, apontada por 18% (quadro nº 76). Por outro lado, 35% das empresas não utilizam qualquer meio eletrónico na sua promoção ou contacto com o público.

Quadro nº 76
Meios eletrónicos utilizados no contacto com o público
n = 49

Meios eletrónicos	Percentagem
E-Mailing	59,2
Newsletter	18,4
Fórum	2,0
Blogue	10,2
Outros	0,0
Não utilizou nenhum	34,7
Não resposta	4,1

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Quanto à integração num serviço de vendas pela Internet, a quase totalidade das empresas assinala não estar ligada a nenhum desses serviços (quadro nº 77). Nas respostas afirmativas foram referidos serviços como a Abebooks e Uniliber.

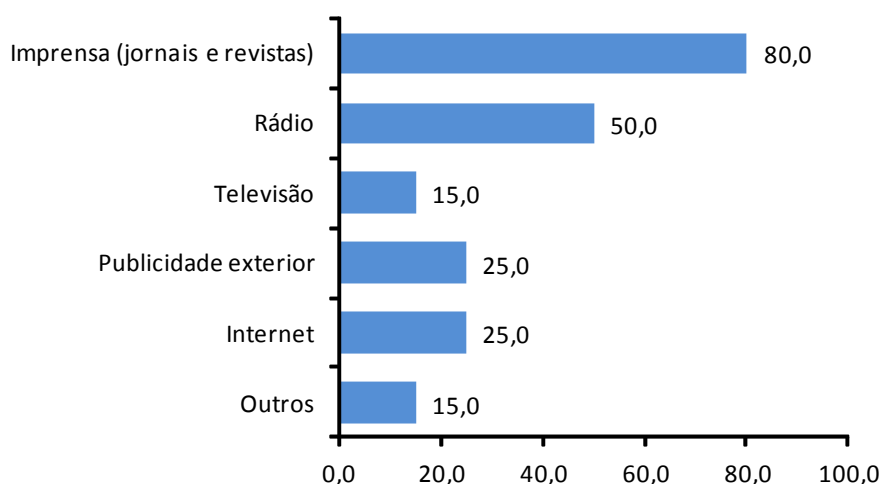
Quadro nº 77
Integração em serviço de vendas pela Internet
 n = 49

Serviço de vendas pela Internet	Percentagem
Sim	6,2
Não	91,8
Não resposta	2,0
<i>Total</i>	<i>100,0</i>

À pergunta sobre a realização por parte da empresa de alguma ação de publicidade em 2007, mais de metade (57%) responde negativamente.

No que toca às 20 empresas que realizaram ações de publicidade salienta-se a prevalência da Imprensa (jornais e revistas) como o meio a que as empresas mais recorrem para publicitar um produto ou serviço (registando 80%), seguido da Rádio (50%) (gráfico nº 13). O menos utilizado é a Televisão com 15%.

Gráfico nº 13
Empresas por Meio publicitário utilizado
 n = 20
 (percentagem)



Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Políticas públicas de apoio ao sector

Também o questionário da comercialização inclui um grupo de questões relativas às Políticas públicas cujo objetivo é medir o conhecimento, a participação e a avaliação das empresas em relação a um conjunto de sistemas de apoio público não exclusivos do sector, mas que o abrangem, incluindo as empresas da comercialização, e de Medidas de política cultural direcionadas para o sector do livro e da leitura.

Quanto aos primeiros, refira-se que os sistemas de apoio público selecionados integram o PRIME (antigo Programa Operacional da Economia 2000-2006), do Ministério da Economia e da Inovação.

Uma vez mais, e à semelhança do apurado no questionário das empresas editoras também aqui se verifica que Não conhece é a opção mais referida em todos os sistemas mencionados, sendo o mais desconhecido o SIUPI – Sistema de Incentivos à Utilização da Propriedade Industrial (78%) (quadro nº 78). Mesmo assim, do ponto de vista do Conhecimento, os sistemas que apresentam as percentagens mais positivas são o SIME – Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial e o sistema designado Formação Profissional – Incentivar os Investimentos em Recursos Humanos, ambos reconhecidos por pelo menos um terço das empresas.

Quadro nº 78
Conhecimento e participação em Sistemas de apoio público
n = 49
(percentagem em linha)

Sistemas de apoio	Conhecimento e participação			
	Não conhece	Conhece mas não participou	Participou	Não resposta
SIME - Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial	59,2	32,7	2,0	6,1
SIME Internacional - Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial - Desenvolvimento Internacional	63,3	26,5	0,0	10,2
SIPIE - Sistema de Incentivos a Pequenas Iniciativas Empresariais	61,2	22,4	6,1	10,2
SIED - Sistema de Incentivos à Economia Digital	69,4	20,4	0,0	10,2
URBCOM - Sistema de Incentivos a Projetos de Urbanismo Comercial	61,2	24,5	8,2	6,1
SIUPI - Sistema de Incentivos à Utilização da Propriedade Industrial	77,6	12,2	0,0	10,2
SICE - Sistema de Incentivos à Cooperação Empresarial	69,4	18,4	0,0	12,2
Formação Profissional - Incentivar os Investimentos em Recursos Humanos	55,1	30,6	4,1	10,2

Ao nível da Participação, refira-se que apenas 8 empresas indicam ter participado em metade dos sistemas, sendo o URBCOM – Sistema de Incentivos a Projetos de Urbanismo Comercial aquele que apresenta maior taxa de participação (8%). No que toca à Avaliação, pode dizer-se que a maioria das empresas (80%) considera positivo ou muito positivo o sistema em que participou.

Relativamente às segundas – as Medidas de política cultural – constata-se que as que apresentam maior notoriedade junto das empresas que responderam são Plano Nacional de Leitura e Lei do Preço Fixo, com percentagens acima dos 78% (quadro nº 79).

Quadro nº 79

Conhecimento das Medidas de políticas culturais públicas direcionadas para o livro e a leitura

n = 49

(percentagem em linha)

Medidas	Conhecimento		
	Conhece	Não conhece	Não responde
Apoio à Instalação de Bibliotecas Públicas	46,9	46,9	6,1
Programas de Promoção da Leitura (bibliotecas públicas, estabelecimentos prisionais, hospitais, etc.)	44,9	46,9	8,2
Apoio às Atividades Culturais das Associações e outros organismos (que promovem a difusão do Livro e da Criação Literária)	36,7	57,1	6,1
Apoio a Prémios Literários	44,9	46,9	8,2
Apoio à divulgação de autores portugueses e africanos de língua portuguesa a nível internacional (festivais, feiras do livro e outros eventos literários)	46,9	46,9	6,1
Apoio ao desenvolvimento nos sectores do Livro e da Leitura nos PALOP e em Timor-Lorosae (através da realização de feiras do livro e da constituição de Redes de Bibliotecas Públicas)	38,8	53,1	8,2
Lei do Preço Fixo	77,6	12,2	10,2
Fiscalização da aplicação da Lei do Preço Fixo	65,3	24,5	10,2
Programas de incentivo à circulação e distribuição do livro em Portugal e nas Regiões Autónomas	46,9	44,9	8,2
Plano Nacional de Leitura	79,6	12,2	8,2

Pelo contrário, as medidas que registam as mais elevadas percentagens de desconhecimento são Apoio às atividades culturais das Associações e outros organismos e Apoio ao desenvolvimento nos sectores do Livro e da Leitura nos PALOP e em Timor-Lorosae, referidas por 57% e 53% das empresas, respetivamente. Ainda uma nota para apontar o facto de as medidas Lei do Preço Fixo e Fiscalização da sua aplicação registarem 10% de Não resposta.

Na questão da Avaliação constata-se que apenas uma medida regista uma percentagem maioritária de opiniões negativas por parte das empresas (53%) – Fiscalização da aplicação da Lei do Preço Fixo (quadro nº 80). Trata-se, aliás, de uma avaliação comum à das empresas da Edição.

Quadro nº 80

Avaliação das Medidas de políticas culturais públicas direcionadas para o livro e a leitura

n = 49

(percentagem em linha)

Medidas	Avaliação		Número de casos
	Negativa	Positiva	
Apoio à Instalação de Bibliotecas Públicas	21,7	78,3	23
Programas de Promoção da Leitura (bibliotecas públicas, estabelecimentos prisionais, hospitais, etc.)	22,7	77,3	22
Apoio às Atividades Culturais das Associações e outros organismos (que promovem a difusão do Livro e da Criação Literária)	22,2	77,8	18
Apoio a Prémios Literários	13,6	86,4	22
Apoio à divulgação de autores portugueses e africanos de língua portuguesa a nível internacional (festivais, feiras do livro e outros eventos literários)	17,4	82,6	23
Apoio ao desenvolvimento nos sectores do Livro e da Leitura nos PALOP e em Timor-Lorosae (através da realização de feiras do livro e da constituição de Redes de Bibliotecas Públicas)	26,3	73,7	19
Lei do Preço Fixo	18,4	81,6	38
Fiscalização da aplicação da Lei do Preço Fixo	53,1	46,9	32
Programas de incentivo à circulação e distribuição do livro em Portugal e nas Regiões Autónomas	30,4	69,6	23
Plano Nacional de Leitura	12,8	87,2	39

Nota: o número de casos refere-se às empresas que avaliaram a medida em causa.

Por outro lado, as medidas que acolhem opiniões mais positivas são Plano Nacional de Leitura, Apoios a Prémios Literários, à divulgação de autores portugueses e africanos de língua portuguesa a nível internacional e Lei do Preço Fixo, com percentagens acima dos 82%.

Opiniões e sugestões expressas pelas empresas da comercialização

À imagem do que se verificou na edição, também na comercialização empresas houve que entenderam deixar as suas sugestões na pergunta aberta destinada a esse fim. No caso vertente foram 12. Quanto ao Tipo de empresa, obtiveram-se respostas de 4 Pequenas e 8 Médias.

As sugestões feitas são bastante diversas, no entanto o leque de preocupações apresentadas circunscreve-se, regra geral, às políticas públicas para o sector do livro, com maior incidência nas questões relacionadas com a fiscalização. Neste sentido, evidenciam-se aqui algumas temáticas com maior ou menor número de referências, mas em todo o caso relevantes para o presente estudo.

Um das temáticas referidas prende-se com a necessária revisão da Lei do Preço Fixo do Livro, tanto em termos da sua atual manifesta desadequação como da ausência de fiscalização da sua aplicação junto dos pontos de venda ao público.

Revisão da lei do preço fixo restringindo os descontos ainda mais e definindo o papel de cada agente com clareza (livraria, grande superfície, editor).

(Média empresa)

A lei do Preço Fixo é boa mas se forem proibidos os descontos (em percentagem, talões, etc.) e se houver uma fiscalização exemplar com multas pesadas consoante o volume de vendas de cada superfície. A não fiscalizar, liberaliza-se totalmente.

(Média empresa)

A não aplicação da Lei do Preço Fixo nas grandes superfícies "mata" as livrarias de rua.

(Pequena empresa)

Outra temática apontada em termos de intervenção das entidades competentes é a que diz respeito à fotocópia de livros e à sua não fiscalização.

Mais fiscalização à fotocópia ao livro, não só em empresas dedicadas a fotocópias e encadernação, mas também nos estabelecimentos de ensino, os quais usam e abusam de fotocopiar livros e auxiliares).

(Média empresa)

Sobre o sector do Livro, que está em grande crise, considero que deveriam ser tomadas medidas mais eficazes para combater as fotocópias. Só assim será possível ajudar autores, editores e livreiros.

(Média empresa)

Ainda centrada na temática da fiscalização, algumas opiniões avançam a não existência de um controlo das diversas feiras do livro que se vão realizando um pouco por todo o lado.

As feiras não organizadas nem fiscalizadas pelas devidas Associações fazem perigar o comércio fixo, as livrarias tanto de livro novo como de livro usado. Realizam-se demasiadas feiras de rua sem qualquer fiscalização.

(Pequena empresa)

Restrição de "feiras do livro selvagens".

(Média empresa)

No que toca à temática da concorrência de outros espaços de venda de livros, refere-se a existência de dificuldades por parte das médias e pequenas empresas, apontando-se várias medidas no sentido de permitir a coexistência de todos.

Os espaços públicos, a concentração livreira, e as cadeias são a principal ameaça à existência das pequenas e médias livrarias.

(Pequena empresa)

Retirar os livros das grandes superfícies e defender o comércio regional.

(Média empresa)

As grandes superfícies tomaram conta do mercado não havendo possibilidades de recuperação.

(Média empresa)

Restrição do licenciamento de grandes superfícies em zonas urbanas.

(Média empresa)

É também mencionada a importância dos apoios ao sector, seja em termos de investimento, de recrutamento de pessoal ou mesmo direcionados ao seu custo, no sentido de o baixar.

Tendo em conta as especificidades do mercado livreiro devia haver incentivos próprios para o apoio ao investimento. No caso dos centros de emprego, os apoios que existem estão feitos para os serviços, o que obriga a que suportemos a 100% todo o investimento.

(Pequena empresa)

O livro tem preço muito alto, devia ser subsidiado (mais apoio e incentivo à leitura).

(Média empresa)

Uma outra temática referida é a da aplicação de uma taxa (mais) reduzida de IVA aos livros, apontando-se o exemplo de Espanha (1%).

São também vários os contributos deixados sobre políticas públicas do sector, mencionando-se designadamente a necessidade das compras dos organismos oficiais passarem pelas livrarias, a ausência de comunicação entre DGLB e livreiros e a desatualização das listas de livros do PNL. Destaca-se ainda o facto de uma das empresas defender o fim das políticas públicas para o sector.

O PNL tem muitas deficiências: há livros indicados que já não se encontram no mercado e os preços deviam ser mais convidativos: a maior parte dos alunos, ao procurar 3 títulos, a opção é sempre o mais pequeno e mais barato. Deveria haver menos títulos e só ler autores de língua portuguesa.

(Média empresa)

Os organismos oficiais (câmaras, escolas, etc.) deviam adquirir livros às livrarias, e nunca às editoras.

(Média empresa)

O Instituto do Livro deveria ouvir os livreiros e manter algum diálogo, que atualmente não existe. Já existiu...

(Média empresa)

Deixar de haver políticas públicas para o sector, para além dos equipamentos públicos (rede de bibliotecas) e educação (bibliotecas escolares e planos de leitura curriculares), deixar o mercado funcionar.

(Pequena empresa)

3.2. ESTABELECIMENTOS (LIVRARIAS)

Os dados seguidamente apresentados referem-se ao Módulo Específico destinado aos estabelecimentos (livrarias) do questionário da comercialização. Às 49 empresas correspondem 61 estabelecimentos. Como já foi referido no início deste capítulo, importa dar nota da existência de uma empresa que apenas desenvolve a sua atividade através da Internet, pelo que não tem estabelecimento aberto ao público mas que se decidiu incluir na análise dos resultados. A base numérica em alguns dos indicadores totaliza, portanto, 62 casos.

O ano de referência dos dados é, relembra-se, 2007.

Caracterização geral

Os estabelecimentos encontram-se na sua maioria localizados no centro da cidade/vila (79%) (quadro nº 81). O equipamento Centro comercial é também referido como local de existência de um estabelecimento aberto ao público em percentagem assinalável (15%). Em zona rural a percentagem é mínima (2%).

Quadro nº 81
Estabelecimentos por Localização
n = 61

Localização	Percentagem
No centro da cidade/vila	78,7
Na periferia	9,8
Em zona rural	1,6
Num centro comercial	14,8

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

No que toca à abertura ao público, 67% abre 6 dias por semana (dias de semana e Sábado), com destaque para aqueles com abertura parcial ao Sábado (só manhã), com 39% (quadro nº 82).

Quadro nº 82
Estabelecimentos por Abertura ao longo da semana
n = 61

Abertura ao longo da semana	Percentagem
Todos os dias	19,7
Dias de semana e Sábado (todo o dia)	27,9
Dias de semana e Sábado (só manhã)	39,3
Só dias de semana	9,8
Não resposta / Não se adequa	3,3
<i>Total</i>	<i>100,0</i>

Saliente-se, por outro lado, que 20% dos casos em análise estão abertos toda a semana (incluindo o Domingo), sendo que, destes, mais de metade localiza-se em centros comerciais. Destaque-se ainda que 14 estabelecimentos (23% do total) referem abrir também aos feriados. Note-se ainda que esta percentagem é ligeiramente mais elevada que a correspondente aos estabelecimentos localizados num centro comercial, cujo valor relativo é 15%.

Em relação ao Horário de abertura refira-se que metade dos estabelecimentos encontra-se aberta durante todo dia, ou seja, sem fechar para almoço (quadro nº 83). Note-se ainda que os que fecham para almoço são, na grande maioria, aqueles que abrem apenas aos dias de semana e sábados de manhã.

Quadro nº 83
Estabelecimentos por Horário de abertura
n = 61

Horário de abertura	Porcentagem
Normal (com almoço)	45,9
Normal (sem almoço)	50,8
Não resposta / Não se adequa	3,3
<i>Total</i>	<i>100,0</i>

No conjunto de repostas válidas (55), verifica-se que a Área total ocupada pelos estabelecimentos é de cerca de 7 mil m², o que corresponde a uma área média de 126 m² (quadro nº 84).

Quadro nº 84
Área ocupada por Serviço
(número e média)

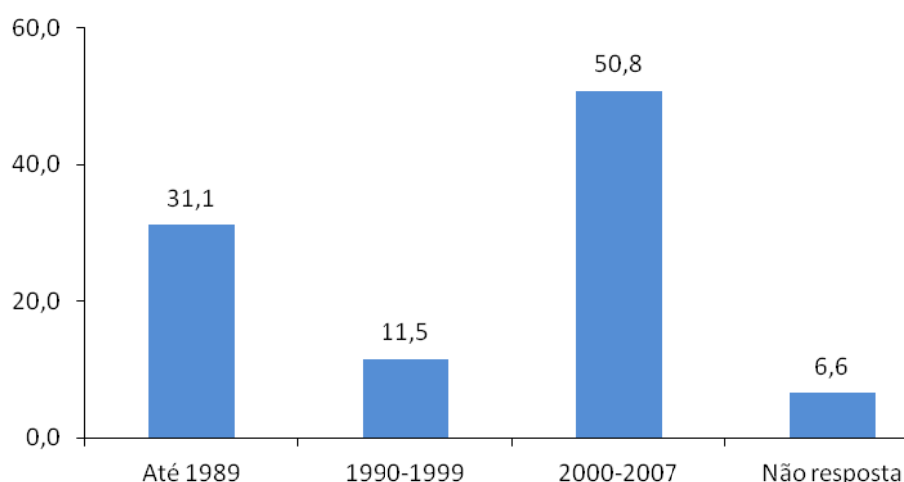
Serviço	Área (m ²)	Número de casos	Área média (m ²)
Exposição e venda de livros	4.118	51	81
Exposição e venda de outros produtos	669	20	34
Outros serviços	1.389	38	37
Não é possível determinar	775	8	97
<i>Total</i>	<i>6.951</i>	<i>55</i>	<i>126</i>

O Serviço com a Área mais elevada é, naturalmente, o destinado à Exposição e venda de livros, uma vez que as respostas obtidas totalizam 4,1 mil m² (59% da área total apurada), a que corresponde uma área média por estabelecimento de 81 m². Acrescente-se ainda o número de estabelecimentos (38) que assinalam dispor de espaço destinado a Outros serviços (1,4 mil m²), como sejam os destinados à leitura ou às crianças, com 37 m² de área média.

Caracterização segundo as variáveis independentes

Quanto ao Ano de abertura, constata-se que a maioria dos estabelecimentos abriu ao público no período 2000-2007 (51%) (gráfico nº 14). Realce ainda para a percentagem de estabelecimentos que abriram até fim dos anos 80 (31%).

Gráfico nº 14
Estabelecimentos por Ano de abertura
 n = 61
 (percentagem)



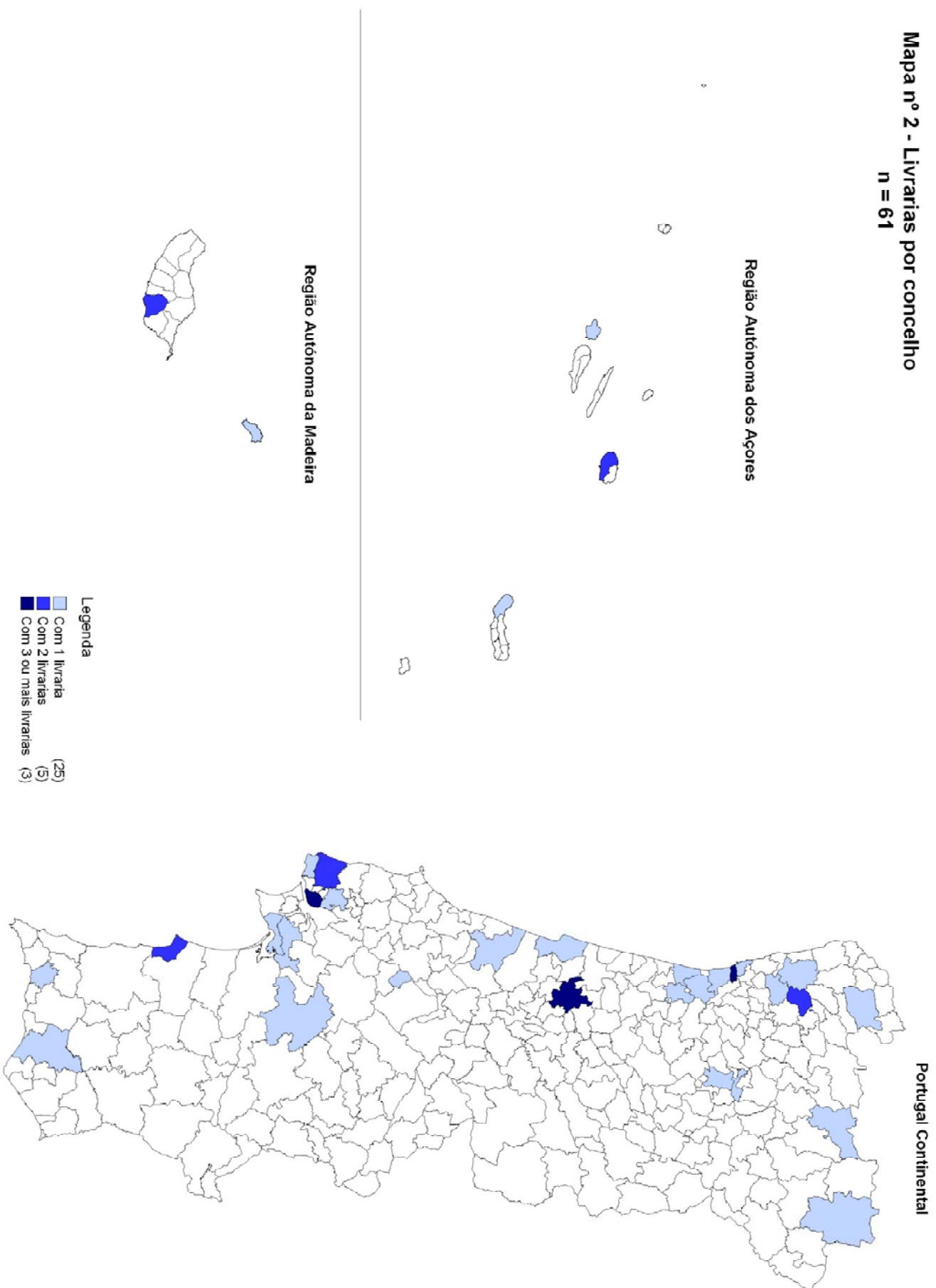
Relativamente à Região, a maior percentagem dos estabelecimentos localiza-se na região Norte (38%), seguida da de Lisboa (28%) (quadro nº 85). A região do Algarve é a que regista a menor percentagem de estabelecimentos, com 3%.

Quadro nº 85
Estabelecimentos por Região
 n = 61

Região	Percentagem
Norte	37,7
Centro	13,1
Lisboa	27,9
Alentejo	6,6
Algarve	3,3
R.A. Açores	6,6
R.A. Madeira	4,9
<i>Total</i>	<i>100,0</i>

Quanto à distribuição por concelho (mapa nº 2), Lisboa e Porto são os mais referenciados, constituindo em conjunto 34% do total de estabelecimentos (com 11 e 10, respetivamente). Segue-se ainda o concelho de Coimbra com 5 estabelecimentos. Com duas livrarias encontram-se cinco concelhos – três no Continente, um na R. A. Açores e outro na R. A. Madeira. Com apenas 1 livraria detetaram-se 25 concelhos. Constate-se, por outro lado, a fraca localização destes estabelecimentos nas regiões do interior.

Mapa nº 2 - Livrarias por concelho
n = 61



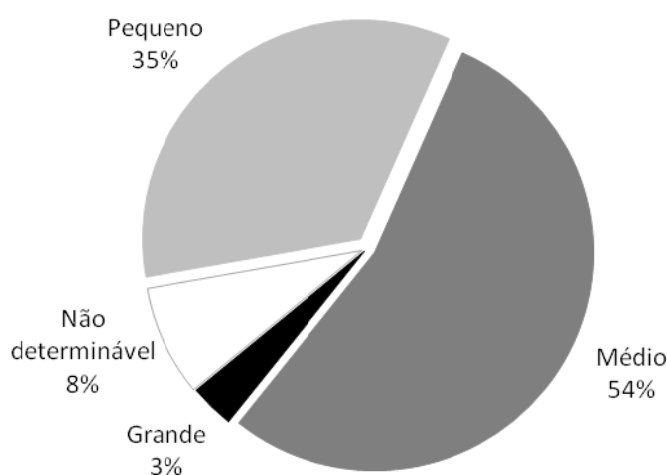
No que toca ao Pessoal ao serviço, verifica-se que a maioria dos estabelecimentos se enquadra no escalão Entre 2 e 4 pessoas, com 56% (quadro nº 86). O segundo escalão com mais peso é Com 1 pessoa, ou seja, 21% dos estabelecimentos apenas possui uma pessoa ao serviço, possivelmente, na maioria dos casos, o seu gerente. Estes dois escalões representam juntos 77% do pessoal a trabalhar nos estabelecimentos.

