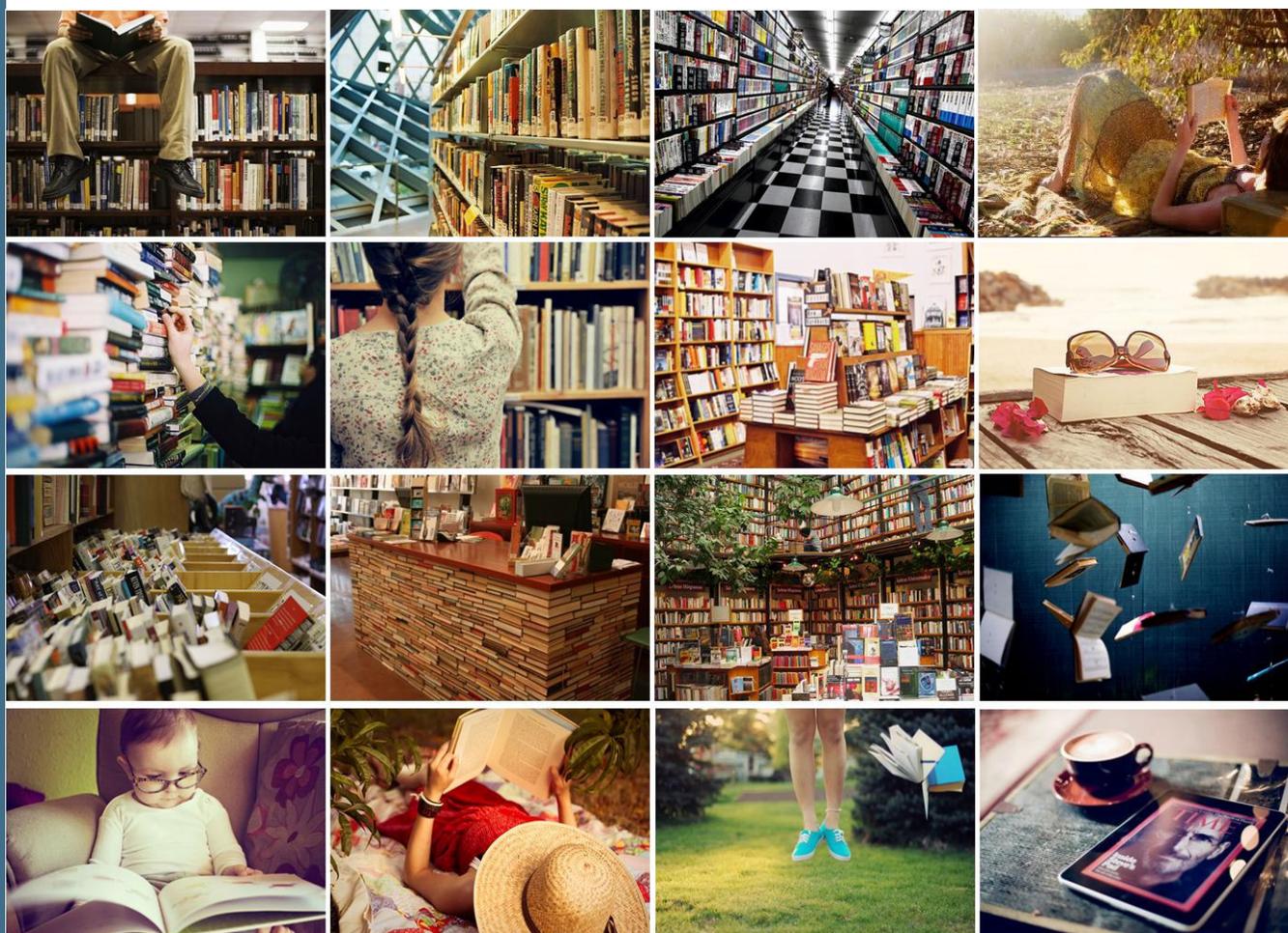
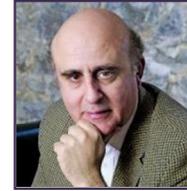


# Estudo do Setor de Edição e Livrarias e Dimensão do Mercado da Cópia Ilegal



## EQUIPA DE TRABALHO

Pedro Dionísio, Professor Associado do ISCTE-IUL e Diretor do Departamento de Marketing, Operações e Geral – **Coordenador**



Carmo Leal, Docente universitária e Investigadora do GIEM/ISCTE-IUL



**Com a colaboração de:**

» Daniela Silva, Mestranda de Marketing



» Marta Lousada, Mestranda de Marketing



» Sofia Abreu, Mestranda de Marketing



## ÍNDICE

<b>EQUIPA DE TRABALHO .....</b>	<b>2</b>
<b>ÍNDICE .....</b>	<b>3</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS E QUADROS.....</b>	<b>7</b>
<b>SUMÁRIO EXECUTIVO .....</b>	<b>10</b>
<b>0   INTRODUÇÃO.....</b>	<b>15</b>
<b>1   METODOLOGIA.....</b>	<b>18</b>
1.1   Caracterização do mercado .....	18
1.2   Impacto da cópia ilegal pelo lado da procura.....	18
1.2.1   Caracterização da amostra .....	19
1.3   Impacto da cópia ilegal pelo lado da oferta .....	20
1.4   Impacto no setor a montante da edição .....	21
1.5   Desafios do setor para 2012-2015.....	21
<b>2   CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO.....</b>	<b>22</b>
2.1   A organização da fileira do livro.....	22
2.2   Estudos recentes sobre o setor .....	27
2.3   O peso do setor do livro na economia portuguesa.....	30
2.3.1   O volume de vendas da edição e do retalho de livros.....	30
2.3.2   Número de empresas de edição e de retalho de livros .....	33
2.3.3   Evolução dos indicadores de edição e de retalho especializado de livros.....	35
2.3.4   Análise comparativa da edição, retalho especializado e Portugal .....	37
2.3.4.1   Análise comparativa do volume de negócios de edição, livrarias e Portugal .....	37

2.3.4.2   Análise comparativa da cobertura <i>export/import</i> entre edição, livrarias e Portugal .....	38
2.3.4.3   Análise comparativa do VAB entre edição, livrarias e Portugal .....	39
2.3.4.4   Análise comparativa da rendibilidade entre edição, livrarias e Portugal .....	40
2.3.4.5   Análise comparativa da rotação de ativos entre edição, livrarias e Portugal .....	41
2.3.4.6   Análise comparativa dos prazos médios de pagamento e recebimento entre edição, livrarias e Portugal .....	42
2.3.4.7   Emprego .....	43
2.3.4.8   Valor dos impostos pagos.....	45
2.3.5   A venda de livros para o ensino superior .....	46
2.3.6   A venda de livros para o ensino profissional .....	48
<b>3   PROCURA E COMPRA DE LIVROS – ENQUADRAMENTO CONCEPTUAL</b> .....	<b>50</b>
3.1   Aspetos legais na cópia de livros .....	50
3.2   Modelos de procura de informação de livros.....	50
3.3   Modelos de compra.....	54
<b>4  IMPACTO DA CÓPIA ILEGAL PELO LADO DA PROCURA</b> .....	<b>57</b>
4.1   Importância das fontes na procura de informação global .....	57
4.2   Gestão de orçamento para livros e outros materiais .....	59
4.3   Acesso a livros universitários em Portugal.....	60
4.4   Preferência de locais de compra de livros.....	63
4.5   Preço médio dos livros de estudo recomendados.....	66
4.6   Frequência de utilização e preferência de materiais de estudo .....	68
4.7   Motivações para compra de livros de estudo universitários .....	70
4.8   Utilização de fotocópias pelos estudantes do ensino superior.....	71
4.8.1   Razões de preferência pela fotocópia .....	72
4.8.2   Métodos mais utilizados para fazer fotocópias .....	74

4.8.3   Satisfação com a qualidade das fotocópias .....	76
<b>4.9   Segmentação de estudantes face à frequência de utilização de suportes de estudo .....</b>	<b>76</b>
<b>4.10   Avaliação do comportamento dos estudantes face à legislação que regula a cópia de documentos.....</b>	<b>77</b>
<b>4.11   Ranking do valor referente aos livros fotocopiados, por área de estudo .....</b>	<b>79</b>
<b>5   IMPACTO DA CÓPIA ILEGAL PELO LADO DA OFERTA.....</b>	<b>81</b>
<b>5.1   As “lojas de fotocópias” .....</b>	<b>81</b>
<b>5.1.1   Os métodos das “lojas de fotocópias” .....</b>	<b>82</b>
5.1.2 A repartição regional das lojas de fotocópias.....	83
<b>5.2   Os sites ilegais .....</b>	<b>85</b>
<b>5.3   As fotocópias no ensino profissional .....</b>	<b>85</b>
<b>6. SÍNTESE DO IMPACTO DA CÓPIA ILEGAL NO SETOR.....</b>	<b>89</b>
<b>6.1   As diferentes visões.....</b>	<b>89</b>
<b>6.2   A nossa estimativa.....</b>	<b>90</b>
6.2.1   O volume de negócios amputado à edição e ao retalho .....	90
6.2.2   O volume de negócios amputado a montante de edição.....	92
6.2.3   A perda de receitas do Estado como resultado da cópia ilegal.....	95
<b>7   DESAFIOS DO SETOR PARA 2012-2015.....</b>	<b>97</b>
<b>7.1   A situação em outros países .....</b>	<b>97</b>
<b>7.2   O Impacto dos ebooks .....</b>	<b>101</b>
<b>7.3   Alterações no meio envolvente em Portugal com impacto no setor .....</b>	<b>103</b>
7.3.1   Reação da sociedade em geral e da fiscalização face à duplicação ilícita.....	103
7.3.2   Desenvolvimento das ebooks técnicos .....	104
7.3.3   Novos espaços de lazer – Revitalização dos centros das cidades .....	104

<b>7.4   Respostas das empresas .....</b>	<b>107</b>
7.4.1   Reorientação para o cliente .....	108
7.4.2   Campanhas de educação e sensibilização dos leitores.....	109
7.4.3   Oportunidades dos <i>ebooks</i> a nível global .....	110
7.4.4   Uma comunicação <i>blended</i> .....	111
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>112</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>113</b>
<b>ANEXO I – LISTA DE ENTIDADES ENTREVISTADAS (16).....</b>	<b>113</b>
<b>ANEXO II – LISTA DAS EDITORAS DE LIVROS QUE SE DESTINAM AO ENSINO SUPERIOR.....</b>	<b>114</b>
<b>ANEXO III – LISTA DAS EMPRESAS DE COMERCIALIZAÇÃO DE LIVROS QUE SE DESTINAM AO ENSINO SUPERIOR.....</b>	<b>115</b>
<b>ANEXO IV – LISTA DAS EMPRESAS ESTUDADAS PELA GFK.....</b>	<b>116</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS E QUADROS

Figura 1.1   Repartição dos estudantes universitários em Portugal, por curso, em 2009/2010.....	19
Figura 2.1   Representação da fileira do livro em Portugal.....	22
Figura 2.2   Principais <i>players</i> do mercado .....	25
Figura 2.3   Evolução das vendas de edição de livros em Portugal (milhões de euros) .....	31
Figura 2.4   Dimensão do mercado de edição e retalho de livros e respetivas fontes de informação.....	32
Figura 2.5   Evolução das vendas a retalho de livros (milhões de euros) em livrarias e grandes e médias superfícies .....	32
Figura 2.6   Evolução do número de empresas de edição de livros .....	34
Figura 2.7   Evolução do número de pontos de venda de livros a retalho .....	35
Figura 2.8   Análise comparativa do volume de negócios entre edição, livrarias e Portugal.....	38
Figura 2.9   Análise comparativa da cobertura de exportações face às importações entre edição, livrarias e Portugal.....	39
Figura 2.10   Análise comparativa entre VAB médio por empregado para edição, livrarias e Portugal .....	40
Figura 2.11   Análise comparativa da rentabilidade de capitais próprios entre edição, livrarias e Portugal.....	41
Figura 2.12   Análise comparativa da rotação de ativos entre edição, livrarias e Portugal .....	42
Figura 2.13   Análise comparativa dos prazos médios de pagamento e de recebimento entre edição, livrarias e Portugal.....	43
Figura 2.14   Evolução do número de pessoas no setor livreiro (2007 a 2009).....	43
Figura 2.15   Habilitações do pessoal ao serviço no setor livreiro (2007 a 2009).....	44
Figura 2.16   Análise comparativa do valor médio de outros impostos para edição, livrarias e Portugal .....	45
Figura 2.17   Análise comparativa do valor médio de impostos sobre rendimento para edição, livrarias e Portugal, por número de empresas .....	46
Figura 2.18   Evolução do número médio de livros comprados, por estudante de ensino superior (2007 a 2010) .....	48
Figura 2.19   Evolução do número de alunos do ensino profissional (em milhares).....	48
Figura 3.1   Fases do modelo interativo do processo de decisão.....	51
Figura 3.2   Setores do mercado livreiro .....	55
Figura 3.3   <i>Homepage</i> da plataforma <i>University Press Scholarship Online</i> .....	56
Figura 4.1   Gestão de orçamento para livros e outros materiais.....	60
Figura 4.2   Formas de acesso a livros universitários em Portugal .....	61
Figura 4.3   Preço médio dos livros de estudo universitários por área de saber, e diferencial face à média nacional.....	67
Figura 4.4   Frequência de utilização de materiais de estudo, por área de estudo .....	69

Figura 4.5   Satisfação com a qualidade das fotocópias.....	76
Figura 4.6   Segmentação dos alunos segundo as suas práticas de utilização de livros originais e fotocopiados .....	77
Figura 6.1   Peso de incorporação dos intervenientes a montante da edição, na cadeia de valor dos editores para os livros do ensino superior .....	93
Figura 6.2   Peso de incorporação dos intervenientes a montante da edição, na cadeia de valor dos editores para os livros do ensino secundário.....	94
Figura 7.1   Exemplos de campanhas de sensibilização brasileiras.....	100
Figura 7.2   Exemplos de cartazes publicitários do Dia Mundial do Livro e dos Direitos de Autor .....	100
Figura 7.3   Anúncio de imprensa da cadeia Tzomet Sfarim.....	109
Quadro 1.1   Caracterização da amostra (número de alunos).....	20
Quadro 2.1   Evolução do número de novos livros editados e importados .....	26
Quadro 2.2   Principais indicadores - CAE 58.110 - Edição de Livros .....	36
Quadro 2.3   Principais indicadores - CAE 47.610 - Comércio a retalho de livros em estabelecimentos especializados.....	37
Quadro 2.4.   Habilitações do pessoal ao serviço face à média nacional .....	44
Quadro 2.5   Evolução das vendas, em unidades e valor, dos livros destinados ao ensino superior (2007 a 2011).....	47
Quadro 3.1   Sugestões mais recorrentes para o sucesso de um livro eletrónico ( <i>design</i> ) .....	53
Quadro 4.1   Importância das fontes utilizadas na procura de informação global .....	58
Quadro 4.2   Importância das fontes na procura de informação, por área de estudo.....	59
Quadro 4.3   Importância das fontes na procura de informação, por tipo de cidade.....	59
Quadro 4.4   Formas de acesso a livros de ensino superior em Portugal, por área de estudo .....	62
Quadro 4.5   Formas de acesso a livros de ensino superior em Portugal, por tipo de cidade .....	63
Quadro 4.6   Utilização e preferência de locais de compra de livros de estudo .....	63
Quadro 4.7   Razões qualitativas para a preferência de locais de compra de livros de ensino superior.....	64
Quadro 4.8   Preferência de locais de compra de livros de ensino superior, por área de estudo .....	65
Quadro 4.9   Preferência de locais de compra de livros de ensino superior, por tipo de cidade.....	65
Quadro 4.10   Preço médio dos livros de estudo por área de saber, e diferencial face à média nacional.....	67
Quadro 4.11   Preço médio de um livro de estudo universitário, por tipo de cidade.....	68
Quadro 4.12   Frequência de utilização e preferência de materiais de estudo.....	68
Quadro 4.13   Frequência de utilização de materiais de estudo, por tipo de cidade .....	69
Quadro 4.14   Razões de compra de livros de estudo universitários originais .....	70
Quadro 4.15   Razões de compra de livros de estudo universitários, por área de estudo.....	71
Quadro 4.16   Razões de compra de livros de estudo universitários, por tipo de cidade.....	71

Quadro 4.17   Razões de preferência da fotocópia face ao livro .....	72
Quadro 4.18   Razões de preferência da fotocópia face ao livro de ensino superior, por área de estudo .....	73
Quadro 4.19   Razões de preferência da fotocópia face ao livro de ensino superior, por tipo de cidade .....	73
Quadro 4.20   Métodos de cópia mais frequentemente utilizados .....	74
Quadro 4.21   Frequência de uso por métodos utilizados para fazer fotocópias, por área de estudo .....	75
Quadro 4.22   Método mais frequentemente utilizado para fazer fotocópias, por tipo de cidade.....	75
Quadro 4.23   Comportamento dos estudantes face à lei da proibição da cópia integral .....	78
Quadro 4.24   Comportamento dos estudantes face à lei da proibição da cópia integral, por área de estudo.....	78
Quadro 4.25   Comportamento dos estudantes face à lei da proibição da cópia integral, por tipo de cidade.....	79
Quadro 4.26   <i>Ranking</i> de valores de livros fotocopiados por aluno, por área de estudo .....	79
Quadro 4.27   <i>Ranking</i> de valores de livros fotocopiados por aluno, por tipo de cidade .....	80
Quadro 5.1   Indicadores de atividade de empresas de fotocópias .....	82
Quadro 5.2   Repartição geográfica das “lojas de fotocópias” que praticam cópia ilegal.....	84
Quadro 5.3   Recursos disponibilizados aos alunos no ensino profissional .....	87
Quadro 6.1   Impacto da fotocópia de livros no ensino superior, ao nível do retalho .....	90
Quadro 6.2   Impacto da impressão de livros digitalizados no ensino superior, ao nível do retalho.....	90
Quadro 6.3   Impacto da fotocópia de livros integrados em “manuais escolares” no ensino profissional, ao nível do retalho .....	91
Quadro 6.4   Impacto da duplicação ilegal de livros de estudo no total do ensino superior e profissional, ao nível do retalho .....	92
Quadro 6.5   Impacto da duplicação ilegal de livros de estudo no total do ensino superior e profissional, ao nível da edição.....	92
Quadro 6.6   Estimativa de repartição do peso de venda entre livros de estudo de ensino superior estrangeiros, traduzidos e de autores portugueses.....	92
Quadro 6.7   Estimativa dos volumes de vendas amputadas pela cópia ilegal no ensino superior, a montante de edição (milhões de euros).....	93
Quadro 6.8   Estimativa dos volumes de vendas amputadas pela cópia ilegal no ensino superior, a montante de edição (milhões de euros).....	95
Quadro 6.9   Estimativa da perda de impostos arrecadados pelo Estado no setor do livro, devido à cópia ilegal (através de fotocópia e <i>download</i> ilegais, em 2010) .....	96
Quadro 7.1   Análise SWOT qualificada do setor livreiro – pontos fortes e fracos.....	105
Quadro 7.2   Análise SWOT qualificada do setor livreiro – oportunidades e ameaças para 2015.....	106

## SUMÁRIO EXECUTIVO

O estudo sobre o setor de Edição e Livrarias e sobre a dimensão do mercado da cópia ilegal foi elaborado a partir de uma metodologia assente em várias vertentes:

- » Caracterização do mercado, com recurso a dados secundários;
- » Impacto da cópia ilegal pelo lado da procura, com informação obtida através de *focus groups* e de um questionário presencial aplicado a nível nacional aos estudantes do ensino superior;
- » Impacto da cópia ilegal pelo lado da oferta, obtido através de dados recolhidos pela APEL e por entrevistas junto de gestores de empresas do setor;
- » Impacto da cópia ilegal no setor, a montante da edição, obtido através de entrevistas junto de gestores de editoras;
- » E, por último, identificação dos desafios para o setor no período de 2012-2015.

### O setor do livro

A fileira do livro pode ser caracterizada como um mercado que se encontra num processo de concentração:

- » Ao nível da edição, com a aquisição de empresas e a constituição de grupos editoriais, de que são exemplos a Porto Editora, a Leya e a Babel;
- » Ao nível do retalho, com o crescimento da FNAC, o reforço da Sonae com o início da venda de livros na Worten e a aquisição da Bertrand pela Porto Editora.

O retalho de livros está, contudo, ainda fragmentado, haja vista a grande diversidade de pontos de venda de livros, desde livrarias e hipermercados a grandes superfícies especializadas, estações de serviço ou de correios, entre outros.

Os dados existentes, originários do INE e do Banco de Portugal, padecem de um problema que não facilita a análise real do setor; esta dificuldade resulta das vendas entre editoras, da incorreta classificação de algumas empresas na Classificação das Atividades Económicas (vulgo CAE) e da não inclusão no setor de grandes empresas, como a FNAC e as grandes superfícies, por estarem classificadas como empresas de comércio não especializado. Assim, as vendas apuradas no painel de retalho da GfK<sup>1</sup> parecem mais fiáveis, pese embora o facto de não considerarem as livrarias independentes.

Neste contexto, se considerarmos as vendas apuradas pela GfK, adicionadas às pelo INE, constatamos, em 2009, um valor de vendas nas livrarias e grandes superfícies de 260 milhões de euros, a que se deve adicionar um valor entre 50 e 80 milhões de euros relativo a outras formas de venda, desde sites das editoras a vendas diretas das mesmas a colégios e empresas, até aos mais diversos tipos de lojas que vendem livros, como os CTT ou lojas para animais.

Nos últimos anos, regista-se um importante crescimento dos pontos de venda que em 2009 se cifraram em aproximadamente 880 lojas, fruto, sobretudo, da entrada da Worten neste mercado.

No que se refere às vendas para o ensino superior, as categorias de livros mais associadas a este mercado, segundo a classificação da GfK (que não cobre as livrarias independentes), atingiram um volume de vendas de 14,7 milhões de euros em 2011, com uma queda de 5,5% face a 2010.

### **O impacto da cópia ilegal pelo lado da procura**

O estudo realizado junto dos estudantes do ensino superior permitiu identificar que os livros aparecem como a terceira fonte na procura de informação global, atrás das sebatas/slides e dos apontamentos próprios, e que no ano letivo 2010-2011, em média, os estudantes compraram 2,1 livros, fotocopiaram 2,9 livros e fizeram *download* de 0,7 livros.

