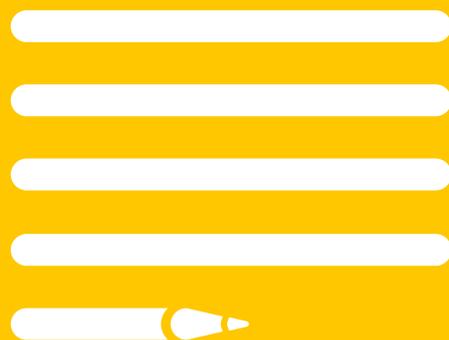




# BALANÇO SOCIAL

2007-2017

Quem somos, o que fazemos, em que acreditamos e como revolucionamos a forma de produzir conteúdo e praticar responsabilidade social na nossa primeira década de história





## DISSERAM QUE ERA IMPOSSÍVEL, ENTÃO A GENTE FOI LÁ E FEZ

### COMPLETAR 10 ANOS É PARA POUCOS.

De cada dez empresas criadas no Brasil, seis são fechadas após cinco anos de atividade\*. No mercado de mídia impressa, em que atuamos, a realidade foi ainda mais dura: em todo o mundo, o segmento enfrenta uma grave crise de modelo, com quedas contínuas de circulação e de faturamento publicitário, fechamentos de editoras e de títulos tradicionais, demissões em massa e precarização do trabalho\*\*. Há uma permanente sensação de fim dos tempos, já enfrentada antes por outras gerações diante de novas tecnologias que mudaram hábitos de consumo de conteúdo, como a TV diante da rádio – desta vez, é o papel que parece que vai morrer.

Enquanto isso, a MOL cresceu, ano após ano. Chegamos à nossa primeira década consolidados e com números incríveis: **mais de 10 milhões de exemplares vendidos, alguns títulos entre as maiores circulações pagas do Brasil** e uma eficiência de vendas e logística que leva publicações a esgotar recorrentemente mais de 98% das tiragens. Tudo com conteúdo original, de qualidade e preços muito acessíveis para o leitor – nossas revistas custam no máximo R\$ 4,90. E dá pra ganhar dinheiro com isso? Ah, se dá: nesses 10 anos, **arrecadamos e doamos mais de R\$ 20 milhões a 33 ONGs e instituições beneficentes** e nos sustentamos como uma companhia muito bem estruturada, impecável nas obrigações legais (como só 14% das empresas brasileiras podem se orgulhar\*\*\*), auditada e rentável, que gerou R\$ 1 de lucro operacional para cada R\$ 5 doados – e, em 2016, pagou dois salários extras como participação nos dividendos a todos os funcionários.

Como é possível? Bom, basicamente, **nós rasgamos todas as fórmulas do mercado editorial e inventamos outro modelo de negócio**. Se ninguém mais vai a bancas, nós vamos até onde as pessoas estão: vendemos em farmácias, supermercados, pet shops, lojas de brinquedos ou de material de construção. Se o custo de distribuição é o que encarece a leitura, encontramos uma maneira de eliminá-lo, usando estruturas que já existem de grandes parceiros varejistas. Se a venda de publicidade não garante sobrevivência aos veículos, a dispensamos, em troca de nos garantir apenas pelo (imenso) volume de vendas. Se ninguém mais aguenta ler sobre as mesmas celebridades, contamos histórias de pessoas anônimas incríveis. Se revista e livro

não vendem mais, pois não – o que oferecemos são experiências de microdoação para causas em que se ganha, em troca, um ótimo produto editorial, que vale bem mais do que o que se pagou.

**E entendemos que um novo modelo só seria possível trabalhando junto com quem também tinha desafios de comunicação pela frente.** Então, se as ONGs sofrem para arrecadar contribuições só passando o chapéu e sonham com fontes recorrentes de apoio, criamos um produto perfeito. Se as empresas precisam fazer projetos de responsabilidade social que consigam mobilizar clientes, funcionários e sociedade ao mesmo tempo, carregando sua causa e marca – mas sem investir, porque dinheiro nunca há –, temos uma solução completa. Se o mundo inteiro parece estar carente de um propósito, nós temos um, e ele nos conecta em relações ganha-ganha com toda a cadeia de valor: o que fazemos é bom pra todo mundo: quem compra, quem vende, quem lê, quem recebe o apoio.