Quadro nº 86
Estabelecimentos por Pessoal ao serviço
 n = 61

Pessoal ao serviço	Percentagem
Com 1 pessoa	21,3
Entre 2 e 4 pessoas	55,7
Entre 5 e 9 pessoas	13,1
Entre 10 e 99 pessoas	8,2
Mais de 100 pessoas	0,0
Não resposta	1,6
<i>Total</i>	<i>100,0</i>

Tendo em conta o Tipo de estabelecimento (indicador construído a partir do volume de negócios do estabelecimento), salienta-se que mais de metade corresponde ao tipo Médio (55%) (gráfico nº 15). Note-se igualmente o peso dos estabelecimentos de tipo Pequeno que representam 34% e para a pequena percentagem dos de tipo Grande (3%).

Gráfico nº 15
Estabelecimentos por Tipo de estabelecimento
 n = 61
 (percentagem)



Dimensões inquiridas

Recursos humanos

Relativamente ao pessoal ao serviço nos estabelecimentos a 31/12/2007 apurou-se um total de 211 pessoas, correspondente a 60 respostas válidas, o que significa uma média de 4 pessoas por estabelecimento.

Na repartição por Departamento/secção constata-se que, como seria de esperar, a maioria se encontra afeta ao Atendimento ao público (56%) (quadro nº 87). A Administração/Direção e Serviços administrativos são, depois daquele, os outros departamentos com maior peso na estrutura do estabelecimento, registando 19% e 11%, respetivamente.

Quadro nº 87

Pessoal ao serviço por Departamento/secção
n = 211

Departamento/secção	Percentagem
Administração/Direção	19,0
Compras	3,3
Marketing e Comunicação	0,0
Gestão de stocks	2,4
Atendimento ao público	55,5
Serviços administrativos	10,9
Outros	7,6
Impossível enquadrar	1,4
<i>Total</i>	<i>100,0</i>

(Base de amostragem = 60)

Note-se também que na categoria Outros se inclui pessoal afeto a serviços como Limpeza ou Cafeteria. Por outro lado, refira-se que o departamento/secção Marketing e Comunicação não foi mencionado pelos estabelecimentos.

Quanto ao pessoal ao serviço por Nível de escolaridade, verifica-se que cerca de 68% dos funcionários a trabalhar nos estabelecimentos têm um nível de qualificação abaixo do Superior, sobressaindo o pessoal com o nível Secundário (37%) (quadro nº 88).

Quadro nº 88
Pessoal ao serviço por Nível de escolaridade
n = 211

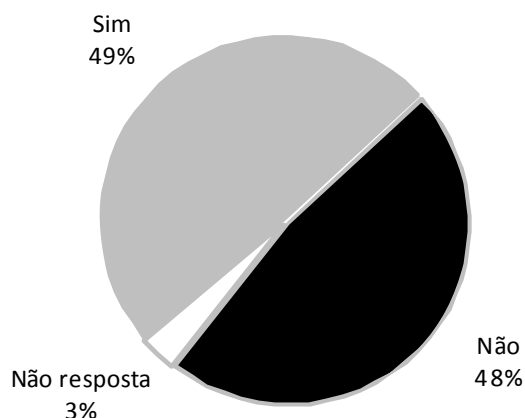
Nível de escolaridade	Percentagem
Sem qualquer nível completo/1º Ciclo	4,7
2º Ciclo/3º Ciclo	19,0
Secundário	37,4
Médio	7,1
Superior (bacharelato ou licenciatura)	25,1
Pós-graduação, mestrado ou doutoramento	4,7
Impossível enquadrar	1,9
<i>Total</i>	<i>100,0</i>

(Base de amostragem = 60)

Com qualificações de nível académico encontram-se 30% funcionários, 25% dos quais com Superior (bacharelato ou licenciatura).

No que toca ao Recurso a serviços externos (pessoas coletivas ou individuais) as respostas obtidas mostram uma repartição muito aproximada: 49% assinalam o recurso a tais serviços; 48% respondem negativamente (gráfico nº 16).

Gráfico nº 16
Recurso a serviços externos pelos estabelecimentos
n = 61
(percentagem)



Dos estabelecimentos que assinalam o Recurso a serviços externos, a grande maioria fê-lo no sentido da contratação de serviços de Contabilidade (73%) (quadro nº 89).

Quadro nº 89
Estabelecimentos por recurso a Serviço externo
n = 30

Serviço externo	Percentagem
Marketing e Comunicação	23,3
Contabilidade	73,3
Atendimento ao público	13,3
Animação cultural	10,0
Decoração (montras, bancas, etc.)	0,0
Outras	10,0

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Dos restantes serviços saliente-se Marketing e Comunicação, com 23%, o que vem confirmar que este é um serviço a que os estabelecimentos recorrem apenas externamente, uma vez que não indicam deter pessoal a ele afeto.

Espaços e atividades

Quanto à existência no estabelecimento de espaços destinados ao público – para além, naturalmente, dos destinados à exposição e venda de livros e outros produtos – a percentagem mais elevada corresponde aos que não possuem qualquer dos espaços considerados (43%) (quadro nº 90).

Quadro nº 90
Estabelecimentos por Espaço destinado ao público
n = 61

Espaço	Percentagem
Local de leitura	34,4
Bar/cafetaria	8,2
Auditório	14,8
Espaço Internet	4,9
Espaço para crianças	19,7
Espaço para exposições temporárias	21,3
Outras	8,2
Não possui nenhum destes espaços	42,6
Não resposta/adequa	8,2

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Por outro lado, os espaços que aparecem mais referidos são o Local de leitura (34%), seguido dos espaços destinados à realização de Exposições temporárias e para as Crianças, com 21% e 20%, respectivamente. O que apresenta a percentagem mais baixa é o Espaço Internet (com 5%).

Em relação às atividades que o estabelecimento organizou ou acolheu no seu espaço orientadas para o público, perto de um terço salienta o Lançamento de livros (quadro nº 91).

Quadro nº 91
Estabelecimentos por Atividade orientada para o público
n = 61

Atividade	Percentagem
Lançamento de livros	32,8
Conversa com autores	19,7
Ação dirigida ao público infanto-juvenil	13,1
Ação dirigida a outro tipo de público	19,7
Exposições temporárias/mostras	23,0
Conferências/workshops	14,8
Espetáculo (música, teatro, etc.)	9,8
Outras	6,6
Nenhuma	21,3
Não responde	6,6

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Do conjunto das restantes atividades, destaque-se a realização de Exposições temporárias/mostras (23%), iniciativas de Conversa com autores (20%) e Ações dirigidas a outro tipo de público (que não o infantil) (20%). No entanto, 21% dos estabelecimentos refere não ter organizado ou acolhido qualquer atividade no ano de referência.

Produtos e fundos

Para além da venda de Livros, entre os outros produtos comercializados nos estabelecimentos analisados destacam-se os Jornais e revistas (42%) (quadro nº 92). Acrescente-se ainda que são 34% os estabelecimentos que vendem apenas livros. Por outro lado, o livro em suporte áudio é já comercializado em 24% das lojas em análise.

Quadro nº 92
Estabelecimentos por Produto comercializado
n = 62

Produto	Porcentagem
Livros	100,0
Audiolivros	24,2
Jornais e revistas	41,9
Multimédia (CD, DVD, etc.)	33,9
Material de papelaria	35,5
Outros produtos	21,0
<i>Brinquedos e jogos</i>	4,8
<i>Litúrgicos</i>	4,8
<i>Posters, mapas, calendários, quadros</i>	3,2
<i>Lembranças, artesanato</i>	3,2
<i>Outros</i>	8,1

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

N = 62 dado incluir uma empresa que opera apenas pela Internet.

Refira-se ainda que 21% dos estabelecimentos comercializa também outros tipos de produtos como, por exemplo, jogos e brinquedos, objetos litúrgicos, posters, mapas e calendários, etc.

No que diz respeito aos títulos em stock e adquiridos em 2007, saliente-se desde logo as relativamente baixas taxas de resposta, tanto em relação aos primeiros (58%) como no que toca aos segundos (42%) (quadro nº 93). Mesmo assim foi possível contabilizar um total de 323 mil títulos, o que significa uma média de 9 mil títulos por estabelecimento.

Quadro nº 93
Títulos em stock e adquiridos
(número e média)

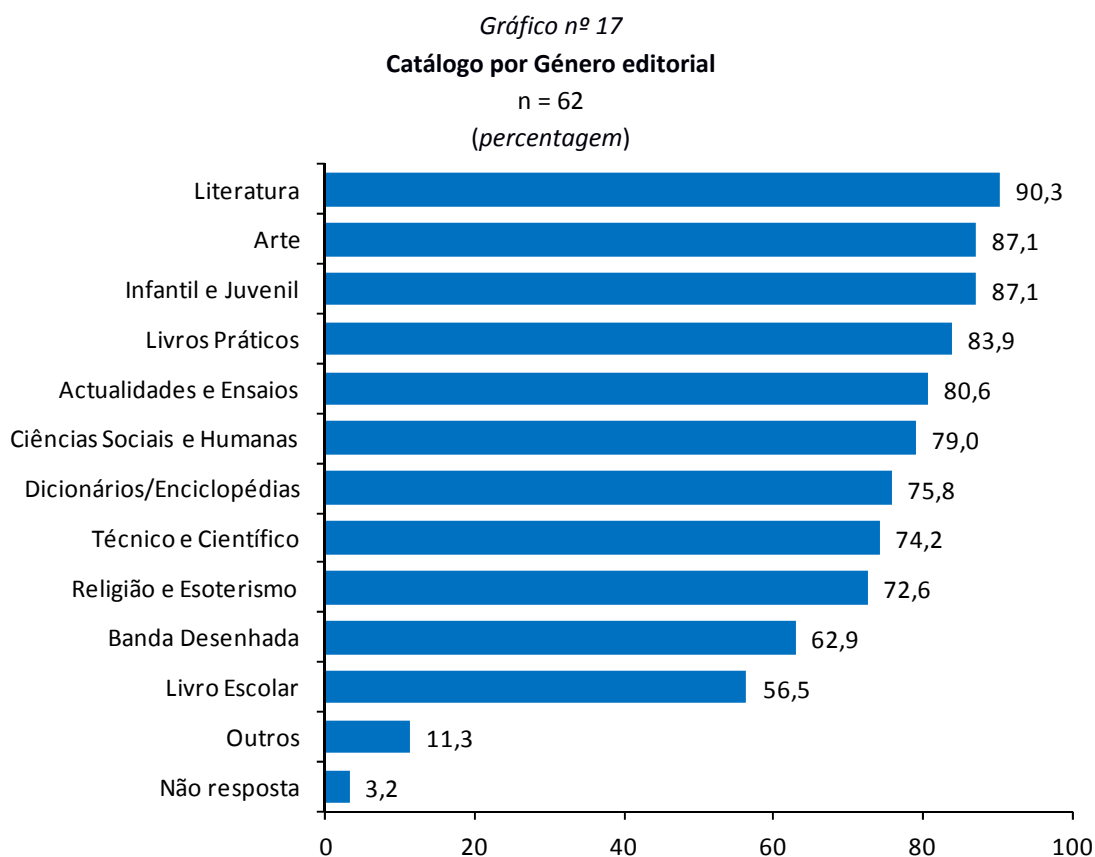
Títulos	Títulos	Número de casos	Média
Em stock a 31/12/2007	323.436	36	8.984
<i>dos quais</i> Adquiridos em 2007	115.699	26	4.450

Refira-se que em 2007 foram adquiridos perto de 116 mil títulos, uma média de 4.450 títulos por estabelecimento. Com base nas respostas válidas (26) ao número de títulos adquiridos nesse ano e estabelecendo a comparação com os existentes em stock, verifica-se que o volume de aquisições representa 51%, ou seja, cerca de metade foi adquirida no ano em causa.

Passa-se agora à análise por Géneros e Categorias editoriais. Recorrendo ao mesmo método aplicado no questionário da Edição, incluiu-se também neste da Comercialização cerca de 100

Categorias editoriais agrupadas em 11 Géneros para que as empresas pudessem classificar o respetivo stock.

Os Géneros de que as empresas mais dispõem nos seus pontos de venda são Literatura (90%), Infantil e juvenil e Arte (ambos com 87%) (gráfico nº 17). Os menos representados, mas ainda assim com percentagens sempre acima dos 50%, são Livro Escolar e Banda Desenhada, comercializados em, respetivamente, 57% e 63% dos estabelecimentos.



Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Focando agora a análise na Categoria editorial, saliente-se que perto de metade dos estabelecimentos tem em stock títulos de 53 categorias. Em termos de livrarias *especializadas*, regista-se o facto de existirem 10% com até 9 categorias em stock e, por outro lado, em termos de livrarias *generalistas*, cerca de 24% indicam possuir livros classificáveis em mais de 90 categorias.

No quadro nº 94 apresentam-se as Categorias editoriais indicadas como estando presentes em mais de 73% dos estabelecimentos. Deste modo, apura-se que a categoria predominante é Infantil e a Juvenil, tendo sido referida por 86% dos estabelecimentos. Seguem-se as categorias Poesia, Clássicos e Contemporâneos (todas do género Literatura).

Quadro nº 94
Principais Categorias editoriais assinaladas pelos estabelecimentos por Género
n = 62
(percentagem)

Categoria	Género	Percentagem
Infantil	Infantil e Juvenil	85,5
Juvenil	Infantil e Juvenil	85,5
Poesia	Literatura	83,9
Clássicos	Literatura	82,3
Contemporâneos	Literatura	79,0
Arte (História/Crítica)	Arte	77,4
História	Ciências Sociais e Humanas	75,8
Dicionários de português	Dicionários/Enciclopédias	74,2
Psicologia	Ciências Sociais e Humanas	72,6
Ensaio/Análise/Crítica	Atualidades e Ensaio	72,6
Gastronomia/Cozinha/Enologia	Livros Práticos	72,6

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

No polo oposto, as categorias menos mencionadas (com percentagens abaixo dos 30%) são Farmácia e Veterinária, do género Técnico e Científico, e Comics e Manga, do género Banda Desenhada.

Tal como já foi referido para a Edição, também na Comercialização a pergunta da repartição dos valores físicos – Títulos em stock a 31/12/07 e Títulos adquiridos em 2007 – por Género editorial apresenta alguns problemas por parte dos inquiridos. Assim, apenas se obteve respostas válidas (em números absolutos ou percentagem) por parte de 42% dos estabelecimentos, sendo que 29% assinalam a opção Não é possível determinar e outros 29% optaram por não responder à pergunta.

Tendo em conta as respostas válidas, a primeira nota vai para as elevadas percentagens de valores colocados na opção Não é possível determinar, ou seja, que não são passíveis de ser categorizados. Os valores constantes naquela opção correspondem a 50% dos Títulos em stock e a 38% dos Títulos adquiridos (quadro nº 95).

Em relação aos Títulos em stock, os Géneros editoriais com maior peso relativo são Literatura (13% das respostas válidas) e Infantil e Juvenil (8%), apresentando uma média de 2.389 e 1.496 títulos, respetivamente. Destaque-se ainda os valores médios registados pelos géneros Livro Escolar e Ciências Sociais e Humanas. O género menos representado é Dicionários/Enciclopédias (1%).

Em termos de aquisições de títulos, confirma-se a importância daqueles dois primeiros géneros, assinalando-se aqui uma ligeira supremacia dos títulos do género Infantil e Juvenil sobre os do

gênero Literatura (16% contra 15%), o que se reflete no seu valor médio (1.232 contra 1.086). O gênero com menor aquisição de títulos é Banda Desenhada (1%).

Quadro nº 95
Títulos em stock e Títulos adquiridos por Gênero editorial
(percentagem em coluna e média)

Gênero editorial	Títulos em stock a 31/12/07		Títulos adquiridos em 2007	
	Total	Média	Total	Média
Livro Escolar	5,5	1.488	3,6	351
Técnico e Científico	2,2	519	2,8	270
Ciências Sociais e Humanas	5,6	1.205	5,0	483
Religião e Esoterismo	1,6	425	2,4	304
Dicionários/Enciclopédias	1,3	253	1,5	144
Literatura	12,6	2.389	15,0	1.086
Atualidades e Ensaios	2,7	737	4,9	714
Infantil e Juvenil	8,3	1.496	16,0	1.232
Banda Desenhada	1,5	333	1,1	121
Arte	4,5	854	6,9	664
Livros Práticos	2,4	514	2,8	272
Outros	2,2	879	0,2	35
Não é possível determinar	49,6	8.023	37,7	2.909
<i>Total</i>	<i>323.436</i>	<i>8.984</i>	<i>115.699</i>	<i>4.450</i>

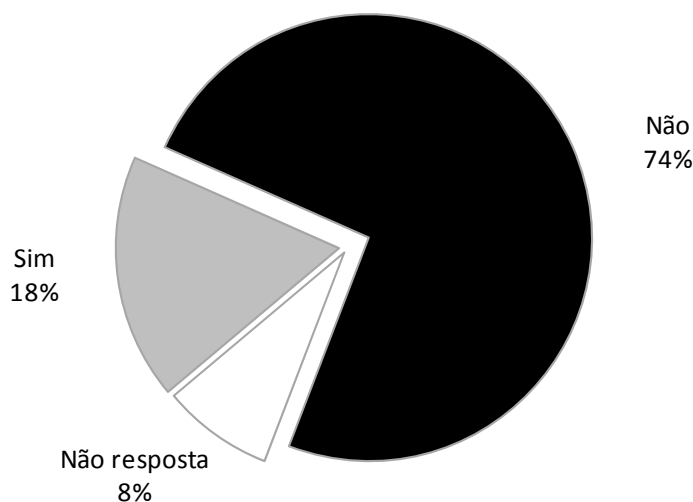
(Bases de amostragem: Títulos em stock = 36; Títulos adquiridos = 26)

No sentido de aferir a existência de outros tipos de oferta nos estabelecimentos, procurou-se saber se aqueles tinham em stock livros em língua estrangeira e em segunda mão (usados). Relativamente aos livros em língua estrangeira, do total observado (43 estabelecimentos), 35% afirma ter em stock estes livros, sendo que em 2 casos a percentagem de títulos em língua estrangeira no stock ultrapassa os 50%. Em termos de aquisição, 28% dos estabelecimentos compraram livros em língua estrangeira.

Em relação aos livros em segunda mão (25 respostas válidas), cerca de 32% dos estabelecimentos indica apostar na venda de livros usados, verificando-se, também aqui, a existência de 3 casos em que o stock é composto por mais de 50% deste tipo de livros. Ao nível dos títulos adquiridos, são 28% os que afirmam ter comprado livros em segunda mão.

Quanto à existência de uma tabela ou top de vendas, 18% dos estabelecimentos afirma divulgar os títulos mais vendidos desse modo (gráfico nº 18).

Gráfico nº 18
Divulgação de Tabela/top de vendas
n = 62
(percentagem)



O meio mais utilizado para a sua divulgação é uma estante na loja, mas também são referidos os placards na loja e a página de Internet, normalmente de forma cumulativa, ou seja, utilizando mais do que um meio.

Volume de negócios e mercado do livro

De acordo com as respostas válidas (57), apurou-se, para o ano em análise, um Volume de negócios na ordem dos €15,5 milhões, o que corresponde a uma média de €272 mil por estabelecimento.

No sentido de tentar perceber o peso relativo de cada produto e/ou serviço no Volume de negócios, pedia-se às empresas a distribuição desse valor em cada um dos estabelecimentos. Os dados obtidos revelam que 83% do volume de negócios é gerado pela venda de livros (escolar e não escolar), destacando-se aqui a importância do Livro não escolar (64%) (quadro nº 96).

Para além do livro, o outro produto com algum peso no volume de negócios é o Material de papelaria (7%). Os serviços prestados a terceiros representam 2%.

Quadro nº 96
Volume de negócios por Produto/serviço
(percentagem do volume de negócios)

Produto/serviço	Percentagem	Número de casos
Livro não escolar	64,3	53
Livro escolar	18,5	29
Jornais e revistas	0,8	20
Multimédia	1,0	13
Material de papelaria	7,3	20
Outros produtos	1,9	12
Serviços	2,4	7
Indeterminado	3,9	3
<i>Volume de negócios (mil euros)</i>	<i>15.491</i>	<i>57</i>

Em termos de comercialização de livros (escolar e não escolar), regista-se a venda de mais de 600 mil exemplares, uma média de 19.373 exemplares por estabelecimento (quadro nº 97). Note-se, no entanto, que apenas 50% responderam a esta questão. Por outro lado, em relação ao Volume de vendas de livros, apurou-se um valor na ordem dos €12,7 milhões (correspondendo a uma média de €231 mil).

Quadro nº 97
Exemplares vendidos e Volume de vendas de livros
(números absolutos e mil euros)

Indicadores	Total	Número de casos	Média
Exemplares vendidos (<i>número</i>)	600.562	31	19.373
Volume de vendas (<i>euros</i>)	12.719	55	231

Quanto à distribuição das vendas por Trimestre, verifica-se que a maior percentagem se regista no 4º (31%) associada, portanto, ao período natalício (gráfico nº 19). Destaque-se ainda as vendas do 3º trimestre (27%), que se afirma como o segundo mais importante, em termos de vendas, neste caso devido ao início do ano escolar²⁰.

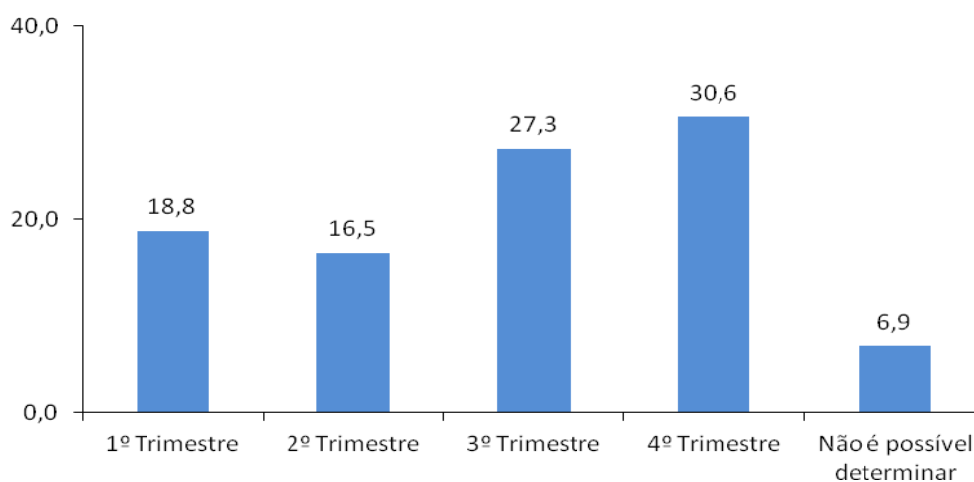
²⁰ Recorde-se que no caso da Edição a situação verificada é inversa à observada aqui, uma vez que o volume de vendas do 3º trimestre é o mais relevante, seguindo-se o 4º trimestre.

Gráfico nº 19

Volume de vendas de livros por Trimestre

Volume de vendas = €12.719 mil

(percentagem)



(Base de amostragem = 55)

Na pergunta sobre a distribuição dos Exemplares vendidos e do Volume de vendas de livros por Género editorial, 52% dos estabelecimentos respondem, 37% assinalam ser impossível enquadrar a informação nas categorias propostas e 11% simplesmente não respondem.

Considerando o cruzamento dos Exemplares vendidos por Género editorial, destaca-se o peso das Ciências Sociais e Humanas (41%), representando uma média de 13.096 exemplares, seguindo-se Literatura (11%), com um registo médio de 2.801 (quadro nº 98). Evidencie-se ainda os valores médios de exemplares vendidos do Livro Escolar (2.787) e do livro Técnico e Científico (2.173).

Ao nível do Volume de vendas, o género mais relevante é, novamente, Ciências Sociais e Humanas (33%), com um volume de vendas médio de €198 mil. O Livro Escolar apresenta um peso de 12% no total das vendas, correspondendo a um valor médio de €84 mil.

Apesar dos valores apresentados, importa ter em conta as relativamente altas percentagens de Não é possível determinar, tanto ao nível dos Exemplares vendidos (13%) como do Volume de vendas (26%).

Quadro nº 98

Exemplares vendidos e Volume de vendas por Género editorial
(percentagem em coluna, média e mil euros)

Género editorial	Exemplares vendidos		Volume de vendas	
	Total	Média	Total	Média
Livro Escolar	7,4	2.787	11,8	84
Técnico e Científico	6,9	2.173	4,8	29
Ciências Sociais e Humanas	41,4	13.096	32,7	198
Religião e Esoterismo	3,5	1.299	2,0	14
Dicionários/Enciclopédias	1,5	564	1,0	7
Literatura	10,7	2.801	7,4	41
Atualidades e Ensaios	1,8	851	1,3	11
Infantil e Juvenil	6,4	1.843	4,7	27
Banda Desenhada	0,9	544	2,2	26
Arte	3,3	985	2,4	16
Livros Práticos	2,3	985	1,6	13
Outros	0,4	381	1,5	22
Não é possível determinar	13,4	10.036	26,4	116
<i>Total</i>	600.562	19.373	12.719	231

(Bases de amostragem: Títulos em stock = 31; Títulos adquiridos = 55)

Em termos de oferta, à semelhança do pedido para as existências em stock, procurava-se saber qual o peso dos livros em língua estrangeira e em segunda mão na estrutura de vendas dos estabelecimentos. Relativamente aos livros em língua estrangeira, das respostas válidas (32), 41% indica ter vendido exemplares deste tipo. De salientar ainda os 3 casos com uma percentagem acima dos 50% de exemplares vendidos de livros em língua estrangeira, os quais afirmam que estes últimos representam também mais de 50% do seu volume de vendas.

