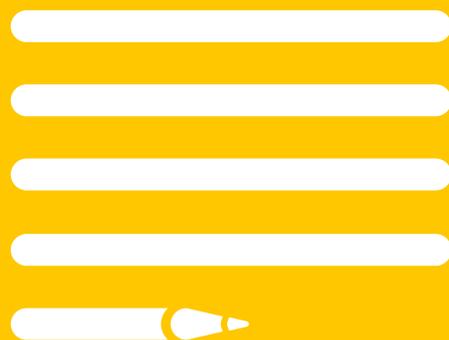




BALANÇO SOCIAL

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



Horizontal yellow bars of varying lengths, with a small bird icon on the second-to-last bar.



Horizontal yellow bars of varying lengths, with a hand icon on the fourth bar and a heart icon at the bottom.

Horizontal yellow bars of varying lengths, with a small bird icon on the second bar.



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



**SOMOS A MAIOR
EDITORA DE
IMPACTO SOCIAL
DO MUNDO.**



Fazemos conteúdos incríveis e acessíveis em forma de livros e revistas que já doaram R\$ 20 milhões para grandes causas (tudo isso com uma equipe de menos de 25 pessoas). Vire a página e veja como essa mágica acontece!





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.

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

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.)*

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

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.

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.



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



NOSSA HISTÓRIA

Nesses dez anos, fizemos de tudo dentro do universo editorial – inclusive reinventá-lo. Veja o que já produzimos, com quem trabalhamos e como evoluímos

ANO A ANO,
MILHÃO A
MILHÃO

TOTAL DOADO: MAIS DE...

R\$ 1 MILHÃO

R\$ 3 MILHÕES

R\$ 7 MILHÕES



2007

2008

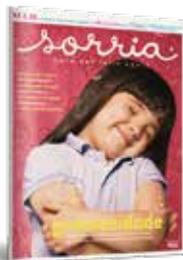
2009

2011

Veja a linha do tempo dos nossos principais lançamentos e conquistas – e também a evolução do total que nossas publicações arrecadaram para doação

Nasce a Editora MOL. Nesse primeiro ano, criamos a base teórica da nossa grande invenção: o modelo de negócio dos projetos socioeditoriais.

Em março, é lançada a revista *Sorria*, nossa primeira publicação. Os resultados são incríveis: as cinco edições que circulam em 2008 são esgotadas, doando R\$ 1.343.833,74.



A *Sorria* é sucesso de público e crítica. A tiragem cresce, mantendo as vendas acima de 94%. E a publicação recebe prêmios que destacam seu pioneirismo, qualidade e eficiência como instrumento de transformação social.



Rodrigo Pipponzi e Roberta Faria com o troféu de Lançamento do Ano em mídia impressa e digital, da Anatec

Nasce nossa segunda revista, a *Por Exemplo*. Ela inclui uma publicação infantil, nosso primeiro projeto voltado para esse público.



Roberta Faria foi convidada a falar sobre a *Sorria* no TEDx São Paulo

Produzir publicações que apoiam causas sociais sempre foi o ideal de vida da Editora MOL. Mas, durante boa parte da nossa história, fizemos muito mais do que isso.

Até 2014, a empresa era composta por dois núcleos: o social, responsável pelos projetos com renda revertida para ONGs, e o corporativo, voltado à produção de conteúdo de comunicação institucional.

Além de garantir a segurança para arriscarmos os voos com que sonhávamos na área social, **os projetos corporativos nos permitiram trabalhar com grandes parceiros e acumular ampla experiência editorial.**

Produzimos revistas, livros, sites, catálogos, encartes, jornais-murais, almanaques, guias e folders, entre outros formatos, para marcas como Embraer, Fiat, Herbarium, Renner,

Medley, Odontoprev, Pepsi, Petrobras e Raia Drogasil. Também nos especializamos na criação de publeditoriais, veiculados nas maiores revistas do país, conquistando clientes como Biolab, Cadbury, GM, Johnson & Johnson, Santander, Toyota e Unilever.

Quando nos sentimos maduros, demos o grande passo: **encerramos o núcleo corporativo e passamos a nos dedicar integralmente ao social.** Na época, havíamos lançado sete projetos com renda revertida. Nos três anos seguintes, criamos outros oito. Nossa arriscada decisão revelou-se certa. Comprovamos que nossa paixão é um negócio sustentável e com amplo espaço para seguir crescendo. E, diariamente, temos a satisfação de dedicar toda a energia à nossa maior vocação.

R\$ 12 MILHÕES



2013

Lançamos o primeiro livro, *Eu Amo Bike*, e as revistas *Eu que Fiz!*, *Turminha sem Igual* e *O que Tem pra Jantar?*. Esta última originou um calendário!



R\$ 13 MILHÕES



2014

Chega às livrarias nosso segundo livro: *Eu Amo Viajar*. Produzimos uma nova edição do *Calendário O que Tem pra Jantar?*. Lançamos nossa loja virtual, a *Banca do Bem*. E, no fim do ano, passamos a nos dedicar apenas aos projetos socioeditoriais.



R\$ 15 MILHÕES



2015

Lançamento da revista *TODOS*, dos livros *Eu Amo Correr* e *Eu Sou a Mudança*, dos infantis *Almanacileta* e *Almanaque da Turminha sem Igual* e do especial *Mundo do Vinho*. Sai mais um *Calendário O que Tem pra Jantar?*. *Sorria* e *O que Tem pra Jantar?* já podem ser assinadas!



R\$ 19 MILHÕES



2016

As novidades não param: nascem o livro *Eu Amo Comida* (nosso primeiro projeto via Lei Rouanet), a revista *Olhares* e as publicações especiais *Calendário Sorria* e *Mundo do Chocolate*.



R\$ 20 MILHÕES



2017

Ainda no primeiro semestre, dois novos livros saem do forno: *101 Coisas para Fazer com as Crianças Antes que Elas Cresçam* e *O que os Cachorros nos Ensinam*.



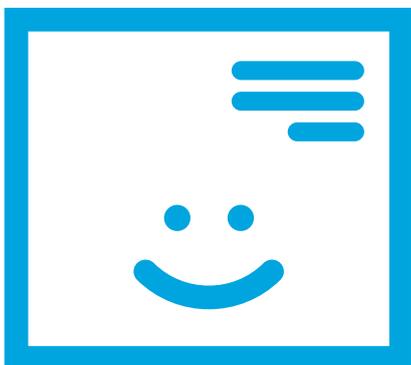


É NISTO QUE ACREDITAMOS

Não sabemos trabalhar sem paixão. Só embarcamos em um projeto se ele representar nossa visão de mundo, e esse alinhamento de propósitos nos enche de energia para entregarmos nosso melhor. Confira nossa declaração de princípios!

INSPIRAÇÃO

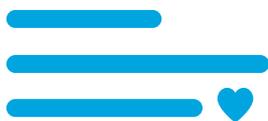
Fazer diferente para fazer a diferença



NOSSO PAPEL NO MUNDO

Criamos produtos de conteúdo inspirador, com modelos de negócio inovadores, que apoiam as causas em que acreditamos, geram valor para nossos parceiros e impulsionam mudanças positivas na vida das pessoas

VALORES



SIGNIFICADO

Acreditamos no propósito do nosso trabalho diário. A paixão nos inspira a criar com prazer, a cuidar das nossas relações, a superar desafios e a pôr o coração em absolutamente tudo o que fazemos.



CONTRIBUIÇÃO

Nossas publicações são transformadoras. Nosso conteúdo é acessível e inspirador, para fomentar uma sociedade mais igualitária. Nossos modelos de negócio geram valor para empresas parceiras e renda para causas.



CRIATIVIDADE

Somos movidos por ideias e ideais. Cultivamos a iniciativa, o aprendizado, a inovação e a perseverança para empreender nossos sonhos, realizar nossas visões e inovar em todos os nossos trabalhos.



EQUILÍBRIO

Trabalhamos para viver. Somos um negócio pequeno e bem cuidado, com a ambição de ser o melhor, e não o maior. Valorizamos a leveza do ambiente, a saúde das relações e a realização pessoal tanto quanto os resultados.



COLABORAÇÃO

Estamos comprometidos uns com os outros. Fazemos o que tem que ser feito, compartilhamos o que temos de melhor e construímos juntos resultados bons para todos – funcionários, parceiros e público.



QUALIDADE

Só fazemos coisas boas. Queremos nos orgulhar de tudo o que produzimos e de todas as relações construídas nesse processo. A cada dia e a cada projeto temos que crescer e ser melhores do que fomos ontem.



INTEGRIDADE

Somos responsáveis com nossos compromissos. Somos honestos em nossas relações. Somos claros sobre nossos objetivos. Somos transparentes nas nossas entregas. Somos verdadeiros na nossa dedicação.

O QUE NÃO FAZEMOS

Não produzimos material institucional. Nossas publicações devem estimular o leitor a tomar a decisão da compra – esse é um dos pilares do nosso modelo de negócio. E isso não acontece quando o conteúdo é focado na divulgação da empresa parceira do projeto – trata-se de uma questão cultural global, confirmada em nossos 10 anos de experiência. Se entende que deveria ser um brinde, o cliente não compra. A presença da marca nesse tipo de produto está, sobretudo, no conteúdo alinhado ao universo temático, no marketing de causa e na experiência que cria em loja. Ou seja: o conteúdo institucional existe como parte do projeto, mas não como protagonista.

Não abrimos mão da autonomia na produção dos conteúdos.

Num projeto socioeditorial, cada parte cumpre sua especialidade. Elaborar os produtos cabe à Editora MOL. Apostamos na experiência e na liberdade criativa da nossa redação para produzir publicações relevantes e interessantes, garantindo a fidelização dos leitores e a sustentabilidade dos projetos.

Não desenvolvemos projetos que gerem lucro direto para as empresas parceiras.

A renda tem apenas duas destinações: apoiar as ONGs beneficiadas e cobrir os custos de produção (incluindo impostos e o lucro da Editora MOL). Varejistas e patrocinadores beneficiam-se pela oportunidade de realizar um projeto de conteúdo e responsabilidade social inovador e de grande impacto, investindo pouco, ou até mesmo nada.

Não vendemos a alma para vender mais.

Mulheres nuas, celebridades com opiniões vazias, dietas ditas milagrosas, estímulo ao consumismo, pregação partidária ou religiosa: você nunca vai ver nada disso nos produtos da Editora MOL. Lamentamos que parte do mercado editorial ainda apele para esses chamarizes. Quebrando esses dogmas, criamos as duas maiores revistas do Brasil no ranking de venda avulsa (veja na tabela da página 28). Só publicamos conteúdos em que acreditamos: histórias reais, dicas e reflexões que inspirem a busca pela felicidade.



AÇÃO ENTRE AMIGOS

A Editora MOL é formada por cinco sócios unidos pela satisfação de trabalhar em uma empresa que lhes traz propósito e realização. Saiba quem eles são, o que fazem, como se conheceram e o que mais têm em comum

“Em 2003, recém-formado em Administração de Empresas pela FGV-SP, revolvi abrir, ao lado de dois amigos, o Estúdio MOL, um escritório de design e ilustração focado em inovação. Quatro anos depois, logo após conhecer a Roberta, abrimos um ‘filhote’, a Editora MOL – e logo estávamos construindo o conceito da revista *Sorria*, nosso maior case e base para o modelo de projeto socioeditorial que hoje multiplicamos Brasil a fora. **Como gestor estratégico da MOL, ao lado de pessoas incrivelmente talentosas e engajadas, pude conduzir a empresa ao posto de maior editora de impacto social do mundo**, unindo parceiros em torno do que fazemos de melhor – conteúdo – e revertendo milhões de reais a causas em que acreditamos. Uma sensação incrível, e diária, de trabalhar com o que amo, ajudando a cada dia mais pessoas.”

RODRIGO PIPPONZI, Diretor Executivo, fundou a Editora em 2007

“Estudei Jornalismo na UFSC porque ler e escrever, fazer perguntas e ouvir histórias sempre foram minhas maiores paixões. Passei por grandes veículos no início da carreira, mas me frustrei com as limitações da mídia tradicional: ouvi muito ‘isso não vende’ como justificativa para fazer mais do mesmo. **Empreender foi o caminho que eu e o Rodrigo encontramos para trabalhar da maneira em que acreditamos, de todos os pontos de vista: do conteúdo, do modelo de negócio e da cultura da empresa.** Como diretora executiva da MOL, eu respondo pela criação e produção de todos os projetos e conteúdos. E ganhei muitas atividades além de jornalista – também faço contas, vendo ideias, cuido das pessoas. É uma dedicação intensa, mas cheia de amor e admiração pelos companheiros que sonham comigo, e de orgulho por tudo o que construímos juntos.”

ROBERTA FARIA, Diretora Executiva, fundou a Editora em 2007

“Em 2005, ingressei em um estúdio de design de uns amigos da faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP, que eu ainda cursava. Mal sabia que isso mudaria tanto a minha vida. Descobri que o universo editorial era o lugar em que eu gostava de estar – assim, foi natural seguir na empresa quando esse estúdio deu origem à Editora MOL, em 2007, e continuar até hoje. Nesses 10 anos, foram inúmeros projetos, matérias, ilustrações, fotografias. Hoje, tudo o que estiver relacionado com a arte passa por mim, mas também me aventuro a escrever um texto vez ou outra. **Nunca sonhei que pudesse atingir e inspirar tantas pessoas, contar tantas histórias, ajudar tanta gente e tantas causas – e ainda fazer isso ao lado de uma equipe tão talentosa.** Eu me considero alguém de muita sorte e sei que sou uma pessoa melhor por tudo isso.”

CLAUDIA INOUE, Diretora de Criação, sócia desde 2010

“Estou na MOL desde o ano da fundação, 2007. Eu trabalhava na Editora Abril, quando aceitei o convite da Roberta, minha amiga da faculdade de Jornalismo, para embarcar no que pareceu uma promissora aventura. Foi uma das mais acertadas decisões da minha vida. **Não imaginava que o mercado editorial logo entraria em crise, nem que eu estava migrando para uma empresa que inventaria uma forma exemplar de prosperar nessa área em pleno apocalipse.** Comecei como repórter, passei por quase todas as publicações sociais da casa e hoje me divirto editando duas das maiores revistas do país, a *Sorria* e a *TODOS*. Permaneço aqui porque trabalhar na MOL me faz bem. Tenho muita satisfação por poder atuar com liberdade editorial, por divulgar histórias inspiradoras e por saber que nossos projetos ajudam milhares de pessoas.”

DILSON BRANCO, Diretor Editorial, sócio desde 2014

“Após me graduar em Jornalismo na USP, de estudar cinema, fazer um MBA e de anos de experiência em funções diversas em redações, agências de publicidade e produtoras audiovisuais, cheguei à Editora MOL em 2014 como um curinga, que poderia reforçar equipes de diferentes áreas, conforme a demanda. Acabei por criar uma nova área, focada na gestão de projetos junto aos parceiros varejistas, produzindo inteligência para análise de vendas e soluções a partir dessas análises. **Essa função demanda ter coração de ativista e cabeça de engenheiro, o que acho que combina comigo e com a errante formação que me trouxe até aqui. Sou muito feliz porque tenho orgulho da missão pela qual militamos,** tenho parceiros de missão que respeito e admiro e, sobretudo, tenho uma família linda em casa, que apoia minhas escolhas.”