---

<sup>1</sup> Empresa de estudos de mercado que semanalmente estuda as vendas de livros nas cadeias de livrarias e de grandes e médias superfícies.

Uma análise de *clusters* do comportamento dos estudantes deixou clara a existência de quatro segmentos aqui designados por:

- » Os “originais” (21%) – estudantes que preferem livros originais;
- » Os “slidistas” (20%) – estudantes que recorrem sobretudo a sebatas/*slides*;
- » Os “fotocopiadores” (45%) – estudantes que recorrem repetidamente à fotocópia de livros;
- » Os “mistos” (14%) – estudantes que se encontram numa posição intermédia, e que tanto compram livros como utilizam sebatas ou fotocopiam livros.

Apenas 3% dos estudantes dizem desconhecer a lei da proibição da fotocópia; no entanto, perto de 90% da amostra afirma recorrer à cópia de livros por ser indiferente à lei (22%) ou porque o preço é mais baixo (68%).

Cada estudante terá fotocopiado, em média, e no ano letivo 2010/2011, livros no valor de 105,90 €, sendo este valor muito superior em Lisboa e no Porto (125 €) face ao resto do país (95,40 €).

### **O impacto da cópia ilegal pelo lado da oferta**

A cópia ilegal, na perspetiva da oferta, efetua-se por três vias:

- » A fotocópia em “lojas e centros de fotocópias”, que atingem os 510 pontos de venda;
- » A disponibilização dos conteúdos dos livros em dezenas de *sites* de *internet*, prática que tem vindo a proliferar no último ano;
- » A fotocópia feita pelas próprias Escolas Profissionais.

### **Síntese do impacto da cópia ilegal no setor**

Por via da identificação do número de livros fotocopiados e dos *downloads* efetuados referentes à amostra de estudantes do ensino superior e nas Escolas Profissionais, é possível estimar o volume global de vendas amputado ao setor pelas atividades ilegais referidas, bem como a quebra nas receitas fiscais do Estado.

**Estimativa do volume anual de vendas amputado e perda de receitas fiscais em resultado das cópias e downloads ilegais (milhões de euros)**

Tipo de operador	Volume de vendas amputado por cópias e downloads ilegais	Receitas fiscais perdidas	
		IRC e outros impostos	IVA da fileira
Retalho livreiro	63,57	0,29	
Editoras	35,50	1,10	
Tradutores	0,38	0,21	
Autores portugueses	4,31		
Revisores	1,51		
Compositores gráficos	1,88		
Gráficas	7,09		
Outros prestadores de serviços	1,66		
Total	115,9		

Em síntese, há um **valor amputado de vendas e entre os diferentes operadores estimado em 115,9 milhões de euros** (naturalmente que existem vendas entre os operadores) e uma **perda estimada de receitas fiscais para o Estado de pelo menos 11,35 milhões de euros**.

**Desafios para o setor para 2012-2015**

A exemplo de outros países europeus, como Espanha e França, é urgente que Portugal adote e, sobretudo, aplique legislação firme contra a cópia ilegal, estimulando o encerramento de casas de fotocópias que pratiquem este ilícito e bloqueando o acesso aos sites de *downloads*, como já sucede noutros países.

A popularização dos livros eletrónicos e dos *e-readers* coloca ao setor novos desafios e dificuldades mas também novas oportunidades, caso sejam aproveitadas todas as potencialidades destes novos suportes, como é o caso da multimédia e a escalada global do uso da língua portuguesa no mundo.

As empresas portuguesas do setor devem, assim, apostar em novos eixos de orientação estratégicos e em novas apostas, de onde se destacam:

- » Reorientação para o cliente, em particular no caso das editoras, abandonando de vez a convencional ótica de simples produção e venda de livros;
- » Adoção de uma postura pedagógica de sensibilização dos leitores, sobretudo os mais jovens, contra a cópia e os *downloads* ilegais, envolvendo, para tal, líderes de opinião, designadamente jovens escritores e jornalistas;
- » No caso dos editores, aposta em formatos de *ebooks* multimédia de livros técnicos à escala global, de forma a abarcar todos os mercados de língua portuguesa;
- » Aposta inequívoca numa nova comunicação *blended*, aproveitando as potencialidades da integração da comunicação digital com a física.

## 0 | INTRODUÇÃO

### Objetivos

Elaborado sob a alçada do GIEM/ISCTE, a pedido da APEL – Associação Portuguesa de Editores e Livreiros –, o presente relatório tem como objetivo estruturar a informação respeitante ao mercado livreiro português, caracterizando o setor da edição e venda de livros, bem como a sua importância económica e social em Portugal. Pretende-se, ainda, identificar o impacto negativo da cópia ilegal na edição e venda de livros técnicos no nosso país.

Neste contexto, os **principais objetivos** deste projeto prendem-se essencialmente com:

#### 1 | A determinação da **dimensão do setor da edição e venda de livros em Portugal**, segundo diferentes perspetivas:

- » Ao **nível económico**, através do volume de negócios, do valor das exportações e do valor acrescentado bruto (VAB);
- » Em termos do nível de **emprego**;
- » Nos aspetos relacionados com o domínio **fiscal** (volume de impostos pagos);

#### 2 | A avaliação do **impacto atual da cópia ilegal de livros técnicos**:

- » Pelo **lado da procura**, determinando o impacto por área geográfica e por tipo de curso;
- » Pelo **lado da oferta**, através do número, da dimensão e da localização dos pontos de venda com práticas de reprodução ilegais;

#### 3| A identificação do **impacto económico da cópia ilegal no setor, a montante da edição**, junto de entidades como autores, gráficas e empresas prestadoras de serviços;

#### 4| A identificação dos **desafios para as empresas de edição e venda de livros** no próximo triénio.



Como se pode constatar pela formulação dos objetivos do presente relatório, este estudo visa, por um lado, enquadrar a perspetiva da oferta livreira, onde se inserem, para além dos editores e livreiros, os autores, os tradutores, os revisores, os compositores gráficos, as gráficas e as empresas prestadoras de serviços diversos (transporte, armazenagem, entre outros).



Por outro lado, analisa-se o lado da procura, sobretudo no que respeita aos estudantes do ensino superior e profissional, onde a cópia ilícita compromete uma fatia considerável de negócio dos setores de edição, distribuição e venda de livros técnicos.

A cópia ilegal amputa, assim, grande parte dos resultados no setor, tendo, por isso, um impacto negativo no emprego, nos fornecedores e nas receitas fiscais.

Tendo o estudo sido realizado em diferentes zonas do país, procurou-se, por um lado, perceber se o hábito de fotocópia ilícita de livros varia em função do tipo de cidade, isto é, áreas metropolitanas, cidades universitárias ou cidades com institutos politécnicos, e, por outro lado, perceber se a cópia ilegal difere com a área de estudo dos alunos (Artes, Ciências, Ciências Sociais, Direito, Educação, Engenharia, Gestão e Economia, Letras e Saúde).

### **Estrutura**

No que respeita à **estrutura do relatório**, após a introdução, um capítulo inicial incide sobre a metodologia de investigação aplicada nas várias fases do projeto. Explica-se, neste ponto, o tipo de dados e as respetivas fontes utilizadas para cada fase do projeto, bem como o tipo de ferramentas e metodologias seguidas para cada objetivo.

O segundo capítulo refere-se à caracterização do mercado de edição e distribuição do livro, destacando-se a organização da fileira do livro, os estudos mais recentes e o peso do setor na economia nacional.

O capítulo seguinte – o terceiro – enquadra conceptualmente os modelos teóricos da procura e compra de livros, e antecede os capítulos onde se identificam os impactos da cópia ilegal na fileira do livro, segundo a ótica da oferta (capítulo 4), da procura (capítulo 5) e segundo uma perspetiva global (capítulo 6), incluindo o impacto na cadeia de valor a montante da edição.

Os desafios futuros que se colocam ao setor para os anos 2012 a 2015 são abordados no sétimo e último capítulo, que antecede a bibliografia e os anexos do estudo.

### Utilidade

Este estudo pretende contribuir decisivamente para um melhor conhecimento do setor – na vertente de edição, distribuição e venda – aos níveis económico, de empregabilidade e ainda de fiscalidade.

O conhecimento adequado do setor permitirá – acreditamos – **identificar** com mais consistência o **impacto da cópia ilegal a montante e a jusante da edição**, para que as **medidas legais possam ser implementadas com adequação e utilidade**. Pretende-se, desta forma, contribuir para **salvaguardar os direitos de um setor** que, para além de desafiado por várias disrupções, se encontra também **comprometido por comportamentos ilegais**.



## 1 | METODOLOGIA

Como já foi referido, as metodologias utilizadas neste estudo diferem consoante as etapas do mesmo. Nos pontos seguintes, explicitar-se-ão sucintamente os métodos a que se recorreu para cada parte do estudo.

### 1.1 | Caracterização do mercado

Numa primeira fase de **caracterização do mercado**, procedeu-se a pesquisa documental junto de diversas fontes, designadamente do Instituto Nacional de Estatística (INE) e do Banco de Portugal, de forma a determinar indicadores relevantes e o mais atualizados possível para o mercado em estudo.

Nesta etapa, foram realizadas 16 entrevistas qualitativas com gestores do referido setor com o objetivo de identificar a totalidade dos intervenientes na organização da fileira, tanto para livros nacionais, com autores nacionais ou estrangeiros, como para livros estrangeiros (ver lista de entidades entrevistadas, no anexo I).

Através da análise dos dados recolhidos na fase de pesquisa documental, nomeadamente através da informação do INE e do Banco de Portugal, pretendeu-se também captar os indicadores relevantes ao nível económico (volume de negócios, volume de exportações e VAB), os indicadores respeitantes ao emprego (através do número de empregados e das qualificações-tipo) e ainda a carga fiscal do setor.

### 1.2 | Impacto da cópia ilegal pelo lado da procura

Para avaliação do **impacto da cópia ilegal pelo lado da procura**, foram



realizados **dois focus groups**, com oito estudantes cada, onde se debateu o tema “práticas da cópia ilícita”. Estas reuniões foram feitas em Lisboa e em Aveiro, já que se procurava um exemplo de cidade com uma considerável população estudantil deslocada de casa.

Realizaram-se, também, a nível nacional, **questionários presenciais**<sup>2</sup> junto de estudantes de ensino superior, com o objetivo de caracterizar a prática de cópia ilícita – volume de livros fotocopiados, número aproximado de cópias ilícitas e locais de cópia ilegal – bem como a perceção dos estudantes face à ilegalidade da cópia integral de livros.

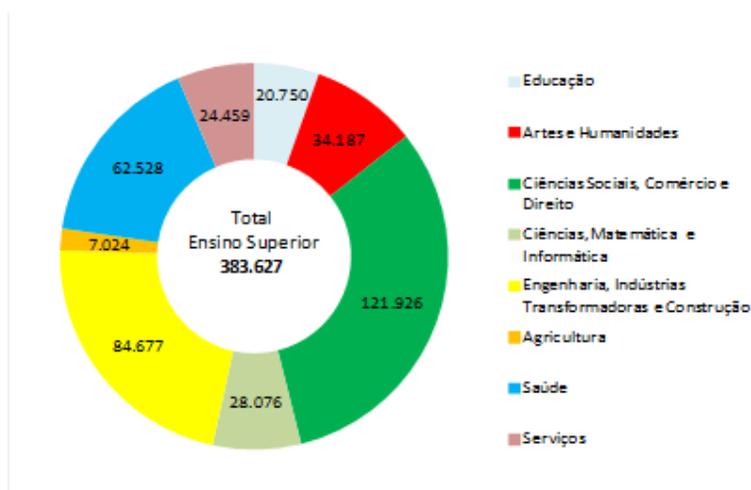
Estes questionários foram realizados com uma amostra de **884 alunos, em sete cidades diferentes** ( Lisboa, Porto, Coimbra, Aveiro, Faro, Leiria e Viseu).

O tratamento estatístico dos questionários foi realizado recorrendo ao *software* informático SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

## 1.2.1 | Caracterização da amostra

O universo do estudo do comportamento dos estudantes face à procura e compra de livros foi calculado com base na informação disponível mais recente e dela fazem parte os alunos inscritos no ensino superior no ano letivo de 2009/2010<sup>3</sup> (figura 1.1).

Figura 1.1 | Repartição dos estudantes universitários em Portugal, por curso, em 2009/2010



Fonte: Relatório do Ministério das Ciências, Tecnologia e Ensino Superior

<sup>2</sup>Os questionários presenciais foram realizados maioritariamente por uma equipa do ISCTE Junior Consulting.

<sup>3</sup>Com base no RAIDES, inquérito anual realizado pelo Gabinete de Planeamento, Estratégia, Avaliação e Relações Internacionais do Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, dirigido a todas as instituições de ensino sobre os seus inscritos e diplomados.

A amostra foi definida tendo em conta o peso de cada área de estudos e de cada região no número total de alunos inscritos no ensino superior em Portugal (quadro 1.1), ainda que a correspondência não seja perfeita, já que a terminologia utilizada pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior é manifestamente antiquada (por exemplo, fala na área de Comércio, em vez de Gestão e Economia).

**Quadro 1.1 | Caracterização da amostra (número de alunos)**

Área de estudos	Total	Grandes metrópoles		Outras cidades				
		Lisboa	Porto	Coimbra	Aveiro	Faro	Viseu	Leiria
Artes	44	22	10	6	2	1	0	3
Ciências	64	30	15	10	5	4	0	0
Ciências Sociais	92	47	18	10	6	3	2	6
Direito	74	38	26	10	0	0	0	0
Educação	55	18	4	7	4	2	5	15
Engenharia	207	87	53	27	16	7	8	9
Gestão e Economia	157	75	38	22	8	5	4	5
Letras	52	32	9	6	1	1	0	3
Saúde	139	47	51	20	5	6	7	3
<b>Total</b>	<b>884</b>	<b>396</b>	<b>224</b>	<b>118</b>	<b>47</b>	<b>29</b>	<b>26</b>	<b>44</b>

No total, realizaram-se 884 questionários, 70% dos quais nas grandes metrópoles (Lisboa e Porto) e os restantes em outras cidades – Coimbra, Aveiro, Faro, Viseu e Leiria.

Esta amostra permite obter resultados com uma margem de erro de 3,3%, para um intervalo de confiança de 95%.

### 1.3 | Impacto da cópia ilegal pelo lado da oferta

Para avaliação do **impacto da cópia ilegal pelo lado da oferta**, procurou-se, numa primeira fase, identificar as lojas onde se realiza a cópia ilegal de livros dentro do circuito comercial. Foram, assim, inquiridos os livreiros quanto à sua perceção de atividade ilegal de cópia dentro da sua área de influência, tendo esta informação sido cruzada com a que foi obtida através dos estudantes dessa mesma área.

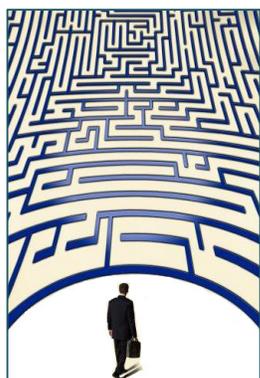
## 1.4 | Impacto no setor a montante da edição

Na fase de determinação do impacto no setor a montante da edição, foram realizadas 12 entrevistas qualitativas junto de editores, com o objetivo de caracterizar o número e o tipo de fornecedores das empresas de edição, o volume de negócios por tipo de fornecedor, a sua perspetiva face à evolução do setor e os desafios mais pertinentes.

Complementarmente, através de *desk research*, realizou-se pesquisa documental que permitiu determinar, a montante e quanto à respetiva importância, o impacto económico (perda de vendas) no emprego, nas receitas fiscais e na não venda dos fornecedores do setor.

## 1.5 | Desafios do setor para 2012-2015

Na fase que contempla os desafios do setor para os anos 2012-2015, foi



realizada uma análise SWOT do setor, tendo-se identificado os principais desafios para o conjunto de anos em análise. Estas propostas resultaram da análise das várias dimensões comportamentais do consumidor, tendo em consideração as alterações de comportamento resultantes do acesso ao mundo digital e à proliferação de meios de comunicação e de divertimento, com especial relevância para a *internet* e as redes sociais.

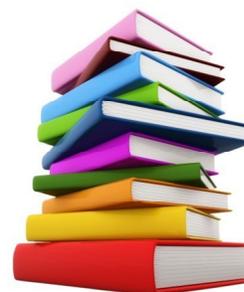
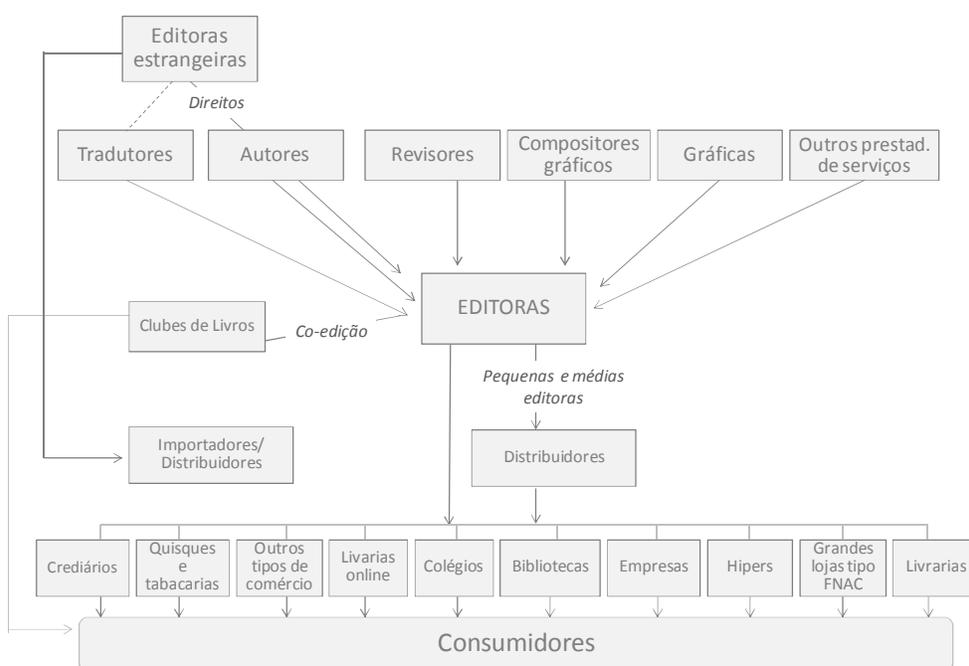
## 2 | CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO

Os pontos seguintes procuram fazer a caracterização do mercado de edição e venda do livro, desde a organização da fileira do setor até à avaliação do seu peso na economia portuguesa.

### 2.1 | A organização da fileira do livro

A fileira do livro envolve diversos *players*, como pode ser observado na figura 2.1.

Figura 2.1 | Representação da fileira do livro em Portugal



Em Portugal, e na situação atual, o motor da fileira são as editoras, já que são elas que tomam a decisão de editarem os livros que irão chegar aos consumidores. A **montante dos editores**, a fileira está organizada da seguinte forma, no que se refere a livros de autores portugueses:

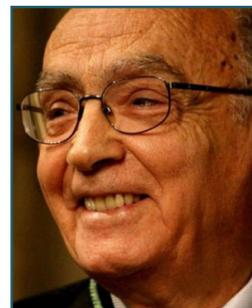
- » Autores dos livros;
- » Revisores dos livros, uma função que poderá ser interna à própria editora ou executada por um prestador de serviços externo;
- » Composição gráfica do livro, que habitualmente é exterior à editora;

- » Impressão gráfica, que poderá prestar apenas o serviço sem incorporar o papel – é o caso habitual das grandes editoras – ou vender o serviço e o papel;
- » Encadernadoras, para alguns casos especiais em que a encadernação é feita fora da gráfica;
- » Outros prestadores de serviços, ao nível sobretudo da promoção do livro.

No caso dos livros de autores estrangeiros editados em Portugal, devem considerar-se as seguintes especificidades:

- » Os direitos de edição para Portugal, ou até em língua portuguesa, que são adquiridos pela editora portuguesa a uma editora estrangeira, podendo existir um agente literário a intermediar o negócio. O autor estrangeiro receberá, depois, uma percentagem do que a editora recebeu;
- » A existência de um tradutor, que permite a conversão do conteúdo para a língua portuguesa.

No caso de livros estrangeiros importados, os intervenientes citados anteriormente na fileira não existem no mercado português (apenas no mercado de origem). Existem sim, importadores/distribuidores (exemplo da Dinalivro), seguindo-se os intervenientes **a jusante**, como se explicita em seguida. Contudo, em alguns casos, as livrarias podem importar diretamente.



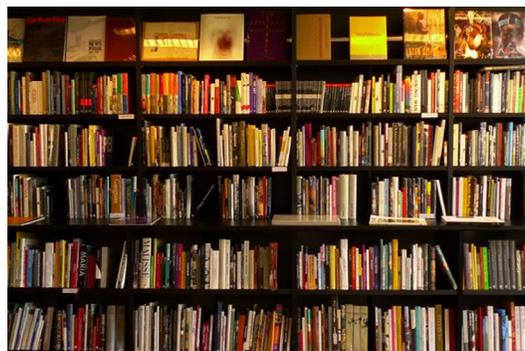
Um caso especial de edição são os clubes de livros. Em Portugal, existe um importante clube de livros – o Círculo de Leitores – que em alguns casos edita os seus livros e na maioria das situações faz coedições com as editoras, vendendo a seguir os livros através de uma rede própria de venda pessoal com o apoio de uma revista.

A **jusante dos editores** existem os seguintes intervenientes:

- » Grossistas (que neste mercado se denominam distribuidoras), que representam em exclusividade uma editora. Atualmente são apenas as pequenas e algumas médias editoras que têm contratos com distribuidoras (por exemplo, a Sodilivros, a distribuidora Bertrand a Dinalivro, a Dinternal, a Servensino e a HT), já que as grandes editoras habitualmente têm distribuição própria.