Em relação aos livros em segunda mão, tendo como base as respostas válidas (27), cerca de 30% dos estabelecimentos afirma ter vendido livros em segunda mão. Também aqui se regista a existência de 3 casos em que o livro usado representa mais de 50% dos exemplares vendidos e cujo peso no volume de vendas é também superior a 50%.

No sentido de perceber de que forma se repartem as vendas de livros por Canal de comercialização, solicitava-se informação sobre os Exemplares vendidos e o Volume de vendas. As respostas obtidas confirmam que a quase totalidade dos estabelecimentos (91%) vende a maioria dos seus produtos e obtém a maioria do seu proveito através do canal Direto (na loja) (quadro nº 99). O canal Internet não representa mais do que 3% e Outros canais, que dizem respeito a vendas em feiras e em escolas, ficam-se pelos 5%.

Quadro nº 99
Exemplares vendidos e Volume de vendas por Canal de comercialização
(percentagem do total)

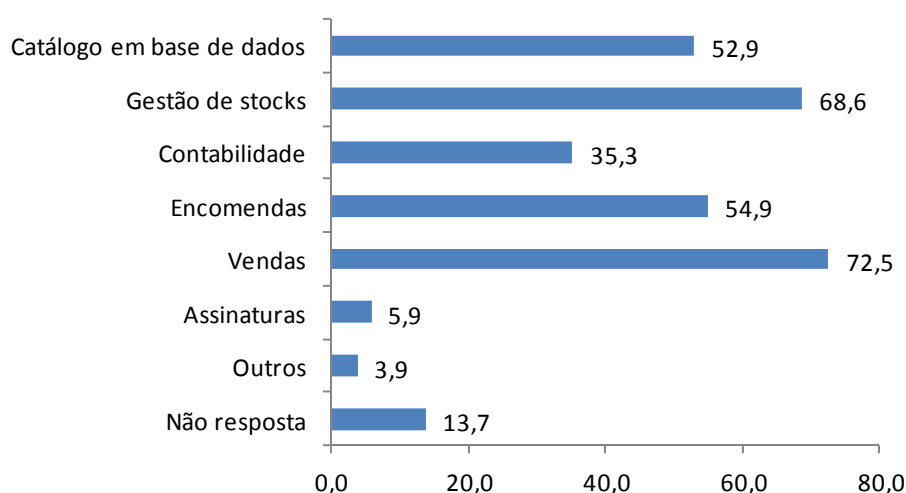
Canal de comercialização	Exemplares vendidos		Volume de vendas	
	Total	Número de casos	Total	Número de casos
Direto (loja)	90,9	29	91,4	53
Internet (on-line)	3,3	5	3,2	8
Outros	5,8	3	5,4	7
<i>Total</i>	<i>600.562</i>	<i>31</i>	<i>12.719</i>	<i>55</i>

Recursos informáticos e promoção

Passando à caracterização dos estabelecimentos do ponto de vista dos recursos informáticos, constata-se que 85% dos estabelecimentos dispõem de computador. Entre estes, 86% tem ligação à Internet no estabelecimento.

No que toca à informatização dos serviços, o de Vendas (73%), assim como o de Gestão de stocks (69%) são os que mais se destacam (gráfico nº 20). Refira-se ainda, com percentagens superiores a 50%, os serviços Encomendas e Catálogo em base de dados.

Gráfico nº 20
Estabelecimentos por Serviços informatizados
n = 51
(percentagem)



Nota: Pergunta de resposta múltipla.

Aos estabelecimentos foi ainda colocada a questão se no ano em análise realizaram alguma ação de marketing. Neste sentido, constata-se que um pouco mais de metade dos estabelecimentos (51%) afirma ter efetuado pelo menos uma ação neste âmbito.

Em termos do tipo de ações realizadas, a predominante é o Mailing dirigido (48%), seguindo-se Cheques-oferta e Vendas em saldos, ambas com 42% (quadro nº 100).

Quadro nº 100
Estabelecimentos por Ações de marketing realizadas
n = 31

Ações de marketing	Percentagem
<i>Mailing</i> dirigido	48,4
Cheque oferta	41,9
Venda em saldos	41,9
Cartão cliente	38,7
Campanha de desconto/Promoção	38,7
Material impresso (<i>folhetos, desdobráveis, etc.</i>)	32,3
Brindes	12,9
Outras	25,8

Nota: Pergunta de resposta múltipla.

A Ação de marketing que apresenta a menor percentagem é Brindes (13%). Na opção Outras (26%), são referidos, por exemplo, o Telefone e o SMS como meios para comunicar as atividades do estabelecimento, bem como a utilização de flyers e de cartazes com informação promocional.

3.3. SÍNTESE

Tal como com a edição, também os resultados do inquérito por questionário às empresas do comércio a retalho de livros foram já analisados detalhadamente ao longo do capítulo pelo que importa, nesta síntese, referir apenas alguns dos aspetos que mais se destacam.

O questionário inclui um módulo geral (empresas do comércio a retalho, livreiros) e um módulo específico dirigido aos estabelecimentos (as livrarias). A caracterização das empresas foi realizada com base em 49 respostas válidas. A análise das livrarias sustenta-se, em geral, nas 61

respostas obtidas para os estabelecimentos, incluindo-se, em alguns indicadores, uma empresa de venda on-line, pelo que a base é, nesses indicadores, 62 casos.

De acordo com a lógica expositiva adotada também aqui se privilegia a apresentação dos resultados obtidos embora sem perder de vista um outro plano, igualmente importante tendo em conta os objetivos do *Inquérito*, o da apreciação crítica do instrumento de recolha de informação.

De acordo com as variáveis de caracterização o conjunto de empresas em análise distribui-se essencialmente entre as mais recentes (43% constituídas entre 2000-2007) e as mais antigas (39% constituídas até 1989). Situam-se maioritariamente nas regiões Norte (39%) e Lisboa (25%). Se se somar a região Centro (10%), chega-se a 74% das respostas obtidas. Se se considerarem as empresas do ponto de vista do pessoal ao serviço, o peso das (muito) pequenas é elevado: 76% tem até 4 pessoas ao serviço, das quais 53% tem entre 2 e 4 pessoas. De resto nenhuma tem mais de 100 pessoas. Quanto ao tipo de empresa (variável construída com base no volume de negócios) de novo se verifica uma distribuição bimodal: as médias empresas (45%) e as pequenas empresas (41%) somam 86%. A esmagadora maioria das empresas de comercialização de livros a retalho que responderam ao Inquérito não está integrada num grupo empresarial (96%). São também claramente maioritárias as empresas que têm apenas um estabelecimento (livraria) (94%). E quanto à pertença associativa a maioria não tem qualquer filiação (71%). Entre os que têm, a APEL é a mais referida (16%).

Passando aos *recursos humanos*, apurou-se um total de 245 pessoas ao serviço. Estas trabalham maioritariamente em empresas não integradas (69%), constituídas até 1989 (69%), situadas nas regiões Centro (41%), Lisboa (23%) e Norte (21%), regiões que, somadas, totalizam 85%. E quanto ao tipo de empresa concentram-se nas médias e grandes (80%).

No que se refere à distribuição do pessoal por departamento os inquiridos encontraram algumas dificuldades de resposta. O que se afigura normal quando se trata de pequenas e muito pequenas empresas uma vez que a organização não comporta departamentos formalmente definidos. Deste ponto de vista as respostas devem ser lidas preferencialmente como funções preenchidas por funcionários. Dito isto, os dados obtidos mostram que o atendimento ao público, a administração/direção e os serviços administrativos representam a parte substancial do pessoal (somados representam 86%).

Do ponto de vista do nível de escolaridade, 28% do pessoal ao serviço tem um nível superior ou pós-graduado. O nível percentualmente mais significativo é o secundário (36%).

O recurso a serviços externos é bastante frequente (55% do total das empresas). Entre os mais referidos estão os serviços de contabilidade (85%). A larga distância está o serviço marketing e comunicação (19%). Se se tiver em conta que apenas duas das empresas em análise (ou 4%)

dispõe de pessoal afeto a esta área, poderá então concluir-se que se trata de um serviço com fraco significado.

O volume de negócios das 44 empresas que responderam a esta questão cifra-se em €19 milhões. Este valor centra-se nas empresas não integradas (62%), mais antigas (80%), situadas na região Centro (55%) e com maior número de pessoal ao serviço (66% das empresas com 10 a 99 funcionários).

Observado o volume de negócios na perspetiva da repartição por atividade, a livraria própria é claramente a mais significativa (80%), mas a atividade de distribuição representa ainda assim uma importante fonte de receita (14%).

Relativamente à distribuição geográfica do mercado, importa referir desde logo que, quanto ao valor das compras, apenas 26 empresas responderam, contra 42 no tocante ao valor das vendas, o que pode significar uma maior dificuldade de apuramento interno dos dados relativamente ao primeiro valor. Em termos substantivos, e tanto no que respeita às compras (90% do valor declarado) como às vendas (89%) o mercado interno é claramente o dominante.

Num outro plano, pode dizer-se que são três os modos mais comuns de aquisição dos livros: consignação (74%); compra a firme com direito a devolução (74%); e sem direito a devolução (61%). Contudo, o mais importante é sem dúvida a compra a firme com direito de devolução, como tal referido por 41% das empresas.

Relativamente à participação em feiras do livro pode dizer-se, por um lado, que a maioria (63%) não participou em nenhuma no ano de 2007 e, por outro, que as feiras privilegiadas são as realizadas em vários concelhos, mas sem o carácter nacional das feiras de Lisboa e Porto, nas quais participaram apenas 6% e 2%, respetivamente.

Passando à explanação dos principais resultados do grupo de questões dedicado aos *recursos informáticos e publicidade*, constata-se desde logo que 86% das empresas têm computadores. Apenas uma em cada três empresas dispõe de página na Internet. Estas páginas servem fundamentalmente para divulgar os contactos e o historial, bem como as novidades. Algumas permitem a consulta e encomendas em linha. Com algumas, poucas, exceções, a língua utilizada é o português. Por outro lado, a existência de e-mail com o nome comercial é uma realidade para a grande maioria (80%). Aliás, o *e-mailing* é o meio privilegiado para contactar com o público (59%). Apenas 6% integram um serviço de vendas pela Internet.

Ou seja, no tocante aos recursos informáticos a sua (plena) utilização é ainda limitada.

Inquiridas sobre a realização de alguma ação de publicidade no ano de referência do estudo (2007), 43% responderam afirmativamente. Entre estas, no que respeita aos meios utilizados, a imprensa (jornais e revistas) (80%) e a rádio (50%) são as mais relevantes.

No bloco dedicado às *políticas públicas de apoio ao sector* considerou-se um conjunto de sistemas de incentivo geridos pelo Ministério da Economia e Inovação (MEI) e um outro conjunto de medidas com incidência no sector do livro e da leitura da iniciativa (ou com o envolvimento) do Ministério da Cultura (MC), designadamente através do organismo de tutela do sector (a DGLB - Direção-Geral do Livro e das Bibliotecas).

Quanto aos sistemas de apoio a principal conclusão é o distanciamento das empresas em relação à generalidade dos oito sistemas considerados. De facto, constata-se que a maioria os desconhece, sendo que os valores de desconhecimento relativos a cada um variam entre 55% e 78%. Os níveis de conhecimento, embora sem participação, são também relativamente baixos: variam entre 12% e 33%. E quanto aos níveis de participação variam entre 0% e 8%. Estes sistemas não parecem, pois, ter grande impacto entre as empresas do sector, pelo menos não seguramente entre as empresas que participaram no estudo (lembre-se que estes sistemas não se dirigem exclusivamente a empresas do sector do livro). No cômputo geral são dignos de registo porque tiveram, apesar de tudo, alguma participação, o Sistema de incentivos a projetos de urbanismo comercial (8%) e o Sistema de incentivos a pequenas iniciativas empresariais (6%). Entre as poucas empresas participantes a avaliação é muito positiva.

Quanto às medidas de política cultural pretendeu-se medir o nível de notoriedade e a avaliação feita uma vez que, na sua generalidade, não se dirigem à participação dos livreiros. Assim, quanto à notoriedade, as percentagens variam entre 37% e 80%. E quanto à avaliação de sentido positivo ela é também muito variável consoante a medida em causa, oscilando entre 47% e 87%. As medidas com maior notoriedade são seguramente o Plano Nacional de Leitura (PNL) (80%) e a Lei do Preço Fixo (78%). Quanto às avaliações feitas, nas de sentido positivo destacam-se o PNL (87%) e o Apoio a prémios literários (86%). E nas de sentido negativo importa referir a Fiscalização da aplicação da Lei do Preço Fixo (53%, a única medida com avaliação negativa maioritária).

Foram 12 as empresas que entenderam deixar as suas sugestões e opiniões na pergunta aberta destinada a tal fim. As temáticas abordadas são várias. No essencial, reportam-se a questões de fiscalização, designadamente da Lei do Preço Fixo do Livro e da legislação relativa à fotocópia (em particular nos estabelecimentos de ensino), bem como ao controlo das feiras do livro *selvagens* que proliferam pelo país. Quanto à Lei do Preço Fixo do Livro também se defende a sua revisão. A necessidade de medidas que permitam melhorar as condições de concorrência das pequenas e médias empresas relativamente às cadeias de livrarias e às grandes superfícies é também referida. Outras sugestões e opiniões defendem mais apoios específicos ao sector e a aplicação de uma taxa (mais) reduzida de IVA aos livros. Quanto à tutela pública do sector, defende-se maior diálogo com os livreiros, mas também – em contraponto com outras posições que defendem o reforço das medidas – o fim das políticas públicas para o sector excluindo as dirigidas aos equipamentos (bibliotecas) e as educativas. Expressa-se ainda uma posição no

sentido da aquisição de livros pelos organismos oficiais ser feita através das livrarias e não diretamente às editoras.

O questionário às empresas do comércio a retalho de livros (livreiros) inclui um módulo específico destinado a identificar e caracterizar os estabelecimentos (livrarias) das empresas. Assim, às 49 empresas que responderam ao módulo geral correspondem 61 estabelecimentos. Essa é a base numérica utilizada na generalidade dos indicadores.

Passa-se então à caracterização sintética dos estabelecimentos. A percentagem de estabelecimentos recentes é a que mais se destaca: 51% abriram ao público entre 2000 e 2007. Mas também aqui os mais antigos, abertos antes de 1989, têm um peso significativo (31%). É a região Norte que mais contribui para o total, com 38%. Lisboa representa 28%. Somada àquelas duas a região Centro (13%) conclui-se que 79% dos estabelecimentos se localiza acima da região de Lisboa.

Os estabelecimentos são, quanto ao pessoal ao serviço, de muito pequena dimensão: 77% tem até 4 pessoas. Apesar de tudo, 8% tem entre 10 e 99 pessoas. Por tipo de estabelecimento (variável construída com base no volume de negócios) destacam-se os médios com 55%. Os grandes não vão além dos 3%. E os pequenos representam 34% das respostas obtidas.

Uma tendência clara é a localização preferencial destes estabelecimentos nos centros urbanos. Mas também nos centros comerciais. No caso vertente, 79% localizam-se no centro da cidade ou vila, 15% nos centros comerciais.

Uma outra informação reporta-se às instalações. Assim, e quanto à abertura ao público, a esmagadora maioria dos estabelecimentos, para além, naturalmente, dos dias de semana, abre também ao fim-de-semana, no todo ou em parte (87% no conjunto). Deste ponto de vista o regime de abertura mais frequente é o sábado de manhã (39%). Mas 20% abre todo o fim-de-semana (dos quais metade situados em centros comerciais). E em partes sensivelmente iguais uns estão abertos ao almoço, outros não. Quanto à área ocupada, apurou-se uma área total de 7.000 m². Destes, a maior parte (4.118 m²) destina-se, naturalmente, à exposição e venda de livros. Mas o que importa destacar é que os restantes destinam-se à exposição e venda de outros produtos e a outros serviços, para além de uma pequena parte que não é possível determinar.

Passando aos *recursos humanos*, apurou-se um total de 211 pessoas para 60 estabelecimentos. Daquelas, 56% situam-se no departamento/secção de atendimento ao público, 19% no da administração/direção, e 11% nos serviços administrativos. Somados, estes três significam 86% do referido total. Do ponto de vista do nível de escolaridade destaca-se a percentagem relativa ao nível secundário (37%). Mas importa assinalar também que 30% tem nível superior ou pós-graduado. Quanto ao recurso a serviços externos predomina o equilíbrio: 49% recorreram a tais

serviços, 48% não recorreram. Entre os que recorreram a serviços externos a contabilidade é o mais referido (73%) seguido, a larga distância, por marketing e comunicação (23%).

Outra dimensão abordada no questionário é a dos *espaços e atividades*. Quanto aos espaços, 43% não tem outro sem ser o destinado à exposição e venda de livros e outros produtos. Mas o local de leitura foi referido por 34% e o espaço para exposições temporárias por 21%. Saliente-se ainda que, com maior ou menor significado, cinco outros espaços foram assinalados, o que confirma a tendência para a diversificação da oferta dos espaços das livrarias. Quanto às atividades, a mais significativa percentualmente é o lançamento de livros (33%), a realização de espetáculos a menos referida (10%).

Relativamente aos *produtos e fundos* destaca-se quanto aos primeiros, (para além, naturalmente, dos livros) os jornais e revistas (42%). Entre outros produtos disponíveis, realce-se os audiolivros (24%). Mas importa também notar que 34% vendem apenas livros.

Relativamente aos títulos em stock e adquiridos o dado mais notório é a elevada taxa de não resposta (58% e 42%, respetivamente). De todo o modo apuram-se cerca de 323.436 títulos em stock, dos quais 115.699 adquiridos em 2007, o que corresponde a uma taxa de renovação de títulos de 36% no ano em causa. Isto tendo em causa os valores totais referidos. Mas este importante indicador pode, e deve, ser aperfeiçoado. Assim, se se tiver por base de referência as respostas completas às duas perguntas (26 casos), a referida taxa sobe para os 51%. Valor que atesta bem a rotação dos títulos nas livrarias.

Quanto aos géneros editoriais, aqueles de que as livrarias mais dispõem são Literatura (90%), Infantil e juvenil e Arte (ambos com 87%). Os menos representados, mas ainda assim com percentagens sempre acima dos 50%, são o Livro Escolar e a Banda Desenhada, comercializados em, respetivamente, 57% e 63% dos estabelecimentos.

E quanto às categorias editoriais disponíveis (são cerca de 100 as especificadas), perto de metade dos estabelecimentos tem em stock títulos de um número considerável de categorias: 53. Regista-se ainda, por um lado, o facto de existirem 10% com até 9 categorias em stock – portanto mais especializadas – e, por outro lado, os cerca de 24% de estabelecimentos que indicaram possuir livros classificáveis em mais de 90 categorias – portanto com uma oferta mais diversificada. As categorias predominantes são a Infantil e a Juvenil, tendo sido referidas por 86% dos estabelecimentos. Seguem-se as categorias Poesia, Clássicos e Contemporâneos (todas do género Literatura). No polo oposto, as categorias menos mencionadas (com percentagens abaixo dos 30%) são a Farmácia e Veterinária, do género Técnico e Científico, e Comics e Manga, do género Banda Desenhada.

A classificação dos títulos em stock e dos títulos adquiridos por género editorial é um importante indicador da oferta. Porém, as taxas de resposta são relativamente baixas (58% nos títulos em stock e 42% no adquiridos) o que revela as dificuldades que tal apuramento enfrenta.

Constatação que sai reforçada da análise das respostas válidas, uma vez que não foi possível atribuir género editorial a 50% dos títulos em stock e a 38% dos títulos adquiridos. Em todo o caso refira-se que o género que mais se destaca entre os títulos em stock é Literatura (13%) e, entre os títulos adquiridos em 2007, Infantil e juvenil (16%), para além de Literatura (15%).

Quanto à divulgação de uma tabela com os títulos mais vendidos é uma prática pouco comum (18% dos estabelecimentos).

Passa-se ao grupo de questões que trata do *volume de negócios e mercado do livro*. Quanto ao volume de negócios o valor apurado nas 57 respostas válidas (92%) ascende a €15,5 milhões. Naturalmente, o comércio de livros representa a principal fatia (83%), com destaque para o livro não escolar (64%). O outro produto com peso significativo é material de papelaria (7%). Especificamente quanto à comercialização do produto livro, em particular no que toca aos exemplares vendidos, a taxa de resposta é substancialmente menor (50%), o que traduz de novo, porventura, as dificuldades no apuramento deste tipo de informação pelas empresas. De todo o modo, chegou-se a um volume de vendas de €12,7 milhões e a 600,6 milhares de exemplares. A repartição do referido volume de vendas por trimestre confirma a importância dos 4º (31%) e 3º trimestres (27%), com o período natalício e o início do ano escolar como os principais fatores explicativos dos volumes registados em cada um deles.

O apuramento por género editorial enfrentou de novo algumas dificuldades, tendo-se obtido uma resposta válida de 52%. No tocante aos exemplares vendidos destacam-se Ciências Sociais e Humanas (41%) e Literatura (11%). E quanto ao volume de vendas o destaque recai novamente no género editorial Ciências Sociais e Humanas (33%) e no Livro escolar, mas a larga distância (12%). Refira-se ainda que 41% vendem livros em língua estrangeira e 30% vendem livros em segunda mão. Para alguns dos estabelecimentos (mais precisamente 3 em cada modalidade) os livros em língua estrangeira e os livros em segunda mão representam mais de 50% dos exemplares e do volume de negócios.

Quanto ao canal de comercialização a venda direta na loja representa 91% do total (tanto dos exemplares como do volume de vendas). A Internet não representa mais do que 3%.

Finalmente, no que respeita aos *recursos informáticos e promoção*, constata-se desde logo que 85% dispõem de computadores e, destes, 86% tem ligação à Internet. Os serviços informatizados são, com maior peso relativo, o de vendas (73%) e o de gestão de stock (69%). O serviço de assinaturas é o mais raramente informatizado (6%).

Relativamente à promoção, e mais especificamente quanto a ações de marketing (pelo menos uma realizada no ano de referência, 2007), 51% dos estabelecimentos respondeu afirmativamente. São várias as ações referidas, com destaque para o *mailing* dirigido (48%). Adiante-se que a atribuição de cartão de cliente é feita por 39% dos estabelecimentos que realizaram pelo menos uma ação de marketing.

Como nota final importará referir que, tal como quanto à edição, o questionário aplicado às empresas do comércio a retalho de livros (comercialização), no tocante às empresas como aos estabelecimentos (livrarias), permitiu recolher um conjunto vasto de informação cujos resultados aqui se apresentaram. Como é natural, a sua exploração, embora exaustiva, não esgotou todas as possibilidades analíticas. Algumas das dimensões inquiridas poderão vir a ser aprofundadas e detalhadas. Várias questões deverão ser equacionadas quanto à sua inclusão, ou não, e quanto ao seu valor substantivo. Mas, provavelmente mais importante, haverá que, refletidas estas e outras questões, criar as condições para uma recolha periódica de dados de modo a que melhore significativamente a quantidade e qualidade da informação sobre o sector e, logo, os instrumentos de produção de conhecimento sobre esta importante realidade cultural e económica.

4. UM QUADRO COMPARATIVO DOS RESULTADOS DOS DOIS INQUÉRITOS

Nos dois capítulos precedentes fez-se a apresentação detalhada dos resultados dos inquéritos. Uma vez que parte significativa dos tópicos foram abordados de modo muito próximo nos dois questionários, o objetivo do presente capítulo é apresentar os respetivos resultados segundo uma perspetiva comparada, havendo, contudo, que ter em conta os diferentes contingentes de respostas.

Para tal construiu-se o quadro nº 101 no qual se sintetizam os principais resultados do conjunto das dimensões e de uma parte significativa dos indicadores construídos, justamente aqueles em que um exercício comparativo se adequa.

Da leitura do referido quadro resultam com clareza as características de cada um dos universos inquiridos, complementando a comparação feita no capítulo 1, mas também são visíveis as proximidades e as diferenças entre eles.

Sem pretender substituir a leitura do quadro, poderá talvez avançar-se com algumas destas últimas.

- Elevados níveis de pertença associativa das empresas da edição em contraste com a baixa percentagem nas empresas da comercialização.
- Recursos humanos sensivelmente mais qualificados em termos de escolaridade na edição.
- Participação nas feiras do livro nacionais mais importantes (Lisboa e Porto) é, essencialmente, uma prática das empresas da edição, ao passo que as da comercialização dedicam atenção em percentagem significativa a feiras com outras localizações.
- Nos recursos informáticos e, de forma mais geral, nos usos das novas tecnologias da informação as empresas da edição surgem com níveis mais elevados o que deixa supor maiores preocupações de modernização neste plano, incluindo na sua utilização na comunicação com os clientes.
- Na opinião sobre as políticas públicas, a diferente hierarquia (ainda que com valores percentuais próximos) das medidas mais conhecidas que são a Lei do Preço Fixo (edição) e o Plano Nacional de Leitura (comercialização), mas também de grande consenso

quando se trata de apontar aquela que merece a avaliação mais negativa, de novo a Lei do Preço Fixo, agora quanto à fiscalização da sua aplicação.