ARTUR LOUBACK, Diretor de Operações, sócio desde 2016

Dilson e Rodrigo são os únicos aptos a tocar o violão da redação

Dilson e Cláudia almoçam juntos (praticamente) todos os dias há 10 anos

Cláudia começou como estagiária do Rodrigo ainda no Estúdio MOL

Rodrigo e Artur trabalharam juntos no começo do Estúdio, antes de a Editora existir

Roberta e Artur são casados e têm duas filhas (por enquanto)

Roberta é madrinha de casamento do Rodrigo

Cláudia e Roberta são virginianas (e, graças à Clau, o assunto astrologia é o nº 1 da redação)

Roberta e Dilson são amigos desde a faculdade, vieram juntos para São Paulo e já dividiram apartamento

Cláudia fez faculdade de arquitetura com a irmã do Artur

Dilson organiza um futebolzinho semanal, o Peróbas, no qual o Artur já jogou

Dilson Branco, jornalista, 35 anos. Quando não está na MOL... *pedala pela cidade com sua amada e cuida dos gatos e das plantas*

Cláudia Inoue, designer, 38 anos. Quando não está na MOL... *cria gravuras no seu ateliê e passeia com o Zé, o cachorro mais legal do mundo*

Rodrigo Pipponzi, administrador, 37 anos. Quando não está na MOL... *joga futebol, viaja com a família pelo mundo e entra em novos negócios*

Artur Louback, jornalista, 36 anos. Quando não está na MOL... *curte a família, cervejas artesanais e corridas intensas na rua e na esteira*

Roberta Faria, jornalista, 36 anos. Quando não está na MOL... *está na cozinha, preparando alguma refeição exagerada para a família e os amigos*



AMBIENTE DE REALIZAÇÕES



fazemos diferente pra fazer a diferença

Clima saudável, leve e divertido, que estimula conversas e trocas. Trabalho com propósito, que dá orgulho e traz alegria e aprendizado. Assim é o ambiente da Editora MOL, segundo as pessoas que fazem parte da nossa história. Confira depoimentos de funcionários atuais e antigos e veja fotos da nossa sede, onde temos o prazer de compartilhar nosso dia a dia com uma equipe incrível



“A Editora MOL foi uma das melhores coisas que aconteceram na minha vida. Entrei como estagiária, há dez anos, e até hoje trabalho com alegria e orgulho. Os princípios éticos da empresa são muito próximos aos meus, e vejo valor e propósito em cada pequena tarefa que realizo. Sou fã de todas as nossas publicações, resultado de um trabalho feito com muita verdade e amor.”

ELAINE DUARTE,
gerente financeira, trabalha na MOL desde 2007.



“Eu queria muito trabalhar na MOL. Fiquei bem feliz quando fui contratado, em 2008. Lá fiz alguns dos projetos mais legais da minha vida. Os três anos como editor de arte da *Sorria* me trouxeram um importantíssimo crescimento pessoal e profissional. A cada doação ao GRAACC, eu sentia que meu trabalho fazia sentido. Além disso, foi na MOL que conheci minha esposa, com quem estou casado há sete anos.”

ANDRÉ RODRIGUES,
designer, trabalhou na MOL de 2008 a 2011.



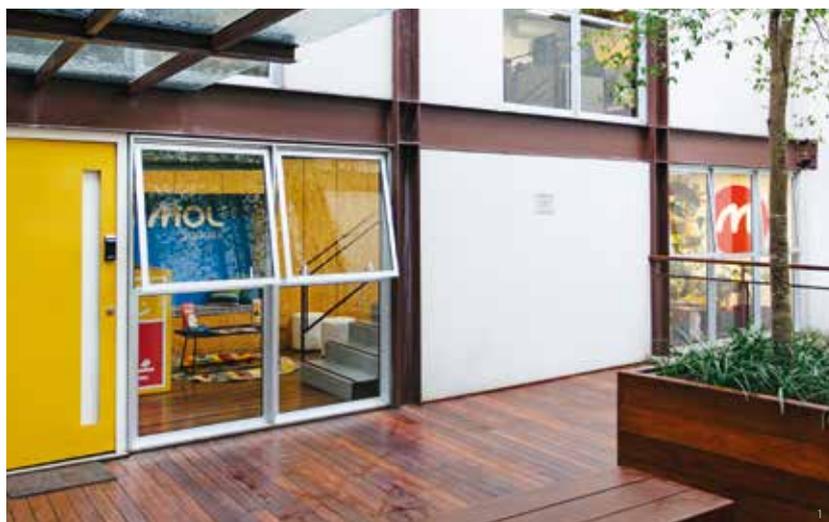
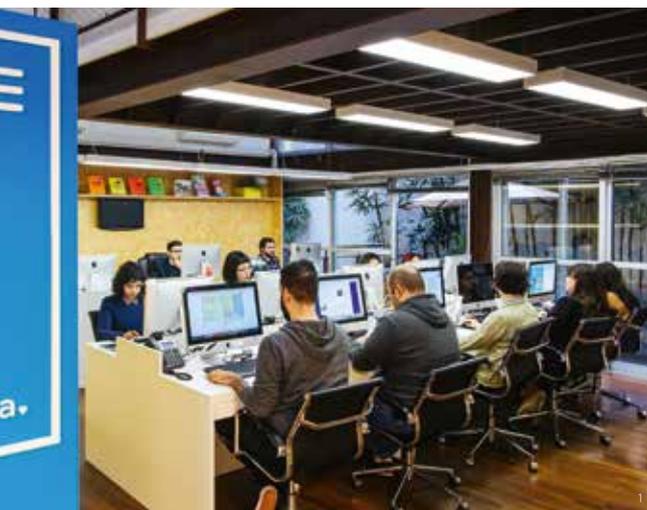
“Estou na MOL desde 2010. Nesse tempo, vivi muitas transformações. Deixei de ser repórter para trabalhar nos bastidores de projetos inspiradores que contribuem com grandes causas em todo o país. Saber que estou mudando a vida de tanta gente é muito gratificante. Poder fazer isso durante o meu horário de trabalho dá uma satisfação maior ainda.”

JÉSSICA MARTINELI,
gerente de operações, trabalha na MOL desde 2010.



“Gosto tanto de trabalhar na Editora MOL que, quando saio de férias, sinto saudade. Estou aqui há quase sete anos e, nesse período, conheci muita gente legal. As conversas na hora do almoço e os eventos para os funcionários são muito divertidos. Também gosto de ler as publicações e fico feliz em saber que elas ajudam muitas pessoas. A Editora MOL é como uma segunda família para mim.”

NILDA DIAS,
copeira, trabalha na MOL desde 2010.



Estamos aqui desde 2009: um loft em um delicioso condomínio do Alto de Pinheiros, em São Paulo. Trabalhamos lado a lado, sem baias claustrofóbicas, temos a sala de reuniões mais aconchegante da vizinhança e almoçamos ao ar livre, sob as árvores, com trilha sonora de passarinhos. Se quiser fazer uma visita, venha quarta-feira à tarde, que sempre rola um bolinho.



“Sem dúvida, a MOL foi um dos ambientes mais saudáveis, leves e divertidos em que já trabalhei. Hoje, como colaboradora, a cada pauta que recebo tenho a certeza de que não quero outra coisa que não ser jornalista. Na MOL tive o privilégio de descobrir que é possível ter um trabalho com significado e que o sonho de um jornalismo transformador é real.”

HELAINÉ MARTINS,
jornalista, foi funcionária da MOL em 2014 e é colaboradora desde 2012.



“Só tenho a agradecer à MOL por ter me acolhido e confiado no meu trabalho durante os cinco anos em que estive lá. Foram tempos de grandes aprendizados, realizações e alegrias. Trabalhei com pessoas talentosíssimas e pude participar de projetos maravilhosos, que, além de ser feitos com muito carinho, têm um belo propósito. Vida longa e próspera à Editora MOL!”

EDUARDO BESSA,
designer, trabalhou na MOL de 2011 a 2016.



“Devo à Editora MOL todos meus grandes aprendizados como jornalista. Comecei a trabalhar lá ainda como estagiária e logo descobri que havia sido apresentada à minha maior paixão: impactar o mundo de forma positiva contando histórias de vida. Como colaboradora, continuo sendo parte dessa corrente do bem, uma das maiores honras da minha vida.”

RAFAELA CARVALHO,
jornalista, trabalhou na MOL de 2011 a 2014. Hoje, é colaboradora.



“Sempre gostei de ouvir e contar histórias reais. Quando entrei na Editora MOL, como estagiária, em 2014, foi incrível descobrir o poder que elas têm de inspirar e transformar pessoas. Esse impacto é nítido nas mensagens que recebemos dos leitores. Além disso, é um privilégio trabalhar em um lugar cujos valores eu compartilho e saber que contribuo para um propósito maior.”

ROBERTA BARBIERI, analista de conteúdo digital, foi estagiária de 2014 a 2015 e é funcionária desde 2016.



COMO TRABALHAMOS

Em cinco passos, entenda como a Editora MOL planeja, produz e mantém um projeto socioeditorial



1

CRIAÇÃO DO PROJETO: O QUE VAMOS LANÇAR?

Desenvolvemos uma publicação sob medida para o universo da empresa parceira

O.k., é bom saber desde já: nunca chegamos à primeira reunião com um projeto pronto - antes, temos que nos conhecer melhor.

Para definir exatamente qual será o produto - se é um livro ou uma revista, o conteúdo, o preço de capa, a tiragem, a causa, o modelo de negócio - precisamos de dados de operação do potencial parceiro. **É o estudo aprofundado dessas informações que vai determinar as oportunidades que temos e orientar a criação do projeto.** No caso de uma rede varejista, levamos em conta o perfil do público, a experiência de compra, o espaço físico, a dinâmica das lojas e até mesmo o plano de carreira dos funcionários e o sistema de reposição de estoque.

São dezenas de perguntas, números e análises de negócio, com base em toda a expertise da MOL, para definir o melhor projeto para cada parceria - tanto do ponto de vista do conteúdo, quanto do modelo de negócios.



2

MODELO DE NEGÓCIO: CUSTOS E RECEITAS

Pensamos na fórmula mais segura e ágil para viabilizar a produção e maximizar as doações

Inventamos três modelos de negócio: patrocinado, autossustentado e misto. (Hoje, a maior parte dos nossos projetos é autossustentada.)

Patrocinado: o custo de produção é 100% coberto por patrocínio. Como contrapartida, as empresas patrocinadoras anunciam na publicação ou recebem uma tiragem exclusiva. Até 100% do valor de capa pode ser doado.

Autossustentado: quando não há patrocínio, o custo é adiantado - pela Editora MOL, pelo varejista ou pela instituição beneficiada. Posteriormente, esse valor é descontado das vendas, e o restante é doado.

Misto: parte do custo é coberta por patrocínio, e outra é adiantada. As vendas cobrem o adiantamento, e o restante é doado.

Nessa etapa, também é definida a gestão de risco. Ou seja: caso as vendas não atinjam o ponto de equilíbrio para recuperar o investimento, quem assume o prejuízo? Pode ser a Editora MOL, o varejista ou a instituição beneficiada - e o risco também pode ser compartilhado por dois ou mais parceiros.



3

DOAÇÃO: COMO SERÁ CALCULADA E PARA ONDE IRÁ?

Definimos o melhor método de arrecadação e escolhemos as instituições beneficiadas

Criamos dois modelos de doação: fixo e variável. Cada um deles pode ser combinado com os três modelos de negócio apresentados no item anterior.

Fixo: define-se uma parcela ou porcentagem do preço de capa para ser destinada à causa. Por exemplo: a cada unidade vendida, R\$ 1 é doado.

Variável: a doação só começa a ser contabilizada após as vendas cobrirem o custo de produção. Ou seja: o produto tem um ponto de equilíbrio, que precisa ser atingido para que o projeto gere doação.

A escolha das ONGs é feita em conjunto com a empresa parceira. É importante que as entidades tenham identificação com os valores, a atuação e o público do varejista ou do patrocinador. Além disso, as instituições são auditadas, garantindo transparência e credibilidade.



4

ESTRATÉGIA: COMO VAMOS VENDER?

Planejamos formas imbatíveis de engajar o time e levar o produto aos leitores

Somos especialistas em elaborar o planejamento ideal para que o produto chegue ao consumidor final de forma eficiente. Nessa etapa, algumas das tarefas que realizamos são:

- captação de recursos e parcerias estratégicas;
- contratos e questões jurídicas;
- definição do modelo fiscal;
- desenvolvimento de materiais de PDV;
- estratégia logística – estoque, manuseio e distribuição;
- campanha de endomarketing e treinamentos para engajamento interno;
- campanhas de metas e de premiação;
- planejamento das ações de lançamento;
- gestão da operação dentro do varejo;
- acompanhamento permanente das vendas por meio de BI e CRM;
- vendas e projeção em outras plataformas, como redes sociais, e-commerce e canal de assinaturas;
- assessoria de imprensa, RP, SAC e ações com influenciadores.



5

OPERAÇÃO: O PROJETO GANHA VIDA

Produzimos, lançamos e monitoramos as vendas para atingir o melhor desempenho possível

Com todos os detalhes definidos, nossa redação é acionada para a produção. **Pesquisamos histórias inspiradoras e relevantes e buscamos a forma mais bonita e acessível de apresentá-las nas páginas.** Além disso, mantemos o relacionamento com os leitores em todos os canais disponíveis.

Quando o lançamento acontece, passamos à etapa de acompanhamento das vendas no varejo. **Nossa equipe de operações monitora a performance das lojas e dá suporte às equipes, controla os estoques e usa diversas ferramentas de projeção e ações motivacionais** para promover resultados incríveis. No fim do período de vendas, fazemos o acerto com o varejo, pagamos os impostos, subtraímos os eventuais custos devidos e efetuamos as doações proporcionais – tudo auditado por uma empresa externa e independente. **A prestação de contas do projeto é publicada em detalhes na edição seguinte do próprio produto e/ou nos canais oficiais da Editora MOL.**



QUEM AJUDAMOS

Nesses 10 anos, nossas publicações já geraram renda para 33 projetos sociais, ajudando a melhorar a vida de milhares de brasileiros. Veja quais são essas iniciativas e como cada uma trabalha para construir um mundo melhor

NOSSAS CAUSAS

Apostamos em três grandes eixos que consideramos fundamentais para tornar a vida mais feliz. São eles que norteiam a atuação das instituições sociais com que trabalhamos e também o conteúdo das nossas publicações



EDUCAÇÃO & CIDADANIA

Democratizar o acesso ao conhecimento, desenvolver potenciais individuais e estimular a construção coletiva de uma sociedade melhor. Oferecer, principalmente às populações mais vulneráveis, educação formal e não formal de qualidade, como ferramenta de ascensão social, fortalecimento da autoestima e empoderamento para a busca pela felicidade.



SAÚDE & BEM-ESTAR

Promover acesso à prevenção e ao tratamento de doenças e de outros problemas de saúde, oferecendo cuidados principalmente a quem mais necessita. Incentivar o desenvolvimento da medicina. Estimular a prática esportiva e a adoção de outros hábitos que façam bem ao corpo e à mente. Garantir dignidade e qualidade de vida às populações de todas as idades.