Esta figura de exclusividade de distribuição não é habitual em outros setores da economia, justificando-se pela necessidade de manter fundos de catálogos vastos e com baixa rotação;

- » Retalhistas com lojas físicas, que vendem ao consumidor final e que podem assumir diversos formatos, desde a livraria independente tradicional, à cadeia de livrarias especializada de livros (por exemplo, Bertrand e Almedina) ou à cadeia de grandes superfícies com diversas categorias de produtos (por exemplo, Fnac e Worten), até à cadeia de hipermercados (por exemplo, Continente e Auchan);
- » Formas de venda ao consumidor *online*, com *sites* que podem pertencer ao editor (por exemplo, Wook e Mediabooks) ou ao retalhista (por exemplo, Fnac, Bertrand e Bisturi);
- » Colégios e outros estabelecimentos de ensino, que compram os livros de estudo diretamente às editoras e revendem aos seus alunos;
- » Diversos tipos de comércio que vendem livros especializados na sua atividade (por exemplo, lojas de animais e lojas para turistas);
- » Quiosques de venda de jornais e revistas, sobretudo em produtos colecionáveis;
- » Crediários – a forma de venda a crédito de enciclopédias e de coleções de livros por parte de equipas especializadas na venda pessoal é, atualmente, muito reduzida, como resultado da queda brutal da venda de enciclopédias decorrente do desenvolvimento da *internet*;
- » Vendas a organizações, sobretudo para ofertas (por exemplo, empresas farmacêuticas), e a bibliotecas.



### O mercado editorial

O mercado sofreu um processo de concentração, sobretudo a nível editorial, com a criação de **dois megagrupos: a Porto Editora e a Leya** (Figura 2.2).

Estes dois grupos são os mais fortes no âmbito do livro escolar “obrigatório”, que funciona até ao 12.º ano, tendo diversificado também a jusante com atividades de venda ao consumidor final.

No caso da Porto Editora, o grupo tem a montante a Bloco Gráfica – uma unidade industrial que fornece soluções de artes gráficas e multimédia – a que se juntam as marcas editoriais Porto Editora, Lisboa Editora, Areal Editores, Ideias de Ler e Albatroz e, a jusante, a livraria virtual Wook.

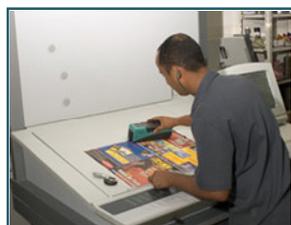
A nível internacional, o Grupo Porto Editora possui editoras nos PALOP – Plural Moçambique e Plural Angola.

GRUPO	PORTO EDITORA	LEYA	CIVILIZAÇÃO	BABEL	FNAC	SONAE	ALMEDINA	LIDEL
Gráficas	Bloco Gráfica		CEM – Artes Gráficas					
Editoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>Porto Editora</li> <li>Lisboa Editora</li> <li>...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dom Quixote</li> <li>Texto</li> <li>Caminho</li> <li>...</li> </ul>	Civilização	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verbo</li> <li>Ulisseia</li> <li>Guimarães</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Almedina</li> <li>Edições 70</li> <li>Actual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lidel</li> <li>FCA</li> <li>Pactor</li> </ul>
	Círculo de Leitores							
Retalho físico	Bertrand	Livrarias Leya	Bulhosa		FNAC	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sonae</li> <li>Continente</li> <li>Worten</li> </ul>	Almedina	
Retalho online	Wook	Mediabooks						
Internacionais	<ul style="list-style-type: none"> <li>Editora Plural Moçambique</li> <li>Editora Plural Angola</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brasil: Edit. Leya e Lua de Papel</li> <li>Angola: Ndzila e Texto</li> <li>Moçambique: Edit. Ndjira e Texto Editores</li> </ul>						

Figura 2.2 | Principais players do mercado

Em junho de 2010, a Alta Autoridade para a Concorrência autorizou a aquisição do *Direct Group* em Portugal, pertencente ao grupo *Bertelsman*, reforçando, assim, o grupo Porto Editora a sua posição em diferentes frentes com a editora Bertrand (com as chancelas Pergaminho, Quetzal, Temas e Debates e ArtePlural Edições), a distribuidora Bertrand, a cadeia de livrarias Bertrand e ainda o clube de livros Círculo de Leitores.

No caso da Leya, a marca tem uma forte presença nos livros escolares, com a



Texto, a Asa, a Gailivro, a Novagaia, a Sebenta e outras chancelas editoriais em edições gerais como a Academia do Livro, a BIS, a Caderno, a Caminho, a Casa das Letras, a Dom Quixote, a Estrela Polar, a Livros d'Hoje, a Lua de Papel, a Oficina do Livro, a Quinta Essência e a Teorema. O grupo diversificou-

-se também a jusante, com seis lojas próprias e 11 livrarias em regime de parceria, que se expandem por todo o território nacional, e uma livraria virtual – a MediaBooks.

A Leya mantém ainda operações a nível internacional ao nível de edição, em países de expressão portuguesa (Brasil, Angola e Moçambique).

Para além destes dois megagrupos, surgem outros grupos com abordagens diferenciadas:

- » O grupo Civilização, que opera no mercado há mais de um século, com atividades de gráfica e edição e que, em 2005, adquiriu as cadeias de livrarias Bulhosa e Leitura;
- » O grupo Babel, formado em 2010 sob a iniciativa de Paulo Teixeira Pinto que, depois de adquirir a Guimarães, constituiu um grupo tendo por base as atividades do grupo Verbo com as cancelas Verbo, Ulisseia e Arcádia, entre outras. Este grupo também desenvolve uma atividade internacional no Brasil.

Ao nível do mercado da edição, existem ainda algumas editoras de grande dimensão como a Presença e a Gradiva.

Esta concentração no mercado da edição, associada ao clima económico, levou a uma **redução do número de novos livros lançados no mercado português**, portugueses e importados, **de 55%, em 3 anos** (quadro 2.1).

**Quadro 2.1 | Evolução do número de novos livros editados e importados**

Ano	Número de novos livros	Taxa de crescimento
2007	4.555	
2008	4.163	-8,6%
2009	2.361	-43,3%
2010	2.809	+19%
2011	2.033	-27,6%

Fonte: GfK

No que se refere à edição de livros de estudo do ensino superior, é possível dividir as editoras em dois grupos (ver lista completa no anexo II):

- » 24 editoras tradicionais, entre as quais se destacam a Almedina, a Coimbra Editora, o grupo Lidel e a Sílabo;

- » 19 editoras universitárias, associadas a 11 Universidades e 8 Faculdades ou Institutos.

### O retalho livreiro

Na área do **retalho livreiro** destacam-se, no mercado, **três importantes players**:

- » A cadeia **FNAC**, com as suas 17 lojas, que constituem a maior área de venda de livros do país de uma só empresa;
- » A cadeia de livrarias **Bertrand**;
- » O **grupo Sonae**, com os hipermercados **Continente** e as grandes superfícies **Worten**, que a partir de 2008 passaram a ter uma área de livraria, e as livrarias **Book.it** lançadas em 2007.



No que respeita à comercialização de livros de estudo dirigidos ao ensino superior, existem três tipos de operadores (ver lista completa no anexo III):

- » Alguns importadores/distribuidores como a Dinternal;
- » Um reduzido número de crediários;
- » Cerca de quatro dezenas de livrarias especializadas, das quais se destacam, em 2011, 10 lojas da Almedina, 10 da Bisturi e 5 da Coimbra Editora.

## 2.2 | Estudos recentes sobre o setor

Os mais recentes estudos portugueses sobre o setor livreiro foram realizados por:

- » Augusto Mateus & Associados, em janeiro de 2010, com o título *O Setor Cultural e Criativo em Portugal*, para o Ministério da Cultura;
- » José Soares Neves e Jorge Alves dos Santos, em setembro de 2010, intitulado *Edição e Comercialização de livros em Portugal: Empresas, Volume de Negócios e Emprego*, promovido pelo Observatório das Atividades Culturais.

No estudo de Augusto Mateus & Associados (2010), pretende-se caracterizar o setor cultural e criativo em Portugal, analisando as atividades que o compõem, bem como as suas fronteiras e as tendências.

Como metodologia, os autores optaram por dividir o setor cultural e criativo em três setores-âncora, subdivididos em vários subsectores. Os três setores-âncora são as atividades culturais nucleares, as indústrias culturais e as atividades criativas.

As atividades culturais nucleares compreendem as artes visuais e a criação literária, as artes performativas e o património histórico e cultural. Por seu turno, as indústrias culturais incluem o cinema e o vídeo, a edição, a música, a rádio e a televisão, e o *software* educativo e de lazer. Finalmente, nas atividades criativas estão incluídas a arquitetura, o *design*, a publicidade, os serviços de *software* e as componentes criativas em outras atividades.

Do estudo *O Setor Cultural e Criativo em Portugal*, pode-se concluir que o



nosso país evidencia o mais preocupante resultado no contexto europeu relativamente à leitura, já que apenas 50% dos portugueses leram pelo menos um livro no espaço de 12 meses, contra 71% na média da UE a 27<sup>4</sup>.

No subsector da edição, verificou-se um fraco crescimento no período em causa; dado que este subsector tem um importante peso relativo no setor das indústrias culturais, esta evolução negativa foi, em grande medida, determinante para a trajetória negativa das indústrias culturais.

No ano de 2006, o VAB originado pelo setor cultural e criativo português foi de 3691 milhões de euros, tendo estas atividades empregado cerca de 127 mil pessoas, isto é, aproximadamente 2,6% do emprego e 2,8%<sup>5</sup> da riqueza gerada no país.

O subsector da edição – que inclui outras formas de edição, nomeadamente jornais e revistas – representava 34% do VAB e 31,3% do emprego<sup>6</sup> do total do setor cultural e criativo, ou seja 1% do VAB e 0,8% do emprego em Portugal.



O estudo promovido pelo Observatório das Atividades Culturais pretendia atualizar

<sup>4</sup> Mateus & Associados, *O setor cultural e criativo em Portugal*, janeiro 2010, página 65.

<sup>5</sup> Mateus & Associados, *op cit.*, páginas 78 e 82.

<sup>6</sup> Mateus & Associados, *op cit.*, páginas 81 e 83.

alguns indicadores já existentes relativos à edição de livros, disponibilizando novos indicadores relativos à sua comercialização em Portugal.

Os dados sobre a edição respeitam aos anos 2000-2008, ao passo que os dados sobre a comercialização são dos anos 2004-2008. Este estudo compreendeu três fases distintas. Inicialmente, houve um levantamento de dados estatísticos, nomeadamente através do INE, bem como a construção de indicadores. Numa segunda fase, realizaram-se entrevistas com diversos agentes do setor e, por fim, uma última fase incluiu a realização de inquéritos às empresas de edição e comercialização de livros em Portugal.

Neves e Santos (2010) destacaram a dificuldade de comparação de séries de dados já que, em 2004, o Sistema de Custos Integrados das Empresas (SCIE) passou a incluir profissionais liberais e a utilizar informação exaustiva, em detrimento dos dados extrapolados do Inquérito Anual às Empresas, tendo também o INE alterado o número de escalões referentes a pessoal ao serviço de três (até 9, 10 a 19 e + 20) para quatro (até 9, 10-49, 50-200 e 200 ou mais).

Em 2007, procedeu-se a uma nova alteração, com revisão dos CAE.

No que concerne à edição, durante o período estudado verificou-se uma tendência de crescimento do número de empresas. Todavia, a maioria das empresas continua a ser de pequena dimensão (até nove pessoas ao serviço), não havendo empresas com mais de 250 colaboradores<sup>7</sup>.

Segundo o estudo realizado por Neves e Santos (2010), a maioria das editoras está localizada em Lisboa (66%), seguida da região Norte, com 21%. Verificou-se, também, que o volume de negócios oscilou durante os anos em estudo, com o ano de 2008 a atingir o valor mais elevado, com aproximadamente 404 milhões de euros.

Quanto à comercialização, as empresas estão presentes em todas as zonas do país, com destaque para o Norte, Lisboa e Centro, respetivamente. O número de empresas tem permanecido estável; a esmagadora maioria (97%) tem menos de nove pessoas ao serviço, embora existam empresas com 250 e mais trabalhadores.

---

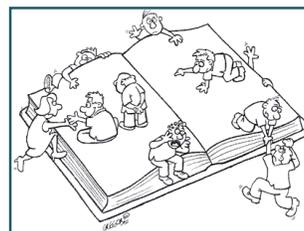
<sup>7</sup> Neves e Santos, *Edição e Comercialização de Livros em Portugal: empresas, volume de negócios e emprego (2000-2008)*, Observatório das Atividades Culturais, setembro 2010, página 8.

Durante o período 2004-2007, o volume de negócios relativo ao retalho de livros cresceu de 155 milhões para 161 milhões de euros. Contrariamente ao que sucedeu na edição de livros – ainda segundo Neves e Santos (2010) – são as pequenas empresas (com menos de 10 pessoas ao serviço) que concentram a parte mais expressiva (46%) do volume de negócios total.

## 2.3 | O peso do setor do livro na economia portuguesa

O setor do livro inclui duas grandes componentes: a edição e a venda a retalho.

Relativamente à edição, utilizamos, neste estudo, como fonte primordial de informação, as estatísticas do INE e do Banco de Portugal; no que se refere ao retalho, para além destas, recorreremos também à informação fornecida pela empresa GfK que estuda, de forma sistemática e através de painéis de retalhistas, as cadeias de empresas de venda de livros.

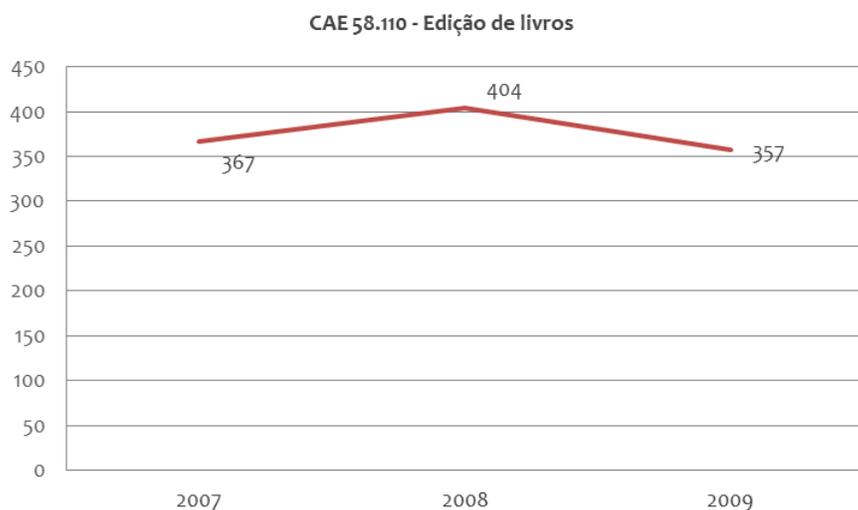


### 2.3.1 | O volume de vendas da edição e do retalho de livros

É possível determinar o volume de vendas da edição em Portugal através das vendas de empresas com o CAE 58.110. De acordo com a revisão da classificação das atividades económicas em 2007, os números apresentados pelo INE mostram um forte crescimento de vendas da edição em 2008 (Figura 2.3).

Contudo, estes valores não são totalmente fiáveis no que respeita ao valor real do mercado, uma vez que várias editoras revendem a outras editoras que funcionam como distribuidoras, dando lugar a uma duplicação de vendas, tendo-se registado várias alterações neste domínio ao longo dos anos.

Figura 2.3 | Evolução das vendas de edição de livros em Portugal (milhões de euros)



Fonte: INE

Relativamente à comercialização a retalho, a informação das empresas com o CAE 47.610 do INE apenas permite apurar as vendas dos estabelecimentos classificados como “estabelecimentos de comércio a retalho de livros”.

Uma série de dificuldades condicionam a estimativa do valor real das vendas de livros a retalho, com especial destaque para dois aspetos:

- » Os maiores *players* do mercado – a FNAC e as cadeias de hipermercados – encontram-se registados como “comércio a retalho não especializado”;
- » A existência de múltiplos circuitos de venda ao consumidor final, como anteriormente explicitado (ver figura 2.1).

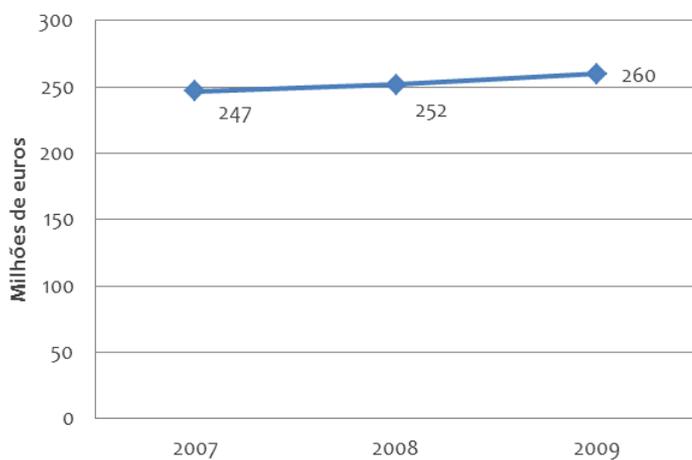


Face a esta situação, optou-se neste estudo por considerar como vendas do mercado retalhista (figura 2.4) as vendas das livrarias e as das grandes superfícies com forte importância no mercado, estudadas pela GfK (ver lista das empresas estudadas pela GfK no anexo IV), como é o caso da FNAC, das cadeias de hipermercados e de outras cadeias como a Worten, a Staples e o El Corte Inglés (figura 2.5).

Figura 2.4 | Dimensão do mercado de edição e retalho de livros e respetivas fontes de informação



Figura 2.5 | Evolução das vendas de livros a retalho (milhões de euros) em livrarias e grandes e médias superfícies



Fontes: INE e GfK

Não perdendo de vista as limitações acima apresentadas, pode-se considerar que a venda de livros no retalho especializado e nas grandes superfícies generalistas cresceu em 2008 (+2%) e em 2009 (+3,2%). Como todos os

cálculos foram feitos a preços correntes, o crescimento real foi praticamente nulo.

Na figura 2.5, calculou-se o valor do mercado a partir dos dados do INE (para as livrarias) e da informação da GfK (no caso das grandes e médias superfícies, que não inclui livros escolares). Porém, este valor não corresponde ao real, uma vez que dele se encontram excluídas as vendas de:

- » Editoras e livrarias, através dos seus sites;
- » Clubes de livros, designadamente o Círculo de Leitores;
- » Livros escolares das grandes e médias superfícies (não contabilizados pela GfK);
- » Vários tipos de lojas que vendem livros (por exemplo, lojas de animais, lojas para turistas, entre outras);
- » Livros vendidos em tabacarias e quiosques;
- » Vendas a empresas e a bibliotecas.

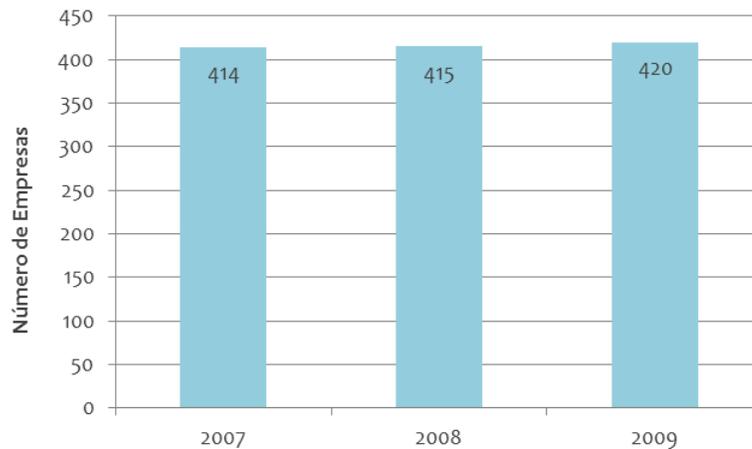
É possível, pois, estimar as vendas dos conceitos acima referidos entre 50 a 80 milhões de Euros, o que **significa que o mercado real de retalho deverá valer entre 310 a 340 milhões de euros anualmente.**

### **2.3.2 | Número de empresas de edição e de retalho de livros**

Para a identificação do número de empresas de edição e de retalho, foram utilizados os mesmos critérios e fontes referidos na análise do ponto 2.3.1, no que se refere ao volume de vendas.

No que diz respeito à edição, o número de empresas está estável, como ilustra a figura 2.6. No entanto, o número de empresas inscritas neste CAE parece, de acordo com vários especialistas, claramente excessivo face à realidade.

Figura 2.6 | Evolução do número de empresas de edição de livros



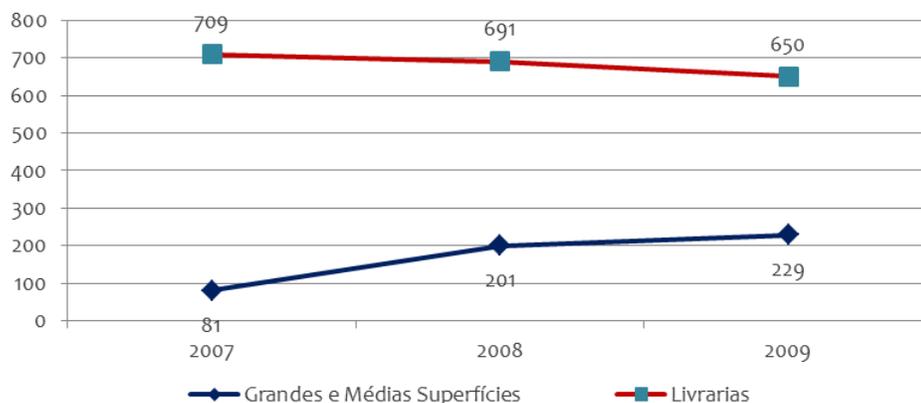
Fonte: INE

A evolução do número de pontos de venda de livros aumentou de forma expressiva com a abertura de grandes superfícies e com a introdução de espaços de livrarias nas lojas Worten em 2008 (figura 2.7).

Para este cálculo, considera-se que, no caso de livrarias independentes, uma empresa corresponde a uma loja. Nos anos de 2007, 2008 e 2009, foram acrescentados respetivamente 50, 55 e 60 pontos de venda correspondentes a lojas de cadeias de livrarias.

No caso das grandes superfícies generalistas, não foram consideradas as lojas dos supermercados – como o Pingo Doce, que também começou a vender livros, mas cuja gama é restrita e pouco significativa para efeitos de cálculo global.