Quadro nº 101

Resultados dos Inquéritos à Edição e à Comercialização: um quadro comparativo

Dimensão	Indicador	Edição	Comercialização
Caracterização geral	Ano de constituição	Prevalência das empresas mais recentes (55% entre 2000-2007)	Proximidade entre mais recentes (43% entre 2000-2007) e mais antigas (39% até 1989)
	Região	Elevada concentração na região de Lisboa (57%)	Concentração nas regiões Norte (39%) e Lisboa (25%)
	Tipo de empresa	Distribuição equilibrada pelos 3 tipos	Distribuição entre as médias (45%) e as pequenas (41%) que somadas, significam 86%.
	Integração	1 em cada 4 está integrada num grupo empresarial (25%)	Apenas 4% integradas num grupo empresarial
	Pertença associativa	A esmagadora maioria está filiada (77%)	Apenas 29% é filiada em algum tipo de associação
Recursos humanos	Pessoal ao serviço	1.169	245
	Escalão do pessoal ao serviço	Grande equilíbrio entre 4 escalões, ainda assim sobressaindo Entre 2 e 4 pessoas (29%). Metade tem até 4 pessoas ao serviço	Destaca-se o escalão Entre 2 e 4 pessoas (53%). Três quartos (76%) têm até 4 pessoas ao serviço
	Departamento	Serviços administrativos (18%), logística/ armazenamento (14%) e criação editorial (12%)	Atendimento ao público (55%), administração/direção (20%) e serviços administrativos (11%)
	Nível de escolaridade	46% tem nível superior ou pós-graduado. 29% tem o secundário.	28% tem nível superior ou pós-graduado. O mais significativo é o secundário com 36%
Serviços Externos	Serviços externos	Recorrem 89%	Recorrem 55%
	Área	Prevalência dos serviços de impressão (93%) e design gráfico (80%)	Prevalência dos serviços de contabilidade (85%) e marketing e comunicação (19%)
Faturação e atividades	Volume de negócios	€188 milhões	€19 milhões
	Escalão do volume de negócios	26% situa-se no escalão €1-€50.000. Por outro lado, 10% encontra-se no Mais de €10.000.001	39% situa-se no escalão €50.001-€250.000. Não existem casos no escalão mais elevado
	Atividade	65% do volume de negócios é proveniente da edição de livros	80% do volume de negócios é proveniente de livraria própria
	Várias	Maior concentração em empresas integradas (73%), constituídas até 1989 (67%) e com mais de 100 pessoas ao serviço (53%)	Maior concentração em empresas não integradas (62%), constituídas até 1989 (80%) e com 10 a 99 pessoas ao serviço (66%).
Produtos e suportes	Principais produtos	Produtos editados: Livro em Papel (95%) e Publicações periódicas em Papel (18%)	Produtos comercializados: Livros (100%), jornais e revistas (42%) e Material de Papelaria (35%)

Dimensão	Indicador	Edição	Comercialização
Catálogo da empresa	Títulos e exemplares	Títulos em stock: 30,8 mil Taxa de renovação: 13% (títulos editados no total em stock)	Títulos em stock: 323,4 mil Taxa de renovação: 51% (títulos adquiridos no total em stock)
Género editorial	Géneros	Ciências sociais e humanas (58%) Literatura (48%) Infantil juvenil (47%) Atualidades e ensaios (47%) Géneros com maior percentagem de títulos em stock: Técnico e científico (18%), Ciências sociais e humanas (17%) e Literatura (10%) Géneros com maior percentagem de títulos editados: Escolar (25%), Ciências sociais e humanas (19%) e Infantil e Juvenil (14%)	Literatura (90%) Arte (87%) Infantil juvenil (87%) Géneros com maior percentagem de títulos em stock: Literatura (13%) e Infantil e juvenil (8%). Géneros com maior percentagem de títulos adquiridos: Infantil Juvenil (16%) e Literatura (15%)
Categoria editorial	Categorias	Infantil (44%) História (40%) Clássicos (39%) Contemporâneos (39%) Biografias/Memórias (39%)	Infantil (86%) Juvenil (86%) Poesia (84%) Clássicos (83%) Contemporâneos (79%)
Mercado	Exemplares vendidos	18,9 milhões (média 440,6 mil)	600,9 mil (média 19,4 mil)
	Volume de vendas	€115,5 milhões (média €2 milhões)	€12,7 milhões (média €231 mil)
	Sazonalidade	3º Trimestre (51%)	4º Trimestre (31%) e 3º Trimestre (27%)
	Distribuição regional	Lisboa e Vale do Tejo (14%)	-----
	Géneros	Exemplares vendidos: Livro escolar (14%), Infantil e juvenil (9%) e Literatura (8%) Volume de vendas: Livro escolar (54%), Literatura (13%), Ciências sociais e humanas e Infantil e juvenil (ambos com 7%)	Exemplares vendidos: Ciências sociais e humanas (41%) e Literatura (11%) Volume de vendas: Ciências sociais e humanas (33%) e Livro escolar (12%)
	Modos de comercialização	Consignação (o mais utilizado para 74%) Compra a firme com direito a devolução (o mais importante para 42%)	Consignação e Compra a firme com direito a devolução (mais utilizados para 74%) Compra a firme com direito a devolução (o mais importante para 41%)
Participação em feiras do livro	Portugal: Lisboa (65%), Porto (48%) e Outras (27%) Estrangeiro: 31% (feiras de compra e venda de direitos) e 15% (feiras	Portugal: Outras (31%), Lisboa (6%) e Porto (2%) Estrangeiro: 0%	

Dimensão	Indicador	Edição	Comercialização
		de produtos)	
Recursos informáticos	Computadores	95% dispõe	86% dispõe
	Serviços informatizados	Serviços editoriais (78%), Faturação e gestão de stocks (75%) e Contabilidade (63%)	Vendas (73%), Gestão de stock (69%) e Encomendas (55%)
	Recursos	Com ligação à internet: 97% Com página de internet: 82% Com e-mail específico da empresa: 97%	Com ligação à internet: 88% Com página de internet: 33% Com e-mail específico da empresa: 80%
	Conteúdos e funcionalidades existentes na página	Mais de 80% disponibiliza os contactos e historial, dispõe de consulta/pesquisa do catálogo e apresenta as novidades editoriais Vertente comercial: Encomendas on-line (59%) e Vendas on-line (31%) Outros idiomas: 12% (8% em inglês)	100% com os contactos e mais de 50% com apresentação de novidades, notícias sobre outras atividades e consulta/ pesquisa do catálogo Vertente comercial: Encomendas on-line (44%) e Vendas on-line (38%) Outros idiomas: 1%
	Meios eletrónicos mais utilizados	E-mailing (89%) e Newsletter (45%) 3% não utilizou qualquer meio eletrónico	E-mailing (59%) e Newsletter (18%) 35% não utilizou qualquer meio eletrónico
Publicidade, Marketing e Comunicação	Ação de publicidade	55% realizou algum tipo de ação	43% realizou algum tipo de ação
	Meios mais utilizados	Imprensa (88%) e Internet (41%)	Imprensa (80%) e Rádio (50%)
	Principais ações de marketing	Eventos de lançamentos de livros e sessões de autógrafos (65%), Mailing dirigido (57%) e Material impresso (53%) 11% não realizou qualquer ação de marketing	Mailing dirigido (48%), Cheque oferta e venda em saldos (42%) e Lançamento de livros (33%) 49% não realizou qualquer ação de marketing
Políticas Públicas	Programas e sistemas de apoio público ao sector do livro	- Não conhece é a opção mais referida em 11 dos 14 casos (varia entre 65% e 40%) - Conhece mas não participou é a opção mais referida para 3 casos (varia entre 45% e 37%) - Participação muito baixa (entre 2% e 7%). Programa com maior participação: Edição de Ensaio - Avaliação sobre a participação: a maioria das empresas (58%) considera positivo o programa ou sistema em que participou	- Não conhece é a opção mais referida em todos os 8 casos (varia entre 69% e 55%) ----- - Participação muito baixa (varia entre 2% e 8%). Sistema com maior participação: URBCOM - Avaliação sobre a participação: a maioria das empresas (80%) considera positivo ou muito positivo o sistema em que participou

Dimensão	Indicador	Edição	Comercialização
	Medidas públicas	<ul style="list-style-type: none"> - Das 10 medidas apenas 2 registam percentagens mais elevadas na opção Não conhece (com 42% e 40%) - Medidas mais conhecidas - Lei do Preço Fixo (71%) e Plano Nacional de Leitura (66%) - Avaliação: positiva em 9 das 10 medidas (variando entre 90% e 54%). As mais positivas – Programas de Promoção da Leitura e Plano Nacional de Leitura - Avaliação mais negativa: 1 medida – Fiscalização da Lei do Preço Fixo (51%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Das 10 medidas 4 registam percentagens mais elevadas na opção Não conhece (entre 57% e 47%) - Medidas mais conhecidas: Plano Nacional de Leitura (80%) e Lei do Preço Fixo (78%) - Avaliação: positiva em 9 das 10 medidas (variando entre 87% e 70%). As mais positivas – Plano Nacional de Leitura e Apoio a prémios literários - Avaliação mais negativa: 1 medida - Fiscalização da Lei do Preço Fixo (53%)

BIBLIOGRAFIA CITADA

- Beck-Domzalska, Marta (coord.) (2007), *Cultural Statistics 2007 Edition*, Luxemburgo, Comissão Europeia e EUROSTAT.
- CLIL (2007), *Fiche Produit du Livre – Mode d’emploi pour la rédaction des fiches informatisées des ouvrages*, Paris, Commission Liaison Interprofessionnelles du Livre, julho, 36 pp, <<http://www.clil.org>>.
- Cubeles, Xavier (coord.) (2006), "Mapa de Librerías", Barcelona, Observatorio de la Librería en España, Confederación Española de Gremios e Asociaciones de Libreros, 135 pp.
- Federación de Gremios de Editores de España (2008), "Comercio Interior del Libro en España 2007", Madrid, Federación de Gremios de Editores de España, 160 pp.
- INE (2008) *Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio 2007*. Lisboa, Instituto Nacional de Estatística.
- IPSOS Culture e Observatoire de L'Economie du Livre (2007), "Situation économique de la librairie indépendante – rapport des enquêtes quantitatives", Syndicat de librairie française, Syndicat national de l'édition, Ministère de la culture et de la communication (direction du livre et de la lecture, centre national du livre), 135 pp.
- Neves, Jose Soares (coord.), Jorge Alves dos Santos, Maria João Lima, Alexandra Vaz e Emanuel Cameira (2012) *Inquérito ao Sector do Livro: Parte I – Enquadramento e Diagnóstico*. Lisboa, Observatório das Actividades Culturais.
- Syndicat National de l'Édition (2006), "Enquête Annuelle de Branche 2006 - produits de l'Édition naf principale 22.1.A", Service des Etudes et des Statistiques Industrielles, 6 pp.

LEGISLAÇÃO

- Decreto-Lei nº 46/89, de 15 de fevereiro
- Decreto-Lei nº 176/96 de 21 de setembro [Lei do Preço Fixo. Institui o regime do Preço Fixo do Livro. Alterado pelo Decreto-Lei n.º 216/2000, de 2 de setembro]
- Decreto-Lei nº 216/2000, de 2 de setembro [Altera o Decreto-Lei n.º 176/96, de 21 de setembro - Preço Fixo do Livro]
- Decreto-Lei nº 244/2002, de 5 de novembro

WEBGRAFIA

- Registo Nacional de Pessoas Coletivas <www.rnpc.mj.pt>

ANEXOS

ANEXO 1
LISTA DE ENTREVISTADOS NO PRÉ-TESTE

LISTA DE ENTREVISTADOS NO PRÉ-TESTE

Sector	Entidade	Nome
Institucional	APEL	António Baptista Lopes
	UEP	Carlos Veiga Ferreira
Edição	Publicações Europa-América	Tito Lyon de Castro
	Editora Pergaminho	Eng. Mário Moura
	Edições Tinta-da-China	Bárbara Bulhosa
	Sudoeste Editora	João Rodrigues
	Cavalo de Ferro	Diogo Madre Deus
	Oficina do Livro	António Lobato Faria
Comercialização	Livraria Ferin	João Paulo Pinheiro
	Sistema J - Editora Portuguesa de Livros	David Cardoso
	Livraria Clepsidra	João Cruz
	BD Mania	Pedro Silva

ANEXO 2
QUESTIONÁRIO - EDIÇÃO

INQUÉRITO AO SECTOR DO LIVRO EDIÇÃO

O presente questionário destina-se às empresas da edição. Consideram-se como empresas da edição todas as pessoas colectivas (sociedades), em actividade, com sede social localizada em território nacional (Continente e Regiões Autónomas) e que desempenham como actividade económica principal a Edição de livros. O universo inquirido corresponde às empresas classificadas, a 25 de outubro de 2007, na subclasse 22110 (CAE Rev. 2.1) de acordo com o Instituto Nacional de Estatística.

O questionário é composto por um módulo geral e por um anexo. O módulo geral incide na caracterização da empresa e na informação relativa ao mercado interno e deverá ser preenchido por todas as empresas inquiridas. O anexo reporta-se ao mercado externo e deverá ser preenchido apenas por aquelas empresas que registaram actividade nesse mercado.

Em geral os dados solicitados referem-se ao **ano de 2007**. Quando adequado solicita-se informação reportada ao dia 31 de dezembro desse ano.

Os **dados recolhidos são confidenciais** e serão utilizados apenas para tratamento estatístico por parte do OAC. Os resultados a difundir serão anónimos.

Pretende-se que o preenchimento deste questionário seja o mais simples possível. Deste modo, em parte das perguntas basta **assinalar com um círculo** o(s) número(s) correspondente(s) à opção ou opções de resposta que mais se adequam. Em algumas situações, como exemplificado em baixo, é indicada a sequência adequada das perguntas por forma a prosseguir o preenchimento do questionário sem perder tempo com as que não se aplicam à empresa.

Exemplo:

<p>P5. A empresa encontra-se integrada num grupo empresarial?</p> <p>Sim ①</p> <p>Não..... 2 → Passar à P6.</p>
--

Noutras perguntas basta utilizar as caixas para preenchimento numérico (um algarismo por caixa) ou as células dos quadros. Nas perguntas de texto poderá utilizar as linhas livres para introduzir os aspectos que considere mais relevante referir. Os números sombreados devem ser ignorados pois servem apenas para a análise estatística dos dados.

Volte s.f.f →

Algumas perguntas são acompanhadas de breves notas (entre parênteses) que visam clarificar o sentido dos termos utilizados. **No final do questionário poderá encontrar as definições dos principais conceitos.**

Assim que devidamente preenchido – por favor não descure nenhuma das perguntas – o questionário deverá ser assinado pelo responsável, validado com o respectivo carimbo e devolvido ao OAC utilizando para tal o **envelope RSF** junto (**não necessita de selo**).

Agradecemos que a devolução seja efectuada o mais brevemente possível, não devendo, em todo o caso, ultrapassar o dia **31 de Maio do corrente ano**.

Caso necessite de esclarecimentos ou informações adicionais por favor não hesite em contactar um dos elementos da equipa do Projecto através do telefone **213 219 860** ou do endereço de correio electrónico **isl@oac.pt**.

Alexandra Vaz	Jorge Alves dos Santos
Emanuel Cameira	Maria João Lima

Agradecemos desde já a sua imprescindível colaboração e ficamos à disposição para qualquer esclarecimento ou informação adicional.

Lisboa, 23 de Abril de 2008

José Soares Neves
(Responsável do Projecto)

INQUÉRITO AO SECTOR DO LIVRO EDIÇÃO

I. IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

Designação social _____	
Designação comercial _____	
Concelho (da sede da empresa) _____	
Telefone __ __ __ __ __ __ __ __ __	Fax __ __ __ __ __ __ __ __ __
E-mail geral _____ @ _____	
Página Internet _____	

Nome da pessoa responsável pelo preenchimento deste questionário _____	
_____ Cargo/Função _____	
Telefone __ __ __ __ __ __ __ __ __	E-mail _____ @ _____

II. CARACTERIZAÇÃO GERAL

P1. Qual o ano de constituição da empresa?

(ano da escritura de constituição ou do registo comercial)..... |__|__|__|__|
(VER DEFINIÇÃO NO FIM DO QUESTIONÁRIO)

P2. Em que situação se encontrava a empresa a 31/12/2007?

- Em actividade 1
- Com actividade suspensa 2 → Desde quando? _____/_____(mês/ano)
- A aguardar início de actividade 3 → A partir de quando? _____/_____(mês/ano)
- Cessaçãõ de actividade/Dissolvida 4 → Desde quando? _____/_____(mês/ano)

P3. Qual a natureza jurídica da empresa?

- Sociedade Anónima 1
- Sociedade por Quotas 2
- Sociedade Unipessoal por Quotas 3
- Outra 4 → Qual? _____

P4. Qual a pertença associativa da empresa?

(pode assinalar mais do que uma opção)

APEL 1

UEP 2

Outra(s) a nível nacional..... 3 → Qual(ais)? _____

Outra(s) a nível internacional..... 4 → Qual(ais)? _____

Nenhuma..... 5

P5. A empresa encontra-se integrada num grupo empresarial?

Sim1

Não2 → Passar à P6.

P5.1. Se Sim, indique.

1. Qual o grupo? _____

2. Desde que ano? ..|_|_|_|_|

P6. A empresa detinha, em 2007, para além da sede, escritórios/delegações?

Sim1

Não2 → Passar à P7.

P6.1. Se sim, indique a sua localização em Portugal e/ou no Estrangeiro.

Portugal..... 1 → Em que concelho(s)? _____

Estrangeiro..... 2 → Em que país(es)? _____

PASSANDO AGORA ÀS QUESTÕES RELATIVAS AOS RECURSOS HUMANOS,

P7. Qual era o número total de pessoal ao serviço na empresa a 31/12/2007?

(VER DEFINIÇÃO NO FIM DO QUESTIONÁRIO) |_|·|_|_|_|

P8. Indique, por favor, a distribuição do pessoal ao serviço por departamento a 31/12/2007.

Departamento	Número	
Administração/Direcção		[1]
Criação editorial (<i>editores, assistentes editoriais, etc.</i>)		[2]
Produção editorial (<i>designers, revisores, etc.</i>)		[3]
Marketing e Comunicação		[4]
Actividade Comercial (<i>força de vendas</i>)		[5]
Logística/Armazenamento		[6]
Actividade Comercial (<i>venda a retalho</i>)		[7]
Recursos Humanos		[8]
Serviços administrativos.....		[9]
Outro(s)		
↳ Qual(ais)?		[10]
.....		[11]
.....		[12]
Total		[13]

No caso de dúvida quanto à afectação de cada funcionário por departamento, opte por aquele em que a actividade é predominante.

O total deve ser igual ao assinalado na P7.

P9. Ainda quanto ao pessoal ao serviço, indique o número de funcionários por nível de escolaridade mais elevado que completou.

Nível de escolaridade	Número	
Sem qualquer nível completo/1º ciclo		[1]
2º ciclo/3º ciclo		[2]
Secundário		[3]
Médio		[4]
Superior (bacharelato ou licenciatura)		[5]
Pós-graduação, mestrado ou doutoramento		[6]
Total		[7]

O total deve ser igual ao assinalado na P7.

P10. Houve recurso a serviços externos (pessoas colectivas ou individuais) em 2007?

Sim.....1

Não2 → Passar à P11.

P10.1. Se houve recurso a serviços externos, assinale em que área(s) ocorreu(ram).

(pode assinalar mais do que uma opção)

Tradução	1	Marketing e Comunicação.....	9
Ilustração	2	Distribuição.....	10
Design gráfico	3	Armazenamento	11
Revisão.....	4	Outra(s).....	12
Paginação.....	5	↳ Qual(ais)?	
Impressão	6	
Feiras do livro nacionais.....	7	
Contabilidade.....	8	

III. FACTURAÇÃO E ACTIVIDADES

P11. Refira o volume de negócios registado pela empresa no ano de 2007 no mercado interno. (valor expresso em euros sem casas decimais)... |_|_|_|. |_|_|_|. |_|_|_| €

Considere-se como volume de negócios o valor total apurado da facturação realizada pela empresa. O volume de negócios deverá incluir o valor de todas as actividades realizadas pela empresa em 2007.

EM CASO DE DÚVIDA VER DEFINIÇÃO NO FIM DO QUESTIONÁRIO.

P12. Tendo como referência o volume de negócios, inscreva a percentagem correspondente à(s) actividade(s) que a empresa realizou no ano de 2007. (excluindo contratação de serviços externos)

Actividade	Percentagem no volume de negócios	
Edição de livros (<i>com ou sem distribuição própria</i>)	_ _ _ %	[1]
Distribuição de terceiros (<i>comércio por grosso</i>)	_ _ _ %	[2]
Livraria própria (<i>comércio a retalho</i>)	_ _ _ %	[3]
Impressão	_ _ _ %	[4]
Outra(s)		
↳ Qual(ais)? _____	_ _ _ %	[5]
_____	_ _ _ %	[6]
_____	_ _ _ %	[7]
_____	_ _ _ %	[8]
	1 0 0 %	

O valor de referência é o assinalado para o volume de negócios na P11.

APENAS PARA AS EMPRESAS QUE ASSINALARAM LIVRARIA PRÓPRIA (COMÉRCIO A RETALHO) NA P12.

P13. Se assinalou Livraria própria (comércio a retalho) como actividade, indique no quadro abaixo o número e a localização (concelho/país) dos estabelecimentos que se encontravam a funcionar até 31/12/2007.

Número	Concelho/País
[1]	[2]
[3]	[4]
[5]	[6]
[7]	[8]
[9]	[10]
[11]	[12]

AS PRÓXIMAS 3 PERGUNTAS REPORTAM-SE AOS DIREITOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL
(VER DEFINIÇÃO NO FIM DO QUESTIONÁRIO).

P14. Receitas provenientes da venda de direitos em 2007.

P14.1. Refira o valor das receitas por venda de direitos de autor, geridos pela empresa, de:

(valores expressos em euros sem casas decimais)

Autores portugueses.....	_ . _ _ _ _ . _ _ _ _ €	[1]
Outros autores lusófonos	_ . _ _ _ _ . _ _ _ _ €	[2]
Autores estrangeiros.....	_ . _ _ _ _ . _ _ _ _ €	[3]
Total.....	_ . _ _ _ _ . _ _ _ _ €	[4]

P14.2. Refira o valor das receitas por venda de direitos próprios.

(valores expressos em euros sem casas decimais)

Para Portugal	_ . _ _ _ _ . _ _ _ _ €	[5]
Para o Estrangeiro.....	_ . _ _ _ _ . _ _ _ _ €	[6]
Total.....	_ . _ _ _ _ . _ _ _ _ €	[7]

P15. Despesas realizadas com a compra de direitos em 2007.

(valores expressos em euros sem casas decimais)

Quantias pagas por direitos de autor	_ . _ _ _ _ . _ _ _ _ €	[8]
Autores portugueses	_ . _ _ _ _ . _ _ _ _ €	[9]
Outros autores lusófonos	_ . _ _ _ _ . _ _ _ _ €	[10]
Autores estrangeiros	_ . _ _ _ _ . _ _ _ _ €	[11]
Quantias pagas por compra de outros direitos	_ . _ _ _ _ . _ _ _ _ €	[12]
Total.....	_ . _ _ _ _ . _ _ _ _ €	[13]

IV. ACTIVIDADE EDITORIAL

P16. Assinale os produtos e suportes em que editou em 2007.

Produtos	Suportes	
Livros	Papel	1
	Papel + suporte electrónico (CD e/ou acesso a conteúdos on-line, etc.)	2
	Audiolivro	3
	E-Book.....	4
	Outro(s) suporte(s)	5 → Qual(ais)? _____
Publicações periódicas (jornais e revistas)	Papel	6
	Suporte electrónico	7
Outros produtos.....		8 → Quais? _____

P17. Indique os títulos em stock, os títulos editados e os exemplares produzidos.

Títulos em stock a 31/12/2007 |__|__|_|_|_|_|_| (número) [1]

Títulos editados em 2007 |__|_|_|_|_|_| (número) [2]

Exemplares produzidos em 2007 |__|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_| (número) [3]

Títulos editados inclui primeiras edições (novidades) em 2007, as reedições e as reimpressões de títulos editados até 31/12/2006.

P18. Indique o número de autores do catálogo da empresa por nacionalidade.

Portuguesa |__|__|_|_|_|_|_| [1]

Outros países Lusófonos |__|__|_|_|_|_|_| [2]

Outras nacionalidades |__|__|_|_|_|_|_| [3]

Total |__|__|_|_|_|_|_| [4]

P19. Indique o número de títulos editados e o número de exemplares produzidos por tipo de edição e por nacionalidade dos autores.

(VER DEFINIÇÕES NO FIM DO QUESTIONÁRIO)

Nacionalidade dos autores	Títulos editados		Exemplares produzidos	
	Primeiras edições	Reedições e Reimpressões	Primeiras edições	Reedições e Reimpressões
Portuguesa	[1]	[2]	[3]	[4]
Outros países Lusófonos	[5]	[6]	[7]	[8]
Outras nacionalidades (traduções)	[9]	[10]	[11]	[12]
Total	[13]	[14]	[15]	[16]

Títulos editados inclui primeiras edições (novidades) em 2007, as reedições e as reimpressões de títulos editados até 31/12/2006.