VIDA SUSTENTÁVEL

Tornar mais consciente, eficiente, equilibrada e respeitosa a relação da humanidade com o meio ambiente, nos mais variados aspectos do dia a dia, como o consumo, a alimentação, a geração de lixo, o transporte e o lazer. Contribuir para a construção de uma economia mais justa. Proteger os animais dos maus-tratos e do abandono, oferecendo-lhes qualidade de vida e amor.



vida é movimento

AACD

Trabalha em muitas frentes para que as pessoas com deficiência possam atingir seu máximo potencial. Está em seis estados, com clínicas especializadas. Desenvolve próteses e outros equipamentos para melhorar a qualidade de vida dos pacientes e oferece apoio para o ingresso no mercado de trabalho.

1,2 MILHÃO DE ATENDIMENTOS POR ANO

R\$ 213.055,²⁸ RECEBIDOS EM DOAÇÕES

Apoiada pelo *Almanaque da Turminha sem Igual* e pela revista *Por Exemplo*

Causa:





Amigos do Bem

Atua no sertão nordestino, desenvolvendo projetos nas áreas de educação, trabalho, saúde e infraestrutura. Já construiu casas, cisternas e poços para centenas de famílias.

60 MIL PESSOAS ATENDIDAS

R\$ 86.660,⁸⁰
RECEBIDOS EM DOAÇÕES

Apoiado pela revista *Por Exemplo*



Banco de Alimentos

Diariamente, visita mercados, fábricas e centros de distribuição, recolhendo excedentes em boas condições que seriam descartados, e os doa a instituições sociais que atendem idosos, crianças ou deficientes na Grande São Paulo.



22 MIL PESSOAS ATENDIDAS POR DIA

R\$ 50.425,⁴⁹
RECEBIDOS EM DOAÇÕES

Apoiado pelas publicações do projeto *O que Tem pra Jantar?* e pelo livro *Eu Amo Comida*



Casa do Zezinho

Atua no bairro do Capão Redondo, em São Paulo. Crianças recebem reforço escolar, aprendem música e são despertadas para a ecologia. Jovens e adultos aprendem inglês e informática e fazem cursos profissionalizantes.

MAIS DE 1.800 PESSOAS ATENDIDAS POR ANO

R\$ 86.660,⁸⁰
RECEBIDOS EM DOAÇÕES

Apoiada pela revista *Por Exemplo*



Casas de apoio à terceira idade

13 instituições sem fins lucrativos que oferecem abrigo, alimentação e saúde a idosos carentes. Independentes entre si, estão em Alagoas, Bahia, Espírito Santo, Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte, São Paulo, Sergipe e Distrito Federal.



MAIS DE 800 IDOSOS ATENDIDOS

R\$ 518.405,⁹³
RECEBIDOS EM DOAÇÕES

Apoiadas pela revista *TODOS*



Projeto CEL

Cuida de cães e gatos carentes vítimas de abandono e de maus-tratos em São Paulo. Recupera os animais e os encaminha para adoção em feiras organizadas todos os fins de semana.

130 ANIMAIS ATENDIDOS POR MÊS

DOAÇÃO AINDA NÃO APURADA (projeto lançado em 2017)

Apoiado pelo livro *O que os Cachorros nos Ensinam*



Ciclocidade

Ciclistas voluntários que lutam pela bicicleta em São Paulo. O grupo colaborou em importantes medidas públicas, como o novo plano diretor do município. Realiza pesquisas, debates e oficinas.

MAIS DE 100 ASSOCIADOS

R\$ 4.050,⁵⁵
RECEBIDOS EM DOAÇÕES

Apoiada pelos livros *Eu Amo Bike* e *Eu Sou a Mudança* e pela publicação infantil *Almanaclicleta*



Criança Esperança

Um dos maiores projetos sociais do mundo, cria oportunidades de desenvolvimento para crianças e jovens de todas as regiões do Brasil. É uma parceria da Globo com a Unesco.

4 MILHÕES DE PESSOAS JÁ BENEFICIADAS

R\$ 15,¹⁸
RECEBIDOS EM DOAÇÕES

Apoiado pela revista *Olhares*



Focinhos de Luz

Resgata animais abandonados, oferecendo abrigo, alimentação, atendimento veterinário e carinho. Depois de recuperados, eles são encaminhados para adoção. Atua no Rio de Janeiro.

3 FEIRAS DE ADOÇÃO REALIZADAS POR MÊS

DOAÇÃO AINDA NÃO APURADA (projeto lançado em 2017)

Apoiado pelo livro *O que os Cachorros nos Ensinam*



Fundação Gol de Letra

Oferece atividades de educação integral (esporte, artes, educação para o trabalho) a crianças e jovens em situação de vulnerabilidade social em São Paulo e no Rio de Janeiro. As famílias também são atendidas.

1.300 CRIANÇAS ATENDIDAS

R\$ 86.660,⁸⁰
RECEBIDOS EM DOAÇÕES

Apoiada pela revista *Por Exemplo*



Garupa

O site da ONG é uma plataforma de crowdfunding que divulga projetos turísticos de pequenos empreendedores que prezam pela natureza, pela economia e pela qualidade de vida locais.

11 INICIATIVAS VIABILIZADAS DESDE 2012

R\$ 5.557,²⁸
RECEBIDOS EM DOAÇÕES

Apoiada pelo livro *Eu Amo Viajar*





Gastromotiva

Oferece cursos profissionalizantes em cozinha para jovens com renda familiar de até três salários mínimos. Depois, os encaminha para os melhores restaurantes de São Paulo e do Rio de Janeiro.

MAIS DE **1.000** PROFISSIONAIS FORMADOS

R\$ 34.179,⁴⁹ RECEBIDOS EM DOAÇÕES

Apoiada pelas publicações do projeto *O que Tem pra Jantar?* (até 2016) e pelo livro *Eu Amo Comida*

Causa:



Ginga Social

Financiado pela Adidas, o projeto utiliza a tecnologia social da Fundação Gol de Letra para disseminar o esporte como meio de desenvolvimento social. Atende adolescentes e crianças de Brasília e Embu das Artes (SP).

MAIS DE **8 MIL** PESSOAS BENEFICIADAS

R\$ 1.962,⁰² RECEBIDOS EM DOAÇÕES

Apoiado pelo livro *Eu Amo Correr*

Causa:



Icei

Trabalha pela valorização da cultura popular e do patrimônio imaterial no Amazonas e em Pernambuco. Isso é feito a partir do fortalecimento do comércio, do ecoturismo e do desenvolvimento produtivo.

UMA DAS **50 MELHORES INTERVENÇÕES SOCIAIS** NO PAÍS, SEGUNDO A ONU

R\$ 5.543,²⁴ RECEBIDOS EM DOAÇÕES

Apoiado pelo livro *Eu Amo Viajar*

Causa:



GRAACC

Hospital especializado em câncer infantojuvenil, em São Paulo. Garante a pacientes do país inteiro o direito de alcançar a chance de cura com qualidade de vida, dentro do mais avançado padrão científico. Mais de 80% dos atendimentos são feitos pelo SUS. Também atua na pesquisa e no ensino, em convênio com a Unifesp.



MAIS DE **26 MIL** CONSULTAS POR ANO

R\$ 12.697.415,⁷⁸ RECEBIDOS EM DOAÇÕES

Apoiado pelas revistas *Sorria* e *Eu que Fiz!*

Causa:



Instituto Mara Gabrilli

Desenvolve e executa projetos voltados a pessoas com deficiência. Apoiar esportistas paralímpicos, colabora com pesquisas científicas e ajuda pessoas em situação de vulnerabilidade social.

MAIS DE **3 MIL** FAMÍLIAS BENEFICIADAS

R\$ 1.962,⁰² RECEBIDOS EM DOAÇÕES

Apoiado pelo livro *Eu Amo Correr*

Causa:



Instituto Ayrton Senna

Oferece soluções para os principais problemas da educação pública. Trabalha em parceria com o poder público, identificando as dificuldades, colaborando na gestão, desenvolvendo e implementando programas pedagógicos, introduzindo tecnologias e capacitando educadores. Atua em mais de 660 municípios de todas as regiões do país.



BENEFICIA **1,5 MILHÃO** DE ALUNOS

R\$ 4.631.321,²⁹ RECEBIDOS EM DOAÇÕES

Apoiado pela revista *Sorria* e pelo livro *101 Coisas para Fazer com as Crianças Antes que Elas Cresçam*

Causa:



Obra do Berço

Atende famílias em situação de risco social em uma das regiões mais pobres da cidade de São Paulo. Realiza atividades socioeducativas que colaboram com o desenvolvimento integral. Oferece acesso aos direitos a educação, cultura, lazer e saúde, além de preparação para o trabalho.



3.280
PESSOAS
BENEFICIADAS
POR ANO

R\$ 978.328,⁵⁹
RECEBIDOS EM
DOAÇÕES

Apoiada
pela revista
TODOS

Causa:



Parceiros da Educação

Promove parcerias entre empresas, empresários e organizações civis com escolas públicas de São Paulo e do Rio de Janeiro, visando à melhoria do desempenho dos alunos.

MAIS DE
90 MIL
ALUNOS
BENEFICIADOS

R\$ 115.569,⁴⁰
RECEBIDOS EM
DOAÇÕES

Apoiado
pela revista
Por Exemplo

Causa:



Todos pela Educação

Tem a missão de contribuir para que, até 2022, no bicentenário da independência do Brasil, o país assegure a todas as crianças e jovens educação básica de qualidade.

TRABALHA PELA
EDUCAÇÃO
EM ESCALA
NACIONAL

R\$ 115.569,⁴⁰
RECEBIDOS EM
DOAÇÕES

Apoiado
pela revista
Por Exemplo

Causa:



Turma do Bem

Rede de 16 mil dentistas voluntários que garante a 60 mil jovens com graves problemas dentários tratamento completo, gratuito e de qualidade até os 18 anos. Também atende mulheres vítimas de violência doméstica e luta por leis que assegurem o direito a uma boca saudável. Está presente em mais de 1.300 municípios do Brasil e em mais 12 países.



60 MIL
JOVENS
ATENDIDOS

R\$ 577.043,⁹³
RECEBIDOS EM
DOAÇÕES

Apoiada pela
revista **TODOS**

Causa:



Transporte Ativo

Promove todos os meios de transporte movidos a propulsão humana. Realiza pesquisas e oferece os dados a órgãos públicos, norteador ações oficiais. Também produz e distribui materiais educativos.

450 AÇÕES
PRÓ-MOBILIDADE
DESDE 2003

R\$ 4.050,⁵⁵
RECEBIDOS EM
DOAÇÕES

Apoiado pelos
livros **Eu Amo
Bike** e **Eu Sou a
Mudança** e pela
publicação infantil
Almanacleta

Causa:



Vá de Bike

Um dos mais úteis e completos sites brasileiros voltados para a causa da bicicleta. Reúne dicas para ciclistas, interpreta e discute o Código de Trânsito e divulga e analisa ações de estímulo ao uso da bicicleta realizadas no país.

MAIS DE **1.000**
PÁGINAS
DE CONTEÚDO

R\$ 4.126,²¹
RECEBIDOS EM
DOAÇÕES

Apoiado pelos
livros **Eu Amo
Bike** e **Eu Sou a
Mudança** e pela
publicação infantil
Almanacleta

Causa:





EMPRESA

EMPRESAS PARCEIRAS

Trabalhamos com algumas das maiores marcas do Brasil e do mundo. Veja quais são elas, confira o projeto realizado com cada uma e entenda os diferentes tipos de parceria que podem ser estabelecidos com a MOL

VAREJISTAS

São nossos correalizadores, que vendem os produtos com exclusividade, sem margem de lucro. Assim, chegamos a muitos lugares, com destaque, preço baixo e tiragens enormes - o que resulta em doações fantásticas. Cada projeto é único, mas o conceito básico é que a rede mobilize apenas os recursos que já possui - como a estrutura logística e os pontos de venda - e, em retorno, tenha uma atuação social de grande impacto. (Isso mesmo, sem investimento direto!)



DROGA RAIA

Nossa mais antiga parceira, desde 2008 é responsável pela venda da revista *Sorria*. Também comercializa o *Calendário Sorria*.



RI HAPPY

A parceria começou em 2013, com a *Revista da Turminha sem Igual*, que, nos anos seguintes, deu origem ao *Almanaque da Turminha sem Igual*.



EXTRA

A rede de supermercados foi responsável pela venda da revista *Por Exemplo*, que circulou entre 2011 e 2012.



DROGASIL

Responsável pela distribuição da revista *TODOS*, o segundo maior projeto da MOL, lançado em 2015.



ÓTICAS CAROL

A rede de franquias é parceira na distribuição da revista *Olhares*, lançada em 2016.



PBKIDS

Distribuiu o livro *101 Coisas para Fazer com as Crianças Antes que Elas Cresçam*, lançado em 2017.



ST MARCHÉ

Desde 2013, comercializa a revista *O que Tem pra Jantar?* e as publicações especiais da marca.



C&C

Foi a rede distribuidora das duas edições da revista *Eu que Fiz!*, que circularam em 2013 e 2014.



PETZ

Responsável pela venda do livro *O que os Cachorros nos Ensinam*, lançado em 2017.

PATROCINADORES

Empresas que viabilizam um produto por meio de investimento direto, tendo como contrapartida a divulgação da marca na publicação



ITAÚ

Patrocinou o livro *Eu Amo Bike*, lançado em 2013, e as demais publicações a que ele deu origem.



TICKET

Por meio da Lei de Incentivo à Cultura, patrocinou o livro *Eu Amo Comida*, de 2016.



ADIDAS

Patrocinadora do livro *Eu Amo Correr*, lançado em 2015.



LATAM

Na época ainda chamada TAM, foi patrocinadora do livro *Eu Amo Viajar*, lançado em 2014.

ANUNCIANTES

Até 2014, os modelos de negócio das revistas contemplavam patrocínio, cuja contrapartida principal era a veiculação de anúncios nas publicações. Os valores investidos custeavam parte da produção, o que nos permitia aumentar as doações. Estas foram as marcas que nos apoiaram

SORRIA



2008 A 2010



O genérico da caixa azul.
2011 A 2013



2010 A 2011



2009 A 2014



2010 A 2013



2008 A 2015



2009 A 2011



2011 A 2013



2014 A 2015

O QUE TEM PRA JANTAR?



2014

POR EXEMPLO



2011 A 2012



NOSSAS PUBLICAÇÕES REINVENTARAM O MERCADO EDITORIAL.



*Vire a página e
conheça nossas
revistas, livros
e demais projetos.
Entenda o que são,
como funcionam e
por que nos enchem
de orgulho.*





SORRIA

Uma das maiores revistas do Brasil, já **doou mais de R\$ 17 milhões**, ajudando a construir um hospital de câncer infantil. Financiada exclusivamente por seus leitores, tem **tiragem e circulação em crescimento**, mantendo o **encalhe abaixo de 1%**. Leva inspiração e felicidade a mais de 1,2 milhão de leitores por ano. Fenômeno editorial em tempos de crise histórica no mercado de revistas, a *Sorria* é **o mais antigo e bem-sucedido projeto da MOL**

Dados atualizados em 15/5/2017 (até a edição 54).
Para mais informações, acesse www.editoramol.com.br

LANÇAMENTO
MARÇO | 2008

55 EDIÇÕES*
LANÇADAS

8.548.861
EXEMPLARES
AVULSOS VENDIDOS

42.026
ASSINATURAS
REALIZADAS

PERIODICIDADE
BIMESTRAL

CIRCULAÇÃO ATUAL:
236.655
218.944 > venda avulsa
17.711 > assinaturas
(DADOS DA EDIÇÃO 54)

187 MIL
SEGUIDORES
NO FACEBOOK

52 PÁGINAS
POR EDIÇÃO

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

PREÇO ATUAL
R\$ 3,95

INSTITUIÇÕES
BENEFICIADAS

GRAACC
COMBATENDO E VENCENDO
O CÂNCER INFANTIL

Instituto
**Ayrton
Senna**
Educação do futuro,
agora

É vendida nas mais de 700 filiais da Droga Raia, nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Goiás e Mato Grosso do Sul.

