



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 | 2011

6 EDIÇÕES LANÇADAS

247.630 EXEMPLARES VENDIDOS

PERIODICIDADE BIMESTRAL

148.941 DE TIRAGEM (média por edição)

41.266 DE CIRCULAÇÃO (média por edição)

68 PÁGINAS POR EDIÇÃO (52 da edição principal + 16 da revista infantil)

FORMATO 26,6 X 20,2 CM (COLORIDA)

PREÇO R\$ 2,50

INSTITUIÇÕES BENEFICIADAS

Foi vendida entre 2011 e 2012 em mais de 470 lojas do Extra (hipermercados, supermercados e drogas) nos estados de Alagoas, Bahia, Ceará, Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, São Paulo, Sergipe, Tocantins e no Distrito Federal.

Pela Banca do Bem (bancadobem.com.br) ainda é vendida para todo o Brasil.

MODELO DE NEGÓCIO
O custo do projeto era bancado por empresas patrocinadoras, que, em contrapartida, anunciavam na revista. O valor pago pelos leitores, descontados os impostos, era 100% doado.

Empresas apoiadoras:

R\$ 96.297,00 DOADOS, EM MÉDIA, POR EDIÇÃO

DOAÇÃO TOTAL: R\$ 577.782,00

R\$ 115.569,40 PARA A PARCEIROS DA EDUCAÇÃO

R\$ 115.569,40 PARA O TODOS PELA EDUCAÇÃO

R\$ 86.660,80 PARA A AACD

R\$ 86.660,80 PARA A AMIGOS DO BEM

R\$ 86.660,80 PARA A CASA DO ZEZINHO

R\$ 86.660,80 PARA A FUNDAÇÃO GOL DE LETRA



CONTEÚDO
Lições de vida apresentadas por meio de depoimentos inspiradores e divertidos, histórias reais e dicas para o dia a dia, mostrando que todo mundo tem algo valioso para ensinar e para aprender. Incluía uma revista infantil (saiba mais ao lado).



DUAS EM UMA
Cada edição da *Por Exemplo* continha uma revista infantil encartada, a *Por Exemplo para Crianças*. Em 16 páginas repletas de fotos e ilustrações, essa publicação trazia histórias reais e inspiradoras contadas por meninos e meninas de todo o Brasil, além de dicas para tornar a infância uma experiência tão completa, interessante e prazerosa quanto deve ser.

POR QUE ACABOU?
O projeto *Por Exemplo* nasceu com enorme expectativa. Se conseguíssemos repetir o desempenho do nosso primeiro projeto socioeditorial, a *Sorria*, a nova revista seria, de longe, a maior do Brasil. Isso porque o volume de vendas do Extra é significativamente maior do que o do parceiro varejista da *Sorria*, a Droga Raia. Mas essa diferença acabou revelando-se mais desafiadora do que o esperado.

O tamanho das equipes prejudicou o treinamento e o envolvimento dos funcionários, e a dimensão das lojas e o fluxo de vendas dificultaram a exposição do produto.

A complexidade da operação acabou tornando a continuação do projeto inviável. Porém, seus números comprovam que foi uma iniciativa bem-sucedida, gerando lucro e doando mais de meio milhão de reais em dois anos.

E, para a Editora MOL, significou uma grande fonte de aprendizado. Posteriormente, desenvolvemos novas soluções que, se fossem aplicadas à época, poderiam garantir a manutenção do projeto.

POR EXEMPLO

Apesar de ter durado apenas dois anos, atingiu **resultado de grande impacto: doou mais de meio milhão de reais.** É o terceiro maior projeto da Editora MOL em volume revertido para ONGs. **Levava, encartada, uma publicação infantil, nossa primeira produção para esse público.** Encerrado em 2012, o projeto trouxe muitos aprendizados

Dados atualizados em 15/5/2017 (até a edição 6). Para mais informações, acesse www.editoramol.com.br.

O QUE DIZEM OS PARCEIROS

“O projeto Por Exemplo tinha características que sempre estiveram presentes no DNA do Instituto Grupo Pão de Açúcar. Unir funcionários a clientes por meio de uma revista inspiradora e criativa, voltada a todas as faixas etárias, foi um lindo casamento: tangibilizamos a responsabilidade social através do negócio.” *Daryalva Bacellar, diretora executiva do Instituto Grupo Pão de Açúcar de 2011 a 2016*

“Um dos grandes desafios das ONGs é divulgar seu trabalho de forma eficaz. A Por Exemplo fez isso pela Parceiros da Educação, ainda permitindo que sua renda se transformasse em doação. Esse tipo de parceria enriquece todos os participantes, inclusive o leitor, que ganha conhecimento e sensibilidade por meio de uma revista bem elaborada.” *Lúcia Fávero, diretora executiva da Parceiros da Educação*

“A doação que recebemos através da Por Exemplo foi importantíssima não só para a manutenção do nosso trabalho, mas também para colocar a ONG no mapa e fazer com que mais pessoas tivessem contato com ela. A Por Exemplo foi uma forma única de alinhar valores e um jeito criativo de divulgar a educação como uma prioridade no Brasil.” *Maria Lucia Meirelles, fundadora e diretora do Todos pela Educação*

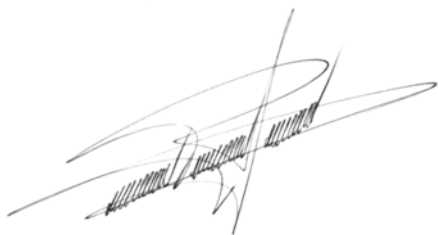
“A Editora MOL está no seleto grupo de corporações que contribuem, de forma criativa, com a AACD. A Por Exemplo beneficiou nossa instituição em 2012. Desde então, a parceria se desenvolveu e deu origem a um projeto customizado: o Almanaque da Turminha sem Igual. Desejamos que essa colaboração se torne cada vez mais sólida.” *Adriana Magalhães, gerente de captação de recursos da AACD*

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

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

 editoramol.com.br

 fb.com/editoramol

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

 **NOSSA LOJA VIRTUAL:**
bancadobem.com.br
fb.com/bancadobem
instagram.com/bancadobem