Exemplo: uma primeira edição (novidade) de 2007 só deve ser quantificada uma vez, independentemente do número de reedições e/ou reimpressões; do mesmo modo, um título editado até 31/12/06 e reeditado e/ou reimpresso em 2007, só deve ser quantificado como uma reedição/reimpressão.

P20. Assinale com uma cruz as categorias editoriais da empresa até 2007.

Livro Escolar

- Pré-escolar e Básico 1º Ciclo
- Básico 2º e 3º Ciclo
- Secundário
- Técnico e Profissional
- Auxiliares/apoio escolar
- Pedagogia e formação de prof.

<input type="checkbox"/>	[1]
<input type="checkbox"/>	[2]
<input type="checkbox"/>	[3]
<input type="checkbox"/>	[4]
<input type="checkbox"/>	[5]
<input type="checkbox"/>	[6]

Técnico e Científico

- Agronomia
- Astronomia
- Biologia
- Botânica
- Ecologia
- Geologia
- Zoologia
- Electrónica
- Engenharia
- Física
- Matemática
- Mecânica
- Química
- Enfermagem
- Farmácia
- Medicina
- Medicinas Alternativas
- Veterinária
- Contabilidade
- Administração
- Economia/Finanças
- Gestão
- Informática
- Marketing/Publicidade
- Divulgação Científica

<input type="checkbox"/>	[7]
<input type="checkbox"/>	[8]
<input type="checkbox"/>	[9]
<input type="checkbox"/>	[10]
<input type="checkbox"/>	[11]
<input type="checkbox"/>	[12]
<input type="checkbox"/>	[13]
<input type="checkbox"/>	[14]
<input type="checkbox"/>	[15]
<input type="checkbox"/>	[16]
<input type="checkbox"/>	[17]
<input type="checkbox"/>	[18]
<input type="checkbox"/>	[19]
<input type="checkbox"/>	[20]
<input type="checkbox"/>	[21]
<input type="checkbox"/>	[22]
<input type="checkbox"/>	[23]
<input type="checkbox"/>	[24]
<input type="checkbox"/>	[25]
<input type="checkbox"/>	[26]
<input type="checkbox"/>	[27]
<input type="checkbox"/>	[28]
<input type="checkbox"/>	[29]
<input type="checkbox"/>	[30]
<input type="checkbox"/>	[31]

Ciências Sociais e Humanas

- Antropologia
- Comunicação/Jornalismo
- Direito
- Filosofia
- Geografia
- História
- Pedagogia/Educação
- Política/Ciência Política
- Psicologia
- Sociologia

<input type="checkbox"/>	[32]
<input type="checkbox"/>	[33]
<input type="checkbox"/>	[34]
<input type="checkbox"/>	[35]
<input type="checkbox"/>	[36]
<input type="checkbox"/>	[37]
<input type="checkbox"/>	[38]
<input type="checkbox"/>	[39]
<input type="checkbox"/>	[40]
<input type="checkbox"/>	[41]

Religião e Esoterismo

- Religião
- Esoterismo/Ocultismo
- Dicionários/Enciclopédias**
- Dicionários de português
- Dicionários de línguas estrangeiras
- Dicionários técnicos
- Enciclopédias gerais
- Enciclopédias temáticas

Literatura

- Clássicos
- Contemporâneos
- Policial/Espionagem
- Histórico
- Romance de Amor
- Ficção Científica
- Fantástico
- Terror
- Humor
- Viagem
- Erótica
- Poesia
- Teatro

Actualidades e Ensaio

- Crónicas/Reportagens
- Vida política
- Biografias/Memórias
- Ensaio/Análise/Crítica

Infantil e Juvenil

- Infantil
- Juvenil

Banda Desenhada

- Banda desenhada juvenil
- Banda desenhada adultos
- Manga
- Comics

Arte

- Arte (História/Crítica)
- Arquitectura
- Artes Decorativas
- Design
- Pintura
- Escultura
- Fotografia
- Cinema
- Música
- Dança
- Moda

Livros Práticos

- Animais
- Auto-Ajuda
- Bricolage
- Caça e Pesca
- Casa/Decoração
- Coleccionismo
- Desporto
- Gastronomia/Cozinha/Enologia
- Jardinagem/Plantas
- Jogos de sociedade/Passatempos
- Natureza
- Puericultura/Gravidez
- Saúde e Bem-estar
- Transportes
- Guias de conversação
- Guias/roteiros de viagem
- Guias de restauração/hotelaria
- Monografias sobre países, cidades

Outras categorias editoriais

↳ Quais?

<input type="checkbox"/>	[68]
<input type="checkbox"/>	[69]
<input type="checkbox"/>	[70]
<input type="checkbox"/>	[71]
<input type="checkbox"/>	[62]
<input type="checkbox"/>	[50]
<input type="checkbox"/>	[51]
<input type="checkbox"/>	[52]
<input type="checkbox"/>	[53]
<input type="checkbox"/>	[54]
<input type="checkbox"/>	[55]
<input type="checkbox"/>	[56]
<input type="checkbox"/>	[57]
<input type="checkbox"/>	[58]
<input type="checkbox"/>	[59]
<input type="checkbox"/>	[60]
<input type="checkbox"/>	[61]
<input type="checkbox"/>	[62]
<input type="checkbox"/>	[63]
<input type="checkbox"/>	[64]
<input type="checkbox"/>	[65]
<input type="checkbox"/>	[66]
<input type="checkbox"/>	[67]
<input type="checkbox"/>	[68]
<input type="checkbox"/>	[69]
<input type="checkbox"/>	[70]
<input type="checkbox"/>	[71]

<input type="checkbox"/>	[72]
<input type="checkbox"/>	[73]
<input type="checkbox"/>	[74]
<input type="checkbox"/>	[75]
<input type="checkbox"/>	[76]
<input type="checkbox"/>	[77]
<input type="checkbox"/>	[78]
<input type="checkbox"/>	[79]
<input type="checkbox"/>	[80]
<input type="checkbox"/>	[81]
<input type="checkbox"/>	[82]
<input type="checkbox"/>	[83]
<input type="checkbox"/>	[84]
<input type="checkbox"/>	[85]
<input type="checkbox"/>	[86]
<input type="checkbox"/>	[87]
<input type="checkbox"/>	[88]
<input type="checkbox"/>	[89]
<input type="checkbox"/>	[90]
<input type="checkbox"/>	[91]
<input type="checkbox"/>	[92]
<input type="checkbox"/>	[93]
<input type="checkbox"/>	[94]
<input type="checkbox"/>	[95]
<input type="checkbox"/>	[96]
<input type="checkbox"/>	[97]
<input type="checkbox"/>	[98]
<input type="checkbox"/>	[99]
<input type="checkbox"/>	[100]
<input type="checkbox"/>	[101]
<input type="checkbox"/>	[102]
<input type="checkbox"/>	[103]
<input type="checkbox"/>	[104]
<input type="checkbox"/>	[105]
<input type="checkbox"/>	[106]
<input type="checkbox"/>	[107]
<input type="checkbox"/>	[108]

P21. Indique a distribuição dos títulos em stock a 31/12/07, dos títulos editados e dos exemplares produzidos em 2007 por género editorial. (VER CONTEÚDO DOS GÉNEROS EDITORIAIS NO FIM DO QUESTIONÁRIO)

Assinale se a resposta é em números absolutos ou em percentagem

Género editorial	Títulos em stock a 31/12/07	Títulos editados em 2007	Exemplares produzidos em 2007
Livro Escolar	[1]	[2]	[3]
Técnico e Científico	[4]	[5]	[6]
Ciências Sociais e Humanas	[7]	[8]	[9]
Religião e Esoterismo	[10]	[11]	[12]
Dicionários/Enciclopédias	[13]	[14]	[15]
Literatura	[16]	[17]	[18]
Actualidades e Ensaio	[19]	[20]	[21]
Infantil e Juvenil	[22]	[23]	[24]
Banda Desenhada	[25]	[26]	[27]
Arte	[28]	[29]	[30]
Livros Práticos	[31]	[32]	[33]
Outros	[34]	[35]	[36]
Não é possível determinar	[37]	[38]	[39]
Total	[40]	[41]	[42]

Os valores de referência são os assinalados na P17.

P22. A empresa possui outras marcas (chancelas editoriais) para além da que constitui a sua designação comercial? (não inclui colecções) (VER DEFINIÇÃO NO FIM DO QUESTIONÁRIO)

Sim 1 → Quantas? |__|__|

Não..... 2 → Passar à P23.

P22.1. Se Sim, indique o nome, ano de criação, género/área temática e se se encontra registada no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

Nome	Ano de criação	Género editorial/ Área temática	Registo INPI (Sim/ Não)
[1]	[2]	[3]	[4]
[5]	[6]	[7]	[8]
[9]	[10]	[11]	[12]
[13]	[14]	[15]	[16]
[17]	[18]	[19]	[20]
[21]	[22]	[23]	[24]
[25]	[26]	[27]	[28]
[29]	[30]	[31]	[32]
[33]	[34]	[35]	[36]
[37]	[38]	[39]	[40]

V. MERCADO DO LIVRO

P23. Relativamente à edição de livros (2007) refira:

Exemplares vendidos |_|·|_|_|_|·|_|_|_|_| (número) [1]

Volume de vendas |_|·|_|_|_|·|_|_|_|_| € [2]
(valor expresso em euros sem casas decimais)

O valor do Volume de vendas deve ter em conta a dedução referente a devoluções, descontos e imposto (IVA). O valor a fornecer é o respeitante ao mercado interno.

P24. Indique a distribuição percentual do volume de vendas por trimestre em 2007.

1º Trimestre..... |_|_|_|% [1]

2º Trimestre..... |_|_|_|% [2]

3º Trimestre..... |_|_|_|% [3]

4º Trimestre..... |_|_|_|% [4]

Total 1 0 0 %

O valor de referência é o assinalado para o volume de vendas na P23.

P25. Qual a distribuição percentual do volume de vendas por região em 2007.

(VER CONTEÚDO DAS REGIÕES NO FIM DO QUESTIONÁRIO)

Norte..... |_|_|_|% [1]

Centro..... |_|_|_|% [2]

Lisboa e Vale do Tejo..... |_|_|_|% [3]

Alentejo |_|_|_|% [4]

Algarve..... |_|_|_|% [5]

R.A. Açores..... |_|_|_|% [6]

R.A. Madeira |_|_|_|% [7]

Não é possível determinar..... |_|_|_|% [8]

Total 1 0 0 %

O valor de referência é o assinalado para o volume de vendas na P23.

P26. Indique a distribuição percentual dos exemplares vendidos e do volume de vendas por género editorial em 2007. (VER CONTEÚDO DOS GÉNEROS EDITORIAIS NO FIM DO QUESTIONÁRIO)

Género editorial	Exemplares vendidos	Volume de vendas
Livro Escolar	% [1]	% [2]
Técnico e Científico	% [3]	% [4]
Ciências Sociais e Humanas	% [5]	% [6]
Religião e Esoterismo	% [7]	% [8]
Dicionários/Enciclopédias	% [9]	% [10]
Literatura	% [11]	% [12]
Actualidades e Ensaio	% [13]	% [14]
Infantil e Juvenil	% [15]	% [16]
Banda Desenhada	% [17]	% [18]
Arte	% [19]	% [20]
Livros Práticos	% [21]	% [22]
Outros	% [23]	% [24]
Não é possível determinar	% [25]	% [26]
Total	1 0 0 %	1 0 0 %

Os valores de referência são os assinalados para os exemplares vendidos e para o volume de vendas na P23.

P27. Qual a distribuição percentual do volume de vendas (edições próprias) por tipo de comercialização em 2007?

(exclui a distribuição de edições de terceiros)

Directa (<i>sede/loja, internet, correspondência, feiras do livro, etc.</i>)...	__ __ __ %	[1]
Através de distribuição própria	__ __ __ %	[2]
Através de distribuidora contratada	__ __ __ %	[3]
Não é possível determinar	__ __ __ %	[4]
Total	1 0 0 %	

O valor de referência é o assinalado para o volume de vendas na P23.

P28. Assinale a percentagem do volume de vendas por tipo de comercialização e por canal de venda em 2007.

Canal de venda	Tipo de comercialização	
	Directa e distribuição própria	Através de distribuidora contratada
Livrarias	% [1]	% [2]
Cadeias de livrarias	% [3]	% [4]
Hipermercados/Supermercados	% [5]	% [6]
Papelarias-livrarias	% [7]	% [8]
Quiosques/Tabacarias	% [9]	% [10]
Bibliotecas públicas	% [11]	% [12]
Estado (<i>administrações central, local e regiões</i>)	% [13]	% [14]
Feiras do Livro	% [15]	% [16]
Venda a dinheiro (<i>sede/loja da empresa</i>)	% [17]	
Por correspondência/correio	% [18]	
Internet	% [19]	
Outros canais alternativos (<i>gasolineiras, CTT, etc.</i>)	% [20]	% [21]
Outros	% [22]	% [23]
Não é possível determinar	% [24]	% [25]
Total	1 0 0 %	1 0 0 %

Na discriminação das vendas pelos diversos canais a FNAC e o El Corte Inglés devem ser incluídos na categoria de Cadeias de livrarias.

P29. Indique o(s) modo(s) de comercialização do produto livro utilizado(s) em 2007 (pode assinalar mais do que uma opção) e explicite o mais importante para a sua empresa (apenas um).

Modo de aquisição	Modo(s) utilizado(s)	O mais importante [26]
Consignação	1	1
Compra a firme (<i>sem direito a devolução</i>)	2	2
Compra a firme (<i>com direito a devolução</i>)	3	3
Outro modo	4	4
↳ Qual? _____		

P30. Refira os descontos praticados pela sua empresa em 2007 por canal de distribuição/venda (quando aplicável). (valores médios)

Distribuidores |__|__| % [1]
 Livrarias |__|__| % [2]
 Cadeias de livrarias |__|__| % [3]
 Hiper e Supermercados |__|__| % [4]
 Vendas directas |__|__| % [5]
 Outro(s)
 ↳ Qual(ais)? _____ |__|__| % [6]
 _____ |__|__| % [7]

P31. Indique o valor das devoluções de livros no ano de 2007.

(valor expresso em euros sem casas decimais) |_|·|_|_|_|·|_|_|_| €

P32. Participou em 2007 em alguma feira do livro? (independentemente de a ter organizado)
(pode assinalar mais do que uma opção)

P32.1. A NÍVEL NACIONAL

Lisboa 1

Porto..... 2

Outra(s) em Portugal..... 3

↳ Indique até 3 das mais importantes: _____ [1]

_____ [2]

_____ [3]

Não participou em nenhuma 4

P32.2. A NÍVEL INTERNACIONAL (DIREITOS)

Frankfurt..... 1

Londres..... 2

Bolonha 3

Outra(s) no estrangeiro 4

↳ Indique até 3 das mais importantes: _____ [4]

_____ [5]

_____ [6]

Não participou em nenhuma 5

P32.3. A NÍVEL INTERNACIONAL (PRODUTOS)

São Paulo 1

Rio de Janeiro 2

Outra(s) no estrangeiro 3

↳ Indique até 3 das mais importantes: _____ [7]

_____ [8]

_____ [9]

Não participou em nenhuma 4

VI. RECURSOS INFORMÁTICOS E PROMOÇÃO

P33. A empresa dispunha de computadores em 2007?

- Sim 1 → Quantos? |_|_|_|_|
Não..... 2 → Passar à P34.

P33.1. Informatização dos serviços da empresa.

(pode assinalar mais do que uma opção)

- Serviços editoriais1
Catálogo em base de dados2
Facturação e gestão de stocks3
Contabilidade4
Encomendas5
Assinaturas6
Outro(s)7
↳ Qual(ais)? _____

P33.2. A empresa tinha ligação à Internet em 2007?

- Sim.....1
Não2

P34. A empresa tinha página de Internet em 2007?

- Sim 1
Não..... 2 → Passar à P35.

P34.1. Se Sim, assinale quais os conteúdos e funcionalidades da página.

(pode assinalar mais do que uma opção)

- Contactos da empresa 1
Historial da empresa 2
Catálogo com consulta/pesquisa 3
Catálogo para descarregar 4
Apresentação de novidades editoriais 5
Notícias sobre outras actividades 6
Tabela/Top de vendas 7
Partes de livros em PDF para descarregar 8
Encomenda on-line 9
Venda on-line 10
Outro(s) 11
↳ Qual(ais)? _____

P34.2. Qual(ais) os idioma(s) dos conteúdos da página?

(pode assinalar mais do que uma opção)

Português 1

Inglês 2

Espanhol 3

Francês 4

Outro(s) 5

↳ Qual(ais)? _____

P35. Dos seguintes meios electrónicos assinale aquele(s) que a empresa utilizou, em 2007, para comunicar com o público.

(pode assinalar mais do que uma opção).

E-Mailing 1

Newsletter 2

Fórum..... 3

Blogue 4

Outro(s)..... 5

↳ Qual(ais)? _____

Não utilizou nenhum 6

P36. A empresa realizou alguma acção de publicidade em 2007?

Sim 1

Não..... 2 → Passar à P37.

P36.1. Se sim, assinale o(s) meio(s) utilizado(s):

(pode assinalar mais do que uma opção)

Imprensa (jornais e revistas) 1

Rádio 2

Televisão 3

Publicidade exterior 4

Internet 5

Outro(s) 6

↳ Qual(ais)? _____

P37. Realizou alguma(s) das acções de marketing e comunicação abaixo indicadas?
(pode assinalar mais do que uma opção)

- Mailing dirigido 1
 Material impresso (*folhetos, desdobráveis, etc.*) .. 2
 Campanha de desconto/promoção 3
 Compra de espaços 4
 Material de ponto de venda..... 5
 Eventos (*lançamentos, sessões de autógrafos*) 6
 Outro(s) 7
 ↳ Qual(ais)? _____
 Nenhuma acção 8 → Passar à P39.

P38. Indique o valor da despesa com marketing e comunicação em 2007. (valor expresso em euros sem casas decimais)..... |_|.|_|_|_|_|_|_|_| €

VII. POLÍTICAS PÚBLICAS

P39. Dos programas de apoio público (Ministérios da Cultura e da Economia e da Inovação) ao sector do livro abaixo indicados, refira os que Não conhece, Conhece mas não participou ou Participou. Se Participou avalie o programa em causa utilizando a seguinte escala: 1 (muito negativo); 2 (negativo); 3 (positivo); e 4 (muito positivo).

Programas de apoio	Participação			Avaliação			
	Não conhece	Conhece mas não participou	Participou	1	2	3	4
Edição de Obras de Novos Autores Portugueses	1	2	3 [1]	1	2	3	4 [2]
Edição de Obras de Dramaturgia Portuguesa Contemporânea	1	2	3 [3]	1	2	3	4 [4]
Edição de Ensaio	1	2	3 [5]	1	2	3	4 [6]
Edição de Obras de Literatura e Cultura Africana	1	2	3 [7]	1	2	3	4 [8]
Revistas Culturais	1	2	3 [9]	1	2	3	4 [10]
Edição de Clássicos da Literatura Portuguesa	1	2	3 [11]	1	2	3	4 [12]
Prémio Nacional de Ilustração	1	2	3 [13]	1	2	3	4 [14]
Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial (SIME)	1	2	3 [15]	1	2	3	4 [16]
Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial - Desenvolvimento Internacional (SIME Internacional)	1	2	3 [17]	1	2	3	4 [18]
Sistema de Incentivos a Pequenas Iniciativas Empresariais (SIPIE)	1	2	3 [19]	1	2	3	4 [20]
Sistema de Incentivos à Economia Digital (SIED)	1	2	3 [21]	1	2	3	4 [22]
Sistema de Incentivos à Utilização da Propriedade Industrial (SIUPI)	1	2	3 [23]	1	2	3	4 [24]
Sistema de Incentivos à Cooperação Empresarial (SICE)	1	2	3 [25]	1	2	3	4 [26]
Formação Profissional - Incentivar os Investimentos em Recursos Humanos	1	2	3 [27]	1	2	3	4 [28]

P40. Avalie as várias medidas abaixo consideradas utilizando a seguinte escala: 1 (muito negativa); 2 (negativa); 3 (positiva); e 4 (muito positiva).

Medidas	Avaliação				Não conhece	
	1	2	3	4		
Apoio à Instalação de Bibliotecas Públicas	1	2	3	4	9	[1]
Programas de Promoção da Leitura (bibliotecas públicas, estabelecimentos prisionais, hospitais, etc.)	1	2	3	4	9	[2]
Apoio às Actividades Culturais das Associações e outros organismos (que promovem a difusão do Livro e da Criação Literária)	1	2	3	4	9	[3]
Apoio a Prémios Literários	1	2	3	4	9	[4]
Apoio à divulgação de autores portugueses e africanos de língua portuguesa a nível internacional (festivais, feiras do livro e outros eventos literários)	1	2	3	4	9	[5]
Apoio ao desenvolvimento nos sectores do Livro e da Leitura nos PALOP e em Timor-Lorosae (através da realização de feiras do livro e da constituição de Redes de Bibliotecas Públicas)	1	2	3	4	9	[6]
Lei do Preço Fixo	1	2	3	4	9	[7]
Fiscalização da aplicação da Lei do Preço Fixo	1	2	3	4	9	[8]
Programas de incentivo à circulação e distribuição do livro em Portugal e nas Regiões Autónomas	1	2	3	4	9	[9]
Plano Nacional de Leitura	1	2	3	4	9	[10]

P41. Deixe por favor as sugestões que entenda fazer sobre as políticas públicas para o sector ou sobre outros aspectos.

P42. A empresa teve actividade económica (no âmbito da venda de produtos e/ou de direitos) no mercado externo (comunitário e extra-comunitário) no ano de 2007?

Sim 1



Se sim, deverá preencher o ANEXO – MERCADO EXTERNO que consta deste questionário.

Não..... 2

Se não teve actividade no mercado externo no ano de referência (2007), o inquérito termina aqui. Por favor verifique as suas respostas, assine e carimbe a última folha do questionário e coloque-o no **envelope RSF**, enviando-o logo que possível para o OAC.

Muito obrigado pela sua colaboração.

ANEXO – MERCADO EXTERNO

Este anexo deverá ser preenchido apenas pelas editoras que realizaram vendas (de produtos e/ou de direitos) no mercado externo (comunitário e extra-comunitário) no ano de 2007

A1. Refira o número de títulos, de exemplares vendidos e o volume de vendas no mercado externo em 2007.

Títulos vendidos |__|.|__|__|__| (número) [1]

Exemplares vendidos |__|__|.|__|__|__| (número) [2]

Volume de vendas..... |__|__|__|.|__|__|__| € [3]
(valor expresso em euros sem casas decimais)

A2. Discrimine por intermédio de percentagem os exemplares vendidos e o volume de vendas no mercado externo por género editorial em 2007. (VER CONTEÚDO DOS GÉNEROS EDITORIAIS NO FIM DO QUESTIONÁRIO)

Género editorial	Exemplares vendidos	Volume de vendas
Livro Escolar	% [1]	% [2]
Técnico e Científico	% [3]	% [4]
Ciências Sociais e Humanas	% [5]	% [6]
Religião e Esoterismo	% [7]	% [8]
Dicionários/Enciclopédias	% [9]	% [10]
Literatura	% [11]	% [12]
Actualidades e Ensaios	% [13]	% [14]
Infantil e Juvenil	% [15]	% [16]
Banda Desenhada	% [17]	% [18]
Arte	% [19]	% [20]
Livros Práticos	% [21]	% [22]
Outros	% [23]	% [24]
Não é possível determinar	% [25]	% [26]
Total	1 0 0 %	1 0 0 %

Os valores de referência são os assinalados para os exemplares vendidos e para o volume de vendas na A1.

A3. Discrimine por intermédio de percentagem os exemplares vendidos e o volume de vendas no mercado externo por país em 2007.

País	Exemplares vendidos	Volume de vendas
ÁFRICA		
Moçambique	% [1]	% [2]
Angola	% [3]	% [4]
Cabo Verde	% [5]	% [6]
Guiné-Bissau	% [7]	% [8]
São Tomé e Príncipe	% [9]	% [10]
Outros de África	% [11]	% [12]
EUROPA		
Espanha	% [13]	% [14]
França	% [15]	% [16]
Luxemburgo	% [17]	% [18]
Outros da União Europeia	% [19]	% [20]
Outros da Europa	% [21]	% [22]
AMÉRICA		
Brasil	% [23]	% [24]
Estados Unidos	% [25]	% [26]
Outros da América	% [27]	% [28]
RESTO DOS PAÍSES	% [29]	% [30]
Não é possível determinar	% [31]	% [32]
Total	1 0 0 %	1 0 0 %

Os valores de referência são os assinalados para os exemplares vendidos e para o volume de vendas na A1.

A4 Indique o valor da venda de direitos por país em 2007

(valor expresso em euros sem casas decimais)

País	Venda de direitos
ÁFRICA	
Angola	€ ^[1]
Moçambique	€ ^[2]
Outros de África	€ ^[3]
EUROPA	
União Europeia	€ ^[4]
Outros da Europa	€ ^[5]
AMÉRICA	
Brasil	€ ^[6]
Estados Unidos	€ ^[7]
Outros da América	€ ^[8]
RESTO DOS PAÍSES	€ ^[9]
Total	€ ^[11]

O questionário chegou ao fim.

Por favor verifique as suas respostas e coloque o questionário no **envelope RSF** enviando-o, logo que possível, para o OAC.

Muito obrigado pela sua colaboração a qual constitui um importante contributo para o conhecimento sobre o sector do livro em Portugal.