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



A MAIOR DO BRASIL!

A *Sorria* é a maior revista do Brasil no ranking de venda avulsa, que leva em conta a decisão do leitor de comprar a publicação a cada edição

Revista	Circulação avulsa	
	Média por edição**	Média diária***
1º Sorria (bimestral)	193.011	3.217
2º TODOS (bimestral)	120.603	2.010
3º Veja (semanal)	79.900	11.414
4º Ana Maria (semanal)	72.448	10.350
5º Tititi (semanal)	61.688	8.813
6º Caras (semanal)	60.007	8.572
7º Malu (semanal)	58.980	8.426
8º Minha Novela (semanal)	46.651	6.664
9º Guia Astral (mensal)	43.627	1.454
10º Quatro Rodas (mensal)	42.962	1.432

* 54 edições da revista e 1 edição do Calendário Sorria. ** Média do número de exemplares impressos vendidos de forma avulsa, por edição, de janeiro a dezembro de 2016. Comparação entre as revistas da Editora MOL (Sorria e TODOS, auditadas pela VACC) e todas as revistas brasileiras pagas auditadas pelo Instituto Verificador de Comunicação (IVC). *** Valor da coluna anterior dividido pelo número de dias referente à periodicidade de cada edição das publicações (no caso das revistas mensais, a média por edição foi dividida por 30, por exemplo). Importante lembrar que, apesar de ser bimestral, a Sorria concentra boa parte de suas vendas na primeira semana: nas últimas seis edições, a média de exemplares vendidos nos primeiros sete dias da circulação foi de 76.318.

O QUE DIZEM OS PARCEIROS

A *Sorria* é uma corrente do bem que envolve e beneficia todos seus parceiros: a Droga Raia, correalizadora do projeto; o GRAACC e o IAS, entidades beneficiadas; e os leitores, base do sucesso do projeto. Confira depoimentos de representantes de cada um desses grupos

SÃO MAIS DE
R\$ 5 MIL
DOADOS
POR DIA

A CADA R\$ 1
INVESTIDO
EM PRODUÇÃO,
DOAMOS R\$ 1,06

R\$ 17.298.463,35
DOAÇÃO TOTAL

R\$ 12.667.142,06 + R\$ 4.631.321,29
PARA O GRAACC PARA O IAS

**PARA ONDE
VAI O DINHEIRO?**

Confira o destino da quantia paga pelos leitores por exemplar da revista*



* Valores referentes à edição 54, considerando venda de 98% da tiragem

MODELO DE NEGÓCIO

Não tem patrocínio, e 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.



Boa parte dos quase R\$ 13 milhões já doados pela Sorria ao GRAACC foi investida na construção de um novo prédio. Inaugurado em 2013, ele aumentou em 30% a capacidade de atendimento do hospital

CONTEÚDO

Prazeres simples, dicas e reflexões para ser mais feliz, histórias de vida inspiradoras, atitudes do bem. Sorria fala sobre as coisas que realmente importam na vida!



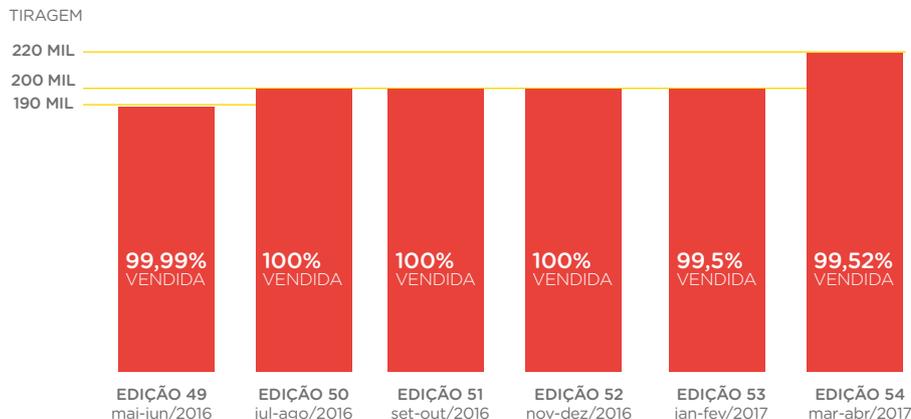
“O varejo tem algo único: o contato direto com o consumidor. Por isso, é o lugar correto para praticar responsabilidade social. A Sorria dá ao cliente a chance de doar e de receber em troca um produto interessante. E, ao fazer 9 anos, mostra que está superando um dos maiores desafios da área da sustentabilidade: tornar-se perene e autossustentável.”
Marcilio Pousada, CEO da Raia Drogasil



“A primeira fase de expansão do nosso hospital foi quase totalmente bancada pela Sorria. No geral, a revista é a segunda maior doadora do GRAACC. Além disso, por ter uma das maiores tiragens do país, dá visibilidade ao nosso trabalho, o que é crucial para que continuemos oferecendo reais chances de cura aos nossos pacientes.” Sérgio Petrilli, superintendente médico e um dos fundadores do GRAACC

ENCALHE ZERO E TIRAGEM CRESCENDO!

Das seis últimas edições da *Sorria*, três foram completamente esgotadas, e as demais venderam ao menos 99,5% da tiragem. Um resultado fantástico em um mercado no qual encalhes de 60% são considerados normais. E esse desempenho tem sido acompanhado de um **gradual aumento no número de exemplares impressos**. Confira no gráfico, com números referentes apenas à venda avulsa – desconsiderando as assinaturas



O FILHOTE PRATICAMENTE ESGOTOU!

Em dezembro de 2016, a *Sorria* lançou com enorme sucesso seu primeiro projeto especial: o *Calendário 2017 Sorria*. Em apenas três meses, a tiragem de 130 mil exemplares foi praticamente esgotada: **99,49% das unidades foram vendidas**. O modelo de negócio e a distribuição seguiram os mesmos moldes da revista. Com preço de capa de R\$ 3,95, o calendário gerou **uma doação total de R\$ 246.239,95**, dividida entre o GRAACC e o IAS. Além de registrar o passar dos dias, a publicação traz, a cada mês, um pôster ilustrado contendo dicas para uma vida mais feliz. Muito bem recebido pelos leitores, o produto permite mantê-los em contato com o projeto durante o ano inteiro.



Rodrigo Pipponzi (à esq.), diretor executivo da Editora MOL, recebe o prêmio da Fecomercio

PRATELEIRA DE TROFÉUS

Logo que completou seu primeiro ano, em 2009, a *Sorria* recebeu três prêmios que reconhecem seu sucesso sob diferentes pontos de vista.

A **qualidade editorial** garantiu o troféu de Lançamento do Ano em mídia impressa e digital, oferecido pela Associação Nacional de Editores de Publicações (Anatec). O Prêmio Aberje, da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, destacou a **excelência da publicação como veículo de comunicação corporativa**. E o Prêmio Fecomercio de Sustentabilidade no Varejo, da Federação do Comércio do Estado de São Paulo, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo, certificou a **eficiência da Sorria como agente de transformação social**.



“A Sorria é um veículo muito especial para nós, pois dá espaço para falar do trabalho que realizamos e apresentar cases de crianças e jovens que tiveram a vida transformada pela educação de qualidade. É uma corrente do bem que envolve colaboradores e clientes. Juntos, podemos fazer muito mais e ajudar a construir um Brasil melhor e mais justo.”
Viviane Senna, presidente do Instituto Ayrton Senna

“Nesses nove anos, a Sorria não só se tornou uma de nossas formas mais importantes de doar recursos para instituições sociais, como nos ajudou a construir uma rede de solidariedade. O funcionário tem a oportunidade de fazer uma boa ação no trabalho. O cliente compra pela primeira vez geralmente para ajudar a causa, mas temos altos índices de recompra – sinal de que ele gostou do conteúdo. Assim, a Sorria também serve como ferramenta de fidelização para nossa marca.”
Melissa Cabral, diretora de operações de varejo da Droga Raia

SINTONIA COM O VAREJO

O engajamento da equipe da Droga Raia é um dos pilares da Sorria. Para mantê-lo e ampliá-lo, o projeto aposta em treinamento e reconhecimento constantes. O sucesso de vendas e o feedback das lojas mostram a força dessa parceria



Gerentes da Droga Raia visitando o GRAACC com o diretor de operações da MOL, Artur Louback (de óculos)

Todo funcionário contratado pela Droga Raia passa por uma capacitação sobre o projeto, entendendo como funciona e qual é sua importância. Além disso, gerentes recém-promovidos ou em reciclagem recebem um treinamento especial, presencial, oferecido pelo diretor de operações da Editora MOL.

Nesses cursos, que acontecem em média três vezes ao mês, **atingindo pelo menos 700 profissionais por ano**, os funcionários têm a oportunidade de tirar dúvidas sobre a *Sorria*, aprofundando-se em questões como o modelo de negócio, os números do projeto e as instituições beneficiadas.

A cada edição, **as filiais com os melhores desempenhos de venda são premiadas e divulgadas na revista.**

O ranking baseia-se na taxa de conversão: número de revistas vendidas dividido pelo total de compras. Assim, lojas de diferentes tamanhos podem competir em pé de igualdade. Além disso, a rede é dividida em cinco grupos, baseados também na taxa de conversão: as equipes das filiais campeãs de cada categoria recebem vale-presentes.



A filial Paranaguá (PR) foi a campeã de vendas da edição 53 na categoria de maior taxa de conversão, atingindo 594% da meta



A equipe da filial de Jaú (SP) preparou o bolo cuja receita foi publicada na edição 48



A turma da loja de Cascavel A (PR) apostou no bom humor para vender a edição 50



A filial Campinas M (SP) ofereceu algodão-doce aos clientes para ajudar a esgotar a edição 51



A filial Cruzeiro (SP) criou um boneco igual ao da capa da edição 52 para enfeitar a loja

As equipes das lojas fazem questão de manter contato direto com a redação da Sorria. A cada edição, a Editora MOL recebe fotos dos funcionários de várias filiais mostrando com orgulho todo o seu empenho e criatividade para engajar os clientes no projeto. Uma seleção delas é publicada na revista.

“Sou cliente da Droga Raia, mas nunca havia comprado a Sorria. Achava que não era para o meu perfil (homem, 47 anos). Até que uma linda garotinha, portadora de síndrome de Down, me ofereceu a edição 49. Levei para casa, sem muito interesse em ler. Mas aí minha filha, de 18 anos, disse que era ‘muito da hora’ e que eu precisava conferir. Meu pai, de 76 anos, também gostou e me recomendou. Então comecei a ler e gostei. Conclusão: vou virar assinante!” Fernando Rente, leitor (depoimento publicado na edição 50, de jul./ago. de 2016)

“Estava na farmácia, comprando algo qualquer para o cabelo, quando fui ao caixa e ouvi: ‘A senhora quer doar...’ – nem escutei o resto e disse sim. Em casa, sentei para descansar, peguei a bolsa para procurar meu celular e achei a tal revista da farmácia. Gente, sério, obrigada, de coração. Vocês realizam um trabalho incrível e inspirador. Tudo nessa revista foi útil, e eu já vou olhar aqui como assinar. Mas, antes, precisava escrever isso para vocês. :)” Simone Lourenço, leitora (depoimento publicado na edição 49, de mai./jun. de 2016)



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

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 drogarias) 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:

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*

➔ **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

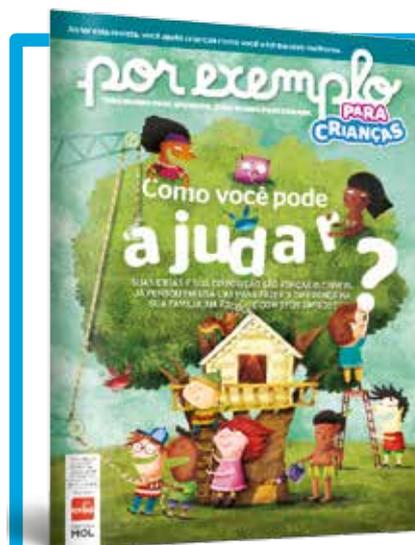
R\$ 86.660,80 PARA A CASA DO ZEZINHO

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.

“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**



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

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



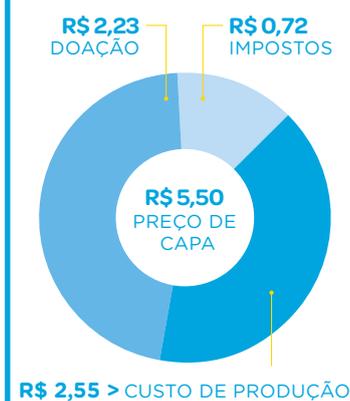
vida é movimento

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.

PARA ONDE VAI O DINHEIRO?

Confira o destino da quantia paga pelos leitores por exemplar da revista*



* 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) é vendida para todo o Brasil.



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

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.



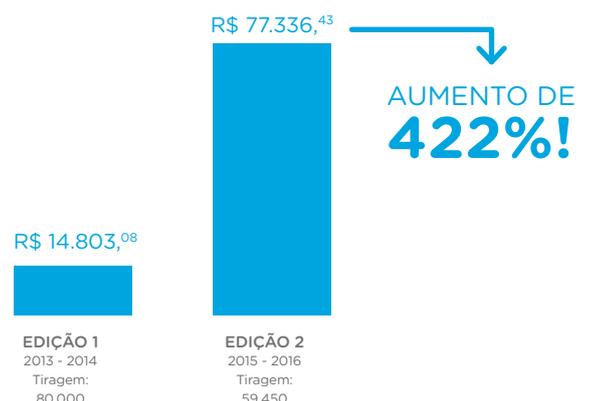
CONTEÚDO

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.**

DOAÇÃO POR EDIÇÃO:





O QUE TEM PRA JANTAR?

Principal projeto da Editora MOL na área da alimentação. Destaca-se pela integração do conteúdo com o negócio do parceiro varejista, pela variedade de publicações especiais lançadas e pela longevidade: entre nossos produtos periódicos, é o segundo mais duradouro. Além disso, comprova que mesmo redes de varejo pequenas podem ter projetos socioeditoriais bem-sucedidos

* 13 edições da revista e 5 de publicações especiais (calendários e coleção Mundo)

O QUE DIZEM OS PARCEIROS

“A MOL entendeu perfeitamente o que é a marca St Marche, refletindo nossa essência no projeto O que Tem pra Jantar?. Outro ponto forte da editora é o conhecimento sobre varejo, fundamental para fazer esse tipo de iniciativa acontecer. Assim, levamos aos clientes uma experiência especial e ajudamos iniciativas sociais que têm a ver com nosso negócio.”
Victor Leal, cofundador e co-CEO do St Marche



“Sou grande admiradora e incentivadora do modelo de negócios da Editora MOL! A empresa cativa os leitores, viabiliza grandes causas sociais e muda a cultura da população, que passa a desempenhar melhor seu papel de agente social. Todos devem contribuir para um bem maior, e a MOL cumpre direitinho seu papel!”
Luciana Quintão, presidente do Banco de Alimentos

LANÇAMENTO
SETEMBRO | 2013

18 EDIÇÕES*
LANÇADAS

129.246
EXEMPLARES
AVULSOS VENDIDOS

237
ASSINATURAS
REALIZADAS

PERIODICIDADE
TRIMESTRAL

8.000
DE TIRAGEM

7.856
DE CIRCULAÇÃO
MÉDIA POR EDIÇÃO

32 PÁGINAS
POR EDIÇÃO

FORMATO
13,3 X 20,6 CM
(COLORIDA)

PREÇO ATUAL
R\$ 4,90

INSTITUIÇÃO
BENEFICIADA



É vendida
nas 18 lojas
do St Marche, na
Grande São Paulo.