E, assim, **nós criamos os produtos socioeditoriais – e, projeto a projeto, edição a edição, seguimos aperfeiçoando essa ideia.** De “apenas” uma editora produtora de conteúdo – o que, sem modéstia, fazemos muito bem, com um jornalismo positivo de massa inovador – viramos também especialistas em uma operação complexa de varejo, que inclui inteligência logística, gestão de categoria, treinamento de vendas, marketing de causa, merchandising no PDV, relações públicas, redes sociais... e mais novas habilidades que ganhamos a cada edição.

Como desde o primeiro dia da MOL, quando éramos um punhado de moleques de 20 e poucos anos com muitas boas intenções e poucos conhecimentos práticos, nós aprendemos fazendo. Inventamos projetos e colocamos na rua, estudamos nossos sucessos e lidamos com nossas frustrações, ouvimos nossos parceiros e construímos absolutamente tudo a muitas mãos. **É um trabalho intenso e apaixonante, que nos deixou, nessa última década, ocupados demais fazendo para que saíssemos por aí contando.** Agora, no nosso aniversário, sentimos que chegou a hora de um balanço. E estamos muito orgulhosos dos resultados. Esperamos que você também fique, pois, de alguma forma, contribuiu para eles.

Obrigada pela companhia e boa leitura,

**Os sócios**

# O QUE FAZEMOS?

Nossa especialidade é algo que nós mesmos inventamos, há 10 anos: os projetos socioeditoriais. São produtos impressos de conteúdo – revistas, livros, calendários, guias e o que mais a gente imaginar – que fazem o bem de maneira extraordinária, seguindo estes sete princípios:

**1** NOSSOS PROJETOS SEMPRE **DOAM PARTE DO VALOR** DE CAPA PARA APOIAR ONGS QUE LUTAM POR GRANDES CAUSAS.

## PARA ONDE VAI O DINHEIRO?

Para instituições sérias que trabalham para melhorar a vida das pessoas. **A causa e o público da ONG beneficiada sempre têm relação com a atuação da marca parceira do projeto e com o conteúdo da publicação.** Podem ser desde grandes organizações nacionalmente conhecidas, como a AACD e o Instituto Ayrton Senna, até entidades de atuação local, como casas de apoio à terceira idade. *(Conheça as causas e as instituições que apoiamos na página 20.)*

**2** NOSSOS PRODUTOS SÃO VENDIDOS POR PREÇOS ABAIXO DOS DO MERCADO TRADICIONAL, PARA **DEMOCRATIZAR O ACESSO À LEITURA.**

**3** SÓ PUBLICAMOS **CONTEÚDO POSITIVO:** HISTÓRIAS REAIS INSPIRADORAS, JORNALISMO PARA A CIDADANIA E FAÇA VOCÊ MESMO PELA QUALIDADE DE VIDA.

**4** VIABILIZAMOS OS PROJETOS POR MEIO DE **PARCERIAS COM MARCAS, EM MODELOS DE NEGÓCIO INOVADORES,** QUE APROVEITAM RECURSOS JÁ DISPONÍVEIS.

**5** CRIAMOS E GERIMOS TODOS OS PROJETOS DE PONTA A PONTA, DO MODELO DE NEGÓCIO À PRODUÇÃO EDITORIAL, DA DISTRIBUIÇÃO AO TREINAMENTO DE VENDAS, GARANTINDO **RESULTADOS INCRÍVEIS.**

**6** SOMOS **AUDITADOS E TRANSPARENTES** DO INÍCIO AO FIM: NA GRÁFICA, NAS VENDAS, NAS DOAÇÕES, NA PRESTAÇÃO DE CONTAS PÚBLICAS.