**Figura 2.7 | Evolução do número de pontos de venda de livros a retalho**  
(Livrarias e Grandes e Médias Superfícies)



Fontes: INE e dados de empresas

Nota: No ano de 2008, a Worten, empresa de retalho especializado da Sonae SR, começa a vender livros, aumentando fortemente o número de grandes superfícies que vendem livros. Além da Worten, as grandes e médias superfícies incluem os hipermercados, a Fnac, a Staples e o El Corte Inglés e outras cadeias (ver anexo IV).

### 2.3.3 | Evolução dos indicadores de edição e de retalho especializado de livros

Para uma análise mais detalhada de indicadores de *performance* do setor, foi necessário recorrer à informação empresarial simplificada (IES) das empresas, razão por que esta análise é limitada à informação do Banco de Portugal (CAE de edição e de livrarias com exclusão de todas as outras formas).

Foram recolhidos os dados do Banco de Portugal com base em dois códigos de atividade económica: 58.110 – Edição de livros – e 47.610 – Comércio a retalho de livros em estabelecimentos especializados.

Considerando os dados disponíveis em ambas as fontes, foram selecionados os que capturam informação relevante para a caracterização do mercado, tais como: o volume de negócios, o número de empresas, o número de empregados, as importações e exportações, o VAB e o resultado líquido, num horizonte temporal de quatro anos (Quadro 2.2), sendo que parte dos dados são de valores médios por empresa.

**Quadro 2.2 | Principais indicadores para o CAE 58.110 – Edição de livros**

Indicadores	2006-7	2007-8	2008-9	2009-10	2010
Volume de negócios (em euros) (valor médio)	-1,0%	20,9%	-11,6%	-50,1%	477.774
Nº de empresas (valor absoluto)	-0,3%	7,0%	-6,9%	12,0%	337
Nº de empregados (valor médio)	-12,5%	0,0%	0,0%	-33,3%	4
Importações (em euros) (valor absoluto)	-4,6%	-5,3%	-29,5%	-12,8%	14.585.886
Exportações (em euros) (valor absoluto)	50,5%	-6,9%	-13,2%	16,0%	13.326.139
VAB (em euros) (valor médio)	1,3%	7,6%	0,1%	-48,3%	146.126
Resultado líquido do exercício (em euros) (valor médio)	52,2%	-29,9%	19,1%	-55,2%	9.085

Fonte: Banco de Portugal

Nota: Os dados de 2006 a 2009 têm por base uma representatividade de 75% a 80%. Os dados de 2010 têm uma representatividade de 45% a 50%, pelo que devem ser tidos como provisórios e os desvios apresentados devem ser analisados com precaução.

Em síntese, estamos perante um subsetor que conta com um elevado número de pequenas empresas, que correspondeu, em 2009, a um volume de negócios médio de aproximadamente 1 milhão de euros, com uma média de sete empregados. De acordo com a amostra (pouco representativa) de 2010, estes valores ter-se-ão reduzido substancialmente nesse ano.

O Quadro 2.3 resume os principais indicadores respeitantes ao comércio a retalho de livros em pontos de venda especializados.

**Quadro 2.3 | Principais indicadores - CAE 47.610 - Comércio a retalho de livros em estabelecimentos especializados**

Indicadores	2006/7	2007/8	2008/9	2009/10	2010
Volume de negócios (euros) (valor médio)	2,9%	0,2%	7,2%	-9,0%	428.021
Número de empresas (valor absoluto)	-0,7%	-0,7%	-5,0%	9,8%	292
Número de empregados (valor médio)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5
Importações (euros) (valor absoluto)	15,4%	-3,6%	-33,3%	-46,0%	2.539.981
Exportações (euros) (valor absoluto)	82,8%	-61,7%	1247,7%	-48,5%	1.172.877
VAB (euros) (valor médio)	17,3%	-4,1%	14,5%	-18,8%	76.244
Resultado líquido do exercício (Euros) (valor médio)	-71,0%	190,0%	-51,9%	128,8%	-14.646

Fonte: Banco de Portugal

Nota: Valores de 2010 provisórios com apenas 45% de representatividade.

As empresas de comércio a retalho especializadas são ainda consistentemente mais pequenas do que as editoras, apresentando um volume de negócios inferior a 0,5 milhões de euros, resultados líquidos negativos e tendo apenas uma média de cinco colaboradores.

Não obstante nas importações terem registado algum crescimento, elas cobrem ainda menos de 50% das exportações.

### 2.3.4 | Análise comparativa da edição, retalho especializado e Portugal

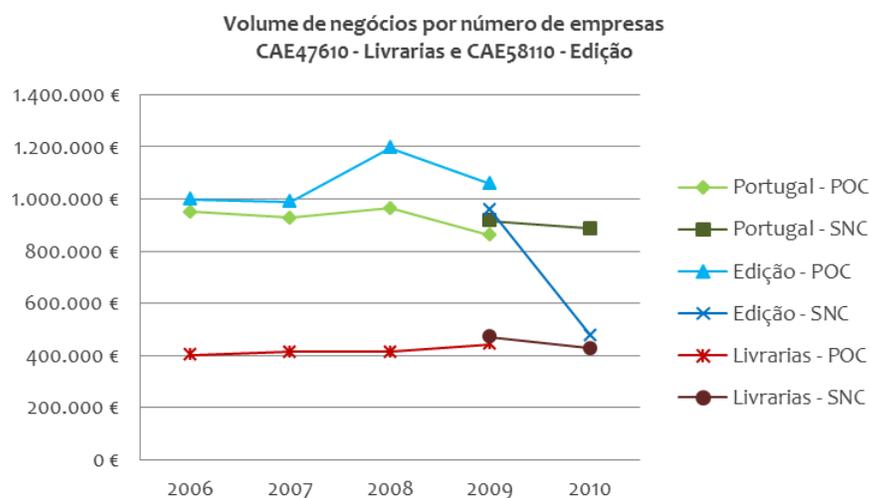
Nos pontos seguintes, proceder-se-á à análise comparativa de vários indicadores referentes aos volumes médios de edição, da venda a retalho de livros em estabelecimentos especializados e das empresas portuguesas, de uma forma geral.

#### 2.3.4.1 | Análise comparativa do volume de negócios de edição, livrarias e Portugal

Analisando a *performance* das empresas de edição de livros e de comércio a retalho de livros em estabelecimentos especializados comparativamente com a *performance* global do país, rapidamente são detetadas duas realidades

muito distintas (figura 2.8). Dada a alteração de classificação de sistema contabilístico em 2009 (do POC para o SNC), optamos por apresentar nesse ano os dois valores para permitir ler a série.

**Figura 2.8 | Análise comparativa do volume de negócios entre edição, livrarias e Portugal**



Nota: Valores de 2010 provisórios com apenas 45% de representatividade

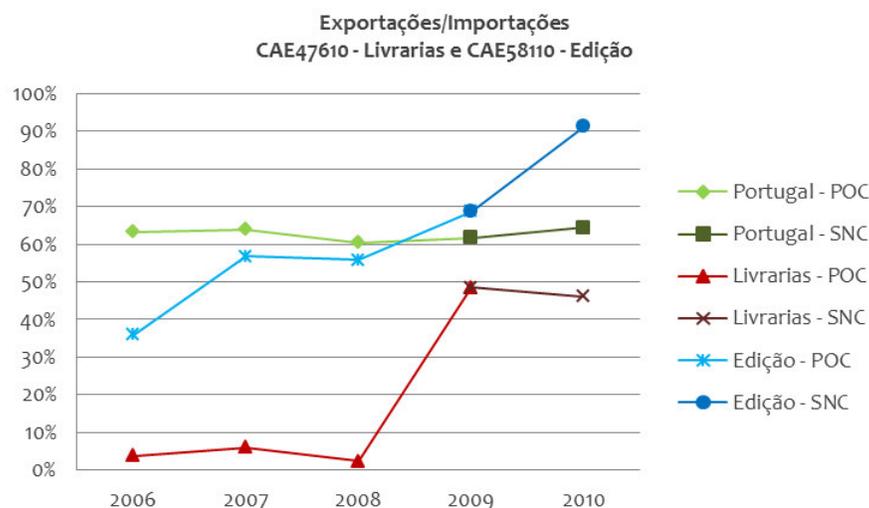
Fonte: Banco de Portugal

O volume de negócios médio da edição de livros regista valores superiores aos registados a nível nacional. Por outro lado, o comércio a retalho de livros em estabelecimentos especializados regista um volume de negócios médio inferior a metade do registado a nível nacional.

#### 2.3.4.2 | Análise comparativa da cobertura *export/import* entre edição, livrarias e Portugal

Entre 2006 e 2008, as exportações representavam apenas entre 2% a 6% das importações das livrarias. Contudo, em 2009 e 2010 verificou-se um aumento exponencial das exportações, que passaram a representar nesse ano mais de 40% das importações (figura 2.9).

Figura 2.9 | Análise comparativa da cobertura de exportações face às importações entre edição, livrarias e Portugal



Fonte: Banco de Portugal

Nota: Valores de 2010 provisórios com apenas 45% de representatividade

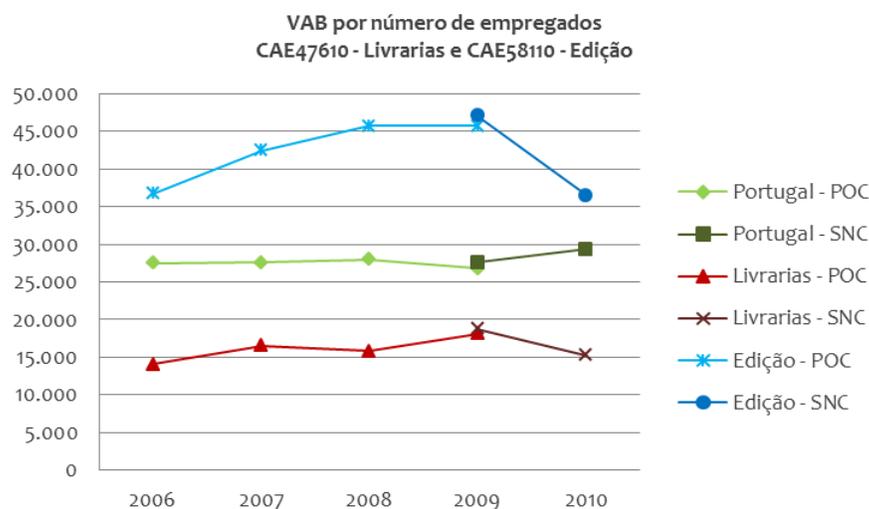
Quanto à edição de livros, a tendência tem sido para um aumento gradual das exportações, que representavam, em 2009, mais de 60% do valor das importações.

É de realçar que os dados aqui apresentados referem-se aos valores de importações e exportações do total das CAE analisadas e não apenas de livros, podendo, por exemplo, as editoras importarem papel ou produtos semiacabados.

### 2.3.4.3 | Análise comparativa do VAB entre edição, livrarias e Portugal

No que se refere à análise do VAB, o seu valor por empregado segue a mesma tendência do volume de negócios médio por empresa (figura 2.10).

Figura 2.10 | Análise comparativa entre VAB médio por empregado para edição, livrarias e Portugal



Fonte: Banco de Portugal

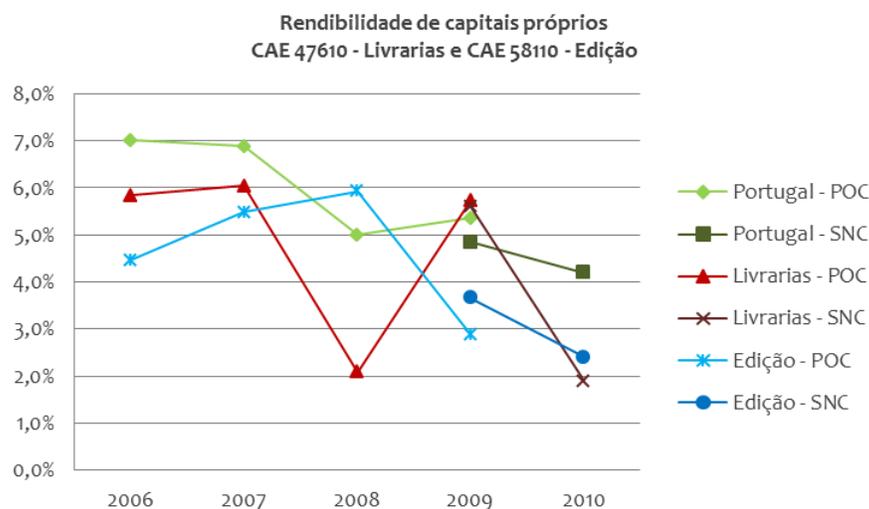
Nota: Valores de 2010 provisórios com apenas 45% de representatividade

A este nível, destaca-se a *performance* da edição de livros que, para além de registar valores significativamente superiores à média nacional, tem vindo a melhorar o seu desempenho entre 2006 e 2009.

### 2.3.4.4 | Análise comparativa da rendibilidade entre edição, livrarias e Portugal

Contrariamente ao que sucede com o volume de negócios e com o VAB, a análise da rendibilidade dos capitais próprios permite verificar que o comércio a retalho em estabelecimentos especializados regista uma *performance* superior à da edição de livros. Em todo o caso, ambos os desempenhos são inferiores ao da média de rendibilidade nacional (figura 2.11).

Figura 2.11 | Análise comparativa da rentabilidade de capitais próprios entre edição, livrarias e Portugal



Fonte: Banco de Portugal

Nota: Valores de 2010 provisórios com apenas 45% de representatividade

Note-se, no entanto, que no ano de 2008 a rentabilidade do capital próprio no comércio a retalho sofreu uma queda acentuada, na ordem dos quatro pontos percentuais, o mesmo sucedeu para a edição entre 2008 e 2010.

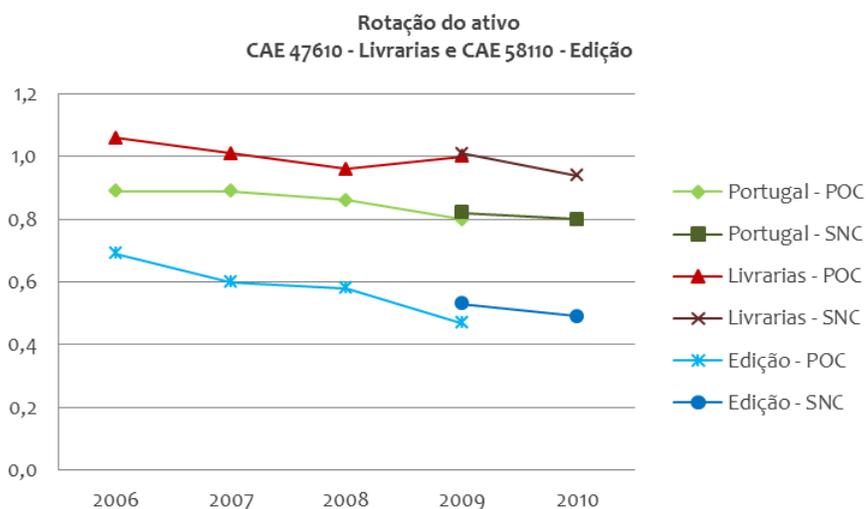
No quadro 2.2 pode ver-se que os resultados líquidos médios de 2009 apresentam um valor negativo, enquanto na figura 2.11 as taxas de rentabilidade apresentadas são positivas, o que se pode explicar pelas diferentes metodologias utilizadas.

#### 2.3.4.5 | Análise comparativa da rotação de ativos entre edição, livrarias e Portugal

Comparativamente com a *performance* nacional, a rotação do ativo da edição é mais demorada.

Esta fraca rotação de ativos resulta da degradação da rotação das existências das editoras devido à acumulação de existências em armazém (figura 2.12); nas livrarias, a situação é mais favorável, já que uma parte das lojas recorre a consignação das editoras para manter os livros de fundo editorial.

Figura 2.12 | Análise comparativa da rotação de ativos entre edição, livrarias e Portugal



Fonte: Banco de Portugal

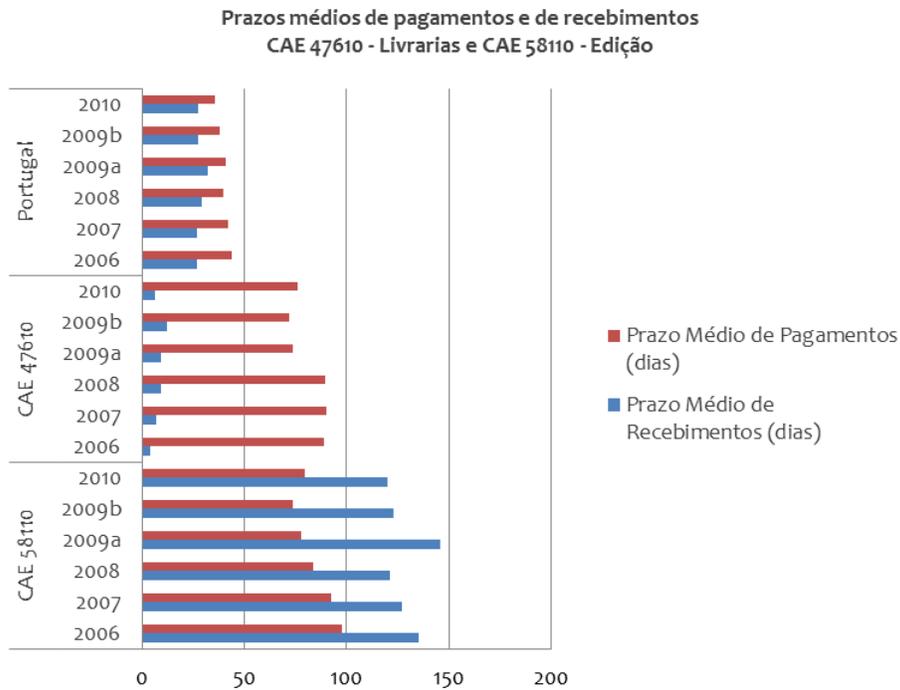
Nota: Valores de 2010 provisórios com apenas 45% de representatividade

#### 2.3.4.6 | Análise comparativa dos prazos médios de pagamento e recebimento entre edição, livrarias e Portugal

Em termos de prazo de recebimentos, o comércio a retalho apresenta um prazo muito próximo de zero, já que trabalha fundamentalmente com o consumidor final.

No que diz respeito a pagamentos, o prazo médio da edição e das livrarias encontra-se claramente acima do praticado em média pelas empresas portuguesas (figura 2.13). O desfasamento entre o prazo de recebimentos dos editores e o de pagamento por parte dos livreiros pode explicar-se pela existência de um outro tipo de clientes diretos dos editores – as distribuidoras, no caso das pequenas e médias editoras, e os hipermercados, no que se refere aos grandes editores – com prazos de pagamento bem mais alargados.

Figura 2.13 | Análise comparativa dos prazos médios de pagamento e de recebimento entre edição, livrarias e Portugal



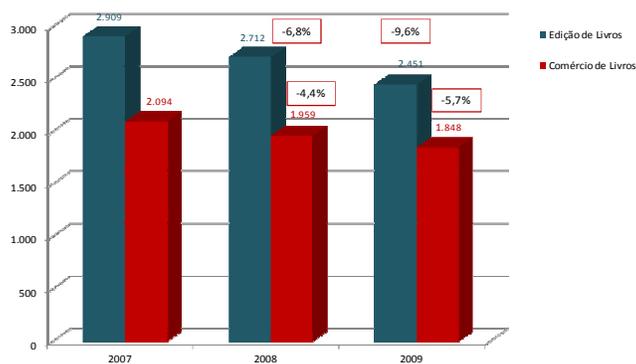
Fonte: Banco de Portugal

Nota 1: 2009a – Dados segundo o POC; 2009b – Dados segundo o SNC  
Nota 2: Valores de 2010 provisórios com apenas 45% de representatividade

### 2.3.4.7 | Emprego

Em termos de emprego, o número de pessoas ao serviço tem vindo a decrescer (figura 2.14), apresentando uma queda mais clara na edição, que atingiu 9,6% em 2009 face a 2008.

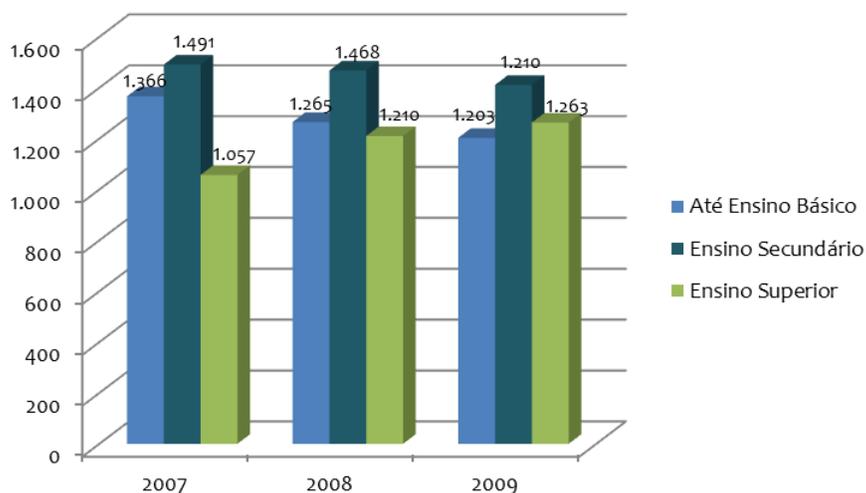
Figura 2.14 | Evolução do número de pessoas no setor livreiro (2007 a 2009)



Fonte: GEP

Relativamente às habilitações do pessoal ao serviço, regista-se uma evolução clara no que respeita ao pessoal mais qualificado (ensino superior) (figura 2.15), que passa de 27% para 33% do pessoal ao serviço em apenas 1 ano.

**Figura 2.15 | Habilitações do pessoal ao serviço no setor livreiro (2007 a 2009)**



Fonte: GEP

O número de pessoas ao serviço no setor livreiro com habilitações até ao ensino básico é de apenas 31%, muito inferior à média nacional (63,2%), enquanto o número de trabalhadores com formação superior a laborar no setor livreiro é mais do dobro da média nacional (quadro 2.4).