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

MODELO DE NEGÓCIO

O custo de produção é recuperado com a venda. Cada exemplar impresso gera uma doação de R\$ 0,50.

CONTEÚDO

Receitas culinárias, dicas para cozinhar e comer melhor e indicações de bebidas. As páginas são destacáveis, para colecionar. O que Tem pra Jantar? é a revista de quem vê no paladar o caminho mais saboroso rumo à felicidade.



→ Em redes de varejo regionais, a circulação e a doação são menores, mas o impacto social é proporcionalmente significativo: o Banco de Alimentos beneficia 22 mil pessoas por dia!

R\$ 82.117,11
DOAÇÃO TOTAL

R\$ 49.181,56
PARA O BANCO
DE ALIMENTOS

R\$ 32.935,55
PARA A
GASTROMOTIVA
(beneficiada até a edição 9)



Revista exposta no St Marche junto aos ingredientes usados em receitas da edição

MÃOS DADAS COM O VAREJO

Entre os projetos da Editora MOL, *O que Tem pra Jantar?* é o que apresenta maior integração com o negócio do parceiro varejista. Afinal, o conteúdo da revista, apesar de não ser institucional, está diretamente relacionado às lojas: todos os ingredientes das receitas estão à venda na rede. Assim, **a publicação funciona como uma ferramenta do St Marche para cumprir sua vocação para a curadoria**, sugerindo boas compras aos clientes e fornecendo informações que ajudam o consumidor a valorizar os produtos do seu portfólio.



“O projeto *O que Tem pra Jantar?* foi bastante importante para a *Gastromotiva*. Cada edição proporcionou a formação de um novo aluno no nosso curso. Além disso, graças à revista, recebemos e-mails e telefonemas de pessoas com vontade de conhecer o projeto mais a fundo e de fazer trabalho voluntário conosco, o que é ótimo.”
David Hertz, fundador da *Gastromotiva*

UMA MARCA, MUITOS PRODUTOS

A revista *O que Tem pra Jantar?* já deu origem a cinco edições de publicações especiais que levam a marca do projeto. Todas elas seguiram o modelo autossustentado com doação fixa: cada exemplar vendido gerou uma doação de R\$ 1,00. Saiba mais sobre elas abaixo



CALENDÁRIOS

Publicações para pendurar na parede e fazer companhia ao leitor durante todo o ano, garantindo uma ótima exposição da marca do parceiro varejista. Cada mês é acompanhado de um pôster com receitas e dicas. Foram lançadas três edições: 2014, 2015 e 2016, gerando uma doação total de mais de R\$ 18 mil.



COLEÇÃO MUNDO

Cada edição é composta de 17 pôsteres destacáveis, com informações curiosas e divertidas sobre um tema ligado aos prazeres da mesa. Foram lançadas duas edições: o *Mundo do Vinho*, em 2014, e o *Mundo do Chocolate*, em 2016. A doação foi de mais de R\$ 7.800.



REDAÇÃO GOURMET

Todas as receitas veiculadas na revista *O que Tem pra Jantar?* são produzidas e fotografadas por nossa equipe. **Contamos com colaboradores especializados e apaixonados pelo assunto, garantindo um conteúdo apetitosamente exclusivo.** Desde a primeira edição, são mais de 260 receitas elaboradas, clicadas e publicadas.



EU QUE FIZ!

Uma revista repleta de projetos para o lar no estilo faça você mesmo, vendida numa rede de lojas de material de construção e decoração. Com casamento perfeito entre conteúdo e varejo, doou mais de R\$ 30 mil em duas edições

LANÇAMENTO
NOVEMBRO | 2013

2 EDIÇÕES LANÇADAS

70.058 EXEMPLARES VENDIDOS

PERIODICIDADE
TRIMESTRAL

50.000 DE TIRAGEM (média das 2 edições)

34.976 DE CIRCULAÇÃO (média das 2 edições)

MAIS DE **70 MIL** FÃS NAS REDES SOCIAIS (canais encerrados com o fim do projeto)

56 PÁGINAS POR EDIÇÃO

FORMATO **27,5 X 20,5 CM** (COLORIDA)

PREÇO **R\$ 3,50**

INSTITUIÇÃO BENEFICIADA

COMBATENDO E VENCENDO O CÂNCER INFANTIL

Foi vendida entre 2013 e 2014 em 44 lojas da C&C nos estados de Espírito Santo, Rio de Janeiro e São Paulo.

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



O projeto comprovou que há demanda no meio impresso pelo conteúdo de decoração faça você mesmo, nicho de grande audiência na internet

MODELO DE NEGÓCIO
Não tinha patrocínio, e o parceiro varejista não realizava investimento direto. A renda vinha do volume de vendas. Atingido o ponto de equilíbrio, ocorria a doação, equivalente ao preço de capa menos custos de produção e impostos.

POR QUE ACABOU?
Um dos grandes desafios do projeto *Eu que Fiz!* foi conciliar o produto à estrutura de uma rede de varejo do ramo de material de construção, com lojas amplas e alta média de funcionários por gerente. Os resultados das duas primeiras edições, porém, revelaram que estávamos no caminho certo, fazendo as adaptações necessárias para repetir o sucesso das nossas demais publicações. No segundo ano do projeto, porém, um desalinhamento com a estratégia do parceiro varejista acabou obstruindo de forma decisiva a continuidade da revista.

O QUE DIZEM OS PARCEIROS



“Com o sucesso da Sorria, o GRAACC, junto à Editora MOL, decidiu envolver a C&C, parceira de longa data de nossa instituição, em um novo projeto. A ideia era convidar os consumidores a ajudar a combater o câncer infantil por meio da aquisição da *Eu que Fiz!*, revista voltada para o tema da decoração faça você mesmo. A iniciativa foi um sucesso, gerando mais de R\$ 30 mil em doações para o GRAACC em 2014. Esse recurso foi fundamental, já que o ano foi de consolidação das atividades do hospital após a sua expansão. Com o aumento do espaço físico, os custos também se elevaram, e, por isso, a *Eu que Fiz!* foi muito importante para manter a qualidade do tratamento de nossos pacientes.”
Tammy Allersdorfer, superintendente de desenvolvimento institucional do GRAACC

R\$ 30.273,72 DOAÇÃO TOTAL

100% DESTINADA AO GRAACC



CONTEÚDO

Projetos de decoração no estilo faça você mesmo (para todos os cômodos, gostos e níveis de habilidade), além de dicas para reformar a casa. Uma revista perfeita para quem ama deixar o lar lindo abusando da criatividade.



COM AS PRÓPRIAS MÃOS

As duas edições da *Eu que Fiz!* trouxeram, ao todo, 43 projetos no estilo faça você mesmo. Muita gente pergunta: **“Vocês mesmos fizeram tudo isso?”**. **A resposta é sim!** Com o apoio da C&C, nossa equipe idealizou, construiu e fotografou cada projeto. Produzir publicações com conteúdos tão diversos e específicos nos enche de prazer e de orgulho.



DAS PRATELEIRAS ÀS PÁGINAS

A *Eu que Fiz!* foi um exemplo de projeto socioeditorial com conteúdo estreitamente relacionado aos produtos disponíveis na rede varejista parceira – assim como acontece com a publicação *O que Tem pra Jantar?* (saiba mais na página 36). O material necessário à montagem de cada um dos projetos de faça você mesmo publicados na revista estava à venda na C&C no período de circulação de cada edição. Isso exigiu um detalhado trabalho de pesquisa durante a elaboração da pauta e um eficiente canal de comunicação entre a redação e o varejo. O resultado compensou: **o conteúdo atingiu em cheio o público frequentador das lojas, e, mesmo não sendo institucional, levou o portfólio da marca varejista à casa do cliente**, por meio de informações relevantes e interessantes. Assim, todos os envolvidos no projeto puderam se beneficiar.



TODOS

Lançada há apenas dois anos, tornou-se o **segundo maior projeto da Editora MOL**, somando mais de R\$ 2 milhões doados. Com **tiragem e venda em constante crescimento**, ingressou no grupo das maiores revistas do país. Entre as instituições beneficiadas estão entidades de atuação local, permitindo que os **leitores colaborem diretamente com sua comunidade**

Dados atualizados em 15/5/2017 (até a edição 12).
Para mais informações, acesse www.editoramol.com.br

LANÇAMENTO
ABRIL | 2015

12 EDIÇÕES
LANÇADAS

1.347.040
EXEMPLARES
AVULSOS VENDIDOS

134
ASSINATURAS
REALIZADAS

PERIODICIDADE
BIMESTRAL

CIRCULAÇÃO ATUAL:
133.166
133.064 > venda avulsa
102 > assinaturas
(DADOS DA EDIÇÃO 12)

52 PÁGINAS
POR EDIÇÃO

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

PREÇO ATUAL
R\$ 3,95

INSTITUIÇÕES
BENEFICIADAS:



E 13 ENTIDADES DE
APOIO A IDOSOS
CARENTES

É vendida nas mais de 740 filiais da Drogasil, nos estados de Alagoas, Bahia, Espírito Santo, Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte, São Paulo, Sergipe, Tocantins e no Distrito Federal.



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

VICE-LÍDER NACIONAL

A *TODOS* é a segunda maior revista do Brasil no ranking de venda avulsa, que considera a decisão do leitor de comprar a publicação a cada edição

Revista	Circulação avulsa	
	Média por edição*	Média diária**
1º <i>Sorria</i> (bimestral)	193.011	3.217
2º <i>TODOS</i> (bimestral)	120.603	2.010
3º <i>Veja</i> (semanal)	79.900	11.414
4º <i>Ana Maria</i> (semanal)	72.448	10.350
5º <i>Tititi</i> (semanal)	61.688	8.813
6º <i>Caras</i> (semanal)	60.007	8.572
7º <i>Malu</i> (semanal)	58.980	8.426
8º <i>Minha Novela</i> (semanal)	46.651	6.664
9º <i>Guia Astral</i> (mensal)	43.627	1.454
10º <i>Quatro Rodas</i> (mensal)	42.962	1.432

* Média do número de exemplares impressos vendidos de forma avulsa, por edição, de janeiro a dezembro de 2016. Comparação entre as revistas da Editora MOL (Sorria e TODOS, auditadas pela VACC) e todas as revistas brasileiras pagas auditadas pelo Instituto Verificador de Comunicação (IVC). ** Valor da coluna anterior dividido pelo número de dias referente à periodicidade de cada edição das publicações (no caso das revistas mensais, a média por edição foi dividida por 30, por exemplo).

SÃO MAIS DE
R\$ 2,8 MIL
DOADOS
POR DIA
-- NESSES --
DOIS ANOS!

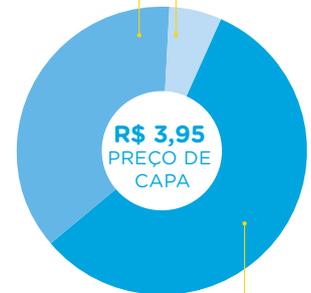
R\$ 2.073.778,45
DOAÇÃO TOTAL

R\$ 978.328,59 PARA A OBRA DO BERÇO
R\$ 577.043,93 PARA A TURMA DO BEM
R\$ 518.405,93 PARA AS ENTIDADES DE APOIO À TERCEIRA IDADE

**PARA ONDE
VAI O DINHEIRO?**

Confira o destino da quantia paga pelos leitores por exemplar da revista*

R\$ 1,47 DOAÇÃO
R\$ 0,24 IMPOSTOS



R\$ 2,24 > CUSTO DE PRODUÇÃO

* Valores referentes à edição 12, considerando venda de 98% da tiragem

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.



CONTEÚDO

Histórias de vida inspiradoras, surpreendentes e divertidas, além de curiosidades, receitas, trabalhos manuais e passatempos. A **TODOS** estimula seus leitores a levar uma vida mais ativa, feliz e cheia de significado.

**O QUE
DIZEM
OS PARCEIROS**

“Uma empresa tem a responsabilidade de ser social. Com as revistas, a gente devolve para a sociedade o que ela nos dá como negócio. Além disso, elas são o melhor veículo para fazer com que nosso time se engaje em um projeto de sustentabilidade. As nossas revistas têm um papel importante na estratégia das grandes causas da companhia.”
Marçílio Pousada, CEO da Raia Drogasil



“A **TODOS** é um projeto inteligente: usa recursos já disponíveis – a estrutura logística, o ponto de venda, a força de vendas, a base de consumidores da loja – para alavancar uma ação social, sem gerar custo para a empresa. Unimos os públicos interno e externo para beneficiar a comunidade local e reforçamos os valores da marca.”
Renato Raduan, vice-presidente de operações de varejo da Drogasil

APOIO LOCAL

A doação gerada pela *TODOS* ajuda a manter 13 entidades que abrigam idosos carentes em 13 estados em que a revista é vendida. Assim, **os leitores têm a oportunidade de beneficiar projetos sociais que atuam diretamente na sua comunidade.** Os estabelecimentos passaram por um rigoroso processo de seleção, enviando uma série de documentos para comprovar sua solidez institucional e sendo visitados pessoalmente por um representante da Editora MOL. **Os valores doados pela revista têm impacto direto na qualidade de vida dos idosos atendidos,** pois são investidos principalmente em reformas, tornando os espaços mais funcionais e acolhedores. É exigida das entidades uma detalhada prestação de contas sobre a utilização das doações. Confira no mapa quais são essas instituições, onde ficam e quanto cada uma já recebeu.



As doações foram empregadas na compra de esquadrias, piso de cerâmica e outros materiais de construção, permitindo uma grande reforma no prédio



Entre as benfeitorias realizadas graças às doações estão a instalação de sistema de aquecimento solar e a colocação de forro nos apartamentos



A verba foi aplicada na instalação de um exaustor na cozinha, na pintura de 15 quartos, entre outros cômodos, e na compra de roupeiros, além de outros móveis



Artur Louback, diretor de operações da Editora MOL, realizando treinamento com funcionários da Drogasil

EQUIPE ENGAJADA

Projetos que seguem o modelo de negócio da *TODOS*, correalizados por um parceiro varejista, dependem intimamente do envolvimento dos funcionários da rede de lojas. Contribuir para o engajamento das equipes é parte fundamental do trabalho da Editora MOL. **Mensalmente, realizamos treinamentos com novos gerentes da Drogasil,** reforçando o papel da revista na cultura da empresa.