Assinatura do responsável pelo preenchimento
do questionário e carimbo da empresa

DEFINIÇÃO DOS PRINCIPAIS CONCEITOS (*por ordem alfabética*)

Ano de constituição – Corresponde, para as entidades sujeitas a registo comercial constituídas antes de 1 de novembro de 1986, ao ano da escritura de constituição e, para as constituídas após essa data, ao ano do registo comercial. Para as entidades não sujeitas a registo comercial, corresponde ao ano de publicação do diploma de criação, no caso de entidades constituídas por diploma legal, e ao ano de início de actividade, nos restantes casos (*MTSS/DGEEP - Quadros de Pessoal 2004, Instruções de preenchimento*).

Direitos de propriedade intelectual – Referem-se aos direitos implicados na edição de livros, comprados/adquiridos ou cedidos/licenciados, incluindo os dos autores (escritores, fotógrafos, ilustradores, etc.) e outros detentores dos direitos de utilização e/ou reprodução das obras. A transacção de direitos de propriedade intelectual inclui os pagamentos para e de editores e agentes (nacionais e estrangeiros) devidos por coedição, tradução e outros direitos relativos à utilização das obras em novos formatos, suportes e canais e a sua adaptação (para televisão, cinema, rádio, espectáculos, etc.).

Empresa – Entidade jurídica (pessoa singular e colectiva) correspondente a uma unidade organizacional de produção de bens e serviços, usufruindo de uma certa autonomia de decisão, nomeadamente quanto à afectação dos seus recursos correntes. Uma empresa exerce uma ou várias actividades, num ou vários locais (*Regulamento nº 696/93 de 15 de março, publicado no Jornal Oficial nº L 076 de 30-03-1993*).

Género editorial – É composto por 12 categorias que compreendem o seguinte conteúdo:

- **Livro Escolar:** pré-escolar, ensino regular – básico e secundário –, ensino recorrente, ensino profissional e material de apoio/complementar, pedagogia e formação de professores.
- **Técnico e Científico:** medicina, matemática, biologia, física, química, geologia, gestão de empresas, marketing, informática, etc. Inclui livros de divulgação, para ensino superior, uso profissional ou formação permanente nas áreas referidas.
- **Ciências Sociais e Humanas:** antropologia, filosofia, linguística, sociologia, economia, direito, psicologia, geografia, história, política, etc. Inclui livros de divulgação, para ensino superior, uso profissional ou formação permanente nas áreas referidas.
- **Religião e Esoterismo:** géneros literários religiosos, cristãos e não cristãos, textos fundamentais (Bíblia, Corão, ...), teologia, obras que tratam de ciências e práticas ocultas.
- **Dicionários/enciclopédias:** de português, de outras línguas, escolares, de sinónimos, enciclopédias gerais, temáticos (um ou mais volumes), em fascículos, etc.

- **Literatura:** romance (clássico, contemporâneo, policial, histórico, sentimental, ficção científica, fantástico, terror, erótico, humorístico, viagens, contos, lendas), poesia, teatro.
- **Actualidades e Ensaio:** documentos e reportagens sobre a actualidade e a vida política, memórias, biografias, ensaios, crítica, humor.
- **Infantil e Juvenil:** livros ilustrados, de actividades, álbuns para colorir, livros-brinquedo, documentários, ficção, para idades até 15 anos (exclui livros escolares).
- **Banda Desenhada:** álbuns, comics, manga, ilustração, erótica.
- **Arte:** história e crítica da arte, arquitectura, artes decorativas, design, pintura, escultura, fotografia, cinema, música, etc.)
- **Livros Práticos:** lazer e vida prática (guias de conversação, auto-ajuda, bricolage, gastronomia, cozinha, decoração, desporto, natureza, ambiente, animais, jardinagem, jogos de sociedade), guias de viagens, alojamento, restauração, monografias dedicadas a um país, região ou local, etc.
- **Outros:** Cartas geográficas, atlas, mapas, anuários, catálogos e obras não contempladas nos géneros anteriores.

Livro – A definição de livro a ter em conta no presente Inquérito é a que se encontra associada na Classificação Portuguesa das Actividades Económicas (CAE) à subclasse 22110 Edição de Livros por intermédio da Classificação de Produtos por Actividade (CPA) para a classe 22.11 Livros:

- 22.11.1 – Livros, brochuras e impressos semelhantes, em folhas soltas.
- 22.11.2 – Livros, brochuras e impressos semelhantes; em suportes impresso e electrónico.
- 22.11.3 – Dicionários e enciclopédias, mesmo em fascículos; em suportes impresso e electrónico.
- 22.11.4 – Atlas e outras obras cartográficas impressas, sob a forma de livros e brochuras; em suportes impresso e electrónico.
- 22.11.5 – Globos, mapas e outras obras cartográficas, excepto em forma de livros; em suportes impresso e electrónico.
- 22.11.6 – Venda de espaço publicitário em livros, em suportes impresso ou electrónico.

(Regulamento nº 204/2002 de 19 de dezembro, publicado no Jornal Oficial nº L 036, de 06/02/2002).

Marca (Chancela editorial) – A marca pode ser constituída por um sinal ou conjunto de sinais susceptíveis de representação gráfica, nomeadamente palavras, incluindo nomes de pessoas, desenhos, letras, números, sons, a forma do produto ou da respectiva embalagem, desde que sejam adequados a distinguir os produtos ou serviços de uma empresa dos de outras empresas (*INPI, Código da Propriedade Industrial, p. 140*). Neste caso, a marca refere-se a uma chancela autónoma criada por dada editora.

Natureza jurídica – Natureza da entidade, de acordo com o seu acto de constituição/instituição jurídica. Se pessoa singular, indique essa natureza (*MTSS/DGEEP - Quadros de Pessoal 2004, Instruções de preenchimento*).

Pessoal ao serviço – Deve incluir o pessoal que trabalha para a empresa e que recebe uma remuneração em dinheiro ou em espécie como contrapartida do trabalho prestado (incluindo os sócios), o pessoal que trabalha para a empresa sem usufruir qualquer tipo de remuneração (ex: sócios trabalhadores, trabalhadores familiares), o pessoal ausente por um período não superior a um mês (ex: doença, férias, formação profissional) e o pessoal de outras empresas que se encontre a trabalhar na empresa, sendo por esta directamente remunerado. Não deve incluir o pessoal a trabalhar na empresa cuja remuneração é suportada por outra entidade, os prestadores de serviços (profissionais liberais), o pessoal da empresa ausente por um período superior a um mês (ex: doença, serviço militar obrigatório, licença sem vencimento) e o pessoal com vínculo à empresa deslocado para outras empresas, sendo nessas directamente remunerado (*IES/IRC - Declaração Anual, Anexo A, Indicações Gerais*).

Primeira edição (Novidade) – Título publicado pela primeira vez (original ou traduzido) por uma editora e num determinado formato.

Reedição – É o livro publicado contendo alterações em relação à sua edição original (Lei do Preço Fixo - Decreto-Lei nº 176/96 de 21 de setembro, cap. 1, art. 1, al. b)). Requer que seja atribuído um novo ISBN.

Reimpressão – É o livro publicado sem qualquer alteração de conteúdo em relação à sua edição original ou reedições (Lei do Preço Fixo - Decreto-Lei nº 176/96 de 21 de setembro, cap. 1, art. 1, al. c)). Não requer a atribuição de novo ISBN.

Região - É composta por 7 divisões que compreendem os seguintes concelhos:

- **Norte:** Alfândega da Fé, Alijó, Amarante, Amares, Arcos de Valdevez, Armamar, Arouca, Baião, Barcelos, Boticas, Braga, Bragança, Cabeceiras de Basto, Caminha, Carraceda de Ansiães, Castelo de Paiva, Celorico de Basto, Chaves, Cinfães, Espinho, Esposende, Fafe, Felgueiras, Freixo de Espada à Cinta, Gondomar, Guimarães, Lamego, Lousada, Macedo de Cavaleiros, Maia, Marco de Canaveses, Matosinhos, Melgaço, Mesão Frio, Miranda do Douro, Mirandela, Mogadouro, Moimenta da Beira, Monção, Mondim de Basto, Montalegre, Murça, Oliveira de Azeméis, Paços de Ferreira, Paredes, Paredes de Coura, Penafiel, Penedono, Peso da Régua, Ponte da Barca, Ponte de Lima, Porto, Póvoa de Lanhoso, Póvoa de Varzim, Resende, Ribeira de Pena, Sabrosa, Santa Maria da Feira, Santa Marta de Penaguião, Santo Tirso, São João da Madeira, São João da

Pesqueira, Sernancelhe, Tabuaço, Tarouca, Terras de Bouro, Torre de Moncorvo, Trofa, Vale de Cambra, Valença, Valongo, Valpaços, Viana do Castelo, Vieira do Minho, Vila do Conde, Vila Flor, Vila Nova de Cerveira, Vila Nova de Famalicão, Vila Nova de Foz Côa, Vila Nova de Gaia, Vila Pouca de Aguiar, Vila Real, Vila Verde, Vimioso, Vinhais, Vizela.

- **Centro:** Águeda, Aguiar da Beira, Albergaria-a-Velha, Almeida, Alvaiázere, Anadia, Ansião, Arganil, Aveiro, Batalha, Belmonte, Cantanhede, Carregal do Sal, Castanheira de Pêra, Castelo Branco, Castro Daire, Celorico da Beira, Coimbra, Condeixa-a-Nova, Covilhã, Estarreja, Figueira da Foz, Figueira de Castelo Rodrigo, Figueiró dos Vinhos, Fornos de Algodres, Fundão, Góis, Gouveia, Guarda, Idanha-a-Nova, Ílhavo, Leiria, Lousã, Mação, Mangualde, Manteigas, Marinha Grande, Mealhada, Meda, Mira, Miranda do Corvo, Montemor-o-Velho, Mortágua, Murtosa, Nelas, Oleiros, Oliveira de Frades, Oliveira do Bairro, Oliveira do Hospital, Ovar, Pampilhosa da Serra, Pedrógão Grande, Penacova, Penalva do Castelo, Penamacor, Penela, Pinhel, Pombal, Porto de Mós, Proença-a-Nova, Sabugal, Santa Comba Dão, São Pedro do Sul, Sátão, Seia, Sertã, Sever do Vouga, Soure, Tábua, Tondela, Trancoso, Vagos, Vila de Rei, Vila Nova de Paiva, Vila Nova de Poiares, Vila Velha de Ródão, Viseu, Vouzela.
- **Lisboa e Vale do Tejo:** Abrantes, Alcanena, Alcobaça, Alcochete, Alenquer, Almada, Almeirim, Alpiarça, Amadora, Arruda dos Vinhos, Azambuja, Barreiro, Benavente, Bombarral, Cadaval, Caldas da Rainha, Cartaxo, Cascais, Chamusca, Constância, Coruche, Entroncamento, Ferreira do Zêzere, Golegã, Lisboa, Loures, Lourinhã, Mafra, Moita, Montijo, Nazaré, Óbidos, Odivelas, Oeiras, Ourém, Palmela, Peniche, Rio Maior, Salvaterra de Magos, Santarém, Sardoal, Seixal, Sesimbra, Setúbal, Sintra, Sobral de Monte Agraço, Tomar, Torres Novas, Torres Vedras, Vila Franca de Xira, Vila Nova da Barquinha.
- **Alentejo:** Alandroal, Alcácer do Sal, Aljustrel, Almodôvar, Alter do Chão, Alvito, Arraiolos, Arronches, Avis, Barrancos, Beja, Borba, Campo Maior, Castelo de Vide, Castro Verde, Crato, Cuba, Elvas, Estremoz, Évora, Ferreira do Alentejo, Fronteira, Gavião, Grândola, Marvão, Mértola, Monforte, Montemor-o-Novo, Mora, Moura, Mourão, Nisa, Odemira, Ourique, Ponte de Sôr, Portalegre, Portel, Redondo, Reguengos de Monsaraz, Santiago do Cacém, Serpa, Sines, Sousel, Vendas Novas, Viana do Alentejo, Vidigueira, Vila Viçosa.
- **Algarve:** Albufeira, Alcoutim, Aljezur, Castro Marim, Faro, Lagoa, Lagos, Loulé, Monchique, Olhão, Portimão, São Brás de Alportel, Silves, Tavira, Vila do Bispo, Vila Real de Santo António.
- **R.A. Açores:** Angra do Heroísmo, Calheta, Corvo, Horta, Lagoa, Lajes das Flores, Lajes do Pico, Madalena, Nordeste, Ponta Delgada, Povoação, Ribeira Grande, Santa Cruz da Graciosa, Santa Cruz das Flores, São Roque do Pico, Velas, Vila da Praia da Vitória, Vila do Porto, Vila Franca do Campo.
- **R.A. Madeira:** Calheta, Câmara de Lobos, Funchal, Machico, Ponta do Sol, Porto Moniz, Porto Santo, Ribeira Brava, Santa Cruz, Santana, São Vicente.

Título – Designação de publicação impressa que constitui um todo distinto, quer conste de um, quer de vários volumes. As versões dum mesmo título publicadas em diferentes línguas num país são consideradas títulos diferentes (*INE/CSE a partir da Norma Portuguesa - 712/1968*).

Título editado – O título editado inclui primeiras edições (novidades) em 2007, as reedições e as reimpressões de títulos editados até 31/12/2006.

Volume de Negócios – Valor total da facturação, com exclusão do IVA, realizada pela empresa, correspondente à venda de mercadorias, produtos acabados e intermédios, subprodutos, desperdícios, resíduos e refugos (contas POC 711, 712 e 713) e à prestação de serviços a terceiros (contas POC 721, 722, 723, 724 e 725). Ao valor da facturação, devem ser deduzidas as devoluções, descontos e abatimentos (contas POC 717, 718 e 728) e consideradas todas as outras taxas, encargos ou despesas que recaiam sobre os produtos e que devam ser imputadas ao cliente, ainda que facturadas separadamente (*MTSS/DGEEP - Quadros de Pessoal 2004, Instruções de preenchimento*).

ANEXO 3
QUESTIONÁRIO - COMERCIALIZAÇÃO

INQUÉRITO AO SECTOR DO LIVRO COMERCIALIZAÇÃO

O presente questionário destina-se às empresas de comercialização (a retalho) de livros, ou seja, as pessoas colectivas (sociedades), em actividade, com sede social localizada em território nacional (Continente e Regiões Autónomas) e que desempenham como actividade económica principal o Comércio a Retalho de Livros. O universo inquirido corresponde às empresas classificadas a 25 de Outubro de 2007 na subclasse 52471 (CAE Rev. 2.1) de acordo com o Instituto Nacional de Estatística.

O questionário é composto por dois módulos: o **Módulo Geral** para as empresas e o **Módulo Específico** destinado aos estabelecimentos de comércio a retalho de livros (livrarias).

Entende-se por **estabelecimento** a empresa ou parte de uma empresa (neste caso a loja) situada num local topograficamente identificado. Nesse local ou a partir dele exercem-se actividades económicas para as quais, regra geral, uma ou várias pessoas trabalham (eventualmente a tempo parcial), por conta da mesma empresa (*IES/IRC - Declaração Anual, Anexo R – Indicações Gerais*).

No caso de a sede da empresa coincidir com a do estabelecimento deverá responder à totalidade das perguntas desse módulo *com excepção das referentes aos recursos humanos (ME6 a ME9)*. De notar que a soma dos valores dos vários estabelecimentos localizados no território de Portugal deve corresponder ao valor total da empresa.

Deverão ser preenchidos tantos módulos específicos quantos os estabelecimentos. *Por favor solicite ao OAC o número de exemplares adequados à sua empresa ou fotocopie o Módulo Específico.*

Em geral os dados solicitados referem-se ao **ano de 2007**. Quando adequado solicita-se informação reportada ao dia 31 de Dezembro desse ano.

Os dados recolhidos são confidenciais e utilizados apenas para tratamento estatístico por parte do OAC. Os resultados a difundir serão anónimos.

Pretende-se que o preenchimento deste questionário seja o mais simples possível. Deste modo, em parte das perguntas basta **assinalar com um círculo** o(s) número(s) correspondente(s) à opção ou opções de resposta que mais se adequam. Em algumas situações, como exemplificado na página seguinte, é indicada a sequência adequada das perguntas por forma a prosseguir o preenchimento do questionário sem perder tempo com as que não se aplicam à empresa.

Volte s.f.f →

Exemplo:

P5. A empresa encontra-se integrada num grupo empresarial?	
Sim	1
Não.....	2 → Passar à P6.

Noutras perguntas basta utilizar as caixas para preenchimento numérico (um algarismo por caixa) ou as células dos quadros. Nas perguntas de texto poderá utilizar as linhas livres para introduzir os aspectos que considere mais relevante referir. Os números sombreados devem ser ignorados pois servem apenas para a análise estatística dos dados.

Algumas perguntas são acompanhadas de breves notas (entre parênteses) que visam clarificar o sentido dos termos utilizados. **No final do questionário poderá encontrar as definições dos principais conceitos.**

Assim que devidamente preenchido – por favor não descure nenhuma das perguntas – o questionário deverá ser assinado pelo responsável, validado com o respectivo carimbo e devolvido ao OAC utilizando para tal o **envelope RSF** junto (**não necessita de selo**).

Agradecemos que a devolução seja efectuada o mais brevemente possível, não devendo, em todo o caso, ultrapassar o dia **31 de Maio do corrente ano**.

Caso necessite de esclarecimentos ou informações adicionais por favor não hesite em contactar um dos elementos da equipa do Projecto através do telefone **213 219 860** ou do endereço de correio electrónico isl@oac.pt.

Alexandra Vaz	Jorge Alves dos Santos
Emanuel Cameira	Maria João Lima

Agradecemos desde já a sua imprescindível colaboração e ficamos à disposição para qualquer esclarecimento ou informação adicional.

Lisboa, 23 de Abril de 2008

José Soares Neves
(Responsável do Projecto)

INQUÉRITO AO SECTOR DO LIVRO COMERCIALIZAÇÃO

MÓDULO GERAL - EMPRESA

I. IDENTIFICAÇÃO

Designação social _____

Designação comercial _____

Concelho *(da sede da empresa)* _____

Telefone |__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|__| Fax |__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|

E-mail geral _____@_____

Página Internet _____

Nome da pessoa responsável pelo preenchimento deste questionário _____

Cargo/Função _____

Telefone |__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|__|__| E-mail _____@_____

II. CARACTERIZAÇÃO GERAL

P1. Qual o ano de constituição da empresa?

(ano da escritura de constituição ou do registo comercial).....|__|__|__|__|

(VER DEFINIÇÃO NO FIM DO QUESTIONÁRIO)

P2. Em que situação se encontrava a empresa a 31/12/2007?

- Em actividade 1
- Com actividade suspensa 2 → Desde quando? ____/____ (mês/ano)
- A aguardar início de actividade 3 → A partir de quando? ____/____ (mês/ano)
- Cessaçã de actividade/Dissolvida 4 → Desde quando? ____/____ (mês/ano)

P3. Qual a natureza jurídica da empresa?

- Sociedade Anónima 1
- Sociedade por Quotas 2
- Sociedade Unipessoal por Quotas..... 3
- Outra 4 → Qual? _____

P4. Qual a pertença associativa da empresa?

(pode assinalar mais do que uma opção)

- APEL 1
- Outra(s) a nível nacional..... 2 → Qual(ais)? _____
- Outra(s)a nível internacional..... 3 → Qual(ais)? _____
- Nenhuma..... 4

P5. A empresa encontra-se integrada num grupo empresarial?

- Sim1
- Não2 → Passar à P6.

P5.1. Se sim, indique.

- 1. Qual o grupo? _____
- 2. Desde que ano?..... .. |__|__|__|__|

P6. Indique o número de estabelecimentos (livrarias) da empresa

localizados em Portugal |__|__|

P7. A empresa possui estabelecimentos (livrarias) localizados em outros países?

- Sim 1 → Quantos? |__|__|
- Não..... 2 → Passar à P8.

P7.1. Se sim, indique o(s) país(es) e o número.

País	Número
[1]	[2]
[3]	[4]
[5]	[6]
[7]	[8]
[9]	[10]
[11]	[12]

PASSANDO AGORA ÀS QUESTÕES RELATIVAS AOS RECURSOS HUMANOS.

P8. Refira qual o número total de pessoal ao serviço da empresa a 31/12/2007.

(VER DEFINIÇÃO NO FIM DO QUESTIONÁRIO) |__|·|__|__|__|

P9. Indique, por favor, a distribuição do pessoal ao serviço por departamento a 31/12/2007?

Departamento	Número
Administração/Direcção	[1]
Compras.....	[2]
Marketing e Comunicação	[3]
Gestão de stocks.....	[4]
Atendimento ao público	[5]
Serviços administrativos	[6]
Outro(s)	
↳ Qual(ais)? _____	[7]
_____	[8]
_____	[9]
Total	[10]

No caso de dúvida quanto à afectação de cada funcionário por departamento opte por aquele em que a actividade é predominante.
O total deve ser igual ao assinalado na P8.

P10. Ainda quanto ao pessoal ao serviço, indique o número de funcionários por nível de escolaridade mais elevado que completou.

Nível de escolaridade	Número
Sem qualquer nível completo/1º ciclo	[1]
2º ciclo /3º ciclo	[2]
Secundário	[3]
Médio	[4]
Superior (bacharelato ou licenciatura)	[5]
Pós-graduação, mestrado ou doutoramento	[6]
Total	[7]

O total deve ser igual ao assinalado na P8.

P11. Houve recurso a serviços externos (pessoas colectivas ou individuais) em 2007?

Sim.....1

Não2 → Passar à P12.

P11.1. Se houve recurso a serviços externos, assinale em que área(s) ocorreu(ram).

(pode assinalar mais do que uma opção)

Marketing e Comunicação 1

Contabilidade 2

Atendimento ao público (*loja*) 3

Atendimento ao público (*feiras do livro nacionais*) 4

Animação cultural 5

Decoração (*montras, bancas, etc.*) 6

Outra(s) 7

↳ Qual(ais)? _____

III. FACTURAÇÃO, MERCADO E ACTIVIDADES

P12. Refira o volume de negócios registado pela empresa no ano de 2007. (valor expresso em euros sem casas decimais) |_|_|·|_|_|_|·|_|_|_| €

Considere-se como volume de negócios o valor total apurado da facturação realizada pela empresa. O volume de negócios deverá incluir o valor de todas as actividades realizadas pela empresa em 2007.

EM CASO DE DÚVIDA VER DEFINIÇÃO NO FIM DO QUESTIONÁRIO.

P13. Tendo como referência o volume de negócios, inscreva a percentagem correspondente à(s) actividade(s) que a empresa realizou no ano de 2007.

Actividade	Percentagem no volume de negócios	
Livraria (<i>comércio a retalho</i>)	_ _ _ %	[1]
Edição de livros	_ _ _ %	[2]
Distribuição (<i>comércio por grosso</i>)	_ _ _ %	[3]
Impressão.....	_ _ _ %	[4]
Outra(s)		
↳ Qual(ais)? _____	_ _ _ %	[5]
_____	_ _ _ %	[6]
_____	_ _ _ %	[7]
	1 0 0 %	

O valor de referência é o assinalado para o volume de negócios na P12.

P14. Indique o(s) modo(s) de aquisição do produto livro utilizado(s) em 2007 (pode assinalar mais do que uma opção) e **explícite o mais importante** para a sua empresa. (apenas um)

Modo de aquisição	Modo(s) utilizado(s)	O mais importante [9]
Consignação.....	1	1
Compra a firme (<i>sem direito a devolução</i>).....	2	2
Compra a firme (<i>com direito a devolução</i>)	3	3
Outro modo	4	4
↳ Qual? _____		

P15. Indique os valores das compras e das vendas de livros, por área geográfica do mercado, registados no ano de 2007. (valor expresso em euros sem casas decimais)

Área geográfica do mercado	Valor das Compras	Valor das Vendas
Interno	€ [1]	€ [2]
Comunitário	€ [3]	€ [4]
Extra-comunitário	€ [5]	€ [6]
Não é possível determinar	€ [7]	€ [8]
Total	€ [9]	€ [10]

Por mercado comunitário consideram-se os 27 países da União Europeia, excluindo Portugal; por mercado extra-comunitário os restantes países.
O valor do volume de vendas deve ter em conta a dedução referente a descontos (no caso de se verificar) e imposto (IVA).

P16. Participou, em 2007, em alguma Feira do Livro (independentemente de a ter organizado)?
(pode assinalar mais do que uma opção)

Lisboa.....1

Porto.....2

Outra(s) em Portugal.....3

↳ Indique até 3 das mais importantes: _____ [1]/ _____ [2]/ _____ [3]

Outra(s) no estrangeiro4

↳ Indique até 3 das mais importantes: _____ [1]/ _____ [2]/ _____ [3]

Não participou em nenhuma.....5

IV. RECURSOS INFORMÁTICOS E PROMOÇÃO

P17. A empresa dispunha de computadores em 2007?

Sim.....1 → Quantos? |_|_|_|

Não2 → Passar à P18.

P17.1. A empresa tinha ligação à Internet em 2007?

Sim 1

Não..... 2

P18. A empresa tinha página de Internet em 2007?

Sim.....1

Não2 → Passar à P19.

P18.1. Se sim, assinale quais os conteúdos e funcionalidades da página.

