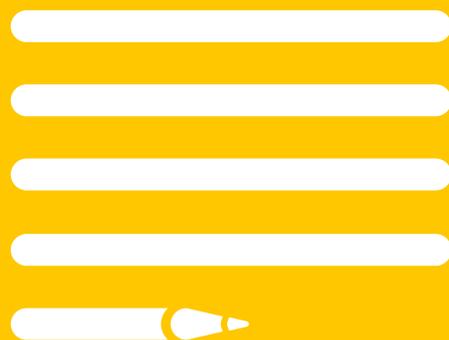




BALANÇO SOCIAL

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



LANÇAMENTO MAIO | 2017

60.000 DE TIRAGEM

82 PÁGINAS

FORMATO 19 X 13,3 CM (COLORIDO)

PREÇO DE CAPA R\$ 6,50

INSTITUIÇÃO BENEFICIADA



É vendido em 51 lojas da PBKIDS nos estados de Amazonas, Bahia, Ceará, Minas Gerais, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, São Paulo e Sergipe e no Distrito Federal.

Pela Banca do Bem (bancadobem.com.br), é vendido para todo o Brasil.



MODELO DE NEGÓCIO

O custo do projeto é adiantado pela Editora MOL e recuperado com a venda. Atingido o ponto de equilíbrio, ocorre a doação, que equivale ao preço de capa menos custos e impostos.

PARA ONDE VAI O DINHEIRO?

Confira o destino da quantia paga pelos leitores por exemplar do livro*



* Considerando venda de 98% da tiragem

R\$ 157.600,00 PROJEÇÃO DE DOAÇÃO, SE 98% DA TIRAGEM FOR VENDIDA

O LIVRO SERÁ VENDIDO POR SEIS MESES, PRORROGÁVEIS POR MAIS SEIS



CONTEÚDO
101 ideias simples, criativas e deliciosas para curtir a família, acompanhadas de lindas ilustrações coloridas. Um livro para quem sabe que a infância passa depressa – e faz questão de aproveitá-la!

101 COISAS PARA FAZER COM AS CRIANÇAS ANTES QUE ELAS CRESÇAM

Nosso primeiro livro vendido em um parceiro varejista! Se for o sucesso que esperamos, temos uma lista de outras publicações no mesmo formato que adorariamos lançar

FOCO NOS PAIS

Livro para adultos em loja infantil – isso faz sentido? O sucesso de blogs, canais de vídeo na internet e livros sobre maternidade e paternidade mostra que há uma forte demanda por informação e inspiração sobre como criar os filhos. Foi pensando nisso que apostamos nesse público. Mas, no fim, quem sai ganhando é a família inteira, que lê e se diverte junta!

Dados atualizados em 15/5/2017. Para mais informações, acesse www.editoramol.com.br

O QUE DIZEM OS PARCEIROS

“Um dos pilares da PBKIDS é estimular o brincar, proporcionando diversão e desenvolvimento. A parceria com a Editora MOL nesse livro reforça essa ideia das atividades entre pais e filhos, além de gerar renda ao Instituto Ayrton Senna. Uma parceria de sucesso resgatando os bons momentos em família.”
Flávia Drummond, diretora de marketing da PBKIDS

“Além de reverter o lucro à causa da educação, esse projeto traz um conteúdo fundamental aos adultos, que podem ter experiências incríveis com as crianças. Essa obra nos enche de orgulho e faz com que tenhamos ainda mais certeza do sucesso da nossa parceria com a Editora MOL.”
Thiago Fernandes, diretor de negócios do Instituto Ayrton Senna

LANÇAMENTO



LANÇAMENTO JUNHO | 2017

40.000 DE TIRAGEM

68 PÁGINAS

FORMATO 18,5 X 18,5 CM (COLORIDO)

PREÇO DE CAPA R\$ 7,00

INSTITUIÇÕES BENEFICIADAS



É vendido nas mais de 50 lojas da Petz nos estados de Goiás, Minas Gerais, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e São Paulo e no Distrito Federal.

Pela Banca do Bem (bancadobem.com.br), é vendido para todo o Brasil.

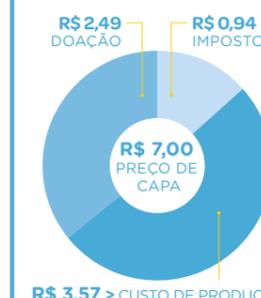


MODELO DE NEGÓCIO

O custo do projeto é adiantado pela Editora MOL e recuperado com a venda. Atingido o ponto de equilíbrio, ocorre a doação, que equivale ao preço de capa menos custos e impostos.

PARA ONDE VAI O DINHEIRO?

Confira o destino da quantia paga pelos leitores por exemplar do livro*



* Considerando venda de 98% da tiragem

R\$ 97.600 PROJEÇÃO DE DOAÇÃO, SE 98% DA TIRAGEM FOR VENDIDA

O LIVRO SERÁ VENDIDO POR SEIS MESES, PRORROGÁVEIS POR MAIS SEIS

Fazer um projeto sobre o universo animal, beneficiando ONGs do setor, era um desejo antigo. Apostamos no carisma e na sabedoria dos nossos melhores amigos para realizar esse sonho

CONTEÚDO

50 lindas fotos coloridas de cachorros acompanhadas das mais inspiradoras lições que esses incríveis animais nos ensinam.



Dados atualizados em 15/5/2017. Para mais informações, acesse www.editoramol.com.br

O QUE DIZEM OS PARCEIROS

“Essa parceria com a Editora MOL vai ao encontro de dois dos principais pilares da nossa empresa. Além de contribuir com o bem-estar de animais abandonados, o projeto oferece aos nossos clientes uma bela oportunidade de aprendizado na relação que temos com os nossos animaizinhos.”
Rodrigo F. Cruz, diretor de operações da Petz

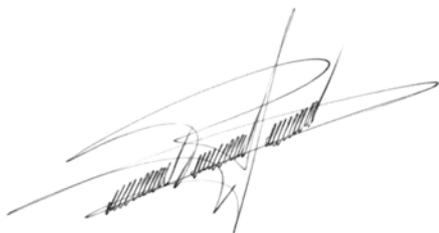
“Essa iniciativa nos enche de energia! Além da ajuda financeira, o livro levará para toda a sociedade o reconhecimento da importância da responsabilidade social para com os animais. Nossa expectativa é que mais pessoas procurem abrigos e adotem animais carentes.”
Eliete Brognoli, presidente-fundadora do Projeto CEL

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