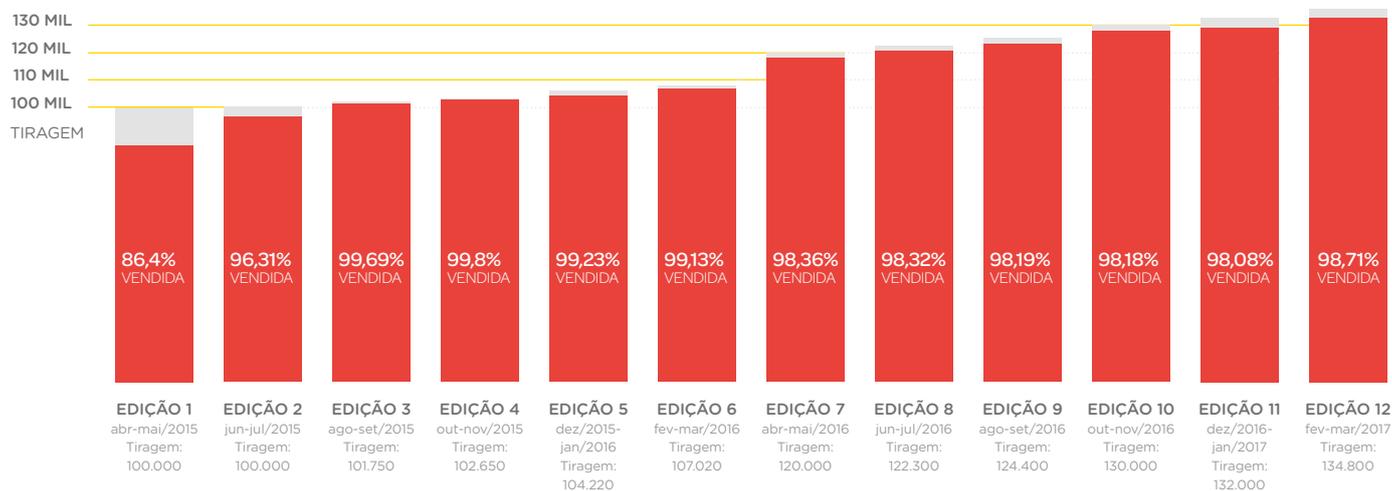
“As doações da *TODOS* contribuem para a manutenção de vários dos nossos serviços, como alimentação, creche, atendimento odontológico e curso profissionalizante. Também custeiam reformas e compra de material pedagógico. Além disso, há leitores que telefonam dizendo que conheceram a instituição na revista e que querem ajudar.”
Vera Helena Dias, vice-presidente da Obra do Berço



“A parceria com a Editora MOL foi uma das melhores coisas que aconteceram com a TdB em 2015. Desde então, a *TODOS* foi responsável pelo encaminhamento de mais de 4 mil jovens para atendimento. Além disso, traz conteúdo de altíssimo nível, que valoriza nossa rede de voluntários. Espero que esse trabalho continue por muitos anos!”
Fábio Bibancos, fundador e presidente da Turma do Bem

CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

A tiragem da *TODOS* vem sendo aumentada gradualmente desde a terceira edição. Começamos com 100 mil exemplares e hoje já estamos com mais de 130 mil. E esse crescimento é acompanhado pelo avanço nas vendas: **desde o primeiro incremento na tiragem, o encalhe se mantém abaixo de 2%** – uma marca que qualquer revista no mundo adoraria ostentar. Confira no gráfico o resultado de venda avulsa de cada edição



GENTE É PRA BRILHAR

Um dos diferenciais da *TODOS* que mais chamam atenção e nos enchem de satisfação está estampado logo na primeira página da revista. **A foto de capa sempre mostra uma pessoa desconhecida do grande público – gente comum, com histórias reais e inspiradoras.** De acordo com as fórmulas tradicionais do mercado editorial, essa escolha não poderia estar mais errada: basta ver quais são os chamarizes em que as demais revistas apostam. Jogando os holofotes sobre pessoas com quem podemos cruzar na rua, a *TODOS* passa sua principal mensagem: qualquer um de nós é capaz de feitos admiráveis, dignos de manchete!



Judith Caggiano, de 83 anos, descobriu a liberdade depois dos 70: após o fim de um casamento opressor, viajou, fez tatuagens e conquistou muitos amigos



José dos Santos Neto, de 74 anos, viúvo desde os 61, adora pesquisar novas músicas e passos para dançar com sua nova esposa, Sônia de Lima, de 62



Inspirada pelo exemplo de uma amiga, Joice Berth, de 40 anos, ganhou confiança para se tornar militante do feminismo negro, estimulando outras mulheres a acreditar na própria voz

“Somos muito felizes por ter a Editora MOL como parceira. Os recursos doados permitiram a reforma de dois quartos na ala feminina e a instalação de um aquecedor solar, melhorando a vida dos nossos idosos e otimizando o trabalho dos nossos cuidadores. Que essa parceria se alargue cada vez mais!” *Diana Pimenta, assistente social do Lar do Irmão Velho*

“Quando recebemos a primeira doação, transbordamos de felicidade. Pudemos avançar o projeto de ampliação da nossa casa, que estava parado por falta de verba. Ao concluirmos essa obra, poderemos acolher mais 20 idosos. A todos da MOL, nosso eterno reconhecimento!” *Solange Leopoldino, coordenadora administrativa da Casa para Velhice Luiza de Marillac*

“Quando me ofereceram a *TODOS*, aceitei sem pensar: o preço é justo e ela ajuda muita gente. Revista e tinta de cabelo foram pra sacola, e por lá ficaram por mais de uma semana. Quando a tinta se fez necessária, a revista fez-se surpresa. Tocou na alma e fez repensar a vida. A *TODOS* ajuda mesmo, inclusive a mim!” *Elaine Castro, leitora (depoimento publicado na edição 2, jun./jul. 2015)*



PRODUTOS

PARCEIROS PATROCINADORES



COLEÇÃO EU AMO

Nossa apaixonada empreitada no universo dos livros tem rendido **ao menos um lançamento por ano desde 2013**. Graças a ela, temos a oportunidade de contribuir com mais causas e instituições, atingir novos públicos e **experimentar outros canais de distribuição** – além de produzir um conteúdo que nos enche de satisfação, conquistando **centenas de milhares de fãs em todo o país**

R\$ 29.739,71
DOAÇÃO TOTAL

DESTINADA A 9 INSTITUIÇÕES

MODELO DE NEGÓCIO

O custo do projeto é bancado por uma empresa parceira, que, em contrapartida, tem sua marca divulgada na publicação e recebe uma tiragem exclusiva (*saiba mais no quadro ao lado*). Na primeira edição, a cada exemplar vendido, 9% do valor pago pelo leitor é doado. Nas demais, a doação é de R\$ 1 por unidade comercializada.

CONTEÚDO

Cada um dos livros apresenta 50 histórias e fotos de pessoas apaixonadas pelo tema que dá nome à obra. São homens e mulheres de todas as faixas etárias e de todas as regiões do Brasil. As publicações também trazem 50 motivos e 50 dicas para o leitor mergulhar no mesmo amor. A coleção é feita para quem busca inspiração para descobrir e viver intensamente os prazeres saudáveis da vida.

LANÇAMENTO
2013

6 LIVROS

12 EDIÇÕES
LANÇADAS

328 MIL

f SEGUIDORES
NO FACEBOOK

64.772

EXEMPLARES
IMPRESSOS

9.658

EXEMPLARES
VENDIDOS

41.972

EXEMPLARES
DISTRIBUÍDOS
GRATUITAMENTE

É vendida em mais de 50 lojas de mais de 20 redes nacionais e regionais de livrarias nos estados de Mato Grosso, Minas Gerais, Pará, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e São Paulo, mais o Distrito Federal.

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



Entre janeiro de 2016 e março de 2017, os livros também chegaram a bancas de jornal e revista: foram cerca de 1.800 pontos de venda nas regiões Centro-Oeste, Nordeste, Sudeste e Sul.

O destaque é o livro *Eu Amo Bike*, maior comunidade brasileira de amantes da bicicleta no Facebook (e uma das maiores do mundo sobre o tema!), com mais de 300 mil fãs. As páginas dos demais títulos, mesmo sendo menores, também possuem bom nível de engajamento, permitindo uma ótima conexão entre a Editora MOL, os personagens e os leitores.



VERSÃO DO PATROCINADOR

Boa parte da tiragem dos livros é destinada à distribuição gratuita. Como contrapartida ao patrocínio, **a empresa parceira recebe uma edição exclusiva, utilizada como presente em relações institucionais**. Essa edição possui capa em cor diferente e textos institucionais na orelha e na página de apresentação do livro – o restante do conteúdo é idêntico ao da versão destinada à venda. Além disso, quando o projeto é realizado via Lei Rouanet, há distribuição gratuita para bibliotecas públicas e população de baixa renda, conforme exigido pela legislação.



EU AMO BIKE

R\$ 8.701,17
DOAÇÃO TOTAL

R\$ 2.900,39 PARA CADA INSTITUIÇÃO

LANÇAMENTO
2013

2 EDIÇÕES
LANÇADAS

7.300
EXEMPLARES
IMPRESSOS

2.500
EXEMPLARES
DISTRIBUÍDOS
GRATUITAMENTE

2.500
EXEMPLARES
VENDIDOS

100 PÁGINAS

FORMATO
25 X 20 CM
(COLORIDO)

PREÇO ATUAL
R\$ 39,90

INSTITUIÇÕES
BENEFICIADAS



CONTEÚDO

Histórias e fotos de 50 brasileiros que amam a bicicleta como transporte, lazer, esporte, negócio ou bandeira social. Um panorama da diversidade de quem pedala no país. Também traz 50 razões para se apaixonar pela magrela, 50 dicas para começar a pedalar e um infográfico apresentando as partes da bicicleta.

“Ao divulgarem a cultura da bicicleta, as publicações da Editora MOL estão alinhadas à nossa missão. Além disso, a reversão de parte dos ganhos em apoio financeiro à Ciclocidade contribui com a sustentabilidade financeira da organização. Parcerias como essa representam ganhos para a sociedade, para a ONG e para as empresas envolvidas.” René José Rodrigues Fernandes, diretor financeiro da Ciclocidade

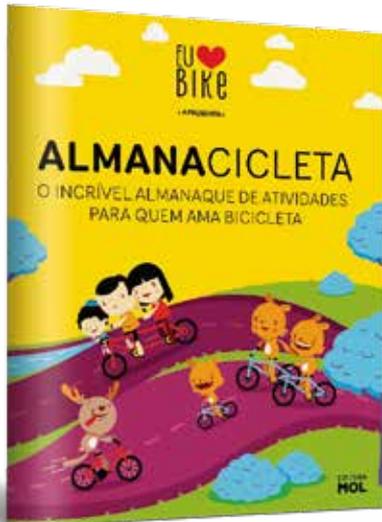
“
O QUE
DIZEM
OS PARCEIROS



“O Itaú escolheu a mobilidade urbana como causa devido ao poder que a bicicleta tem de sensibilizar as pessoas. Em parceria com a Editora Mol, apoiamos uma série de publicações fundamentais para catalisar a mudança cultural provocada pela bicicleta. Foi importante ter parceiros tão sensíveis e comprometidos com a entrega de produtos excelentes.” Luciana Nicola, superintendente de relações governamentais e institucionais do Itaú

FAMÍLIA AMARELA

Em 2015, o livro *Eu Amo Bike* deu origem a duas novas publicações sobre o mesmo tema: *Almanacicleta*, um almanaque voltado ao público infantil, e *Eu Sou a Mudança*, livro que mapeia, analisa e promove o fenômeno da bicicleta no país. Assim como o *Eu Amo Bike*, ambos são patrocinados pelo Itaú e beneficiam as instituições Ciclocidade, Transporte Ativo e Vá de Bike.



2 EDIÇÕES LANÇADAS

32.000

EXEMPLARES IMPRESSOS

30.200

EXEMPLARES DISTRIBUÍDOS GRATUITAMENTE

1.649

EXEMPLARES VENDIDOS

36 PÁGINAS

FORMATO
25,5 X 20 CM
(COLORIDO)

PREÇO ATUAL
R\$ 14,90

CONTEÚDO

Almanaque infantil que mistura diversão e informação, entreterendo as crianças e despertando nelas o amor pela bicicleta e a consciência cidadã. Traz passatempos clássicos – como liga-pontos e labirinto –, curiosidades sobre ciclismo e dicas para pedalar com segurança.

R\$ 2.210,06
DOAÇÃO TOTAL

R\$ 787,12 PARA O VÁ DE BIKE
+ **R\$ 711,47** PARA A TRANSPORTE ATIVO
+ **R\$ 711,47** PARA A CICLOCIDADE



1 EDIÇÃO LANÇADA

3.000

EXEMPLARES IMPRESSOS

2.100

EXEMPLARES DISTRIBUÍDOS GRATUITAMENTE

462

EXEMPLARES VENDIDOS

104 PÁGINAS

FORMATO
20 X 20 CM
(COLORIDO)

PREÇO ATUAL
R\$ 29

CONTEÚDO

Apresenta 100 projetos que usam a bike para transformar o Brasil. São iniciativas públicas e privadas, locais e nacionais, com ou sem fins lucrativos, relacionadas a mobilidade, negócios, esporte, saúde, sustentabilidade, cultura, educação, turismo e lazer.

R\$ 1.316,07
DOAÇÃO TOTAL

R\$ 438,69 PARA
CADA INSTITUIÇÃO



"A parceria com a Editora MOL é especial porque todos têm algo a ganhar. Eu nunca havia visto nada parecido no mundo. Usar histórias de vida para divulgar uma causa é uma ótima maneira de fazer com que as pessoas se identifiquem com ela. E transformar a renda obtida com isso em doação é uma forma inteligente de fazer o bem."
Zé Lobo, diretor-geral da Transporte Ativo



"Quem lê os livros da Editora MOL sobre bicicleta ganha muito mais do que o entretenimento de uma leitura agradável: além de já ter realizado uma boa ação por tê-los adquirido, esse leitor se sentirá motivado a encontrar soluções criativas para melhorar o mundo à sua maneira. Fazer parte dessa rede de apoio e inspiração nos dá muito mais força para continuar nosso trabalho."
Willian Cruz, criador do site Vá de Bike



EU AMO VIAJAR

R\$ 11.100,52
DOAÇÃO TOTAL

R\$ 5.557,28 + **R\$ 5.543,24**
PARA A GARUPA + PARA O ICEI

LANÇAMENTO
2014

3 EDIÇÕES
LANÇADAS

9.372
EXEMPLARES
IMPRESSOS

2.572
EXEMPLARES
DISTRIBUÍDOS
GRATUITAMENTE

3.213
EXEMPLARES
VENDIDOS

100 PÁGINAS

FORMATO
25 X 20 CM
(COLORIDO)

PREÇO ATUAL
R\$ 39,90

INSTITUIÇÕES
BENEFICIADAS


GARUPA


icei
brasil



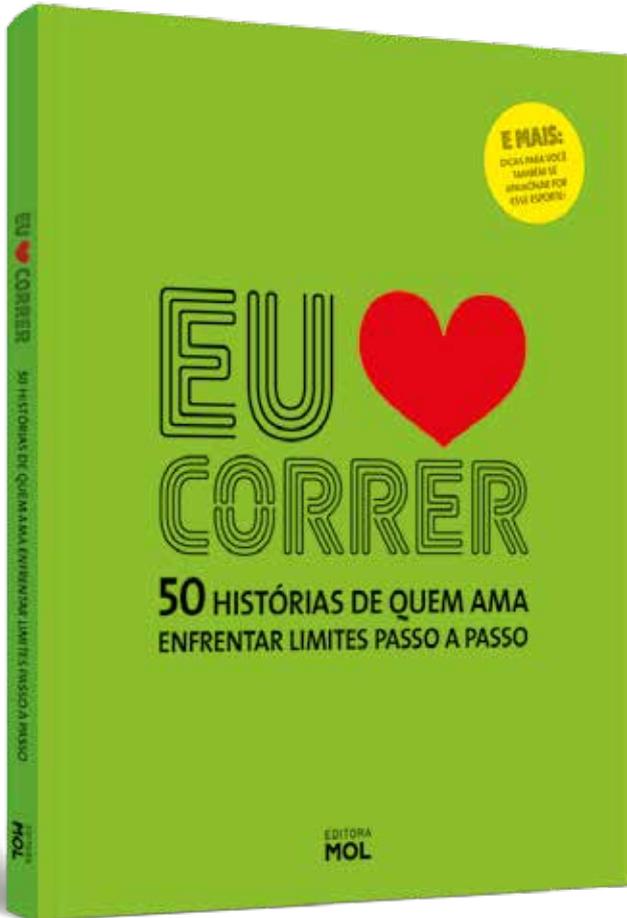
CONTEÚDO

Histórias e fotos de 50 brasileiros apaixonados por desbravar destinos nacionais e internacionais de todos os tipos. Um guia de viagens diferente, em que o leitor pega carona nos roteiros dos personagens. Também traz conselhos para fazer as malas, 50 razões para amar viajar e 50 dicas para planejar incríveis aventuras.