(pode assinalar mais do que uma opção)

Contactos da empresa 1

Historial da empresa 2

Catálogo com consulta/pesquisa 3

Catálogo para descarregar 4

Apresentação de novidades editoriais..... 5

Notícias sobre outras actividades 6

Tabela/Top de vendas..... 7

Partes de livros em PDF para descarregar 8

Encomenda on-line 9

Venda on-line..... 10

Outro(s)..... 11

↳ Qual(ais)? _____

P18.2. Qual(ais) os idioma(s) dos conteúdos da página?

(pode assinalar mais do que uma opção)

Português 1

Inglês 2

Espanhol..... 3

Francês 4

Outro(s)..... 5

↳ Qual(ais)? _____

P19. Assinale, dos seguintes meios electrónicos, aquele(s) que a empresa utilizou, em 2007, para comunicar com o público.

(pode assinalar mais do que uma opção)

E-Mailing..... 1

Newsletter 2

Fórum 3

Blogue..... 4

Outro(s) 5

↳ Qual(ais)? _____

Não utilizou nenhum 6

P20. A empresa está integrada num serviço de vendas pela Internet (ex. AbeBooks, Amazon, etc.)?

Sim.....1 → Qual(ais)? _____
 Não2

P21. A empresa realizou alguma acção de publicidade em 2007?

Sim.....1
 Não2

P21.1. Se sim, assinale o(s) meio(s) utilizado(s).
 (pode assinalar mais do que uma opção)

Imprensa (jornais e revistas)..... 1
 Rádio 2
 Televisão 3
 Publicidade exterior 4
 Internet 5
 Outros(s) 6
 ↳ Qual(ais)? _____

V. POLÍTICAS PÚBLICAS

P22. Dos programas de apoio público (Ministério da Economia e da Inovação) que abrange o comércio a retalho, incluindo livrarias, abaixo indicados, refira os que Não conhece, Conhece mas não participou e Participou.

Se Participou avalie o programa em causa utilizando a seguinte escala: 1 (muito negativo); 2 (negativo); 3 (positivo); e 4 (muito positivo).

Programas de apoio	Participação			Avaliação			
	Não conhece	Conhece mas não participou	Participou	1	2	3	4
SIME - Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial	1	2	3	1	2	3	4
SIME Internacional - Sistema de Incentivos à Modernização Empresarial - Desenvolvimento Internacional	1	2	3	1	2	3	4
SIPIE - Sistema de Incentivos a Pequenas Iniciativas Empresariais	1	2	3	1	2	3	4
SIED - Sistema de Incentivos à Economia Digital	1	2	3	1	2	3	4
URBCOM - Sistema de Incentivos a Projectos de Urbanismo Comercial	1	2	3	1	2	3	4
SIUPI - Sistema de Incentivos à Utilização da Propriedade Industrial	1	2	3	1	2	3	4
SICE - Sistema de Incentivos à Cooperação Empresarial	1	2	3	1	2	3	4
Formação Profissional - Incentivar os Investimentos em Recursos Humanos	1	2	3	1	2	3	4

P23. Avalie as várias medidas abaixo consideradas utilizando a seguinte escala: 1 (muito negativa); 2 (negativa); 3 (positiva); e 4 (muito positiva).

Medidas	Avaliação				Não conhece	
	1	2	3	4		
Apoio à Instalação de Bibliotecas Públicas	1	2	3	4	9	[1]
Programas de Promoção da Leitura (bibliotecas públicas, estabelecimentos prisionais, hospitais, etc.)	1	2	3	4	9	[2]
Apoio às Actividades Culturais das Associações e outros organismos (que promovem a difusão do Livro e da Criação Literária)	1	2	3	4	9	[3]
Apoio a Prémios Literários	1	2	3	4	9	[4]
Apoio à divulgação de autores portugueses e africanos de língua portuguesa a nível internacional (festivais, feiras do livro e outros eventos literários)	1	2	3	4	9	[5]
Apoio ao desenvolvimento nos sectores do Livro e da Leitura nos PALOP e em Timor-Lorosae (através da realização de feiras do livro e da constituição de Redes de Bibliotecas Públicas)	1	2	3	4	9	[6]
Lei do Preço Fixo	1	2	3	4	9	[7]
Fiscalização da aplicação da Lei do Preço Fixo	1	2	3	4	9	[8]
Programas de incentivo à circulação e distribuição do livro em Portugal e nas Regiões Autónomas	1	2	3	4	9	[9]
Plano Nacional de Leitura	1	2	3	4	9	[10]

P24. Deixe por favor as sugestões que entenda fazer sobre as políticas públicas para o sector ou sobre outros aspectos.

O **Módulo Geral** chegou ao fim. Agradecemos que preencha o **Módulo Específico** relativo ao estabelecimento (livraria).

Deverá preencher tantos **Módulos Específicos** quantos os estabelecimentos.

Se não tem estabelecimento (livraria) apenas terá que responder, no **Módulo Específico**, às perguntas **ME13, ME14, ME18, ME19 e ME20.**

INQUÉRITO AO SECTOR DO LIVRO COMERCIALIZAÇÃO

MÓDULO ESPECÍFICO – ESTABELECIMENTO

I. IDENTIFICAÇÃO

Nome _____

Morada _____

Código Postal |__|__|__| - |__|__|__| _____ Concelho _____

Telefone |__|__|__|__|__|__|__|__|__| Fax |__|__|__|__|__|__|__|__|__|

E-mail geral _____ @ _____

Página Internet _____

Nome da pessoa responsável pelo preenchimento do Módulo específico _____

_____ Cargo/Função _____

II. CARACTERIZAÇÃO GERAL

ME1. Qual o ano de abertura ao público do estabelecimento? |__|__|__|

ME2. Em que situação se encontrava o estabelecimento a 31/12/2007?

- Em actividade 1
- Com actividade suspensa 2 → Desde quando? ____/____ (mês/ano)
- A aguardar início de actividade 3 → A partir de quando? ____/____ (mês/ano)
- Cessaçãõ de actividade/Dissolvido..... 4 → Desde quando? ____/____ (mês/ano)

ME3. O estabelecimento está situado.

(pode assinalar mais do que uma opção)

- No centro da cidade/vila 1
- Na periferia..... 2
- Em zona rural..... 3
- Num centro comercial..... 4

ME4. Quanto às instalações, indique qual o horário diário de abertura ao público do estabelecimento ao longo da semana.

Dia	Horário	
Segunda-feira		[1]
Terça-feira		[2]
Quarta-feira		[3]
Quinta-feira		[4]
Sexta-feira		[5]
Sábado		[6]
Domingo		[7]
Feridos		[8]

ME5. Indique as áreas (em m²) que o estabelecimento ocupa.

Área total |_|_|·|_|_|_| m²

Área destinada à exposição e venda de livros |_|_|·|_|_|_| m²

Área destinada à exposição e venda de outros produtos |_|_|·|_|_|_| m²

Área destinada a outros serviços |_|_|·|_|_|_| m²

PASSANDO AGORA ÀS QUESTÕES RELATIVAS AOS RECURSOS HUMANOS.

ME6. Refira qual o número total de pessoal ao serviço no estabelecimento a 31/12/2007.

(VER DEFINIÇÃO NO FIM DO QUESTIONÁRIO) |_|·|_|_|_|

ME7. Indique, por favor, a distribuição do pessoal ao serviço por departamento/secção a 31/12/2007?

Departamento	Número	
Administração/Direcção		[1]
Compras.....		[2]
Marketing e Comunicação		[3]
Gestão de stocks.....		[4]
Atendimento ao público		[5]
Serviços administrativos		[6]
Outro(s)		
↳ Qual(ais)? _____		[7]
_____		[8]
_____		[9]
Total		[10]

No caso de dúvida quanto à afectação de cada funcionário por departamento/secção, opte por aquele em que a actividade é predominante.

O total deve ser igual ao assinalado na ME6.

ME8. Ainda quanto ao pessoal ao serviço, indique o número de funcionários por nível de escolaridade mais elevado que completou.

Nível de escolaridade	Número
Sem qualquer nível completo/1º ciclo	[1]
2º ciclo/3º ciclo	[2]
Secundário	[3]
Médio	[4]
Superior (bacharelato ou licenciatura)	[5]
Pós-graduação, mestrado ou doutoramento	[6]
Total	[7]

O total deve ser igual ao assinalado na ME6.

ME9. Houve recurso a serviços externos (pessoas colectivas ou individuais) em 2007?

Sim 1

Não..... 2 → Passar à ME10.

ME9.1. Se houve recurso a serviços externos, assinale em que área(s) ocorreu(ram).
(pode assinalar mais do que uma opção)

Marketing e Comunicação1

Contabilidade2

Atendimento ao público3

Animação cultural.....4

Decoração (*montras, bancas, etc.*)5

Outra(s).....6

↳ Qual(ais)? _____

III. ESPAÇOS E ACTIVIDADES

ME10. Espaço(s) existente(s) no estabelecimento para outros serviços além dos destinados à exposição e venda de livros e outros produtos.

(pode assinalar mais do que uma opção)

Local de leitura..... 1

Bar/cafetaria 2

Auditório 3

Espaço Internet..... 4

Espaço para crianças..... 5

Espaço para exposições temporárias..... 6

Outro(s)..... 7

↳ Qual(ais) _____

Não possui nenhum destes espaços 8 → Passar à ME12.

ME11. O estabelecimento organizou/acolheu no seu espaço em 2007, pelo menos uma vez, alguma das seguintes actividades orientadas para o público?

(pode assinalar mais do que uma opção)

- Lançamento de livros..... 1
- Conversa com autores 2
- Acção dirigida ao público infanto-juvenil 3
- Acção dirigida a outro tipo de público 4
- Exposições temporárias/mostras 5
- Conferências/workshops 6
- Espectáculo (música, teatro, etc.) 7
- Outra(s)..... 8
- ↳ Qual(ais) _____
- Nenhuma 9

IV. PRODUTOS, SUPORTES E FUNDOS

ME12. Assinale os produtos que o estabelecimento comercializou em 2007.

(pode assinalar mais do que uma opção)

- Livros..... 1
- Audiolivros 2
- Jornais e revistas..... 3
- Multimédia (CD, DVD, etc.)..... 4
- Material de papelaria 5
- Outros produtos 6
- ↳ Quais? _____

ME13. Indique o total de títulos em stock e, deste, os títulos adquiridos em 2007.

Total de títulos em stock até 31/12/2007 |_|_|_|·|_|_|_|(número)^[1]

Títulos em stock adquiridos em 2007 |_|_|_|·|_|_|_|(número)^[2]

M14. Assinale com uma cruz as categorias editoriais comercializadas no estabelecimento até 2007.

Livro Escolar

- Pré-escolar e Básico 1º Ciclo
- Básico 2º e 3º Ciclo
- Secundário
- Técnico e Profissional
- Auxiliares/apoio escolar
- Pedagogia e formação de prof.

- [1]
- [2]
- [3]
- [4]
- [5]
- [6]

Técnico e Científico

- Agronomia
- Astronomia
- Biologia
- Botânica
- Ecologia
- Geologia
- Zoologia
- Electrónica
- Engenharia
- Física
- Matemática
- Mecânica
- Química
- Enfermagem
- Farmácia
- Medicina
- Medicinas Alternativas
- Veterinária
- Contabilidade
- Administração
- Economia/Finanças
- Gestão
- Informática
- Marketing/Publicidade
- Divulgação Científica

- [7]
- [8]
- [9]
- [10]
- [11]
- [12]
- [13]
- [14]
- [15]
- [16]
- [17]
- [18]
- [19]
- [20]
- [21]
- [22]
- [23]
- [24]
- [25]
- [26]
- [27]
- [28]
- [29]
- [30]
- [31]

Ciências Sociais e Humanas

- Antropologia
- Comunicação/Jornalismo
- Direito
- Filosofia
- Geografia
- História
- Pedagogia/Educação
- Política/Ciência Política
- Psicologia
- Sociologia

- [32]
- [33]
- [34]
- [35]
- [36]
- [37]
- [38]
- [39]
- [40]
- [41]

Religião e Esoterismo

- Religião
- Esoterismo/Ocultismo
- Dicionários/Enciclopédias**
- Dicionários de português
- Dicionários de línguas estrangeiras
- Dicionários técnicos
- Enciclopédias gerais
- Enciclopédias temáticas

Literatura

- Clássicos
- Contemporâneos
- Policial/Espionagem
- Histórico
- Romance de Amor
- Ficção Científica
- Fantástico
- Terror
- Humor
- Viagem
- Erótica
- Poesia
- Teatro

Actualidades e Ensaio

- Crónicas/Reportagens
- Vida política
- Biografias/Memórias
- Ensaio/Análise/Crítica

Infantil e Juvenil

- Infantil
- Juvenil

Banda Desenhada

- Banda desenhada juvenil
- Banda desenhada adultos
- Manga
- Comics

Arte

- Arte (História/Crítica)
- Arquitectura
- Artes Decorativas
- Design
- Pintura
- Escultura
- Fotografia
- Cinema
- Música
- Dança
- Moda

- [42]
- [43]
- [44]
- [45]
- [46]
- [47]
- [48]
- [49]
- [50]
- [51]
- [52]
- [53]
- [54]
- [55]
- [56]
- [57]
- [58]
- [59]
- [60]
- [61]
- [62]
- [63]
- [64]
- [65]
- [66]
- [67]
- [68]
- [69]
- [70]
- [71]

Livros Práticos

- Animais
- Auto-Ajuda
- Bricolage
- Caça e Pesca
- Casa/Decoração
- Coleccionismo
- Desporto
- Gastronomia/Cozinha/Enologia
- Jardinagem/Plantas
- Jogos de sociedade/Passatempos
- Natureza
- Puericultura/Gravidez
- Saúde e Bem-estar
- Transportes
- Guias de conversação
- Guias/roteiros de viagem
- Guias de restauração/hotelaria
- Monografias sobre países, cidades

- [72]
- [73]
- [74]
- [75]
- [76]
- [77]
- [78]
- [79]
- [80]
- [81]
- [82]
- [83]
- [84]
- [85]
- [86]
- [87]
- [88]
- [89]
- [90]
- [91]
- [92]
- [93]
- [94]
- [95]
- [96]
- [97]
- [98]
- [99]
- [100]

Outras categorias editoriais

↳ Quais?

- [101]
- [102]
- [103]
- [104]
- [105]
- [106]
- [107]
- [108]

ME15. Indique a distribuição do total de títulos em stock e das aquisições de títulos em 2007 por género editorial.

(VER CONTEÚDO DOS GÉNEROS EDITORIAIS NO FIM DO QUESTIONÁRIO)

Género editorial	Total de títulos em stock	Títulos em stock adquiridos em 2007
Livro Escolar	% [1]	% [2]
Técnico e Científico	% [3]	% [4]
Ciências Sociais e Humanas	% [5]	% [6]
Religião e Esoterismo	% [7]	% [8]
Dicionários/Enciclopédias	% [9]	% [10]
Literatura	% [11]	% [12]
Actualidades e Ensaios	% [13]	% [14]
Infantil e Juvenil	% [15]	% [16]
Banda Desenhada	% [17]	% [18]
Arte	% [19]	% [20]
Livros Práticos	% [21]	% [22]
Outros	% [23]	% [24]
Não é possível determinar	% [25]	% [26]
Total	1 0 0 %	1 0 0 %

Os valores de referência são os assinalados na ME13.

ME15.1. Do total de títulos em stock e dos adquiridos em 2007 que percentagem corresponde a:

Tipo de livros	Títulos em stock	Títulos em stock adquiridos em 2007
Livros Estrangeiros (<i>em língua estrangeira</i>)	% [1]	% [2]
Livros em 2.ª Mão (<i>usados</i>)	% [3]	% [4]

Os valores de referência são os assinalados na ME13.

ME16. O estabelecimento divulga uma tabela/top de vendas?

Sim 1

Não..... 2 → Passar à ME17.

ME16.1. Se Sim, através de que meio(s) faz a sua divulgação?

(pode assinalar mais do que uma opção)

Estante na loja 1

Placard na loja 2

Material impresso 3

Página de internet 4

Newsletter electrónica 5

Outro(s) 6

↳ Qual(ais)? _____

V. FACTURAÇÃO E MERCADO DO LIVRO

ME17. Refira o volume de negócios registado pelo estabelecimento no ano de 2007. (valor expresso em euros sem casas decimais)..... €

Considere-se como volume de negócios o valor total apurado da facturação realizada pela empresa. O volume de negócios deverá incluir o valor de todas as actividades realizadas pela empresa em 2007.

EM CASO DE DÚVIDA VER DEFINIÇÃO NO FIM DO QUESTIONÁRIO.

ME18. Qual a distribuição percentual do volume de negócios em 2007?

Livro não escolar	_ _ _ %	[1]
Livro escolar	_ _ _ %	[2]
Jornais e revistas	_ _ _ %	[3]
Multimédia.....	_ _ _ %	[4]
Material de papelaria.....	_ _ _ %	[5]
Outros produtos.....	_ _ _ %	[6]
Serviços	_ _ _ %	[7]
Total	1 0 0 %	

O valor de referência é o assinalado para o volume de negócios na ME17.

ME19. Em termos de actividade comercial do produto livro (escolar e não escolar) refira para o ano de 2007.

Exemplares vendidos |_|·|_|_|_|·|_|_|_| (número) [1]

Volume de vendas.....|_|·|_|_|_|·|_|_|_| € [2]
(valor expresso em euros sem casas decimais)

O valor do volume de vendas deve ter em conta a dedução referente a descontos (no caso de se verificar) e imposto (IVA).

ME20. Indique a distribuição percentual do volume de vendas do produto livro por trimestre em 2007.

1º Trimestre	_ _ _ %	[1]
2º Trimestre	_ _ _ %	[2]
3º Trimestre	_ _ _ %	[3]
4º Trimestre	_ _ _ %	[4]
Total	1 0 0 %	

O valor de referência é o assinalado para o volume de vendas na ME19.

ME21. Indique a distribuição dos exemplares vendidos e do volume de vendas do produto livro por género em 2007. (VER CONTEÚDO DOS GÉNEROS EDITORIAIS NO FIM DO QUESTIONÁRIO)

Género editorial	Exemplares vendidos	Volume de vendas
Livro Escolar	% [1]	% [2]
Técnico e Científico	% [3]	% [4]
Ciências Sociais e Humanas	% [5]	% [6]
Religião e Esoterismo	% [7]	% [8]
Dicionários/Enciclopédias	% [9]	% [10]
Literatura	% [11]	% [12]
Actualidades e Ensaios	% [13]	% [14]
Infantil e Juvenil	% [15]	% [16]
Banda Desenhada	% [17]	% [18]
Arte	% [19]	% [20]
Livros Práticos	% [21]	% [22]
Outros	% [23]	% [24]
Não é possível determinar	% [25]	% [26]
Total	1 0 0 %	1 0 0 %

Os valores de referência são os assinalados para os exemplares vendidos e para o volume de vendas na ME19.

ME21.1. Do total de exemplares vendidos e do volume de vendas de 2007 que percentagem corresponde a:

Tipo de livros	Exemplares vendidos	Volume de vendas
Livros Estrangeiros (<i>em língua</i>)	% [1]	% [2]
Livros em 2.ª Mão (<i>usados</i>)	% [3]	% [4]

Os valores de referência são os assinalados para os exemplares vendidos e para o volume de vendas na ME19.

ME22. Assinale a distribuição percentual dos exemplares vendidos e do volume de vendas do produto livro por canal de comercialização em 2007.

Canal de comercialização	Exemplares vendidos	Volume de vendas
Directo (loja).....	% [1]	% [2]
Internet (on-line).....	% [3]	% [4]
Outro(s)		
↳ Qual(ais) _____	% [7]	% [8]
_____	% [9]	% [10]
_____	% [11]	% [12]
Total	1 0 0 %	1 0 0 %

Os valores de referência são os assinalados para os exemplares vendidos e para o volume de vendas na ME19.

VI. RECURSOS INFORMÁTICOS E PROMOÇÃO

ME23. O estabelecimento dispunha de computadores em 2007?

Sim 1 → Quantos? |__|__|__|

Não..... 2 → Passar à ME24.

ME23.1. Informatização dos serviços do estabelecimento.

(pode assinalar mais do que uma opção)

Catálogo em base de dados1

Gestão de stocks2

Contabilidade3

Encomendas4

Vendas.....5

Assinaturas.....6

Outro(s).....7

↳ Qual(ais)? _____

ME23.2. O estabelecimento tinha ligação à Internet em 2007?

Sim..... 1

Não..... 2

ME.24. O estabelecimento realizou alguma acção de marketing em 2007?

Sim 1

Não..... 2

ME24.1. Se sim, assinale qual(ais) a(s) realizada(s).

(pode assinalar mais do que uma opção)

Mailing dirigido.....1

Material impresso (*folhetos, desdobráveis, etc.*)2

Brindes.....3

Cartão cliente.....4

Cheque oferta.....5

Campanha de desconto/Promoção6

Venda em saldos.....7

Outro(s).....8

↳ Qual(ais)? _____

O questionário chegou ao fim.

Por favor verifique as suas respostas e coloque o questionário no **envelope RSF** juntamente com o Módulo Geral e envie-os logo que possível para o OAC.

Muito obrigado pela sua colaboração a qual constitui um importante contributo para o conhecimento sobre o sector do livro em Portugal.

Assinatura do responsável pelo preenchimento do questionário e carimbo da empresa _____

DEFINIÇÃO DOS PRINCIPAIS CONCEITOS (*por ordem alfabética*)

Ano de constituição – Corresponde, para as entidades sujeitas a registo comercial constituídas antes de 1 de novembro de 1986, ao ano da escritura de constituição e, para as constituídas após essa data, ao ano do registo comercial. Para as entidades não sujeitas a registo comercial, corresponde ao ano de publicação do diploma de criação, no caso de entidades constituídas por diploma legal, e ao ano de início de actividade, nos restantes casos (*MTSS/DGEEP - Quadros de Pessoal 2004, Instruções de preenchimento*).

Empresa – Entidade jurídica (pessoa singular e colectiva) correspondente a uma unidade organizacional de produção de bens e serviços, usufruindo de uma certa autonomia de decisão, nomeadamente quanto à afectação dos seus recursos correntes. Uma empresa exerce uma ou várias actividades, num ou vários locais (*Regulamento nº 696/93 de 15 de março, publicado no Jornal Oficial nº L 076 de 30-03-1993*).

Estabelecimento – Corresponde a uma empresa ou parte de uma empresa (fábrica, oficina, mina, armazém, loja, entreposto, sucursal, filial, agência, etc.) situada num local topograficamente identificado. Nesse local ou a partir dele exercem-se actividades económicas para as quais, regra geral, uma ou várias pessoas trabalham (eventualmente a tempo parcial), por conta da mesma empresa. A sede da empresa deve ser considerada como um estabelecimento (*IES/IRC - Declaração Anual, Anexo R – Indicações Gerais*).

Género editorial – É composto por 12 categorias que compreendem o seguinte conteúdo:

- **Livro Escolar:** pré-escolar, ensino regular – básico e secundário –, ensino recorrente, ensino profissional e material de apoio/complementar, pedagogia e formação de professores.
- **Técnico e Científico:** medicina, matemática, biologia, física, química, geologia, gestão de empresas, marketing, informática, etc. Inclui livros de divulgação, para ensino superior, uso profissional ou formação permanente nas áreas referidas.
- **Ciências Sociais e Humanas:** antropologia, filosofia, linguística, sociologia, economia, direito, psicologia, geografia, história, política, etc. Inclui livros de divulgação, para ensino superior, uso profissional ou formação permanente nas áreas referidas.
- **Religião e Esoterismo:** géneros literários religiosos, cristãos e não cristãos, textos fundamentais (Bíblia, Corão, ...), teologia, obras que tratam de ciências e práticas ocultas.
- **Dicionários/enciclopédias:** de português, de outras línguas, escolares, de sinónimos, enciclopédias gerais, temáticos (um ou mais volumes), em fascículos, etc.

- **Literatura:** romance (clássico, contemporâneo, policial, histórico, amor, ficção científica, fantástico, terror, erótico, humorístico, viagens, contos, lendas), poesia, teatro.
- **Actualidades e Ensaio:** documentos e reportagens sobre a actualidade e a vida política, memórias, biografias, ensaios, crítica, humor.
- **Infantil e Juvenil:** livros ilustrados, de actividades, álbuns para colorir, livros-brinquedo, documentários, ficção, para idades até 15 anos (exclui livros escolares).
- **Banda Desenhada:** álbuns, comics, manga, ilustração, erótica.
- **Arte:** história e crítica da arte, arquitectura, artes decorativas, design, pintura, escultura, fotografia, cinema, música, etc.)
- **Livros Práticos:** lazer e vida prática (guias de conversação, auto-ajuda, bricolage, gastronomia, cozinha, decoração, desporto, natureza, ambiente, animais, jardinagem, jogos de sociedade), guias de viagens, alojamento, restauração, monografias dedicadas a um país, região ou local, etc.
- **Outros:** Cartas geográficas, atlas, mapas, anuários, catálogos e obras não contempladas nos géneros anteriores.

Livro – A definição de livro a ter em conta no presente Inquérito é a que se encontra associada na Classificação Portuguesa das Actividades Económicas (CAE) à subclasse 22110 Edição de Livros por intermédio da Classificação de Produtos por Actividade (CPA) para a classe 22.11 Livros:

- 22.11.1 – Livros, brochuras e impressos semelhantes, em folhas soltas.
- 22.11.2 – Livros, brochuras e impressos semelhantes; em suportes impresso e electrónico.
- 22.11.3 – Dicionários e enciclopédias, mesmo em fascículos; em suportes impresso e electrónico.
- 22.11.4 – Atlas e outras obras cartográficas impressas, sob a forma de livros e brochuras; em suportes impresso e electrónico.
- 22.11.5 – Globos, mapas e outras obras cartográficas, excepto em forma de livros; em suportes impresso e electrónico.
- 22.11.6 – Venda de espaço publicitário em livros, em suportes impresso ou electrónico.