**7** É SEMPRE **UM GANHA-GANHA:** PARA A MOL, AS MARCAS, OS LEITORES, AS ONGS, A SOCIEDADE. TUDO O QUE FAZEMOS **TEM DE SER BOM PARA TODOS.**

## O QUE A MARCA GANHA COM ISSO?

Uma ação social e de marketing customizada de acordo com seu público e seus valores. **Parceiros varejistas, responsáveis pela venda do produto ao consumidor final, não precisam desembolsar nenhum centavo.** Basta aproveitar os recursos já disponíveis – de PDV, distribuição, comunicação, força de vendas... O resultado é uma ação de branded content de massa, com alto resultado social, que envolve toda a cadeia de valor e os stakeholders da rede. E não só varejistas podem participar: **qualquer empresa pode ser parceira de um projeto socioeditorial, atuando como patrocinadora.** Ela pode anunciar em publicações que já existem ou investir na criação de um novo produto, que levará sua marca. Neste caso, a empresa recebe uma tiragem exclusiva da publicação, para distribuir para seu público interno ou externo. *(Conheça as marcas que trabalham com a gente na página 24.)*

## COMO A MOL GANHA DINHEIRO?

Fazendo projetos socioeditoriais! Não somos uma ONG, **somos um negócio social. Ou seja: uma empresa que tem como objetivo causar impacto positivo na sociedade,** ajudando quem precisa. Todos os nossos produtos geram doações para entidades que trabalham por grandes causas. Ao mesmo tempo, carregamos todos os encargos, responsabilidades e direitos de qualquer empresa. Obter lucro, portanto, é um dos nossos fins. Ele está embutido no custo de produção dos projetos – em geral, equivale a 15% desse valor.

## É UM GANHA-GANHA!

**QUEM FAZ O QUÊ?**



A **Editora MOL** desenvolve o projeto e o modelo de negócio, produz a publicação e faz a gestão da operação.



O **varejista** distribui, promove e vende o produto, utilizando sua rede de lojas e sua vocação para influenciar pessoas.



O **leitor** faz uma microdoação para uma causa em que acredita e leva em troca conteúdo de qualidade por um valor acessível.



A **instituição beneficiada** usa sua credibilidade para promover o projeto, recebe e aplica as doações e presta contas.

**Quer entender em detalhes como um projeto socioeditorial é criado? Confira na página 18**

# EM 10 ANOS, A EDITORA MOL

doou

R\$ **20.218.563,99**

O QUE EQUIVALE A:

R\$ **2 MILHÕES**  
POR ANO

R\$ **168 MIL**  
POR MÊS

R\$ **5,6 MIL**  
POR DIA

R\$ **234**  
POR HORA



QUANTO  
DOAMOS  
PARA CADA  
UMA DE  
NOSSAS  
CAUSAS

**SAÚDE & BEM-ESTAR**  
R\$ 14.009.844,95

**EDUCAÇÃO & CIDADANIA**  
R\$ 6.134.965,74

**VIDA SUSTENTÁVEL**  
R\$ 73.753,30

## E TAMBÉM:

LANÇAMOS



**7** TÍTULOS DE  
REVISTA COM

**98** EDIÇÕES  
PUBLICADAS

Nossas principais revistas, *Sorria* e *TODOS*, são as duas maiores do Brasil no ranking de venda avulsa (veja mais na página 28)

PUBLICAMOS

**8** LIVROS

Vendidos nas principais livrarias do país, em bancas de jornal e na nossa loja virtual

VENDEMOS

**10.570.259**  
EXEMPLARES  
AVULSOS

São 2.896 unidades por dia! E, se empilhássemos todos esses exemplares, eles formariam uma torre de mais de 21 mil metros: o equivalente a mais de dois montes Everest

ATENDEMOS A

**42.397**  
PEDIDOS DE  
ASSINATURA

A partir de 2015, quando lançamos essa modalidade de venda para as revistas *Sorria* e *O que Tem pra Jantar?*. Desde 2016, *TODOS* também pode ser assinada

BENEFICIAMOS

**33** PROJETOS  
SOCIAIS

Esse número chega a 35 em 2017 com os livros *101 Coisas para Fazer com as Crianças Antes que Elas Cresçam* e *O que os Cachorros nos Ensinam*

São mais de 1,5 milhão de pessoas atendidas por ano em todas as regiões do país pelos projetos atualmente beneficiados



PAGAMOS

R\$ **3.258.498,17**  
EM IMPOSTOS

Esse valor refere-se apenas à venda de revistas no varejo. São R\$ 893 por dia financiando serviços públicos

CHEGAMOS A

**24** ESTADOS  
DO BRASIL,

MAIS O DF, POR MEIO DOS  
PARCEIROS VAREJISTAS.