"A parceria com a MOL contribuiu de maneira significativa para nossa estratégia de comunicação. A partir de histórias reais, estabelecemos uma conexão muito próxima com nossos clientes, demonstrando a importância da viagem no crescimento, nas descobertas e nos aprendizados." **Daniel Aguado**, gerente SR de comunicação e marca da LATAM Airlines Brasil

"Ter um parceiro que aplica a lógica da economia justa e que promove a cidadania e o acesso à informação é altamente positivo para o ICEI. Recebemos, além de renda, credibilidade. Graças a essa união, mais pessoas passaram a entender a importância das comunidades locais, do turismo sustentável e da transmissão de saberes." **Lia Miceli**, associada e tesoureira do ICEI Brasil

"A parceria com a Editora MOL traz benefícios que vão além do aspecto financeiro. Pretendemos usar os recursos recebidos na criação de um vídeo institucional. Mas também ganhamos visibilidade e sentimos uma forte identificação de propósito com a editora. Que venham novos projetos!" **Mônica Barroso**, diretora executiva da Garupa



EU AMO CORRER

R\$ 3.924,04
DOAÇÃO TOTAL

R\$ 1.962,02 PARA CADA INSTITUIÇÃO

LANÇAMENTO
2015

2 EDIÇÕES
LANÇADAS

5.300
EXEMPLARES
IMPRESSOS

1.500
EXEMPLARES
DISTRIBUÍDOS
GRATUITAMENTE

1.141
EXEMPLARES
VENDIDOS

100 PÁGINAS

FORMATO
25 X 20 CM
(COLORIDO)

PREÇO ATUAL
R\$ 39,90

INSTITUIÇÕES
BENEFICIADAS



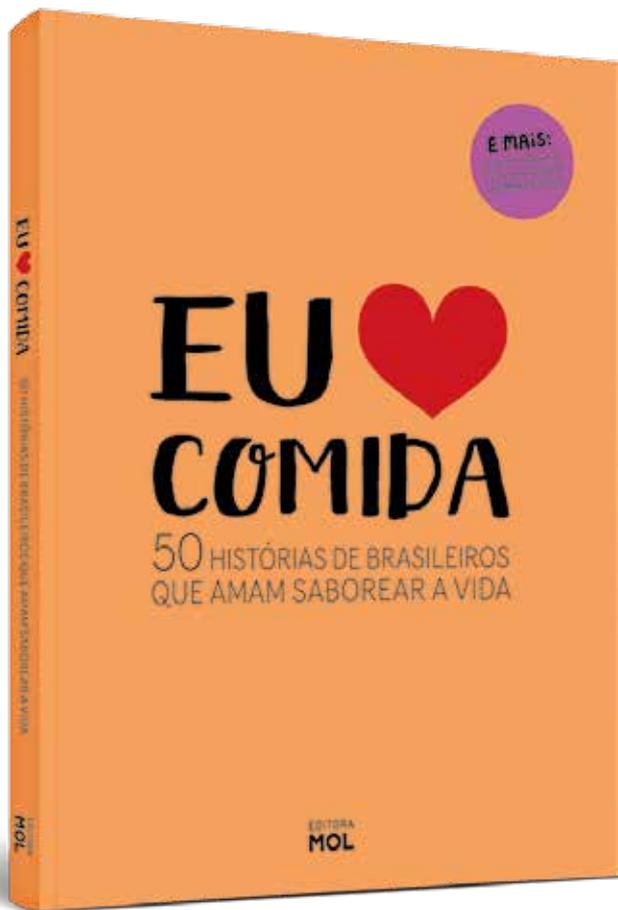
CONTEÚDO

Histórias e fotos de 50 brasileiros – profissionais e amadores – apaixonados por corridas de vários tipos. É inspiração para quem pensa em adotar o esporte e também para quem já tem experiência no assunto. Traz, ainda, uma apresentação das principais modalidades do atletismo, 50 motivos para amar correr e 50 dicas para começar já.

"A Editora MOL tem sido grande cúmplice do nosso trabalho, revertendo ao Instituto Mara Gabrilli parte da renda do livro Eu Amo Correr. Fico muito feliz de saber que histórias de apaixonados por corrida chegam aos leitores com uma missão ainda maior: ajudar pessoas com deficiência. Afinal, correr por quem precisa, além de mais funcional, é contagiante!"
Mara Gabrilli, fundadora do Instituto Mara Gabrilli



"O formato de captação de recursos para fins sociais criado pela Editora MOL é interessantíssimo e inteligente, porque é autossustentável. As publicações são de muita qualidade, o que chama a atenção do público logo de cara. O livro Eu Amo Correr tem sinergia com o trabalho de fortalecimento da cultura esportiva que realizamos com crianças, adolescentes e jovens." Sôstenes Brasileiro de Oliveira, diretor-geral da Fundação Gol de Letra



EU AMO COMIDA

R\$ 2.487,88
DOAÇÃO TOTAL

R\$ 1.243,94 PARA CADA INSTITUIÇÃO

LANÇAMENTO
2016

2 EDIÇÕES
LANÇADAS

7.800
EXEMPLARES
IMPRESSOS

3.100
EXEMPLARES
DISTRIBUÍDOS
GRATUITAMENTE

693
EXEMPLARES
VENDIDOS

100 PÁGINAS

FORMATO
25 X 20 CM
(COLORIDO)

PREÇO ATUAL
R\$ 39,90

INSTITUIÇÕES
BENEFICIADAS



Lançamento do livro *Eu Amo Comida*, na livraria Cultura do Shopping Iguatemi, em São Paulo

CARA A CARA

Os livros da coleção *Eu Amo* sempre chegam ao mundo com festa. **Todos tiveram evento de lançamento em São Paulo, em grandes livrarias:** Cultura, Fnac e Saraiva. O mais recente, *Eu Amo Comida*, também foi celebrado no Rio de Janeiro. Nessas datas, reúnem-se personagens, colaboradores, parceiros e leitores, criando e fortalecendo vínculos. **Os títulos também têm originado a realização de ciclos de palestras:** eventos gratuitos em que especialistas envolvidos na produção dos livros (entrevistados e integrantes das entidades beneficiadas) compartilham seu conhecimento com o público. Na entressafra dos lançamentos, esses eventos ajudam a manter e a ampliar a relevância da marca *Eu Amo*.



CONTEÚDO

Histórias e fotos de 50 brasileiros apaixonados por alimentação das mais variadas formas. São pequenos produtores, pesquisadores, cozinheiros, donos de restaurante e gente que simplesmente adora comer. Uma saborosa celebração dos prazeres do paladar. Traz também dicas para aproveitar as refeições, 50 razões para amar comida e 50 ideias para se alimentar melhor.



"A parceria com a Editora MOL é muito especial e importante para nós, pois permitiu unirmos os interesses estratégicos da empresa e da sociedade em geral, além de apoiar causas sociais alinhadas às nossas diretrizes. O projeto reforçou nosso compromisso com a alimentação saudável e com as práticas sustentáveis, trazendo histórias encantadoras."
Denise Coelho, diretora adjunta de comunicação corporativa e sustentabilidade da Ticket Serviços

"Os projetos criados pela Editora MOL enchem os olhos de beleza, trazendo conteúdo inédito, rico em novidades e sutilezas. Além disso, temos visões de mundo semelhantes. Trabalhamos olhando nossa comunidade, e não há parceiro melhor do que uma empresa orientada para esse propósito. Nós levamos alimentos para o corpo, eles nos trazem alimento para a mente."
Daniela Garcia, gerente de marketing e relações institucionais do Banco de Alimentos



PRODUTOS



BANCA DO BEM

Nossa loja virtual é um canal direto com o consumidor final, permitindo que os produtos da Editora MOL cheguem a todas as cidades do Brasil. Lá é possível comprar qualquer uma das publicações que já lançamos e assinar nossas revistas. Mas, mais do que isso, a Banca do Bem é a plataforma de gerenciamento de todas as nossas vendas que não dependem de parceiros varejistas, incluindo a distribuição em bancas e em redes de livrarias

Dados atualizados em 15/5/2017 - para mais informações, acesse www.editoramol.com.br. Os valores de venda e doação aqui apresentados, referentes à Banca do Bem, estão embutidos nos números que aparecem nas páginas deste relatório específicas sobre cada um dos demais projetos da Editora MOL.

LANÇAMENTO
2014

54.662
VENDAS REALIZADAS:

42.397
ASSINATURAS

+
8.883
UNIDADES EM
LIVRARIAS E
BANCAS DE JORNAL

+
3.382
UNIDADES NA
LOJA ON-LINE

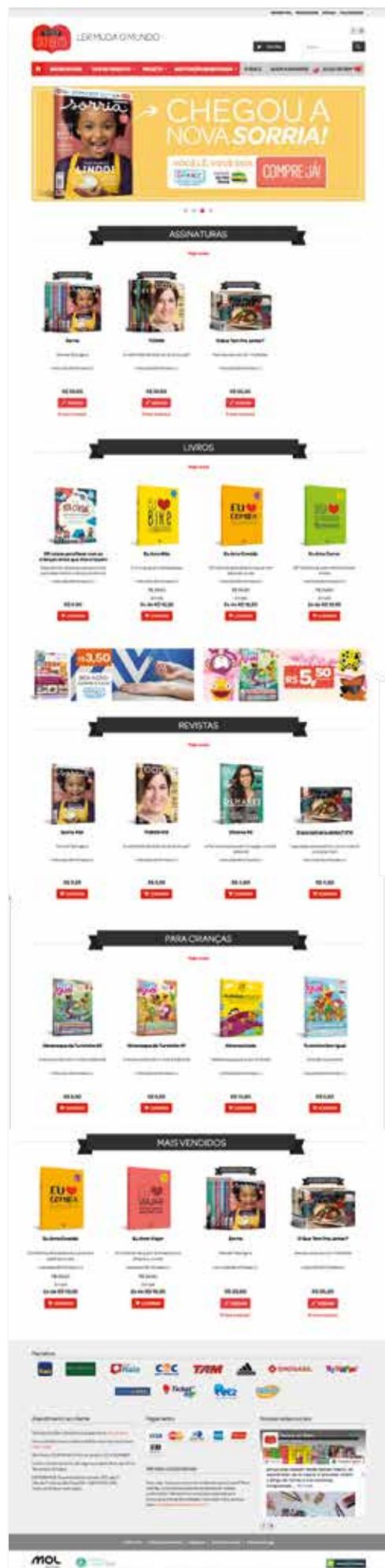
17.867
ASSINATURAS ATIVAS

108 PRODUTOS
À VENDA

MAIS QUE VIRTUAL

Além de cuidar do e-commerce homônimo, a Banca do Bem é a unidade de negócios da MOL que gerencia as vendas da editora por meio de ações especiais, como as ofertas de assinatura de revista via mala-direta, e a circulação de livros em livrarias e bancas de jornal. No caso dos livros, já foram comercializados **8.883 exemplares em pontos de venda físicos tradicionais**.

Os produtos direcionados a essa modalidade de venda são as publicações da Coleção Eu Amo (saiba mais na página 44). Hoje, elas estão disponíveis em mais de 50 lojas de mais de 20 redes nacionais e regionais de livrarias das regiões Centro-Oeste, Norte, Sudeste e Sul.



→ **R\$ 5,56 DOADOS**
POR VENDA, EM MÉDIA

R\$ 304.131,15
DOAÇÃO TOTAL

DOAÇÃO POR INSTITUIÇÃO

R\$ 266.981,64
GRAACC

R\$ 5.557,28
GARUPA

R\$ 5.543,24
ICEI

R\$ 4.126,21
VÁ DE BIKE

R\$ 4.050,55
CICLOCIDADE

R\$ 4.050,55
TRANSPORTE ATIVO

R\$ 3.549,03
INSTITUTO AYRTON SENNA

R\$ 2.553,14
BANCO DE ALIMENTOS

R\$ 2.307,14
GASTROMOTIVA

R\$ 1.962,02
GINGA SOCIAL

R\$ 1.962,02
INSTITUTO MARA GABRILLI

R\$ 1.488,38

Soma das doações para:
AACD,
CRIANÇA ESPERANÇA,
OBRA DO BERÇO,
PARCEIROS DA EDUCAÇÃO,
TODOS PELA EDUCAÇÃO,
TURMA DO BEM,
INSTITUIÇÕES DE APOIO
À TERCEIRA IDADE.



Prazo de entrega de acordo com a modalidade escolhida, a partir da efetivação do pagamento.
Saiba mais na seção PRAZOS DE ENTREGA.

SEMPRE TRANSPARENTE

Na Banca do Bem, a página de cada produto traz um gráfico informando a parcela do seu preço que é destinada à doação. Essa informação é importante porque a **doação gerada por uma compra no site pode ser diferente** da que acontece quando a mesma publicação é adquirida num ponto de venda físico. Isso ocorre porque as vendas realizadas via Banca do Bem têm custos extras de manuseio, frete, operação e gestão da ferramenta, já que a logística fica por conta da Editora MOL - e não do parceiro varejista.

AJUDE A
Eduarda
a continuar
sorrindo!

E receba
em casa um
PRESENTE
MUITO ESPECIAL

GRAACC
CONSELHO DE VEREDOS
DOUTORAS

Sorria

BOLETO DO BEM

A mais bem-sucedida ação da Banca do Bem já rendeu **R\$ 263.346,09 em doações ao GRAACC**. É uma iniciativa realizada em parceria com o hospital, que envia aos seus sócios-mantenedores, por correio, um pedido de doação extra, oferecendo como contrapartida uma assinatura de um ano da revista *Sorria*. A campanha acontece anualmente, desde 2015. Nos dois primeiros anos, **gerou um total de 41.134 assinaturas** (saiba mais no depoimento abaixo).

“O QUE
DIZEM
OS PARCEIROS

“O GRAACC depende de milhares de pessoas físicas e jurídicas que contribuem mensalmente para garantir a manutenção do nosso hospital. Esse apoio ocorre por meio de doações mensais e também por contribuições extras. Uma dessas campanhas é feita em parceria com a Editora MOL, a Doação Extra Sorria, em que oferecemos como presente a assinatura anual da revista. O valor arrecadado com essa ação garantiu um ano de tratamento a 18 crianças, cujas famílias tiveram a vida transformada graças a essa parceria com a Banca do Bem.” Suzana Dalessio, gerente de arrecadação do GRAACC



LANÇAMENTO



OLHARES

Nossa mais nova revista é também a publicação da Editora MOL que **chega a mais estados** do país: 22. A rede de projetos beneficiados acompanha essa capilarização, somando **62 entidades de todas as regiões**. Um empolgante desafio logístico com futuro promissor!