**Quadro 2.4 | Habilitações do pessoal ao serviço face à média nacional**

Habilitações	Habilitações do pessoal ao serviço	Média nacional
Até ensino básico	31%	63,2%
Ensino secundário	36.4%	21,60%
Ensino superior	32.6%	15,20%

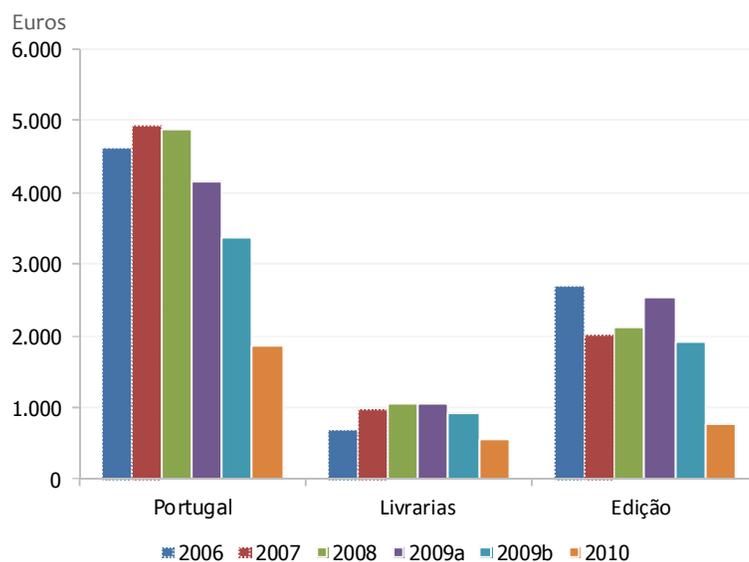
Fonte: GEP

### 2.3.4.8 | Valor dos impostos pagos

Em relação a impostos, a situação é bastante díspar (figuras 2.16 e 2.17) no que se refere ao pagamento de impostos por parte da edição:

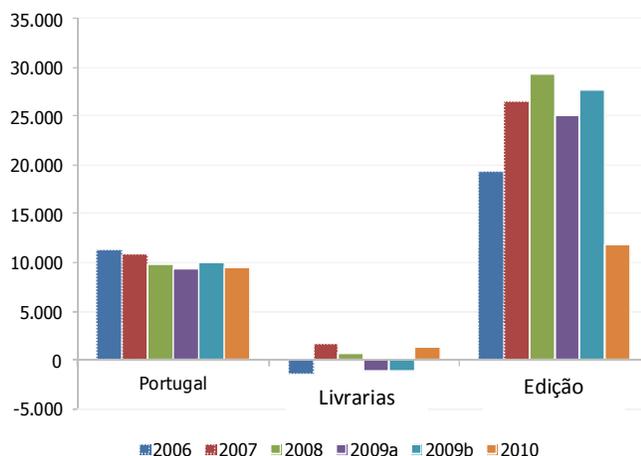
- » Pagamentos abaixo da média nacional no que diz respeito a outros impostos para além do IRC, situação que poderá explicar-se pelo facto de o IVA do setor ser, na altura, de 5%, um valor muito abaixo da média do país;
- » Pagamentos claramente superiores à média nacional no que se refere ao imposto sobre o rendimento, vulgo IRC.

**Figura 2.16 | Análise comparativa do valor médio de outros impostos para edição, livrarias e Portugal**



Nota: 2009a – Dados segundo o POC; 2009b – Dados segundo o SNC.

Figura 2.17 | Análise comparativa do valor médio de impostos sobre rendimento para edição, livrarias e Portugal, por número de empresas



Nota: 2009a – Dados segundo o POC; 2009b – Dados segundo o SNC.

No caso do comércio a retalho, os valores relativos a outros impostos são baixos pelas razões já expostas respeitantes ao IVA, enquanto no imposto sobre os rendimentos os resultados teóricos médios negativos têm como consequência impostos pouco significativos.

Esta situação não reflete corretamente a realidade, já que o pagamento é feito por empresa, não existindo compensação entre as empresas que pagam e as que não pagam IRC em virtude de haver livrarias a apresentar resultados muito negativos.



## 2.3.5 | A venda de livros para o ensino superior

O mercado de venda de livros para o ensino superior é de difícil caracterização, uma vez que os compradores deste tipo de livros são diversificados. Desde os estudantes aos profissionais das áreas e a pessoas interessadas pelo tema, é difícil contabilizar exatamente a venda de livros técnicos e de estudo a estudantes do ensino superior.



Em virtude de não existirem dados referentes à totalidade do retalho, optou-se por identificar as categorias de livros que, de acordo com a classificação da empresa de estudos de mercado GfK, estão mais associadas ao ensino superior.

Segundo os dados da GfK – que, lembre-se, não incluem as livrarias independentes – após um grande crescimento em 2008 (+21,2%), registaram-se decréscimos nos anos posteriores: -3,3%, em 2009, -0,3% em 2010 e -5,5% em 2011 (quadro 2.5).

Das áreas estudadas, as que têm maior peso são as áreas de Direito, Ciências Sociais e Humanas e Gestão, perfazendo as três, em 2011, mais de 82% das unidades vendidas.

Em valor, o peso das áreas mantém-se. A **área de Direito representa quase metade do mercado das áreas de estudo (43%)** em consequência não apenas do número de unidades vendidas, mas também por ter um dos preços médios mais elevados (24 €), logo abaixo do preço médio de Medicina e Enfermagem (31 €) e das Engenharias (28 €).

As áreas com menor volume de negócios são Medicina e Enfermagem e Engenharia, representando 4% e 2% do mercado em valor, respetivamente. Note-se que, em ambos os casos, existem livrarias e venda direta especializadas, que não integram o painel de amostra da GfK, pelo que estes valores estão muito subavaliados.

**Quadro 2.5 | Evolução das vendas nas cadeias de lojas, em unidades e valor, dos livros destinados ao ensino superior (2007 a 2011)**

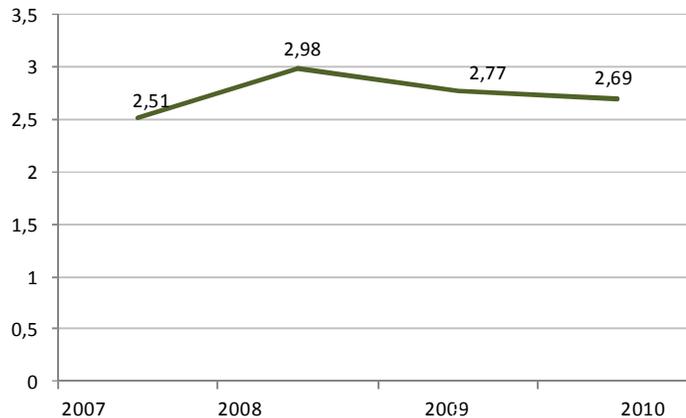
Áreas	2007		2008		2009		2010		2011	
	Unidades	Preço médio								
Direito	248.860	21	302.596	22	346.059	23	342.389	23	345.731	24
Ciências Sociais e Humanas*	330.338	15	439.623	14	317.536	16	282.523	16	283.573	15
Gestão, Marketing e Publicidade	232.774	21	252.823	21	230.883	20	215.755	19	195.429	19
Economia	45.118	22	42.569	22	61.831	19	98.331	15	119.253	14
Medicina e Enfermagem	37.256	40	55.599	32	47.147	34	64.543	28	42.634	21
Engenharia	26.796	27	29.390	27	28.340	28	28.708	27	23.371	28
Total de mercado de livros de ensino superior	921.142	18,9	1.122.600	18,8	1.031.796	19,8	1.032.249	19,8	1.009.991	19,1
Total de mercado de livros do ensino superior (milhões de euros)	17,4		21,1		20,5		20,4		19,3	
Taxa de crescimento em valor	-		21,2%		-3,3%		-0,3%		-5,5%	
Total do mercado de livros em unidades e preço médio (€)	13.561.247	11,21	13.590.709	11,53	14.310.694	11,74	14.566.044	11,61	14.661.775	11,19

\* Inclui as categorias consideradas pela GfK: Antropologia, Filosofia, Psicologia e Sociologia.

Fonte: Painel GfK

Esta análise pode ser aprofundada analisando o número médio de livros comprados por aluno do ensino superior, chegando, assim, à conclusão de que o número médio de livros comprados por aluno está claramente a decrescer (Figura 2.18).

**Figura 2.18 | Evolução do número médio de livros comprados, por estudante de ensino superior (2007 a 2010)**

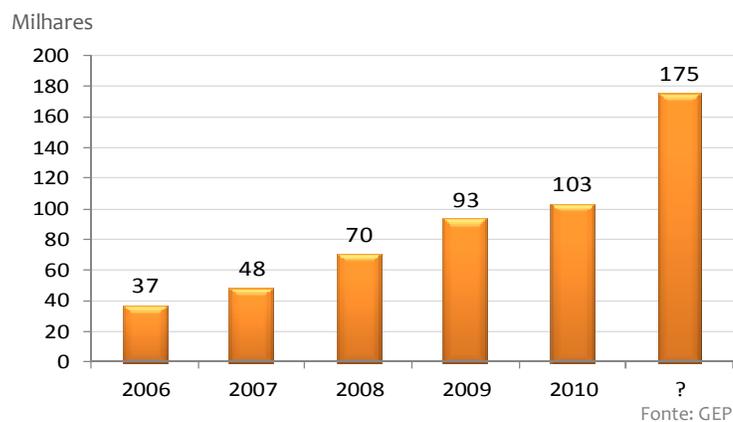


Fonte: GfK e Ministério da Educação e Ensino Superior

### 2.3.6 | A venda de livros para o ensino profissional

O ensino profissional tem vindo a crescer em número de alunos em Portugal (figura 2.19) com o objetivo de atingir 175.000 alunos a prazo, ou seja cerca de 50% dos alunos que terminam o 12.º ano.

**Figura 2.19 | Evolução do número de alunos do ensino profissional (em milhares)**



Fonte: GEPE

Seria razoável pensar que este poderia ser um mercado relevante para o livro escolar, mas a realidade é muito diversa.

De facto, segundo a política seguida por diversos governos, “os professores (do ensino profissional) devem construir os seus próprios materiais, adaptando-os às práticas pedagógicas”<sup>8</sup>.

Por evidente falta de capacidade e de tempo – seria pedir o impensável! – a esmagadora maioria dos docentes do ensino profissional limita-se a fazer coletâneas de três ou quatro livros, mesmo no caso de disciplinas como o Português ou a Matemática. Na maioria dos casos, os originais destas cópias têm como origem os livros de estudo do ensino secundário.

Para terminar, as fotocópias são feitas nas próprias escolas que, para isso, são financiadas pela Comunidade Europeia – trata-se do crime perfeito!

Se considerarmos que, em média, cada aluno do ensino profissional deveria comprar 12 livros por ano (um por cada disciplina), a um valor médio de 10 €, tal significaria uma compra média anual de 120 € por aluno. Em síntese, 12,36 milhões de euros são subtraídos anualmente de forma ilegal ao circuito do livro.

---

<sup>8</sup>In *Os Recursos Educativos no Ensino Profissional*, ORE- Observatório dos Recursos Educativos, 2010.

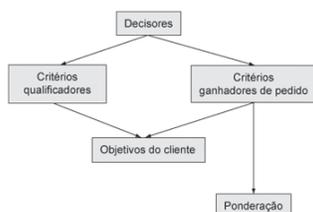
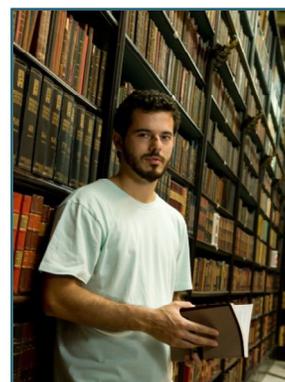
### 3 | PROCURA E COMPRA DE LIVROS: ENQUADRAMENTO CONCEPTUAL

#### 3.1 | Aspetos legais na cópia de livros

O comportamento de procura de informação para a seleção de um livro pode seguir diferentes processos, dependendo do tipo de livro e do fim a que se destina. Quando se trata de um livro técnico, a título de exemplo, o processo de seleção e os aspetos críticos da decisão diferem consideravelmente da situação de escolha de um romance.

#### 3.2 | Modelos de procura de informação de livros

Com o objetivo de enquadrar, de um ponto de vista conceptual, o processo de informação e compra de livros – aspeto que está subjacente à problemática da cópia ilegal – proceder-se-á, nos pontos seguintes, à apresentação de alguns modelos teóricos de procura de informação e de aquisição de livros.



O comportamento de procura de informação com vista à aquisição de um livro contempla diferentes processos, dependendo do tipo de livro e do fim a que se destina. Por exemplo, tratando-se de um livro técnico, as fases do processo de seleção e os aspetos críticos condicionadores da escolha diferem consideravelmente da situação de compra de um romance.

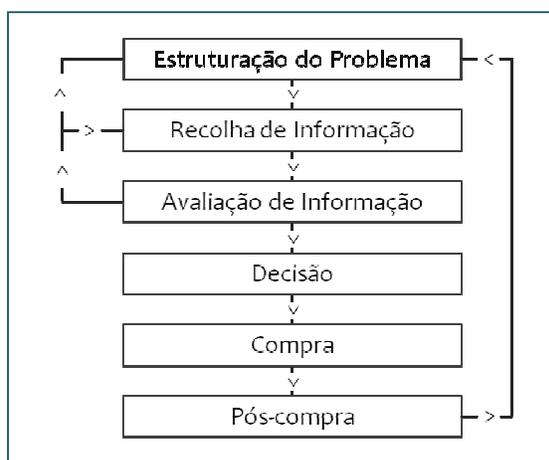
Um estudo elaborado por Leemans e Stokmans (1991) aborda este **processo de decisão** segundo **três estratégias** distintas: 1) **resolução extensiva do problema** – aplica-se frequentemente a **produtos com elevado grau de envolvimento** e, tendencialmente, de preço elevado; 2) **resolução limitada do problema** – verifica-se quando, apesar de o **consumidor estar menos envolvido** com o produto/serviço, este é altamente diferenciado dos demais e a seleção requer menos tempo do que na primeira estratégia; 3) **resposta rotineira** – baseada, regra geral, numa **compra rotineira** de produtos básicos de compra repetida. Neste contexto, o consumidor **decide sem procurar** e sem avaliar informação sobre o produto.

Leemans e Stokmans defendem que a estratégia que mais se assemelha à utilizada na procura de informação aplicada à compra de um livro é a **rotineira**. No entanto, apesar de o produto “**livro**” ser considerado um **produto de compra** tendencialmente **regular** e de baixo preço (e, conseqüentemente, com moderado envolvimento do comprador), uma estratégia rotineira é suscetível de alterações de acordo com o tipo de livro em análise.

Estes autores descrevem o **processo de decisão** com um **modelo interativo** que engloba **seis fases** (Figura 3.1): estruturação do problema, pesquisa de informação, avaliação da informação, decisão, compra e pós-compra.

Todas as fases são suscetíveis de serem influenciadas por aspetos que não dependem necessariamente das características do produto. Existe, assim, uma componente – a da recolha de informação – que é menos controlável por parte dos editores e que é intrínseca ao cliente.

**Figura 3.1 | Fases do modelo interativo do processo de decisão**



Fonte: Leeman, M. Stokmans – *Attributes Used in Choosing Books* (1991)

A **fase de avaliação de informação** é dividida em duas sub-fases – **fase de eliminação** e **fase de comparação** – em que são identificados os atributos mais relevantes dos livros, tanto para a sua exclusão do designado *consideration set*, ou seja, o conjunto de títulos em consideração, como para a comparação com outras ofertas semelhantes, ou seja, a fase em que se realiza uma espécie de *trade-off* entre as várias opções e que culmina com a decisão final.

O estudo em causa concluiu que são usados **mais atributos** para a decisão na **fase de eliminação** do que para a fase de comparação. Os quatro atributos mais mencionados – conhecimento do autor, familiaridade com a sua obra, género e tema – são, no entanto, comuns às duas fases. Aproximadamente 75% dos atributos utilizados nas fases consideradas expressam o **grau de conhecimento** sobre o produto ou sobre a categoria.

Peter e Olson (1987) concluíram, num estudo por eles realizado, que os **atributos** que influenciam o processo de decisão de compra de produtos duráveis são maioritariamente **intrínsecos** ao produto e menos relacionados com experiências anteriores com o mesmo tipo de produto.

Um outro estudo, ainda realizado por Astaus (2005)<sup>9</sup>, identifica as variáveis que mais despertam o **interesse** do leitor num **novo livro**. Foram analisadas cinco componentes – reputação do autor, reputação da editora, atratividade da capa, relação entre a capa e o conteúdo e tipo de livro – dos quais se destacam duas principais variáveis para os **livros técnicos**: a reputação do autor e a imagem da editora.

No que diz respeito aos **romances**, a variável mais influente na escolha de um novo livro é a capa, não sendo aparentemente relevante que esta esteja relacionada com o conteúdo do livro. Por vezes, livros do mesmo autor seguem a mesma linha gráfica, o que pode resultar bem se autor for conhecido e se a capa for, ainda assim, atrativa. Assim se facilita a identificação do autor com a tipologia de capa dos seus livros.

A evolução tecnológica tem sido um dos *drivers* da mudança no século XXI. Estima-se que nos próximos anos a tecnologia ocupe um lugar crescente na vida dos cidadãos e que, conseqüentemente, continue a alterar alguns hábitos de compra e de consumo.

Um estudo realizado por Toni Fortini (2007) procurou identificar as principais barreiras à passagem das edições impressas para edições *online* nas bibliotecas universitárias. A este nível, as principais preocupações dos colaboradores das livrarias centram-se no potencial impacto no **emprego**, designadamente em potenciais despedimentos.



---

<sup>9</sup> D'Astaus, A., Colbert, F., Mbarek, I., *What makes people want to read a book?*, an experimental study, HEC Montréal.

Por outro lado, são também apontados outros fatores como a **confiança** e a **segurança** na ligação *online* e o potencial cancelamento de subscrições impressas.

Este estudo concluiu que, aquando da passagem para um sistema *online* de procura de informação nas bibliotecas, estas devem ter em consideração que a comunicação entre departamentos é fundamental para a *performance* do sistema. O sucesso destas plataformas *online* está também dependente da constante formação dos funcionários. A informação deve ser constantemente atualizada de forma a ser útil e relevante para os utilizadores.

Segundo Chong, Lim e Ling (2009), e como se pode ver no Quadro 3.1, a facilidade de utilização é fortemente associada à facilidade de navegação e de exploração, sendo esta a característica mais apreciada num livro eletrónico. Todavia, a perceção é condicionada pela aparência do *ebook*, evidenciando-se, assim, a importância do *design* para que o livro seja atrativo para o leitor. Estas conclusões foram obtidas através de um estudo realizado com estudantes universitários e alguns recém-graduados familiarizados com informática, em especial com sistemas de *e-learning*.

Através da comparação de livros eletrónicos, os autores chegaram a um conjunto de sugestões sobre as melhores práticas de *design* em *ebooks*.

**Quadro 3.1 | Sugestões mais recorrentes para o sucesso de um livro eletrónico (*design*)**

Atributos	Percentagem
Fonte de letra consistente e legível	38,8
Leitura facilitada (por exemplo, parágrafos curtos, <i>bullet points</i> e destaques, títulos em fonte e cor diferentes, entre outros)	18,4
Contraste entre fundo e cor do texto	12,2
Letra patilhada	6,2
Esquema cromático consistente	6,1
Palavras-chave realçadas	6,1
Estrutura frásica simples	4,1
Capas coloridas	2
Páginas com manchas gráficas pequenas	2
<b>Total</b>	100

Fonte: Chong, Lim e Ling in *On the Design Preferences for ebooks* (2009)

Já Connaway (2001), em estudo realizado junto da comunidade académica do ensino superior em vários países, identificou os principais condicionantes da avaliação de *ebooks* académicos: conteúdo, *standards* de *software* e *hardware*, gestão dos direitos de autor, acessibilidade, tipo de arquivo, privacidade da consulta, preço e *upgrades*.

### 3.3 | Modelos de compra



Em Portugal, como noutros países, o mercado livreiro é um setor em clara mudança, provocada em grande parte pela proliferação de novas tecnologias e canais digitais.

Se, por um lado, os novos avanços tecnológicos têm permitido às editoras processos de edição mais facilitados e racionais, com todas as vantagens subsequentes (em especial, uma potencial redução de custos), por outro lado a mesma tecnologia permite hoje aos consumidores do produto livro novas formas de aceder ao seu conteúdo de forma mais fácil, barata e nem sempre legal.

Segundo Hjorth-Andersen e Chr (2000), a procura do objeto livro pode dividir-se em dois segmentos (*long run* e *short run*). Os fatores que influenciam a procura em regime *long run* – isto é, numa perspetiva de fundo e não dependente de fatores conjunturais imediatos – são os seguintes:

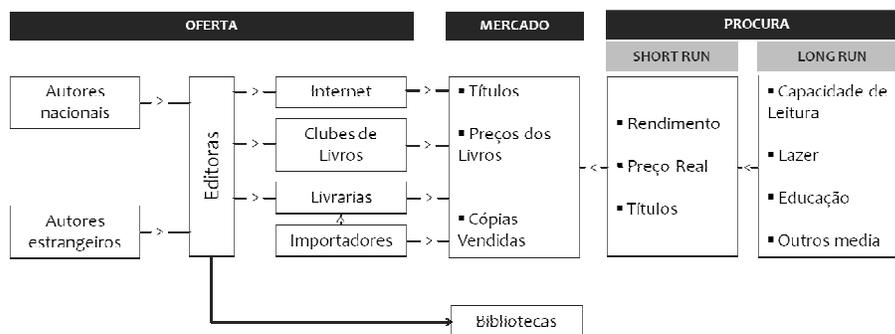
- » **Literacia** – vulgo capacidade de leitura, sendo que oficialmente grande parte da população sabe ler, mas na realidade nem todos têm capacidade para ler (e compreender) um livro;
- » **Educação**, ou seja, quanto maior for o grau académico, maior é a tendência para a leitura;
- » **Lazer**, que se pode traduzir na preferência pela leitura face a outras atividades concorrentes. É, contudo, muito difícil caracterizar a quantidade de lazer disponível para uma população. Além disso, a quantidade do tempo de lazer não é necessariamente importante para a inclinação para a leitura. Desempregados, reformados e trabalhadores a tempo parcial podem ter tempo livre, mas não propriamente tendência para o ocupar a ler;

- » Existência de produtos alternativos, designadamente jornais, revistas ou *electronic media* como vídeo e televisão, mas também jogos eletrónicos e tempo utilizados a navegar na *internet*.