(Regulamento nº 204/2002 de 19 de Dezembro, publicado no Jornal Oficial nº L 036, de 06/02/2002).

Natureza jurídica – Natureza da entidade, de acordo com o seu acto de constituição/instituição jurídica. Se pessoa singular, indique essa natureza (*MTSS/DGEEP - Quadros de Pessoal 2004, Instruções de preenchimento*).

Pessoal ao serviço – Deve incluir o pessoal que trabalha para a empresa e que recebe uma remuneração em dinheiro ou em espécie como contrapartida do trabalho prestado (incluindo os sócios), o pessoal que trabalha para a empresa sem usufruir qualquer tipo de remuneração (ex: sócios trabalhadores, trabalhadores familiares), o pessoal ausente por um período não superior a um mês (ex: doença, férias, formação profissional) e o pessoal de outras empresas que se encontre a

trabalhar na empresa, sendo por esta directamente remunerado. Não deve incluir o pessoal a trabalhar na empresa cuja remuneração é suportada por outra entidade, os prestadores de serviços (profissionais liberais), o pessoal da empresa ausente por um período superior a um mês (ex: doença, serviço militar obrigatório, licença sem vencimento) e o pessoal com vínculo à empresa deslocado para outras empresas, sendo nessas directamente remunerado (*IES/IRC - Declaração Anual, Anexo A, Indicações Gerais*).

Título – Designação de publicação impressa que constitui um todo distinto, quer conste de um, quer de vários volumes. As versões dum mesmo título publicadas em diferentes línguas num país são consideradas títulos diferentes (*INE/CSE a partir da Norma Portuguesa - 712/1968*).

Volume de Negócios – Valor total da facturação, com exclusão do IVA, realizada pela empresa, correspondente à venda de mercadorias, produtos acabados e intermédios, subprodutos, desperdícios, resíduos e refugos (contas POC 711, 712 e 713) e à prestação de serviços a terceiros (contas POC 721, 722, 723, 724 e 725). Ao valor da facturação, devem ser deduzidas as devoluções, descontos e abatimentos (contas POC 717, 718 e 728) e consideradas todas as outras taxas, encargos ou despesas que recaiam sobre os produtos e que devam ser imputadas ao cliente, ainda que facturadas separadamente (*MTSS/DGEEP - Quadros de Pessoal 2004, Instruções de preenchimento*).

ANEXO 4
OFÍCIOS DE ENVIO DO INQUÉRITO

OFÍCIO - EMPRESAS DA EDIÇÃO COMO ACTIVIDADE PRINCIPAL



Avenida Conselheiro Fernando de Sousa, 21 A – 3º
1070-072 LISBOA – PORTUGAL
Telefone: [+351] 213 219 860 | Fax: [+351] 213 429 697
info@oac.pt | www.oac.pt

Assunto: Inquérito ao Sector do Livro

N/ Ref.ª: ISL/E

Exmo(a) Senhor(a) Administrador(a),

Como possivelmente será do seu conhecimento, está em curso no Observatório das Actividades Culturais (OAC) o Inquérito ao Sector do Livro (ISL), uma encomenda do Ministério da Cultura.

O ISL visa recolher informação que permita um melhor conhecimento do sector do livro nas vertentes da edição e da comercialização. Para além do levantamento de informação em fontes já disponíveis – e cuja apresentação pública ocorreu em Janeiro passado em Lisboa – o estudo inclui a recolha de informação através da aplicação de questionários às empresas.

Junto envio o questionário cujo preenchimento desde já agradecemos. Os dados recolhidos são confidenciais e serão utilizados apenas para tratamento estatístico por parte do OAC. Os resultados a difundir serão anónimos.

Agradecemos que a devolução seja efectuada o mais brevemente possível, não devendo, em todo o caso, ultrapassar o dia 31 de Maio do corrente ano.

Caso necessite de esclarecimentos ou informações adicionais por favor não hesite em contactar o Responsável pelo projecto, Dr. José Soares Neves, ou um dos elementos da equipa do Projecto cujos nomes e contactos se encontram na folha de rosto do questionário.

Lisboa, 23 de Abril de 2008

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'José Machado Pais'. The signature is fluid and cursive, written over a horizontal line.

O Presidente do OAC
José Machado Pais

O OAC é uma Associação sem fins lucrativos, fundada em 1996, tendo por associados fundadores o Ministério da Cultura, o Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa e o Instituto Nacional de Estatística. Ocupa-se da produção e difusão de conhecimentos que possibilitem dar conta, de uma forma sistemática e regular, das transformações no domínio das actividades culturais.

OFÍCIO - EMPRESAS DO COMÉRCIO A RETALHO DE LIVROS



Avenida Conselheiro Fernando de Sousa, 21 A – 3º
1070-072 LISBOA – PORTUGAL
Telefone: [+351] 213 219 860 | Fax: [+351] 213 429 697
info@oac.pt | www.oac.pt

Assunto: Inquérito ao Sector do Livro

N/ Ref.ª: ISL/C

Exmo(a) Senhor(a) Administrador(a),

Como possivelmente será do seu conhecimento, está em curso no Observatório das Actividades Culturais (OAC) o Inquérito ao Sector do Livro (ISL), uma encomenda do Ministério da Cultura.

O ISL visa recolher informação que permita um melhor conhecimento do sector do livro nas vertentes da edição e da comercialização. Para além do levantamento de informação em fontes já disponíveis – e cuja apresentação pública ocorreu em Janeiro passado em Lisboa – o estudo inclui a recolha de informação através da aplicação de questionários às empresas.

Junto envio o questionário cujo preenchimento desde já agradecemos. Os dados recolhidos são confidenciais e serão utilizados apenas para tratamento estatístico por parte do OAC. Os resultados a difundir serão anónimos.

Agradecemos que a devolução seja efectuada o mais brevemente possível, não devendo, em todo o caso, ultrapassar o dia 31 de Maio do corrente ano.

Caso necessite de esclarecimentos ou informações adicionais por favor não hesite em contactar o Responsável pelo projecto, Dr. José Soares Neves, ou um dos elementos da equipa do Projecto cujos nomes e contactos se encontram na folha de rosto do questionário.

Lisboa, 23 de Abril de 2008

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'José Machado Pais'. The signature is fluid and cursive, with a horizontal line underneath it.

O Presidente do OAC
José Machado Pais

O OAC é uma Associação sem fins lucrativos, fundada em 1996, tendo por associados fundadores o Ministério da Cultura, o Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa e o Instituto Nacional de Estatística. Ocupa-se da produção e difusão de conhecimentos que possibilitem dar conta, de uma forma sistemática e regular, das transformações no domínio das actividades culturais.

OFÍCIO - EMPRESAS DA EDIÇÃO COM OUTRA ACTIVIDADE PRINCIPAL



Avenida Conselheiro Fernando de Sousa, 21 A – 3º
1070-072 LISBOA – PORTUGAL
Telefone: [+351] 213 219 860 | Fax: [+351] 213 429 697
info@oac.pt | www.oac.pt

Assunto: Inquérito ao Sector do Livro
N/ Ref.ª: ISL/E04

Exmo(a) Senhor(a) Administrador(a),

Como possivelmente será do seu conhecimento, está em curso no Observatório das Actividades Culturais (OAC) o Inquérito ao Sector do Livro (ISL), uma encomenda do Ministério da Cultura.

O ISL visa recolher informação que permita um melhor conhecimento do sector do livro nas vertentes da edição e da comercialização. Para além do levantamento de informação em fontes já disponíveis – e cuja apresentação pública ocorreu em Janeiro passado em Lisboa – o estudo inclui a recolha de informação através da aplicação de questionários às empresas.

Junto envio o questionário cujo preenchimento desde já agradecemos. Os dados recolhidos são confidenciais e serão utilizados apenas para tratamento estatístico por parte do OAC. Os resultados a difundir serão anónimos.

Agradecemos que a devolução seja efectuada o mais brevemente possível, de preferência antes de 31 de Julho do corrente ano.

Caso necessite de esclarecimentos ou informações adicionais por favor não hesite em contactar o Responsável pelo projecto, Dr. José Soares Neves, ou um dos elementos da equipa do Projecto cujos nomes e contactos se encontram na folha de rosto do questionário.

Lisboa, 17 de Junho de 2008

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'José Machado Pais'. The signature is fluid and cursive, written over a horizontal line.

O Presidente do OAC
José Machado Pais

O OAC é uma Associação sem fins lucrativos, fundada em 1996, tendo por associados fundadores o Ministério da Cultura, o Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa e o Instituto Nacional de Estatística. Ocupa-se da produção e difusão de conhecimentos que possibilitem dar conta, de uma forma sistemática e regular, das transformações no domínio das actividades culturais.

ANEXO 5
LISTAGEM DAS EMPRESAS QUE RESPONDERAM
AO INQUÉRITO

Listagem das empresas que responderam ao Inquérito

Empresas da Edição como atividade principal

Designação social	Concelho	Situação atividade
7 Dias 6 Noites - Editores Unipessoal, Lda.	Vila Nova de Gaia	Em atividade
90 Graus Editora Lda.	Lisboa	Em atividade
A Esfera dos Livros Unipessoal, Lda.	Lisboa	Em atividade
Alêtheia Editores SA.	Óbidos	Em atividade
Areal Editores, SA.	Porto	Em atividade
Ariadne Editora, Lda.	Aveiro	Em atividade
B Shift Unipessoal Lda.	Loulé	Em atividade
Boca - Palavras que Alimentam, Lda.	Lisboa	Em atividade
Caixotim - Edição de Livros Unipessoal, Lda.	Porto	Em atividade
Cavalo de Ferro Editores, Lda.	Lisboa	Em atividade
Didáctica Editora, SA.	Lisboa	Em atividade
Do Impensável - Projecto de Atitudes Culturais, Lda.	Vila Nova de Famalicão	Em atividade
Edições 70, Lda.	Coimbra	Em atividade
Edições Livro Directo, Lda.	Maia	Em atividade
Edições Tinta-da-China, Lda.	Lisboa	Em atividade
Editorial 100, Lda.	Vila Nova de Gaia	Em atividade
Editorial Bizâncio, Lda.	Lisboa	Em atividade
Editorial Novembro - Edições Cão Menor, Lda.	Santo Tirso	Em atividade
Editorial Perpétuo Socorro Unipessoal, Lda.	Vila Nova de Gaia	Em atividade
Editorial Presença, Lda.	Oeiras	Em atividade
Editorial Teorema, SA.	Lisboa	Em atividade
Everest Editora, Lda.	Sintra	Em atividade
Fronteira do Caos Editores Lda.	Porto	Em atividade
Gente Singular, Editora Lda.	Olhão	Em atividade
Gostar - Editora e Produções Didácticas, Lda.	Aveiro	Em atividade
Guerra e Paz Editores, SA.	Lisboa	Em atividade
Homem à Janela Editores, Lda.	Arganil	Em atividade
Infocontab Edições, Lda.	Braga	Em atividade
K Editora, Lda.	Sintra	Em atividade
Lisboa Editora, SA.	Lisboa	Em atividade
Livros Horizonte, Sociedade Comercial, Lda.	Lisboa	Em atividade
Mar de Letras Editora, Lda.	Mafra	Em atividade
Notação XXI, Edições de Música, Lda.	Oeiras	Em atividade
Oficina do Livro, Sociedade Editorial, Lda.	Oeiras	Em atividade
Opera Omnia - Unipessoal, Lda.	Guimarães	Em atividade
Parceria António Maria Pereira, Livraria Editora, Lda.	Lisboa	Em atividade
Plátano Editora, SA.	Lisboa	Em atividade
Porto Editora, Lda.	Porto	Em atividade
Publicações Maitreya Unipessoal, Lda.	Porto	Em atividade
Quimera Editores, Lda.	Lisboa	Em atividade
Roma Editora, Lda.	Lisboa	Em atividade
Série B, Lda.	Parede	Em atividade
Sextante Editora - Iniciativas Editoriais Livreas Lda.	Lisboa	Em atividade

Designação social	Concelho	Situação atividade
Textiverso - Unipessoal, Lda.	Alcochete	Em atividade
Tipografia Exemplo - Artes Gráficas, Lda.	Tarouca	Em atividade
Búzio - Editora, Lda.	Santa Comba Dão	Atividade suspensa
Distribuidora de Livros Vamos Ler, Lda.	Lisboa	Atividade suspensa
Editora Luz da Vida, Lda.	Coimbra	Atividade suspensa
Espírito do Sol - Editora de Publicações e Promoção de Eventos Lda.	Lisboa	Atividade suspensa
Moinho Velho - Loja de Edição, Lda.	Lisboa	Atividade suspensa
Edições Nelson de Matos, Sociedade Unipessoal, Lda.	Lisboa	Início de atividade
Tecto de Nuvens, Edições e Artes Gráficas, Lda.	Porto	Início de atividade
Edições Flumen, Unipessoal Lda.	Matosinhos	Outra atividade/outros produtos
Livraria Petrony	Lisboa	Outra atividade/outros produtos
Maglepress Lda.	Almada	Outra atividade/outros produtos
Sofoto, Comércio e Gestão de Imagens Lda.	Cascais	Outra atividade/outros produtos

Empresas da Edição com outra atividade principal

Designação social	Concelho	Situação atividade
A. Faria - Edição Electrónica, Lda.	Amadora	Em atividade
Campo da Comunicação S.A.	Lisboa	Em atividade
DECO Proteste, Editores, Lda.	Lisboa	Em atividade
Edições Almedina SA.	Coimbra	Em atividade
Edições Colibri	Lisboa	Em atividade
Edições Convite à Música, Lda.	Santa Comba Dão	Em atividade
Fim de Século - Edições, Sociedade Unipessoal, Lda.	Lisboa	Em atividade
Fubu Editores, SA.	Vila Nova de Gaia	Em atividade
Girassol Edições, Lda.	Sintra	Em atividade
Instituto Missionário Filhas de S. Paulo.	Lisboa	Em atividade
Livraria Arnado, Lda.	Coimbra	Em atividade
Paulo da Costa Domingos	Lisboa	Em atividade
Paulus Editora - Sociedade Unipessoal Limitada.	Lisboa	Em atividade
Província Portuguesa dos Padres Missionários Capuchinhos	Lisboa	Em atividade
Publindustria, Produção de Comunicação, Lda.	Porto	Em atividade
Sebenta - Editora e Distribuidora, SA.	Oeiras	Em atividade
Tribuna da História - Edição de Livros e Revistas, Lda.	Lisboa	Em atividade
Editorial Confluência, Lda.	Lisboa	Atividade suspensa
Edições Texto & Grafia, Lda.	Lisboa	Início de atividade

Empresas do Comércio a retalho de livros

Designação social	Concelho	Situação atividade
A. Gameiro e Sousa, Lda.	Leiria	Em atividade
Alexandra e Cláudia Ribeiro, Lda.	Porto	Em atividade
Barreira e Borges, Lda.	Chaves	Em atividade
Bdmania - Representações, Distribuição e Comércio, Lda.	Lisboa	Em atividade
Belbrinca, Comércio de Artigos de Livraria, Lda.	Sines	Em atividade
Bluemel, Lda.	Sines	Em atividade
Buecherstube, Unipessoal Lda.	Porto	Em atividade
Caeiro & Silva, Lda.	Porto	Em atividade
Caminhos do Saber, Unipessoal Lda.	Ovar	Em atividade
Cecílio Cachada Magalhães, Herdeiros	Barcelos	Em atividade
Contraste - Livraria, Papelaria e Discoteca, Lda.	Porto	Em atividade
Estúdio do Livro Unipessoal, Lda.	Figueira da Foz	Em atividade
Fabula Urbis	Lisboa	Em atividade
Fonte de Letras, Livraria Unipessoal, Lda.	Montemor-o-Novo	Em atividade
Fontenova, Livraria e Papelaria, Lda.	Vila Nova de Famalicão	Em atividade
Gesticultural Livrarias, Lda.	Portimão	Em atividade
Herdeiros de Jorge Manuel Martins Dias	Braga	Em atividade
In Folio - Sociedade Cultural Açoriana, Lda.	Angra do Heroísmo	Em atividade
Joaquim Machado, SA.	Coimbra	Em atividade
L. Santos & M. Brito, Lda.	Lisboa	Em atividade
L.T.M Livraria Técnica da Madeira	Funchal	Em atividade
Libritalia, Lda.	Lisboa	Em atividade
Livraria 4I, Lda.	Palmela	Em atividade
Livraria Buchholz, Lda.	Lisboa	Em atividade
Livraria do Post - Seminário de Angra, Unipessoal, Lda.	Angra do Heroísmo	Em atividade
Livraria Ferin Lda.	Lisboa	Em atividade
Livraria Galileu S.A.	Cascais	Em atividade
Livraria Letra Livre Lda.	Lisboa	Em atividade
Livraria Orfeu Rebelde, Lda.	Porto Santo	Em atividade
Livraria Papelaria Nova Régua Lda.	Peso da Régua	Em atividade
Luís Augusto Morais, Lda.	Bragança	Em atividade
M. Ferreira Soares, Lda.	Porto	Em atividade
Manuel Ferreira e Gomes, Lda.	Porto	Em atividade
Nova Variante - Comercialização de Livros, Lda.	Porto	Em atividade
Oliveira & Vaz, Lda.	Lamego	Em atividade
Orlando Figueiredo e André, Lda.	Lisboa	Em atividade
Orvil, Livraria e Papelaria Lda.	Loures	Em atividade
Paulo Alexandre Falcão Teixeira	Arcos de Valdevez	Em atividade
Poetria - Livraria Temática de Poesia e Teatro Lda.	Porto	Em atividade
Pop People, Lda.	Oliveira de Azeméis	Em atividade
Ramos & Amaro Lda.	Setúbal	Em atividade
Salta Folhinhas, Comércio de Livros e Animação Cultural Lda.	Porto	Em atividade
Sementes de Mudança - Comércio de Livros Unipessoal, Lda.	Évora	Em atividade
Sétima Dimensão, Comércio de Livros e Informática Unipessoal Lda.	Funchal	Em atividade
Sousa, Sobrinho e Freixo, Lda.	Coimbra	Em atividade

Designação social	Concelho	Situação atividade
Tecnociência, Representações Técnicas e Didáticas	Salvaterra de Magos	Em atividade
Tintas e Letras - Divulgação Cultural, Lda.	Alpiarça	Em atividade
Unisocipar Livraria Papelaria Lda.	Loulé	Em atividade
Vício das Letras - Livraria e Actividades Culturais, Lda.	Santa Maria da Feira	Em atividade
Central Magazine Culture, Lda.	Porto	Atividade suspensa
Carlos Freitas e Pereira, Lda.	Funchal	Outra atividade
PG & LM - Comunicações, livros, cd's e multimédia, Lda.	Santa Comba Dão	Outra atividade

ANEXO 6
LISTAGEM DOS GÊNEROS E CATEGORIAS EDITORIAIS

LISTAGEM DOS GÊNEROS E CATEGORIAS EDITORIAIS

Livro Escolar	Religião e Esoterismo	Arte
Pré-escolar e Básico 1º Ciclo	Religião	Arte (História/Crítica)
Básico 2º e 3º Ciclo	Esoterismo/Ocultismo	Arquitetura
Secundário	Dicionários/Enciclopédias	Artes Decorativas
Técnico e Profissional	Dicionários de português	Design
Auxiliares/apoio escolar	Dicionários de línguas estrangeiras	Pintura
Pedagogia e formação de professores	Dicionários técnicos	Escultura
Técnico e Científico	Enciclopédias gerais	Fotografia
Agronomia	Enciclopédias temáticas	Cinema
Astronomia	Literatura	Música
Biologia	Clássicos	Dança
Botânica	Contemporâneos	Moda
Ecologia	Policial/Espionagem	Livros Práticos
Geologia	Histórico	Animais
Zoologia	Romance de Amor	Autoajuda
Eletrônica	Ficção Científica	Bricolage
Engenharia	Fantástico	Caça e Pesca
Física	Terror	Casa/Decoração
Matemática	Humor	Colecionismo
Mecânica	Viagem	Desporto
Química	Erótica	Gastronomia/Cozinha/Enologia
Enfermagem	Poesia	Jardinagem/Plantas
Farmácia	Teatro	Jogos de sociedade/Passatempos
Medicina	Atualidades e Ensaios	Natureza
Medicinas Alternativas	Crônicas/Reportagens	Puericultura/Gravidez
Veterinária	Vida política	Saúde e Bem-estar
Contabilidade	Biografias/Memórias	Transportes
Administração	Ensaios/Análise/Crítica	Guias de conversação
Economia/Finanças	Infantil e Juvenil	Guias/roteiros de viagem
Gestão	Infantil	Guias de restauração/hotelaria
Informática	Juvenil	Monografias sobre países, cidades
Marketing/Publicidade	Banda Desenhada	Outras categorias editoriais
Divulgação Científica	Banda desenhada juvenil	
Ciências Sociais e Humanas	Banda desenhada adultos	
Antropologia	Manga	
Comunicação/Jornalismo	Comics	
Direito		
Filosofia		
Geografia		
História		
Pedagogia/Educação		
Política/Ciência Política		
Psicologia		
Sociologia		

ANEXO 7
EDIÇÃO – FREQUÊNCIA DAS CATEGORIAS EDITORIAIS

EDIÇÃO - FREQUÊNCIA DAS CATEGORIAS EDITORIAIS

Categorias editoriais	Editoras	Porcentagem
Livro Escolar		
Pré-escolar e Básico 1º Ciclo	7	12,3
Básico 2º e 3º Ciclo	8	14,0
Secundário	6	10,5
Técnico e Profissional	5	8,8
Auxiliares/apoio escolar	11	19,3
Pedagogia e formação de professores	10	17,5
Técnico e Científico		
Agronomia	2	3,5
Astronomia	6	10,5
Biologia	8	14,0
Botânica	3	5,3
Ecologia	7	12,3
Geologia	4	7,0
Zoologia	3	5,3
Eletrônica	4	7,0
Engenharia	4	7,0
Física	5	8,8
Matemática	5	8,8
Mecânica	4	7,0
Química	5	8,8
Enfermagem	5	8,8
Farmácia	1	1,8
Medicina	7	12,3
Medicinas Alternativas	2	3,5
Veterinária	1	1,8
Contabilidade	5	8,8
Administração	2	3,5
Economia/Finanças	10	17,5
Gestão	8	14,0
Informática	4	7,0
Marketing/Publicidade	5	8,8
Divulgação Científica	5	8,8
Ciências Sociais e Humanas		
Antropologia	8	14,0
Comunicação/Jornalismo	13	22,8
Direito	10	17,5
Filosofia	20	35,1
Geografia	8	14,0
História	23	40,4
Pedagogia/Educação	18	31,6
Política/Ciência Política	15	26,3
Psicologia	12	21,1
Sociologia	11	19,3

Categorias editoriais	Editoras	Percentagem
Religião e Esoterismo		
Religião	17	29,8
Esoterismo/Ocultismo	7	12,3
Dicionários/Enciclopédias		
Dicionários de português	9	15,8
Dicionários de línguas estrangeiras	7	12,3
Dicionários técnicos	6	10,5
Enciclopédias gerais	2	3,5
Enciclopédias temáticas	4	7,0
Literatura		
Clássicos	22	38,6
Contemporâneos	22	38,6
Policial/Espionagem	4	7,0
Histórico	19	33,3
Romance de Amor	14	24,6
Ficção Científica	2	3,5
Fantástico	3	5,3
Terror	2	3,5
Humor	10	17,5
Viagem	6	10,5
Erótica	4	7,0
Poesia	19	33,3
Teatro	10	17,5
Atualidades e Ensaios		
Crônicas/Reportagens	8	14,0
Vida política	7	12,3
Biografias/Memórias	22	38,6
Ensaios/Análise/Crítica	18	31,6
Infantil e Juvenil		
Infantil	25	43,9
Juvenil	21	36,8
Banda Desenhada		
Banda desenhada juvenil	5	8,8
Banda desenhada adultos	4	7,0
Manga	1	1,8
Comics	2	3,5
Arte		
Arte (História/Crítica)	11	19,3
Arquitetura	8	14,0
Artes Decorativas	3	5,3
Design	4	7,0
Pintura	9	15,8
Escultura	2	3,5
Fotografia	12	21,1
Cinema	5	8,8
Música	8	14,0
Dança	1	1,8
Moda	1	1,8

Categorias editoriais	Editoras	Porcentagem
Livros Práticos		
Animais	6	10,5
Autoajuda	12	21,1
Bricolage	5	8,8
Caça e Pesca	3	5,3
Casa/Decoração	3	5,3
Colecionismo	2	3,5
Desporto	8	14,0
Gastronomia/Cozinha/Enologia	11	19,3
Jardinagem/Plantas	4	7,0
Jogos de sociedade/Passatempos	6	10,5
Natureza	4	7,0
Puericultura/Gravidez	7	12,3
Saúde e Bem-estar	10	17,5
Transportes	1	1,8
Guias de conversação	2	3,5
Guias/roteiros de viagem	4	7,0
Guias de restauração/hotelaria	1	1,8
Monografias sobre países, cidades, etc.	3	5,3
Outras categorias editoriais		
Agendas	1	1,8
Almanaque	1	1,8
Documentos da igreja	1	1,8
Coletâneas	1	1,8
Teologia	1	1,8
Jogos de afetos	1	1,8
Livros dos dias	1	1,8
Não Resposta	1	1,8
Total	57	