Atenção, Acre e Amapá: não vemos a hora de desembarcar aí também!



PUBLICAMOS MAIS DE

**460**

RECEITAS CULINÁRIAS

Vemos a gastronomia como uma das mais prazerosas maneiras de vivenciar a cultura, buscar a saúde e nos conectar com as pessoas e a natureza



ENSINAMOS

**81** DIVERTIDOS  
PROJETOS DO  
TIPO FAÇA  
VOCÊ MESMO

Porque eles são uma forma divertida de praticar uma atitude proativa e positiva perante a vida!



CONTAMOS MAIS DE

**2 MIL**  
HISTÓRIAS REAIS  
E INSPIRADORAS

Acreditamos que essa seja a melhor forma de conectar pessoas e estimular mudanças



LANÇAMENTO SETEMBRO | 2013

**3** EDIÇÕES LANÇADAS

**141.458** EXEMPLARES VENDIDOS

**59.950** DE TIRAGEM  
*(dado da edição 3, a mais recente à venda)*

**48.565** DE CIRCULAÇÃO  
*(dado da edição 2, a mais recente com vendas concluídas)*

**84** PÁGINAS POR EDIÇÃO

FORMATO **16,8 X 26 CM** (COLORIDA)

PREÇO ATUAL **R\$ 5,50**

INSTITUIÇÃO BENEFICIADA

vida é movimento

**MODELO DE NEGÓCIO**  
O parceiro varejista não realiza investimento direto. A renda vem do volume de vendas. Atingido o ponto de equilíbrio, ocorre a doação, que equivale ao preço de capa menos custos e impostos.



\* Valores referentes à edição 3, considerando venda de 98% da tiragem

**É vendida nas mais de 160 lojas da Ri Happy, nos estados de Alagoas, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo, Tocantins e no Distrito Federal.**

Pela Banca do Bem ([bancadobem.com.br](http://bancadobem.com.br)) é vendida para todo o Brasil.

**R\$ 126.394,48**  
**DOAÇÃO TOTAL**

100% DESTINADA À AACD

ESSE VALOR VAI AUMENTAR! OS DADOS REFERENTES À EDIÇÃO 3 SÃO PARCIAIS: SEU PERÍODO DE VENDA SE ESTENDE ATÉ OUTUBRO DE 2017



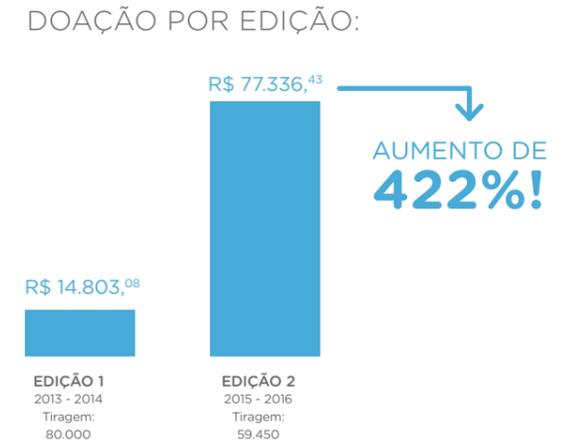
**DIVERSÃO E CIDADANIA**  
A Turminha sem Igual é formada por seis animais com diferentes deficiências: um lobo-guará cego, um pato sem uma asa, uma tartaruga cadeirante, uma onça sem uma pata, uma macaca surda-muda e um sapo com mobilidade reduzida nas pernas. **Bem-humorados, eles passam às crianças uma importante lição: deficiências são normais, não havendo razão para preconceito.** Criados pela agência Fischer & Friends, os personagens pertencem à AACD, e é nas páginas do *Almanaque Turminha sem Igual* que ganham vida, combinando entretenimento e conscientização.