No que respeita à procura em contexto *short run* (com decisões mais condicionadas por fatores imediatos e dinâmicos), ela é tipicamente influenciada pelo preço dos livros, pelo rendimento das famílias e pelo número de novos livros publicados.

A figura 3.2 ilustra o modelo *short run* e *long run* acima explicitado.

Figura 3.2 | Setores do mercado livreiro



Fonte: Hjorth-Andersen, C. in *A Model of the Danish Book Market* (2000)

Na ótica da oferta, os protagonistas são os autores (nacionais e estrangeiros) que vendem a sua obra às editoras. Estas, por seu turno, disponibilizam os exemplares aos vários intervenientes através de variados meios, como é o caso da *internet*, dos clubes de livros, livrarias e bibliotecas.

A estrutura de base da procura de livros é razoavelmente estável: a dimensão de livros vendidos num determinado período ( $X$ ) depende do preço dos livros ( $P$ ), do rendimento disponível da população ( $Y$ ) e do número de títulos editados ( $T$ ) ao longo do período temporal em análise ( $t$ ).

$$X = f(P, Y, T, t)$$

Sendo um reflexo do mercado dinamarquês, este modelo é, segundo Hjorth-Andersen (2000), extensível aos restantes países.

## O desafio digital

Numa era em que qualquer pessoa pode ser editora de conteúdos, particularmente nos meios digitais, e em que a credibilidade do que está “escrito em letra de imprensa” se desloca para o universo dos blogues, dos posts e das opiniões nas redes sociais, o produto livro (físico) enfrenta crescentes e renovados desafios com a divulgação de livros eletrónicos e tecnologias de ensino à distância, tendo em vista a importância que estes têm vindo a ocupar no universo estudantil e, com particular premência, no caso do ensino superior.

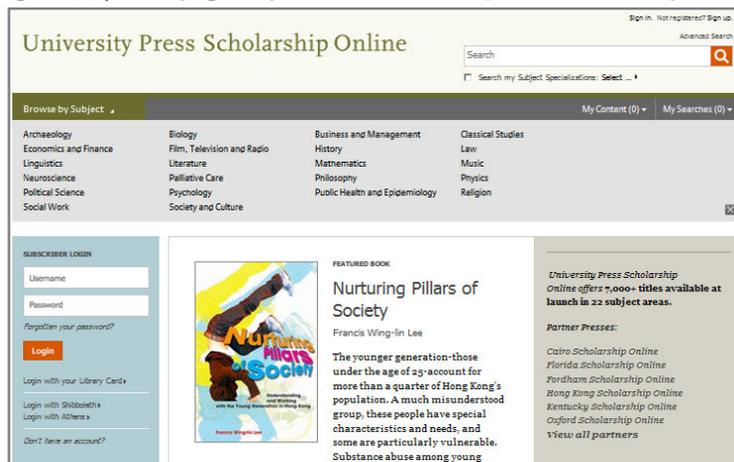
Neste contexto digital, acresce o facto de, para além da publicação de conteúdos de opinião, a internet disponibilizar já um considerável conjunto de sites onde um autor pode fazer edições próprias, que são disponibilizadas e impressas a pedido.

Ainda ao nível da facilidade de publicação nos meios digitais, é justo sublinhar a diferença entre autor formal (autores que, embora publiquem, não têm leitores) e autor real (cuja obra reúne o interesse de vários leitores).

O conhecimento destes aspetos e da respetiva importância no processo de decisão é particularmente relevante numa altura em que as livrarias virtuais proliferam um pouco por todo o lado.

Por exemplo, a reputada Oxford University Press anunciou recentemente que lançará em março de 2012 um nova plataforma de publicação *online* – a *University Press Scholarship Online* – que disponibilizará uma base única para a publicação de livros e trabalhos de todas as universidades interessadas nesta parceria (figura 3.3).

Figura 3.3 | Homepage da plataforma *University Press Scholarship Online*



The screenshot shows the homepage of the University Press Scholarship Online platform. At the top, there is a search bar and a navigation menu with categories such as Archaeology, Economics and Finance, Linguistics, Neuroscience, Political Science, Social Work, Biology, Film, Television and Radio, Literature, Palliative Care, Psychology, Society and Culture, Business and Management, History, Mathematics, Philosophy, Public Health and Epidemiology, Classical Studies, Law, Music, Physics, and Religion. Below the navigation menu, there is a subscriber login section with fields for Username and Password, and a Login button. To the right, there is a featured book section for 'Nurturing Pillars of Society' by Francis Wing-in Lee, with a description of the book. Further right, there is a section for Partner Presses, listing various universities and their scholarship programs.

## 4 | IMPACTO DA CÓPIA ILEGAL PELO LADO DA PROCURA

Apresentaremos neste capítulo os dados relativos ao estudo de mercado realizado junto de uma amostra representativa de estudantes do ensino superior, a nível nacional, complementados com comentários obtidos nas reuniões de *focus groups*.

A análise abordará, de forma sequencial, os seguintes pontos:

- » Importância das fontes na procura de informação por parte dos estudantes do ensino superior;
- » Gestão do orçamento pessoal para livros e outros materiais;
- » Formas de acesso aos livros universitários;
- » Preferência de locais de compra de livros;
- » Preço médio de um livro de estudo;
- » Frequência de utilização e preferência de materiais de estudo;
- » Motivações para a compra de livros de estudo;
- » Utilização de fotocópias pelos estudantes do ensino superior;
- » Segmentação de estudantes face à frequência de utilização de suportes de estudo;
- » Avaliação do comportamento dos estudantes face à legislação que regula a cópia de documentos;
- » *Ranking* do valor referente aos livros fotocopiados, por área de estudo.



### 4.1 | Importância das fontes na procura de informação global

Os estudantes do ensino superior utilizam, para apoio ao estudo, variadas fontes de informação. Os livros estão, assim, longe de constituírem a fonte privilegiada no acesso ao saber (quadro 4.1).

Quadro 4.1 | Importância das fontes utilizadas na procura de informação global

Fonte	Posição média	Top22 (percentagem)
Internet	3,3	31,3
Livros	3,0	39,8
Sebentas/slides	2,2	65,4
Apontamentos próprios	2,8	45,5
Apontamentos de amigos	3,6	20,6
Outros	5,1	11,9

Legenda: Classificação 1 – Fonte de informação **mais importante**; Classificação 6 – Fonte de informação **menos importante**.

Nota: Top2 – Percentagem de inquiridos que indicam a fonte de informação como primeira ou segunda mais importantes.

Como se pode ver, a **fonte de informação globalmente percebida como mais relevante são as sebatas/slides** (com 2,2 numa escala de 1 a 6), seguidos dos apontamentos próprios e dos livros.

No topo das fontes referidas como sendo a primeira ou segunda mais importantes, destacam-se novamente as sebatas/slides e os apontamentos próprios, com 65,4 e 45,5% de referências, respectivamente.

Quando feita a mesma análise por área de estudo (quadro 4.2), outros aspetos ganham relevo:

- » A *internet* é especialmente relevante como fonte de informação para os estudantes de Artes e de Letras;
- » Os livros são especialmente utilizados na área de Direito;
- » Enquanto os apontamentos dos amigos não recolhem a primeira preferência em nenhuma das áreas, as sebatas/slides têm posição de destaque como primeira fonte em cinco áreas: Ciências, Ciências Sociais, Engenharia, Gestão/Economia e Saúde;
- » Os apontamentos próprios são a fonte mais importante para a Educação e as Letras.

Quadro 4.2 | Importância das fontes na procura de informação, por área de estudo

Fonte	Total	Artes	Ciências	Ciências Sociais	Direito	Educação	Engenharia	Gestão e Economia	Letras	Saúde
Internet	3,3	2,6	3,4	3,0	4,2	3,4	3,0	3,8	2,6	3,6
Livros	3,0	2,6	3,1	2,9	1,6	3,1	3,6	3,1	3,0	2,6
Sebentas / slides	2,2	2,9	1,9	2,6	3,0	2,4	2,0	2,0	3,0	1,7
Apontamentos próprios	2,8	2,9	3,0	2,7	2,6	2,3	2,9	2,8	2,6	3,1
Apontamentos amigos	3,6	4,0	3,7	3,9	3,6	3,7	3,5	3,4	3,9	3,8

A importância atribuída às fontes de informação, por tipo de cidade, não apresenta grandes novidades (ver quadro 4.3):

- » As sebentas/slides ganham em toda a linha, com especial incidência em Lisboa e Porto;
- » A diferença de importância mais relevante é a *internet*, com clara vantagem para as “outras cidades” com 3, contra 3,5 para as grandes metrópoles.

Quadro 4.3 | Importância das fontes na procura de informação, por tipo de cidade

Fonte	Total	Grandes metrópoles	Outras cidades
Internet	3,3	3,5	3,0
Livros	3,0	2,9	3,0
Sebentas/slides	2,2	2,2	2,4
Apontamentos próprios	2,8	2,8	2,9
Apontamentos de amigos	3,6	3,6	3,7

A informação obtida nas reuniões de *focus groups* permitiu identificar que os estudantes recorrem sobretudo aos colegas e aos empregados das livrarias, no caso dos livros, para se informarem sobre as melhores fontes de informação.

“Escolho as pessoas a quem peço opinião segundo uma abordagem de tentativa-erro junto de colegas e, por vezes, junto dos empregados das livrarias, no caso dos livros.”

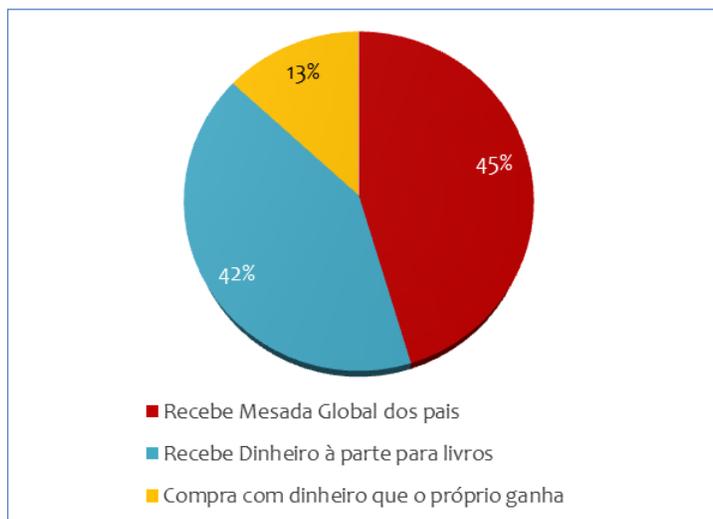
Estudante do terceiro ano de Saúde, *focus group* de Lisboa, 2011

## 4.2 | Gestão de orçamento para livros e outros materiais

No que respeita ao orçamento destinado a livros e a outro material estudo, a figura 4.1 ilustra a distribuição orçamental dos inquiridos:

- » 45% dos estudantes participantes no estudo afirmam receber uma mesada dos pais, de onde retiram o montante necessário para livros e outro material, enquanto uma percentagem ligeiramente inferior (42%) recebe um valor à parte da mesada para fazer face a estas despesas;
- » Uma percentagem menor – 13% – adquire os livros e restante material de estudo com dinheiro ganho através de uma atividade profissional.

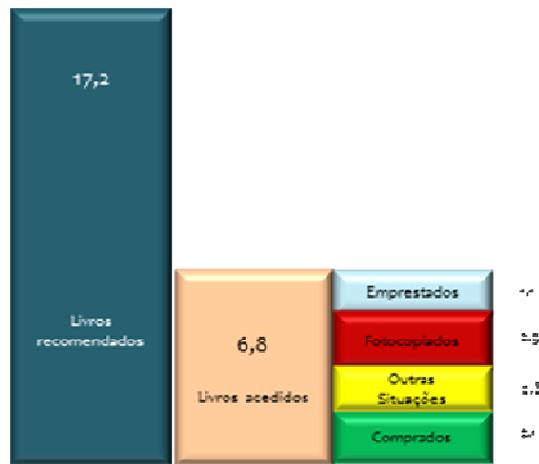
**Figura 4.1 | Gestão de orçamento para livros e outros materiais**



### 4.3 | Acesso a livros universitários em Portugal

A análise referente à forma como os estudantes do ensino superior acedem aos livros recomendados não deixa dúvidas: em média, dos 17,2 livros recomendados pelos docentes anualmente, os alunos apenas acedem a 6,8 (figura 4.2).

Figura 4.2 | Formas de acesso a livros universitários em Portugal



Dos 6,8 livros a que os estudantes têm, em média, acesso por ano, 2,1 são comprados, 2,9 são fotocopiados, 1,1 são emprestados e 0,8 correspondem a outras situações, das quais a esmagadora maioria corresponde a *downloads*.

“É habitual pedir livros emprestados para fotocopiar, ou mesmo ficar com eles emprestados durante o semestre.”

Aluno do quinto ano de Engenharia, *focus group* de Aveiro, 2011

Estes números pecam por defeito em relação ao número de fotocópias, já que sendo um ato ilegal e estando os estudantes conscientes da situação, é natural que alguns tenham relutância em assumir este comportamento. Esta interpretação é, aliás, corroborada por vários editores de livros técnicos, que consideram que o número de fotocópias é muito superior.

Já no que respeita à repartição das formas de acesso por áreas de saber, o quadro 4.4 ilustra a forma como os estudantes do ensino superior afirmam ter acesso a livros recomendados para os diferentes programas e cursos.

Quadro 4.4 | Formas de acesso a livros de ensino superior em Portugal, por área de estudo

	Total	Artes	Ciências	Ciências Sociais	Direito	Educação	Engenharia	Gestão e Economia	Letras	Saúde
Número de livros recomendados	17,2	11,8	15,9	15,5	17,7	23,6	15,8	15,9	20,1	20,5
Número de livros a que tiveram acesso	6,8	5,3	6,1	7,7	12,1	10,3	4,7	6,7	7,5	6,0
Número de livros comprados	2,1	1,6	0,9	2,0	5,5	3,1	1,2	2,2	2,8	1,8
Número livros emprestados	1,1	1,4	1,6	0,8	2,1	2,2	0,7	0,9	0,9	0,8
Número de livros fotocopiados	2,9	2,1	2,8	3,7	4,1	4,2	1,7	3,1	3,0	2,9
Outras situações	0,8	0,3	0,7	1,1	0,5	0,8	1,2	0,5	0,8	0,5

Alguns aspetos mais relevantes que se podem destacar são:

- » Os cursos ligados às Ciências da Educação são os que têm mais livros recomendados, enquanto Direito tem o maior número de livros comprados e o maior rácio de conversão entre recordação e acesso, com 12 livros acedidos em 18 aconselhados;
- » Em termos absolutos, a fotocópia de livros é mais importante nas Ciências Sociais, Direito e Educação;
- » Nas Artes, a prática de fotocopiar livros é menos corrente, de acordo com os inquiridos.

“No primeiro ano, os alunos ainda compram alguns livros, mas depois, funcionam as cópias dos livros e os artigos das revistas consultados *online*.”

Aluno do quinto ano de Engenharia, *focus group* de Aveiro, 2011

Embora fotocopiem menos, os alunos de Engenharia são conhecidos por utilizar mais os meios digitais.

A análise do acesso aos livros recomendados, por tipo de cidade (quadro 4.5), não apresenta surpresas, com as grandes metrópoles e as outras cidades a revelarem o mesmo comportamento verificado na análise global.

**Quadro 4.5 | Formas de acesso a livros de ensino superior em Portugal, por tipo de cidade**

Forma de acesso	Total	Grandes metrópoles	Outras cidades
Número de livros recomendados	17,2	17,1	17,3
Número de livros a que tiveram acesso	6,8	6,6	7,3
Número de livros comprados	2,1	2,2	1,8
Número de livros emprestados	1,1	1,2	0,9
Número de livros fotocopiados	2,9	2,6	3,5
Outras situações	0,8	0,6	1,0

Fora das grandes metrópoles como Lisboa e Porto, a tendência para a fotocópia de livros é maior, porventura devido ao menor poder de compra das suas populações e ao facto de existir um maior número de estudantes universitários deslocados com uma mesada global dos pais.

#### 4.4 | Preferência de locais de compra de livros

Os pontos de venda onde os estudantes mais compram os livros de texto universitários, bem como os preferidos para este propósito, foram objeto de análise neste estudo. O quadro 4.6 ilustra a utilização e a preferência dos participantes no que concerne à compra de livros de estudo.

**Quadro 4.6 | Utilização e preferência de locais de compra de livros de estudo**

Locais de compra	Mais utilizados (em percentagem)	Preferidos (em percentagem)
Grandes cadeias de livrarias	60,4	47,3
Livraria da universidade	41,7	31,4
Pequenas livrarias	20,4	12,1
Sítes/ Internet	14,7	8,0
Colegas de faculdade	0,9	0,6
Outros	1,7	0,6

Nota: Utilização permite resposta múltipla.



**As grandes cadeias de livrarias são claramente as lojas mais frequentadas pelos estudantes e também as suas preferidas.** Mais de 60% dos inquiridos referiram estes pontos de venda que são, de resto, os escolhidos por quase metade da amostra (47,3%).

As livrarias das universidades e institutos ocupam o segundo lugar no *ranking* da utilização e da preferência estudantil, muito acima das pequenas livrarias.

Já a compra eletrónica não convence mais de 14,7% dos estudantes que aqui costumam preferencialmente comprar os livros de que precisam. Apenas 8% revelam preferir este canal de venda.

A prática de compra de livros a colegas também não faz parte dos hábitos dos estudantes do ensino superior, já que menos de 1% da amostra afirma comprar livros dessa forma.

As razões que sustentam estas preferências são ilustradas no quadro 4.7, onde a justificação de **preço baixo** tem realce entre várias motivações; mais de 42% dos participantes no estudo afirmam eleger o preço como o fator decisivo no processo de decisão do ponto de venda.

“Nas compras *online*, dou preferências a *sites* onde há preços baixos ou promoções e à segurança da entrega”

Aluno de Doutoramento em Engenharia, *focus group* de Lisboa, 2011

“Há uns livros pequenos e baratos, sobre Urbanismo, e já comprei bastantes aproveitando o preço”

Aluno do quarto ano de Arquitetura, *focus group* de Lisboa, 2011

A disponibilidade de variedade e a acessibilidade geográfica ocupam o segundo e o terceiro lugares nas motivações de local de compra de livros de estudo, respetivamente com 32,4 e 24,9% das referências.

### Quadro 4.7 | Razões qualitativas para a preferência de locais de compra de livros de ensino superior

Razões (qualitativas)	Percentagem
Descontos/preços	42,3%
Disponibilidade/oferta	32,4%
Acessibilidade	24,9%
Localização/proximidade	8,6%
Serviço	3,3%
Outros	5,4%

Por áreas de estudo (ver quadro 4.8), as grandes cadeias livresas são as mais procuradas pelos estudantes de Artes (77,3%), de Ciências Sociais (67,2% das referências), de Educação (62,2%) e de Gestão e Economia (55,4%).

As livrarias das universidades são os pontos de venda preferidos dos estudantes de Ciências, de Engenharia e de Saúde, enquanto as pequenas livrarias são especialmente procuradas por estudantes de Saúde (36% dos inquiridos afirmam preferir estes pontos de venda, um número bem mais significativo do que a média global, de apenas 12,2%).

A compra de livros pela *internet* tem maior expressão nos cursos de Letras, já que 20,6% dos alunos inquiridos sustentam ser esta a forma preferida para a compra de livros de estudo.

**Quadro 4.8 | Preferência de locais de compra de livros de ensino superior, por área de estudo**

Locais de Compra	Total	Artes	Ciências	Ciências Sociais	Direito	Educação	Engenharia	Gestão e Economia	Letras	Saúde
Grandes cadeias de livrarias	47,2%	77,3%	38,5%	67,2%	51,6%	62,2%	40,4%	55,4%	52,9%	14,6%
Livraria da universidade	31,5%	13,6%	42,3%	15,5%	41,9%	18,9%	46,8%	25,0%	17,6%	38,2%
Pequenas livrarias	12,2%	0,0%	7,7%	10,3%	4,8%	8,1%	4,3%	10,7%	8,8%	36,0%
Sites/ internet	8,1%	9,1%	11,5%	6,9%	1,6%	10,8%	6,4%	7,1%	20,6%	9,0%
Colegas de faculdade	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	0,9%	0,0%	1,1%
Outros	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	0,9%	0,0%	1,1%

A análise de pontos de venda preferenciais para a compra de livros de ensino superior português, por tipo de cidade, revela aspetos complementares aos anteriormente focados (quadro 4.9):

**Quadro 4.9 | Preferência de locais de compra de livros de ensino superior, por tipo de cidade**

Locais de compra	Total	Grandes metrópoles	Outras cidades
Grandes cadeias de livrarias	47,3%	45,4%	52,5%
Livraria da universidade	31,4%	34,0%	24,1%
Pequenas livrarias	12,1%	12,9%	9,9%
Sites/ internet	8,0%	6,6%	12,1%
Colegas de faculdade	0,6%	0,5%	0,7%
Outros	0,6%	0,5%	0,7%

- » A utilização das grandes cadeias de livros, como é o caso da Bertrand, tem maior relevância fora das grandes cidades (52,5 contra 45,4% em Lisboa e no Porto);
- » Em contrapartida, as livrarias sitas nas universidades são mais utilizadas nas grandes metrópoles, bem como as pequenas livrarias, que têm uma expressão ligeiramente maior nestes centros urbanos;

“Aqui, a compra de livros é feita mais na livraria da Universidade”

Aluno do segundo ano de Mestrado de Línguas e Relações Empresariais, *focus group* de Aveiro,

2011

- » A compra de livros do ensino superior na *internet* é mais habitual fora das maiores cidades, o que é compreensível pela menor concentração de pontos de venda.

### 4.5 | Preço médio dos livros de estudo recomendados

No que respeita ao preço dos livros universitários, o Quadro 4.10 ilustra os preços médios dos livros recomendados, por área de ensino, bem como a respetiva comparação face à média nacional:

- » Como é visível, a **média do livro recomendado dirigido ao ensino superior é elevada (36,50 €)**, para o que **muito contribui o valor médio dos livros de Ciências** (cerca de 11 € superior ao da média nacional), **em particular os de Saúde**, que custam em média quase 80% mais do que a média (64,60 €);
- » Letras, Educação e Ciências Sociais são as áreas onde, em média, os livros de estudo são mais baratos;
- » Das nove áreas de saber em apreço, sete apresentam preços médios inferiores à média nacional.