LANÇAMENTO
OUTUBRO | 2016

2 EDIÇÕES LANÇADAS

76.308 EXEMPLARES VENDIDOS

PERIODICIDADE **TRIMESTRAL**

50.000 DE TIRAGEM (dado da edição 2)

52 PÁGINAS POR EDIÇÃO

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

PREÇO ATUAL **R\$ 4,90**

INSTITUIÇÃO BENEFICIADA
CRIANÇA ESPERANÇA

É vendida na **Óticas Carol**, que conta com mais de 900 lojas em 23 estados (todos, exceto Acre, Amapá e Amazonas) e no Distrito Federal. Como se trata de uma rede de franquias, a participação não é obrigatória - a revista é oferecida apenas pelas lojas que desejam se engajar socialmente.

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



→ **O CAMINHO DA DOAÇÃO**

O valor líquido arrecadado com a venda da revista é depositado na conta da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), que mantém o Criança Esperança em parceria com a Rede Globo. Por meio de um edital público rigoroso, a Unesco seleciona anualmente as instituições que serão apoiadas pela iniciativa. As entidades prestam contas, e a Unesco controla cada centavo doado, garantindo que o dinheiro seja usado de forma correta e eficiente. Em 2017, são 62 projetos beneficiados, de todas as regiões do país. Veja onde eles estão:



O QUE DIZEM OS PARCEIROS



“Um dos pilares da Óticas Carol é ser um agente de transformação social. Tem sido uma surpresa gratificante poder concretizar esse propósito por meio da Olhares. Levando informações interessantes, mostrando o DNA da Carol e beneficiando o Criança Esperança, ela tem tido aceitação relevante de franqueados e consumidores.” *Raquel Pirola, diretora de marketing da Óticas Carol*

“Alianças são fundamentais para fazermos do mundo um lugar melhor. O Criança Esperança é um exemplo bem acabado dessa ideia: a união de esperanças transforma a sociedade. A revista Olhares nos ajuda nessa trajetória de garantia de direitos e criação de oportunidades para crianças, adolescentes e jovens de todo o país.” *Raphael Vandystadt, gerente de responsabilidade social da Globo*

R\$ 13.300,00

PROJEÇÃO DE DOAÇÃO POR EDIÇÃO*

100% DESTINADA AO CRIANÇA ESPERANÇA

* Valor referente à edição 3, considerando venda de 100% da tiragem. As edições anteriores geraram uma doação de R\$ 15,18, via Banca do Bem.



Além disso, a cada edição lançada, a Óticas Carol doa R\$ 375.000,00 ao projeto beneficiado. O total doado por edição, portanto, pode chegar a R\$ 388.300,00.

MODELO DE NEGÓCIO

O custo de produção é recuperado com a venda da revista aos franqueados da Óticas Carol. Cada exemplar comercializado gera uma doação de R\$ 0,50.

NOVO DESAFIO

Olhares é o primeiro projeto da MOL cujo parceiro varejista é uma rede de franquias, não de lojas próprias. Na prática, isso significa assumirmos funções que, em outros projetos, são centralizadas pela matriz da empresa. Em *Olhares*, fazemos a emissão de pedidos, a logística de entregas, a cobrança e o atendimento das mais de 900 lojas. Isso torna a operação mais complexa e cara. Mas, com o enorme apoio da Óticas Carol, a experiência tem sido promissora – e amplia muito as possibilidades de aplicação do nosso modelo de negócio.



CONTEÚDO

Histórias de pessoas que têm visões de mundo inspiradoras, moda das ruas, beleza e saúde para quem gosta de óculos, receitas, ideias para viagens, passatempos. *Olhares* é a revista de quem enxerga o mundo diferente!

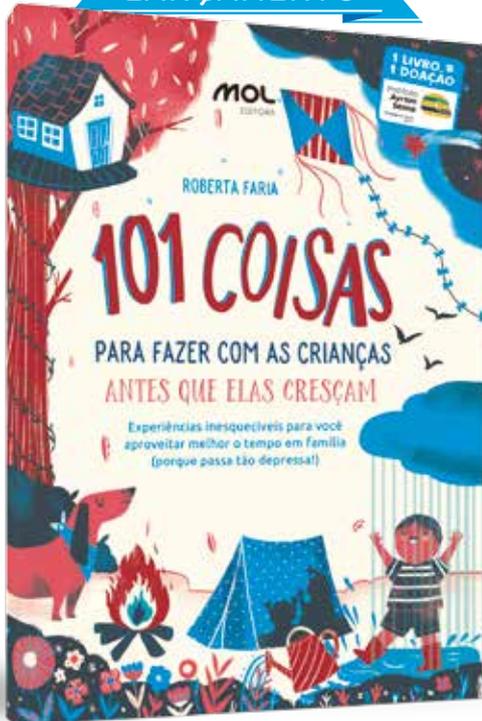


PRODUTOS

PARCEIRO VAREJISTA



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

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

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!

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



O QUE OS CACHORROS NOS ENSINAM

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 animalzinhos.”
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

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.

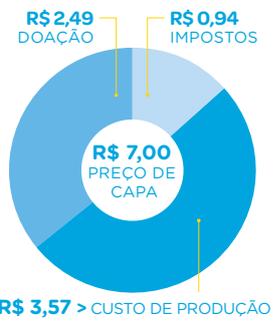


MODELO DE NEGÓCIO

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





OBRIGADA POR TRABALHAR COM A GENTE

Ao longo desses 10 anos de história, tivemos centenas de funcionários, estagiários, colaboradores de conteúdo – entre repórteres, fotógrafos, ilustradores e revisores Brasil a fora – e fornecedores parceiros, que frequentaram a Editora MOL e conosco compartilharam seus melhores talentos e trabalhos.

Aqui, temos um pedaço dessa lista: o grupo daqueles que por mais tempo (ou mais intensamente) contribuíram com a gente. Como costumamos dizer, ter ideias é até bem fácil – a execução é que complica, e aí, definitivamente, não se faz nada grandioso sem uma equipe igualmente extraordinária. Muito obrigada a todos que ajudaram a colocar nossas visões no papel – literalmente.

Adilson Candiani e toda a equipe da MTLog

Adriana Komura

Adriana Purcene

Adriana Ruiz

Akaína Pancini

Alessandra Alves

Alessandra Pinho e Stella Teixeira
Arquitetura de Interiores

Alex Silva

Alex Xavier

Alexandre Caldera

Aline Vilhena

Altielle Rodrigues, Débora Torres, Joelma Ferreira e toda a equipe da Total Express

Amanda Amaral

Amanda Miyuki

Ana Faustino

Ana Luísa Vieira

Ana Marini

Ana Matsusaki

Ana Paula Megda

Ana Rovati

Anderson Borges

André Rodrigues

Andrea Onishi

Andreia Brasil

Andreia Santini e toda a equipe da A.S.A. Consultoria Contábil

Andressa Trindade

Anna Fischer

Anna Luiza Aragão

Bárbara Cioffi e toda a equipe da Transpo Express

Beatriz Accioly

Beatriz Torres

Bernardo França

Bruna Assis Brasil

Bruna Fasano

Brunna Mancuso

Bruno Ferreira

Caco Neves

Cadu Junqueira e toda a equipe da J3W Comunicação Digital

Camila Gonçalves

Camila Marques

Camila Pereira

Carina Barros

Carla Melo, Josi Rocha e toda a equipe da Stampato

Carla Pimentel

Carol Costa

Carolina Ferreira

Carolina Franco

Carolina Muniz

Carolina Rodrigues

Caroline Petroni

Cassiano Assman

Catarina Bessel

Chico Zullo

Christiane Sacoda

Claudia Carmello

Claudia Marianno

Claudia Pires

Claudine Luz

Cristina Casagrande

Daniel Carvalho

Daniel Schneider

Daniela Almeida

Daniela Mercier

Daniela Toviansky

Daniele Martins

Daniella Domingues

Danielle Bidóia

Danielle Borsari

Danielle Dias e toda a equipe da InPrima Soluções Gráficas

Danilo Valentini

Déborah Rodrigues

Diego Nascimento

Edison Rodrigues

Eduardo Bessa

Eduardo Diamenti

Eduardo Medeiros

Eduardo Toaldo

Elaine Correa

Elaine Duarte

Elisa Correa

Ellen Anora

Eloá Orazem

Élzio Aragão

Enedina Quinelato

Érica Georgino

Esther Dayan

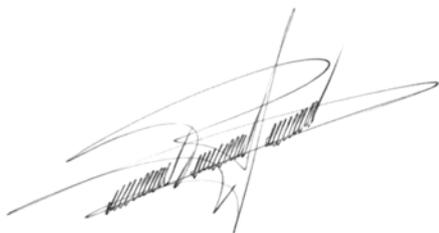
Estúdio Barlavento	Henrique da Silva, Marco Lucindo e toda a equipe da Plural Ind. Gráfica	Juliana Mota	Márcia Asnis	Patrícia De Michelis	Ricardo Tannus e toda a equipe da Esferas Software
Estúdio MOL		Juliana Parente	Márcia Dias	Patrícia Staviss	
Estúdio Pingado	Henry Perroni e toda a equipe da agência dos Correios Jardim Vera Cruz	Juliana Zerati e toda a equipe da AVA Ar Condicionado	Marcia Moreira e toda a equipe da ContentStuff	Paula Belleza	Richard Furtado
Fabiano Silva		Juliane Albuquerque	Marcus Steinmeyer	Paula Bianchi	Rita Loiola
Fabio Otubo		Júlio Yamamoto	Maria Fernanda Gama	Paula Bittar	Rita Mayumi
Felipe Glessler	Hermison da Silva e toda a equipe da Marcenaria Hermison	Karina Sérgio Gomes	Mariana Bolzani	Paula Desgualdo	Roberta Barbieri
Felipe Zylbersztajn		Kelen dos Santos	Mariana Cagnin	Paula Saito	Roberta de Lucca
Fernanda Cury	Ignácio Santin, Terry Perroni e toda a equipe da Sead Logística	Kris Zullo	Mariana Coan	Paulo Cesar Miguel e toda a equipe da Jadlog	Roberta Ribeiro, da Estar Administração e Empreendimentos
Fernanda Saraiva		Larissa Diniz	Mariana Gomes	Paulo Kaiser	Rodrigo Braga
Fernanda Vidal		Larissa Drummond	Mariana Harder	Pedro Hamdan	Rodrigo Visca
Fido Nesti	Ilana Bar	Larissa Ribeiro	Mariana Louro	Pedro Piccinini	Romolo Hipólito
Flare Fotografia	Inês Arruda	Larissa Soriano	Mariana Salimena	Pedro Zambarda	Rômulo Castilho
Flávia Mansur Murad Schaal e toda a equipe da Mansur Murad Advogados	Iraima Castro e toda a equipe da KWartet Arquitetura	Laura Sobenes	Mariana Teles	Priscilla Santos	Romy Aikawa
Flavia Zimbardi	Ivo Camargo e toda a sua equipe	Leandro Lassmar	Mariana Zylberkan	Rachel Costa	Samuel Rodrigues
Flávio Carneiro	Jair Mongiat e toda a equipe da Leograf	Leandro Quintanilha	Mariane Monteiro	Rafael Sica	Sarah Assaf
Francisco Spagnolo	Jairo Rodrigues	Léo Caldas	Marília Filgueiras	Rafaela Carvalho	Sarah Assaf
Gabriel São Marcos	Janaina Fidalgo	Léo Drummond	Marília Kodick	Raiane Giroto	Sheila Machado
Gabriela Portilho	Janaína Pinho	Leo Nishihata	Marina Bessa	Raphael Erichsen	Sheila Oliveira
Galileo Giglio	Jaqueline Li	Leonardo Miguel	Marina de Souza	Raquel Stefani, da Associação Nacional de Editores de Revistas (Aner)	Sheyla Miranda
George Kimura, Otávio Mitsuzaki e Víctor Macários, da KVtech	Jaqueline Moribe	Letícia Sorg	Marina Estarque	Raul Aguiar	Silvia Marques
Gerson Sintoni	Jeanne Callegari	Luana Almeida	Marina Pousada	Reinaldo Pádua e toda a equipe da Pixel Informática	Simone Cunha
Gilberto Souza e toda a equipe da NT-UX Informática	Jeferson Castro	Lucas Mauá	Maurício Monteiro Filho	Renata Chede	Su Carvalho
Giovana Feix	Jéssica Kibrit	Luciana Alvarez	Meline Silva	Renato Faccini	Suryara Bernardi
Giovana Medeiros	Jéssica Martineli	Luciana Kawano	Melk dos Santos	Renato Pizzutto	Susanna Fukuma
Giselle Hirata	Joana Leal	Lucy Silva	Mica Toméo	Renato Prelorentzou	Talita Xavier
Guilherme Gomes	Joana Resek	Luis Gomes de Souza	Mônica Custódio, Rodemir Miranda e toda a equipe da Sinai Manuseio	Renatto Souzaza	Tatiana Bandeira
Gunther Ishiyama	João Marcos Rosa	Luis Gustavo Paiva Leão e toda a equipe da Viseu Advogados	Monica March	Ricardo Augusto e toda a equipe da VACC/Verdus Auditores Independentes	Tatiana Damberg
Gustavo Minas	Joaquim Carqueijo e toda a equipe da Edicase	Luis Kinoshita	Natália Caseu	Ricardo Ferraz	Thiago Almeida
Heitor Yida	Jonatas Bazolli	Luís Cabeceiro	Natalia Tudrey	Ricardo Napoli	Thiago Giacobelli
Helaine Martins	Julia Mota	Manuel de Sousa e toda a equipe da Marcenaria Trindade	Natasha Weinsersborn	Ricardo Prado	Thiago Yamabuchi
Helena Dias	Julia Rodrigues	Marcelino Gomes, da JSL Telecom	Nathália Bortolo	Ricardo Soares, da Mafari Instalações	Tiago Jokura
Heloísa Iaconis	Juliana Arruda	Marcella Tamayo	Neide Carlos	Ricardo Sukys	Tiago Lima
Heloísa Noronha	Juliana Coelho	Marcelo Badari	Nicole Samperi		Tissiane Vicentin
Heloiza Heiko	Juliana Dias	Marcelo Curia	Niege Borges		Valéria Hévia
Hendric Sueitt	Juliana Giopato	Marcelo Rafael	Nik Neves		Valéria Mendonça
	Juliana Martinhago		Nilda Dias		Vitor Hugo Brandalise
			Olivia Ferraz		Vitor Reis
			Paola Saliby		Wellington de Araújo
					Yuri Vasconcelos
					Zé Paiva

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

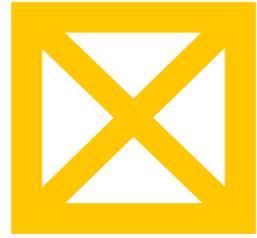
CRC 1SP252050/O-9

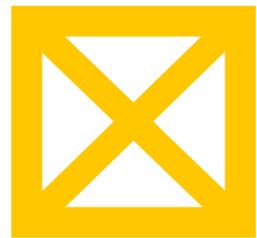
Verdus Auditores Independentes

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