**CONTEÚDO**  
Histórias em quadrinhos e passatempos infantis – como jogo dos sete erros, liga-pontos e desenhos para colorir. E, enquanto se diverte, a criança aprende a respeitar as diferenças, com a ajuda da Turminha sem Igual.

**EVOLUÇÃO DO MODELO**

A primeira edição dessa publicação foi lançada como *Revista da Turminha sem Igual*. Tinha 56 páginas, formato maior (20,5 x 27,5 cm) e previsão de periodicidade trimestral. Porém, logo o modelo foi revisto, adequando-se de forma mais inteligente às características do parceiro varejista. Assim, a revista foi transformada em almanaque, sem periodicidade fixa. A segunda edição, já no novo formato, ficou à venda por aproximadamente um ano. Esse também é o período previsto para a terceira edição, cuja comercialização começou em dezembro de 2016 e deve se estender até outubro de 2017. **A reformulação teve como resultado um incrível aumento de mais de 420% nas doações, conforme mostra o gráfico ao lado.**



**TURMINHA SEM IGUAL**

De forma leve e divertida, **essa publicação resolve uma equação não trivial:** traduzir a causa das pessoas com deficiência – bandeira da ONG beneficiada, a AACD – para as crianças – público do parceiro varejista, a Ri Happy

**O QUE DIZEM OS PARCEIROS**

*"A leitura, assim como o brincar, é fundamental na formação das crianças. O Almanaque da Turminha sem Igual, projeto da Editora MOL vendido nas lojas Ri Happy por todo o país, segue a alma do nosso negócio: estimular o desenvolvimento infantil. Brinquedos, livros e revistas caminhando juntos, numa união de magia, criatividade e educação."*  
Héctor Núñez, presidente da Ri Happy



*"Ficamos entusiasmados com o lançamento do Almanaque Turminha sem Igual. Além de valorizar as pessoas com deficiência, o projeto é um importante canal de captação para a AACD. Desde a concepção até a execução primorosa de cada edição, o trabalho da Editora MOL pode ser considerado um grande 'case' de sucesso!"*  
Valdesir Galvan, superintendente-geral da AACD

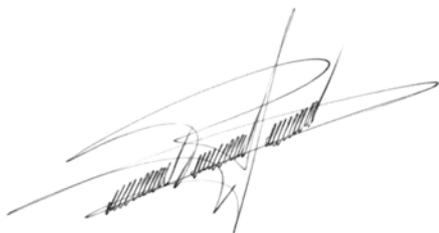
Dados atualizados em 15/5/2017 (até a edição 3). Para mais informações, acesse [www.editoramol.com.br](http://www.editoramol.com.br).

São Paulo, 28 de agosto de 2017.

**ATESTADO**

A VACC Auditores Independentes realizou a certificação de dados de tiragem e repasse financeiro às entidades beneficiárias informados nesta publicação. O relatório completo referente a esse trabalho está disponível em [www.editoramol.com.br/relatoriomol/auditoria.zip](http://www.editoramol.com.br/relatoriomol/auditoria.zip)

Atenciosamente,



***Ricardo José Patine Filho***

*Sócio-diretor*

CRC 1SP252050/O-9

Verdus Auditores Independentes

CRC 2SP027296/O-2



# VAMOS CONVERSAR!

 (11) 3024-2444

 [contato@editoramol.com.br](mailto:contato@editoramol.com.br)

 [editoramol.com.br](http://editoramol.com.br)

 [fb.com/editoramol](https://fb.com/editoramol)

 Rua Andrade Fernandes, 303, loft 3  
Alto de Pinheiros • São Paulo • SP  
CEP 05449-050

 **NOSSA LOJA VIRTUAL:**

[bancadobem.com.br](http://bancadobem.com.br)

[fb.com/bancadobem](https://fb.com/bancadobem)

[instagram.com/bancadobem](https://instagram.com/bancadobem)