No ponto 2.3.5, é referido **um preço médio de venda dos livros universitários pela GfK de 19,10 €**.

Embora sabendo que o grande diferencial se encontra na área da Saúde, em que a amostra da GfK não cobre a maioria das vendas, como já foi referido, e ainda no facto de as vendas da GfK integrarem pequenos livros de divulgação, **é notória a percepção de um preço médio mais elevado do que a realidade por parte dos estudantes universitários, o que contribuirá para um aumento das fotocópias**. Aliás, neste âmbito, um livreiro entrevistado dizia que “os estudantes aparecem por vezes na livraria com livros fotocopiados, e quando questionados sobre o



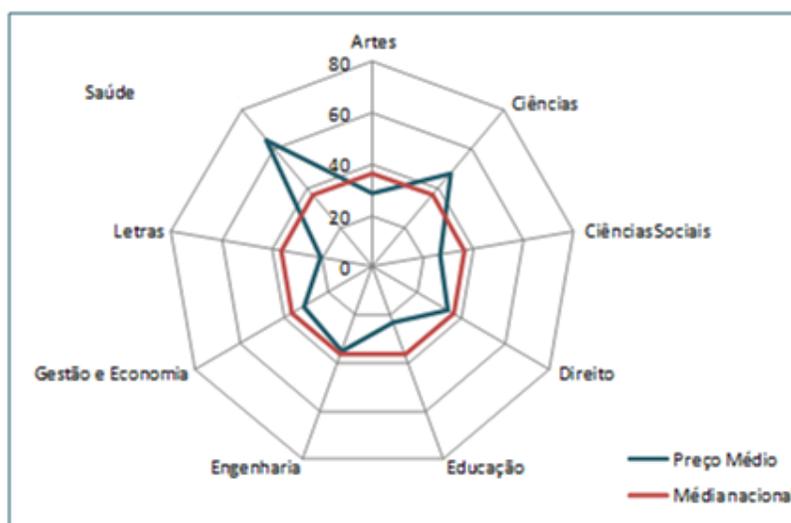
preço que pagaram pelas fotocópias e a seguir informados sobre o preço do livro, ficam admirados da diferença ser, por vezes, reduzida”.

**Quadro 4.10 | Preço médio dos livros de estudo por área de saber, e diferencial face à média nacional**

Área de saber	Preço médio	Diferencial face à média nacional
Nacional	36,50 €	
Artes	28,90 €	-7,60 €
Ciências	47,40 €	+11,00 €
Ciências Sociais	26,90 €	-9,50 €
Direito	34,00 €	-2,50 €
Educação	23,00 €	-13,40 €
Engenharia	35,10 €	-1,30 €
Gestão e Economia	30,90 €	-5,50 €
Letras	21,00 €	-15,50 €
Saúde	64,60 €	+28,20 €

A Figura 4.3 representa graficamente as discrepâncias de preço médio por cada área de saber face à média nacional.

**Figura 4.3 | Preço médio dos livros de estudo universitários por área de saber, e diferencial face à média nacional**



Já no que se refere ao preço dos livros recomendados, por tipo de cidade, é nas grandes metrópoles que os livros de estudo apresentam um preço superior ao da média nacional, ainda que esta diferença seja percentualmente pouco expressiva.

Sendo o preço dos livros idêntico em todo o país, o diferencial pode ser explicado pela recomendação dos professores que, em Lisboa e Porto, optam por livros ligeiramente mais caros (quadro 4.11).

**Quadro 4.11 | Preço médio de um livro de estudo universitário, por tipo de cidade**

	Preço Médio	Diferencial face à média nacional
Nacional	36,50 €	
Grandes metrópoles	36,70 €	0,20 €
Outras cidades	35,70 €	-0,80 €

## 4.6 | Frequência de utilização e preferência de materiais de estudo

Muito para além da compra de livros, este estudo procurou, também, perceber os hábitos de utilização de livros (originais e copiados) dos estudantes inquiridos. O Quadro 4.12 evidencia os resultados obtidos quanto a esta matéria.

**Quadro 4.12 | Frequência de utilização e preferência de materiais de estudo**

	Grau de utilização	Preferência
Livros originais	2,9	34%
Livros fotocopiados	3,1	16%
Sebentas/slides	4,0	45%
Indiferente		5%

Grau de Utilização – 1. Nunca utiliza; 5. Utiliza sempre

Grau de Preferência – Percentagem de inquiridos que indicam esta forma de estudo como primeira.

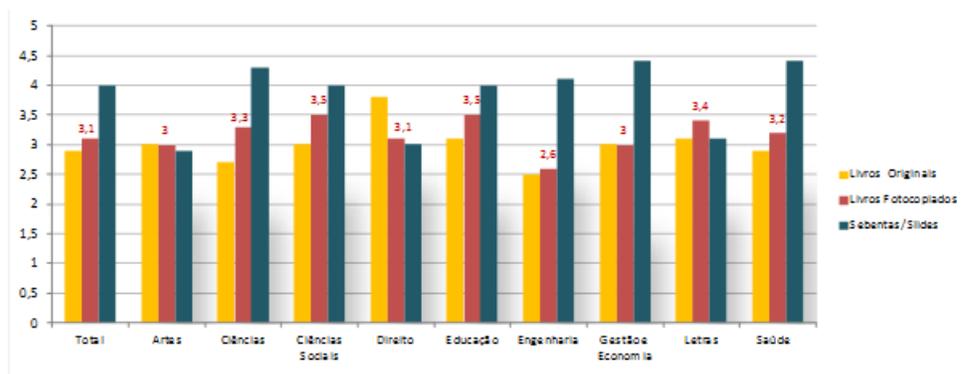
Em termos médios, e no que concerne à utilização de livros, nota-se alguma discrepância entre hábitos de consumo e a preferência expressa pelos inquiridos. Assim, se numa escala de 1 a 6, 3,1 foi a posição média obtida para o grau de utilização de livros fotocopiados, apenas 16% dos inquiridos disseram preferir esta prática, o que eventualmente indicia a existência de outras razões por detrás desta opção, como o preço ou a necessidade de levar o livro para as aulas, no caso de Direito.



Os livros originais são aparentemente os preferidos por parte de 34% dos alunos participantes no estudo; ainda assim, este valor está abaixo dos 45% de referências no que respeita à preferência por *slides* e *sebentas* disponibilizados pelos docentes. Este tipo de documentação obteve 4 em 6 pontos possíveis nos hábitos de utilização.

A figura 4.4 reflete a utilização e as preferências dos alunos no que respeita aos materiais de estudo, desta vez distribuídas por área de estudo.

**Figura 4.4 | Frequência de utilização de materiais de estudo, por área de estudo**



Grau de Utilização – 1. Nunca utiliza; 5. Utiliza sempre.

A figura 4.4 ilustra alguns aspetos que merecem destaque:

- » Os livros originais são especialmente utilizados pelos estudantes de Direito;
- » A prática de fotocopiar livros é mais elevada nos casos das Ciências Sociais, Educação e Letras (entre 3,4 e 3,5 numa escala de 1 a 6), paradoxalmente, áreas de estudo em que os livros recomendados têm um preço médio mais baixo (ver quadro 4.10), mas também em que os professores recomendam mais livros (ver quadro 4.4);
- » É em Engenharia que a prática de copiar livros é menor; ainda assim, 2,6 em 6 pontos possíveis não é um resultado negligenciável, mas também é nesta área que os estudantes acabam por ter acesso a um menor número de livros (quadro 4.4);
- » Sem surpresa, regra geral, nas áreas onde os estudantes mais recorrem a slides e sebetas, a utilização de livros originais tem uma expressão (ainda) mais diminuta.

A análise de utilização e preferência dos diversos materiais que apoiam o estudo dos estudantes do ensino superior, por tipo de cidade, é ilustrada no quadro 4.13.

**Quadro 4.13 | Frequência de utilização de materiais de estudo, por tipo de cidade**

	Total	Grandes metrópoles	Outras cidades
Livros originais	2,9	2,9	2,8
Livros fotocopiados	3,1	3,0	3,3
Sebetas/ slides	4,0	4,0	4,1

Legenda: Grau de Utilização – 1. Nunca utiliza; 5. Utiliza sempre.

A exemplo de situações anteriormente referidas, a diferença entre grandes metrópoles e outras cidades é reduzida, embora nas outras cidades haja maior utilização de livros fotocopiados e de sebetas/slides.

## 4.7 | Motivações para compra de livros de estudo universitários

Um aspeto importante no que respeita à compra de livros de estudo é a compreensão das motivações dos alunos, designadamente no que se refere às razões que justificam a prática de cópia de livros originais.

Procurou-se, assim, identificar, por oposição à prática de fotocopiar, as principais razões na génese da compra de livros originais (quadro 4.14)

**Quadro 4.14 | Razões da compra de livros de estudo universitário originais**

Razões de compra	Percentagem
Acho que vou precisar mais tarde	57,8%
É um livro de referência	46,9%
Gosto/prefiro ter os originais	28,0%
Foi barato	12,4%
Professor não aceita cópias nas aulas	7,7%
Outra	11,8%

Nota: Possibilidade de resposta múltipla.

As respostas obtidas são claras: perto de **58% das pessoas que afirmam comprar livros fazem-no por pensarem que precisarão deles mais tarde.**

O facto de se tratar de um **livro de referência na área em causa é também um fator catalisador da compra para quase 47% dos indivíduos.**

Por outro lado, uma preferência “forçada” pela opção de livros originais terá sido provocada por professores que não aceitam livros fotocopiados, o que não chegou a 8% dos casos.

O padrão de razões de compra por área de estudo é semelhante à média nacional (quadro 4.15), sendo de realçar as seguintes diferenças:

- » No caso das Artes, o “gosto/prefiro ter os originais” conta com 45,5% dos alunos, o que pode ser explicado por questões de qualidade da reprodução de desenhos e fotografias;
- » No caso das Ciências Sociais, há o mesmo número de alunos a indicar “é um livro de referência” (55,2%) e “acho que vou precisar mais tarde”;

- » Em Direito, há uma elevada percentagem (21%) de respostas “professor não aceita fotocópias nas aulas”;
- » E, em Letras, a primeira preferência é “gosto/prefiro ter os originais” (47,1%).

**Quadro 4.15 | Razões de compra de livros de estudo universitários, por área de estudo**

Razões de Compra	Total	Artes	Ciências	Ciências Sociais	Direito	Educação	Engenharia	Gestão e Economia	Letras	Saúde
Acho que vou precisar mais tarde	57,8%	50,0%	65,4%	55,2%	56,5%	67,6%	53,8%	57,7%	44,1%	66,3%
É um livro de referência	46,9%	40,9%	38,5%	55,2%	51,6%	64,9%	36,6%	41,4%	38,2%	56,2%
Gosto/prefiro ter os originais	28,0%	45,5%	23,1%	19,0%	25,8%	21,6%	21,5%	32,4%	47,1%	28,1%
Foi barato	12,4%	4,5%	23,1%	15,5%	1,6%	13,5%	16,1%	14,4%	14,7%	9,0%
Professor não aceita cópias	7,7%	0,0%	3,8%	1,7%	21,0%	13,5%	4,3%	14,4%	2,9%	0,0%

Nota: Possibilidade de resposta múltipla.

No caso em apreço, a análise por tipo de cidade (quadro 4.16) apresenta alguns aspetos diferenciadores, designadamente o facto de o fator “livro de referência” ser mais relevante nas grandes cidades, ao contrário do atributo “preço baixo”, que tem maior expressão fora das metrópoles nacionais.

**Quadro 4.16 | Razões de compra de livros de estudo universitários, por tipo de cidade**

Razões de compra	Total	Grandes metrópoles	Outras cidades
Acho que vou precisar mais tarde	57,8%	58,7%	55,3%
É um livro de referência	46,9%	48,7%	41,8%
Gosto/prefiro ter os originais	28,0%	26,8%	31,2%
Foi barato	12,4%	10,7%	17,0%
Professor não aceita cópias nas aulas	7,7%	7,1%	9,2%

Nota: Possibilidade de resposta múltipla.

## 4.8 | Utilização de fotocópias pelos estudantes do ensino superior

Este ponto referente à pormenorização da utilização de fotocópias de livros por parte dos estudantes do ensino superior será dividido em três subpontos relativos às razões de preferência específica por fotocópias de livros, os métodos de duplicação utilizados e o nível de satisfação com a qualidade das fotocópias.

### 4.8.1 | Razões de preferência pela fotocópia

No que respeita às razões de preferência por livros fotocopiados, o preço está claramente entre os fatores mais apontados. 87,5% dos inquiridos da amostra apontaram esta razão como fator crítico na opção de fotocopiar. O quadro 4.17 ilustra as razões expressas para a preferência pela fotocópia face à compra de livros originais.

**Quadro 4.17 | Razões de preferência da fotocópia face ao livro**

Razões de preferência	Percentagem
Preço	87,5%
Pouco uso dado ao livro	33,2%
Facilidade de acesso	13,3%
Prática recorrente entre amigos	9,7%
Estava esgotado	8,4%
Outros	7,9%

Nota: Possibilidade de resposta múltipla.

A escassa utilização dada ao livro é a razão apontada por mais de 33% dos participantes, ao passo que a rutura do livro no circuito comercial foi o motivo menos referido, com apenas 8,4% das respostas.

Por área de estudo (quadro 4.18), o preço é claramente a primeira razão apresentada em todas as áreas. Em relação à média nacional são de destacar as seguintes diferenças:

- » A elevada importância nas Artes da “facilidade de acesso” (31,6%);
- » O elevado valor das áreas de Letras nos livros esgotados (21,1%).

“É um mal necessário; deve-se essencialmente a questões financeiras”

Aluno do terceiro ano de Engenharia, *focus group* de Lisboa, 2011

Em Ciências, livros esgotados não justificam fotocópias, e em Artes é a facilidade de fotocopiar que fundamenta a escolha.

**Quadro 4.18 | Razões de preferência da fotocópia face ao livro de ensino superior, por área de estudo**

Razões de preferência	Total	Artes	Ciências	Ciências Sociais	Direito	Educação	Engenharia	Gestão e Economia	Letras	Saúde
Preço	87,5%	84,2%	98,2%	92,7%	78,1%	83,0%	90,6%	86,5%	65,8%	90,9%
Pouco uso dado ao livro	33,2%	26,3%	15,8%	34,1%	29,7%	42,6%	27,3%	40,5%	31,6%	41,3%
Facilidade de acesso	13,3%	31,6%	8,8%	14,6%	14,1%	12,8%	11,5%	12,7%	23,7%	8,3%
Prática entre amigos	9,7%	5,3%	10,5%	15,9%	6,3%	8,5%	8,6%	13,5%	10,5%	5,8%
Estava esgotado	8,4%	10,5%	0,0%	4,9%	9,4%	14,9%	5,8%	12,7%	21,1%	5,8%

Nota: Possibilidade de resposta múltipla.

“Um dos motivos para as fotocópias é a desatualização dos livros de Direito”

Aluno de Mestrado de Direito, *focus group* de Lisboa, 2011

No que respeita à repartição das regiões de preferência da fotocópia, o quadro 4.19 mostra as escassas diferenças existentes entre grandes metrópoles e outras cidades.

Neste âmbito, a importância atribuída ao preço, por enquanto como justificação para fotocopiar livros, é semelhante fora e dentro das grandes metrópoles, sendo “a facilidade de aceder a sítios de fotocópias” e “prática recorrente entre amigos” mais referidas fora de Lisboa e do Porto.

**Quadro 4.19 | Razões de preferência da fotocópia face ao livro de ensino superior, por tipo de cidade**

Razões de preferência	Total	Grandes metrópoles	Outras cidades
Preço	87,5%	87,2%	88,4%
Pouco uso dado ao livro	33,2%	34,2%	30,7%
Facilidade de acesso	13,3%	12,3%	16,1%
Prática recorrente entre amigos	9,7%	8,0%	14,1%
Estava esgotado	8,4%	9,3%	6,0%

Nota: Possibilidade de resposta múltipla.

## 4.8.2 | Métodos mais utilizados para fazer fotocópias

Em termos do método mais utilizado pelos estudantes para reprodução de livros por fotocópias, a prática de **deixar o livro no estabelecimento para no dia seguinte** ir buscar as cópias **parece ser o método preferido; 58% dos inquiridos apontaram-no como já o tendo utilizado** e **40% disseram ser o método mais frequentemente utilizado** (quadro 4.20).

Mais de **41% dos inquiridos afirmaram já terem utilizado a digitalização do livro** já em posse da loja, o que torna o processo mais simples e rápido. Por outro lado, 30% dos estudantes já utilizaram cópias digitalizadas disponíveis no seio do ciclo de amigos e 29% já fizeram as suas próprias cópias no ponto de venda.

A existência de cópias de livros já digitalizadas é, assim, uma prática cada vez mais comum, com a facilidade de utilização daí decorrente, o que compromete seriamente a indústria.

**Quadro 4.20 | Métodos de cópia mais frequentemente utilizados**

Método	Percentagem de utilização	Método mais frequente (percentagem)
Cópia pelo próprio (casa)	19,2%	7,4%
Cópia pelo próprio (loja)	28,8%	16,1%
Deixar de um dia para o outro a fotocopiar em estabelecimento	57,9%	40,4%
O livro já se encontra digitalizado na loja e não é necessário levar o livro	41,0%	23,2%
O livro existe em formato digital, sendo transferido entre amigos	30,0%	11,3%
Outros	2,1%	1,6%

Nota: Percentagem de utilização é uma resposta múltipla.

Legenda: Percentagem de utilização - percentagem de indivíduos que já utilizaram o método para a cópia; Método mais frequente (percentagem) – percentagem de indivíduos que utiliza mais frequente o método.

Como se pode constatar, o padrão é semelhante com predominância em todas as áreas de estudo do método de “deixar de um dia para o outro a fotocopiar em estabelecimento”.

As principais diferenças face à média nacional são as seguintes:

- » A importância da “cópia em casa” nas Ciências Sociais, Educação e Letras – as áreas com maior número de livros recomendados e de preço mais baixo;
- » A elevada percentagem de respondentes em que o método mais frequente de cópia corresponde a livros já digitalizados nas áreas de Direito, Saúde e Gestão e Economia;

- » A elevada transferência de livros já digitalizados entre amigos no caso das Artes e Engenharia.

**Quadro 4.21 | Frequência de uso por métodos utilizados para fazer fotocópias, por área de estudo**

Método	Total	Artes	Ciências	Ciências Sociais	Direito	Educação	Engenharia	Gestão e Economia	Letras	Saúde
Cópia em casa	19,2%	10,7%	7,9%	7,5%	1,9%	12,2%	9,8%	4,0%	16,1%	5,8%
Cópia pelo próprio (loja)	28,8%	17,9%	10,5%	26,9%	9,4%	16,8%	16,7%	13,9%	25,8%	8,7%
Deixar de um dia para o outro a fotocopiar em estabelecimento	57,9%	32,1%	44,7%	32,8%	49,1%	46,3%	38,2%	42,6%	29,0%	41,7%
O livro já se encontra digitalizado na loja e não é preciso levar	41,0%	14,3%	21,1%	19,4%	37,7%	7,3%	9,8%	32,7%	16,1%	34,0%
O livro existe em formato digital, sendo transferido entre amigos	30,0%	25,0%	15,8%	10,4%	1,9%	7,3%	22,5%	5,0%	6,5%	9,7%
Outros	2,1%	0,0%	0,0%	3,0%	0,0%	0,0%	2,9%	2,0%	6,5%	0,0%

A grande diferença entre as grandes metrópoles e outras cidades consiste na menor prática de digitalização no caso das outras cidades (quadro 4.22).

**Quadro 4.22 | Método mais frequentemente utilizado para fazer fotocópias, por tipo de cidade**

Método	Total	Grandes metrópoles	Outras cidades
Cópia pelo próprio (casa)	7,4%	7,4%	7,5%
Cópia pelo próprio (loja)	16,1%	14,8%	18,8%
Deixar de um dia para o outro a fotocopiar em estabelecimento	40,4%	34,3%	52,7%
O livro já se encontra digitalizado na loja e não é necessário levar o livro	23,2%	28,8%	11,8%
O livro existe em formato digital, sendo transferido entre amigos	11,3%	12,9%	8,1%
Outros	1,6%	1,8%	1,1%

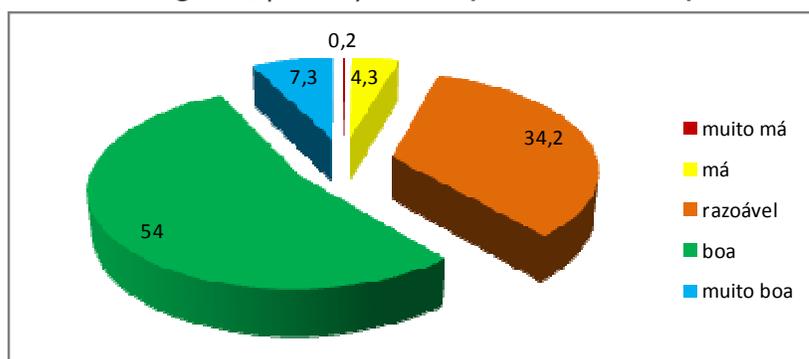
### 4.8.3 | Satisfação com a qualidade das fotocópias

Este estudo procurou, também, perceber o nível de satisfação dos utilizadores de fotocópias de livros e materiais de estudo face à qualidade das cópias.

A Figura 4.5 ilustra os resultados obtidos. Como é notório, a qualidade das fotocópias é avaliada globalmente como boa. Mais de metade da amostra avalia desta forma as fotocópias que utiliza, enquanto 34% revelam um nível razoável de satisfação pela qualidade das mesmas.

Como apenas 4,5% consideram as fotocópias más ou muito más, pode-se concluir que a qualidade das fotocópias é bem percecionada, aspeto que muito contribui para a manutenção da prática de fotocopiar materiais.

Figura 4.5 | Satisfação com a qualidade das fotocópias



Escala de tipo Likert (1 – muito pouco satisfeito; 5 – muito satisfeito).

### 4.9 | Segmentação de estudantes face à frequência de utilização de suportes de estudo

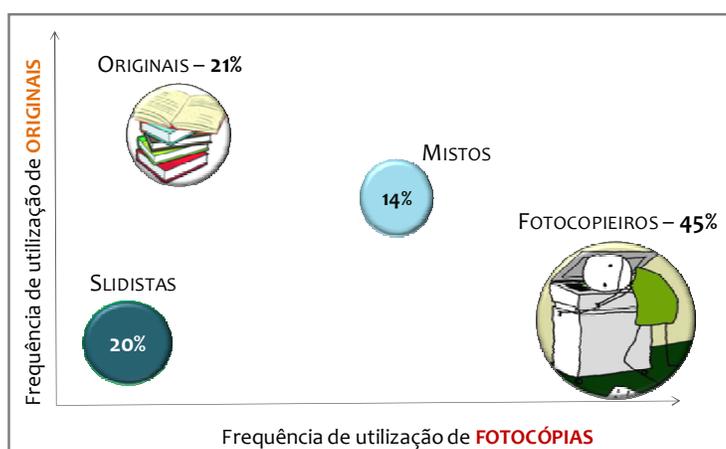
Em termos globais, e complementarmente à informação disponibilizada no Quadro 4.12 – Frequência de utilização e preferência de materiais de estudo – a figura 4.6 ilustra graficamente uma análise de *clusters* sobre o comportamento dos alunos da amostra no que respeita à prática de utilização de livros originais e fotocopiados.

Esta análise permite construir quatro segmentos de estudantes, que foram “batizados” com nomes que procuram espelhar o seu comportamento face aos materiais de estudo e cuja dimensão do círculo reflete a sua importância:

- » “**Originais**” (21%) – estudantes que preferem livros originais, embora também utilizem fotocópias de livros;

- » “**Slidistas**” (20%) – estudantes que recorrem sobretudo a *slides*/sebentas e que constituem o grupo que simultaneamente mais utilizam livros originais e menos fotocópias;
- » “**Fotocopiadores**” (45%) – estudantes que recorrem muito à fotocópia do livro e pouco a livros originais;
- » “**Mistos**” (14%) – estudantes que se encontram numa posição intermédia.

Figura 4.6 | Segmentação dos alunos segundo as suas práticas de utilização de livros originais e fotocopiados



#### 4.10 | Avaliação do comportamento dos estudantes face à legislação que regula a cópia de documentos

De acordo com os estudantes inquiridos, e de uma forma espontânea, o comportamento dos estudantes face à lei que proíbe a cópia integral de livros explica-se sobretudo pelo preço mais baixo (quadro 4.23).

A defesa dos direitos de autor foi apresentada por pouco mais de 6% dos indivíduos inquiridos, enquanto quase 70% dos participantes no estudo afirmaram conhecer a lei mas não a respeitarem pelo facto de ser mais barato fotocopiar do que adquirir um livro original. Razão semelhante foi apresentada por 21,7% das pessoas, que sustentaram serem indiferentes a esta lei.

Apenas 3% das pessoas disseram não conhecer a lei que proíbe a cópia integral de livros, o que perspetiva um quadro global de desrespeito por uma lei que ninguém cumpre e que nada faz para ser cumprida.

**Quadro 4.23 | Comportamento dos estudantes face à lei da proibição da cópia integral**

Motivo do comportamento	Percentagem
Preço mais baixo	68,9%
Indiferente à lei	21,7%
A favor da lei/direitos de autor	6,1%
Pouca fiscalização	3,5%
Não sabia da lei	3,0%
Outros	6,2%

A análise realizada por área de estudo (quadro 4.24) deixa clara a prevalência do fator “preço mais baixo” em todas as áreas, com particular destaque, uma vez mais, para o caso das Ciências Sociais e da Engenharia, respetivamente com 79 e 74%, bem acima da percentagem média nacional de 68,9%.

**Quadro 4.24 | Comportamento dos estudantes face à lei da proibição da cópia integral, por área de estudo**

Motivo do comportamento	Total	Artes	Ciências	Ciências Sociais	Direito	Educação	Engenharia	Gestão e Economia	Letras	Saúde
Preço mais baixo	68,9%	59,1%	66,7%	79,1%	68,1%	61,1%	74,2%	66,4%	54,0%	70,1%
Indiferente à lei	21,7%	36,4%	17,5%	23,1%	18,8%	27,8%	18,2%	22,1%	22,0%	21,6%
A favor dos direitos de autor	6,1%	2,3%	9,5%	6,6%	10,1%	5,6%	3,5%	4,0%	10,0%	8,2%
Pouca fiscalização	3,5%	15,9%	0,0%	0,0%	1,4%	0,0%	3,5%	4,1%	2,0%	1,5%
Não sabia da lei	3,0%	2,3%	6,3%	0,0%	5,8%	5,6%	3,5%	8,0%	0,0%	0,7%
Outros	6,2%	6,8%	7,9%	3,3%	2,9%	7,4%	5,1%	5,4%	16,0%	7,5%

Sem surpresa, é no Direito e em Letras que o respeito pelos direitos de autor mais se manifesta, ainda que com valores pouco expressivos. Artes, Engenharia, Gestão e Economia não se mostram sensíveis aos direitos dos autor, apresentando percentagens muito escassas.

Surpreendentemente, em Direito existem ainda 5,8% dos inquiridos que dizem desconhecer a lei.

O quadro 4.25 mostra o comportamento dos estudantes de ensino superior face à legislação que regulamenta a cópia, por tipo de cidade, voltando a existir pequenas diferenças entre os dois tipos de cidades.

**Quadro 4.25 | Comportamento dos estudantes face à lei da proibição da cópia integral, por tipo de cidade**

Motivo do comportamento	Total	Grandes metrópoles	Outras cidades
Preço mais baixo	68,9%	68%	72%
Indiferente à lei	21,7%	22%	20%
A favor dos direitos de autor	6,1%	7%	5%
Pouca fiscalização	3,5%	4%	2%
Não sabia da lei	3,0%	3%	3%
Outros	6,2%	6%	7%

#### 4.11 | *Ranking* do valor referente aos livros fotocopiados, por área de estudo

O presente ponto aborda o valor referente aos livros fotocopiados por estudantes, por área de estudo. O quadro 4.26 ilustra, assim, por área de estudo, o valor que é “desviado” ilegalmente de venda de livros para as fotocópias.

**Quadro 4.26 | Ranking de valores de livros fotocopiados por aluno, por área de estudo**

Área de estudo	Valor dos livros fotocopiados	Diferencial face à média nacional
Média nacional	105,90 €	
Artes	60,70 €	-45,20 €
Ciências	132,70 €	26,80 €
Ciências Sociais	99,50 €	-6,40 €
Direito	139,40 €	33,50 €
Educação	96,60 €	-9,30 €
Engenharia	59,70 €	-46,20 €
Gestão e Economia	95,80 €	-10,10 €
Letras	63,00 €	-42,90 €
Saúde	187,30 €	81,40 €

A nível nacional, o valor médio “desviado” de livros fotocopiados por ano é de 105,90€ por aluno, sendo este valor francamente superior no caso de Ciências, Direito e sobretudo na Saúde, onde o valor médio anual atinge um acréscimo de 77% face à média.

O quadro 4.27 refere-se ao *ranking* de valores dos livros fotocopiados, por tipo de cidade. Como se pode constatar, é nas outras cidades que o valor de livros

fotocopiados é claramente superior à média nacional, devido ao número de livros fotocopiados com 3,5 livros, contra 2,6 nas grandes metrópoles.

**Quadro 4.27 | Ranking de valores de livros fotocopiados por aluno, por tipo de cidade**

Tipo de cidade	Valor dos livros fotocopiados	Diferencial face à média nacional
Média nacional	105,90 €	
Grandes metrópoles	95,40 €	-10,50 €
Outras cidades	125,00 €	19,10 €

## 5 | IMPACTO DA CÓPIA ILEGAL PELO LADO DA OFERTA

A cópia ilegal pelo lado da oferta realiza-se por três vias:

- » A fotocópia em “lojas e centros de fotocópias”;
- » A disponibilização dos conteúdos dos livros em sites;
- » A fotocópia feita pelas próprias escolas, especialmente no ensino profissional.

A primeira via, a das “lojas de fotocópias”, tem já mais de duas dezenas de anos, tendo assumido nos últimos três anos proporções alarmantes, enquanto a segunda via, a dos sites, sendo mais recente, tem efeitos ainda mais devastadores.

### 5.1 | As “lojas de fotocópias”

A forma (ainda) mais usual de duplicação floresceu com a proliferação das fotocopadoras na década de 80, levando ao aparecimento da cópia ilegal de livros em estabelecimentos especializados na fotocópia dentro das universidades e nas suas imediações.

Nos anos 90, estas práticas ilícitas em lojas dentro das próprias universidades quase desapareceram, fruto de alguma ação fiscalizadora e da intervenção dos próprios órgãos diretivos das universidades que, após uns anos de inação, passaram a proibir intramuros este tipo de práticas.

A digitalização de livros, na última década, trouxe um novo surto que se agravou significativamente nos últimos dois anos.

De acordo com os dados do INE (para o CAE 82.190), existiam em Portugal aproximadamente 691 pontos de venda de fotocópias, o que corresponde a um volume de negócios de 36,9 milhões de euros (quadro 5.1).

A diminuição do número de empresas pode não corresponder à diminuição do número de pontos de venda, até porque pode estar a existir um fenómeno de concentração, com a existência de um maior número de lojas por empresa.

**Quadro 5.1 | Indicadores de atividade de empresas de fotocópias**

	2007	2008	2009
Volume de negócios (valores em milhões de euros)	41,30	37,00	36,90
Número de empresas	1.032	670	691
Número de empregados	1.327	967	997
Impostos (exceto IRC e IVA liquidado) (valores em euros)	122.256	62.010	59.573

Fonte: INE

O valor médio de vendas por empresa de “lojas de fotocópias” é de apenas 53.400 € por ano, ou seja, 4.450 € por mês, isto é, 171 € por dia – um valor que parece muito baixo face à realidade do mercado.

### 5.1.1 | Os métodos das “lojas de fotocópias”

Da prática inicial da “loja de fotocópias”, com empregados ou “auto-serviço” do próprio estudante, passamos para uma época *print on demand*.

As lojas e centros de cópias passaram a digitalizar os livros e a disponibilizarem um catálogo de capas, suportado por uma base de dados, que permite vender o produto contrafeito através de várias “entradas”:

- » Nome da Universidade e do curso;
- » Nome do autor;
- » Nome do livro;
- » Visualizações da capa do livro, para os estudantes que não saibam os elementos de identificação do mesmo.

Estamos, assim, perante um sofisticado negócio ilegal, que compromete inquestionavelmente muitas atividades e intervenientes legais, como as seguintes:

- » Autores;
- » Tradutores/ revisores/paginadores;
- » Gráficas;
- » Outros prestadores de serviços;
- » Editoras;
- » Distribuidoras;
- » Livrarias.

Em certas unidades curriculares de alguns cursos, esta situação chega a atingir os 100% de cópia.

“Ao levar o livro pedido emprestado na biblioteca à “loja de fotocópias” disseram-me que esse título ainda não tinham, perguntaram-me o curso, a disciplina e se o livro tinha sido adotado. Pediram-me depois para deixar ficar e só ir buscar no dia seguinte, para que os outros meus colegas quando lá fossem, o livro já estivesse digitalizado e não tivessem que estar à espera.”

Aluna de Línguas, Literatura e Cultura da Faculdade de Letras de Lisboa, Focus Group de Lisboa,

2011

Para poderem fugir à escassa fiscalização feita pela IGAC – Inspeção Geral das Atividades Culturais, os métodos utilizados são diversos e sofisticados:

- » Servidores, com os conteúdos localizados fora das “lojas abertas ao público”, pelo que, à primeira vista, não é possível encontrar nada na loja;
- » Guarda dos livros fotocopiados em carrinhas, junto às lojas abertas, para evitar encontrar provas;
- » Entrega de livros aos estudantes em pequena quantidade, evitando-se, assim, sinais de massificação.

Contudo, dada a reduzida atuação do IGAC – cujos responsáveis terão comentado com a APEL a falta de meios para se deslocarem às casas de fotocópias – estas precauções por parte dos infratores até parecem excessivas.

As duas primeiras grandes ações da ASAE a nível nacional, em 2011, registaram resultados frustrantes pela dificuldade de deteção destes tipos de ilícitos criminais.

### **5.1.2 A repartição regional das lojas de fotocópias**

É difícil calcular o número exato das lojas de fotocópias que praticam estes ilícitos criminais; todavia, de acordo com um levantamento efetuado pela APEL, existem pelo menos 510 pontos de venda, sendo plausível que o número real seja superior a este.

As lojas de fotocópias podem repartir-se em dois tipos:

- » As que digitalizam os conteúdos, criando uma base de dados dos mesmos, numa clara ótica de produção com evidentes economias de escala, já que, para imprimir as cópias, basta aceder ao ficheiro e imprimi-lo (total ou parcialmente);
- » As que fazem as cópias apenas a partir do livro.

As primeiras são também as que têm maior impacto e cuja praga se disseminou nos últimos anos, com a cobertura do manto da impunidade por parte das autoridades fiscalizadoras; localizam-se, naturalmente, perto das principais faculdades e instituições do ensino superior.

Segundo a informação recolhida pela APEL, a maior concentração das lojas de fotocópias verifica-se, naturalmente, em Lisboa e no Porto, se bem que o fenómeno ilegal se encontre espalhado por todo o país (ver quadro 5.2).

**Quadro 5.2 | Repartição geográfica das “lojas de fotocópias” que praticam cópia ilegal**

Distrito	Número de lojas de fotocópias
Aveiro	16
Beja	6
Braga	24
Bragança	8
Castelo Branco	18
Coimbra	49
Faro	18
Guarda	8
Leiria	20
Lisboa	<b>133</b>
Portalegre	5
Porto	<b>111</b>
Santarém	9
Setúbal	20
Viana do Castelo	9
Vila Real	11
Viseu	14
R. A. Açores	9
R.A. Madeira	10
TOTAL	510

Fonte: Comissão Contra a Cópia Ilegal da APEL

## 5.2 | Os sites ilegais

Nos últimos três anos surgiram também sites ilegais que digitalizam os conteúdos dos livros, disponibilizando-os em seguida, segundo dois principais modelos de negócio:

- » Pagamento, pelo utilizador, de um valor reduzido para ter um acesso total e imediato aos conteúdos pirateados de milhares de livros alojados no site. Por exemplo, *AllShares.com*;
- » Livre acesso por parte dos utilizadores, tendo o site como receitas apenas as resultantes da publicidade. Por exemplo, *Free Tech Books*.

Esta forma de cópia é ainda mais devastadora, já que é percecionada como sendo mais barata: gratuita se for só visualizada no computador, ou quase gratuita quando a impressão é feita, muitas vezes em casa ou em escritórios, não existindo um pagamento imediato como no caso das lojas de fotocópias.

De acordo com um editor de livros técnicos, o impacto desta forma de duplicação de livros é brutal.

“Um dos nossos livros mais vendidos, com várias edições ao longo de uma década e com cerca de 1.500 a 2.000 exemplares vendidos anuais (e certamente muitos fotocopiados), passou para 400 exemplares em 2011, enquanto em 2 sites ilegais o livro aparece com 19.928 *downloads* num site, e 2.778 em outro.”

Editor de livros técnicos, Lisboa, dezembro 2011

## 5.3 | As fotocópias no ensino profissional

O ensino profissional tem vindo a aumentar de importância em Portugal. Em 2010, integram este tipo de ensino 103.000 alunos, pretendendo o Governo em exercício atingir a médio/longo prazo os 175.000 estudantes.

Contudo, este crescimento está longe de corresponder a um desenvolvimento de mercado do livro escolar, já que os sucessivos Ministérios têm optado por deixar que sejam os professores a conceber os seus próprios materiais pedagógicos.

Na realidade, pede-se aos professores do ensino profissional um “milagre” em três vertentes simultâneas:

- » Conhecerem bem as matérias específicas (sabendo-se que, com frequência, estes docentes têm uma formação generalista sem formação ou experiência profissionalizante);
- » Prepararem materiais específicos (enquanto os professores de ensino secundário têm materiais colocados no mercado pelas editoras para os alunos e professores);
- » Conseguirem que os alunos com menores capacidades de aprendizagem (a média de capacidades dos alunos do ensino profissional é manifestamente inferior à do ensino secundário) sejam capazes de obter bons resultados.

“Significa isto que, enquanto a uns o Ministério impõe a adoção obrigatória de manuais escolares certificados, aos outros dá a liberdade total para construírem os seus próprios materiais pedagógicos.”

Fonte: Os Recursos Educativos no Ensino Profissional

Na prática, aquilo que acontece na maioria das escolas é os professores fazerem “manuais” recorrendo a fotocópias de dois, três ou quatro livros do ensino secundário normal.

Aliás, um estudo do próprio Ministério refere as “fotocópias dispersas de vários materiais” como o principal recurso disponibilizado aos alunos (86%) (quadro 5.3).

**Quadro 5.3 | Recursos disponibilizados aos alunos no ensino profissional**

Recursos disponibilizados aos alunos	Percentagem de professores
Manuais escolares específicos para CEF	25,03%
Manuais escolares de ensino regular	18,32%
<b>Fotocópias diversas de vários materiais</b>	<b>85,91%</b>
Ficheiros com vários materiais, em <i>pen drive</i> , CD ou disquete	46,42%
Ficheiros com vários materiais, em plataforma <i>moodle</i> ou congénere	21,16%
Ficheiros com vários materiais, em páginas <i>web</i> , <i>blogues</i> ou congéneres	23,08%
Sebenta fotocopiada	11,35%
Outros	15,41%

Nota: Possibilidade de resposta múltipla.

Fonte: Observatório dos Recursos Educativos

Num levantamento efetuado pelos autores junto de dois cursos de Escolas Profissionais na região de Lisboa, registou-se uma claríssima predominância das fotocópias sobre o livro, como ilustram os exemplos seguintes.

**EXEMPLO 1:**

- ✓ **Curso:** Higiene e Segurança de Trabalho e Ambiente (três anos)
- ✓ **Número de livros comprados:** 14 (durante os três anos)
- ✓ **Número de “manuais” de fotocópias a partir de livros:** 51 (durante os três anos)

**EXEMPLO 2:**

- ✓ **Curso:** Gestão do Ambiente (três anos)
- ✓ **Número de livros comprados:** 0
- ✓ **Número de “manuais” de fotocópias a partir de livros:** 45 (durante os três anos)

Porém, a situação mais caricata foi apresentada por um editor no Primeiro Congresso do Livro, em outubro de 2011, nos Açores:

“Um dos meus autores é professor numa Escola Profissional e viu o seu livro ser fotocopiado pela Escola Profissional, na região do Porto, para ser entregue aos alunos, já que a Escola tem verba no orçamento para duplicação de materiais, mas não para compra de livros.”

Fonte: Intervenção no debate de um editor, Primeiro Congresso do Livro, outubro 2011

Os autores souberam, junto de fontes do Ministério da Educação e Ciência, que esta situação de orçamento para duplicação de materiais é comum a todo o país, exceto em Lisboa e Vale do Tejo, já que não é considerada uma região desfavorecida.

Em conclusão, estamos perante uma situação de prática ilegal de cópia de centenas de milhares de livros anualmente, correspondentes a milhões de euros, promovida e realizada anualmente pelo próprio Estado!

## 6 | SÍNTESE DO IMPACTO DA CÓPIA ILEGAL NO SETOR

Tal como já foi referido várias vezes neste relatório, é difícil chegar a uma quantificação precisa do impacto da cópia ilegal sobre os diferentes operadores da fileira do livro.

Neste capítulo, começaremos por recapitular as metodologias desenvolvidas relativamente à quantificação deste impacto, avançando, em seguida, com as nossas estimativas sobre a influência destas práticas ilícitas de duplicação de livros.

### 6.1 | As diferentes visões

Procurámos, no presente estudo, quantificar o impacto das práticas ilegais de duplicação de livro do ponto de vista da procura e da oferta, sabendo que tais práticas ocorrem fundamentalmente no ensino superior e no ensino profissional.

Para a estimativa do impacto da cópia ilegal no ensino superior, **por parte da procura**, recorreremos à aplicação de 884 questionários presenciais a estudantes universitários a nível nacional.



A perspetiva da procura, no caso do ensino profissional, não foi analisada, uma vez que a iniciativa de cópia ilegal não é da responsabilidade dos alunos, mas sim das próprias escolas profissionais.

No inquérito realizado aos estudantes do ensino superior, foi questionado o número de livros duplicados no ano letivo anterior (2010/2011), bem como o preço médio de cada livro.

No que se refere à **perspetiva da oferta**, três visões distintas se podem identificar:

- » O número e a cobertura geográfica de lojas onde se realizam estas fotocópias ilegais, resultante do levantamento realizado pela própria APEL;
- » O número de alunos do ensino profissional e uma estimativa do número de livros fotocopiados e do seu custo de capa;

- » O número de *downloads* de alguns livros efetuados em sites da internet, fonte que nos levanta as maiores dúvidas devido ao elevado número de sites e ao tipo de informação existente.



Na perspetiva da oferta, procurámos ainda perceber o impacto a montante da edição relativamente a outros operadores como autores, tradutores, revisores, paginadores, gráficas e outros prestadores de serviços, o que foi conseguido através de entrevistas realizadas a dirigentes de editoras.

## 6.2 | A nossa estimativa

### 6.2.1 | O volume de negócios amputado à edição e ao retalho

De acordo com a metodologia referida no ponto anterior, a nossa estimativa, segundo a ótica da procura, é sustentada pelo cálculo do número de livros fotocopiados e o correspondente custo de capa nos pontos de venda no ano letivo de 2010/2011. O quadro 6.1 ilustra o impacto da fotocópia ilegal de livros de estudo no ensino superior, ao nível do retalho.

**Quadro 6.1 | Impacto da fotocópia de livros no ensino superior, ao nível do retalho**

Número de alunos do ensino superior	390.000
Número de livros fotocopiados por aluno	2,9
Total de livros fotocopiados anualmente	1.131.000
Preço médio da cada livro duplicado	36,50 €
Volume de vendas de livros, amputado devido à fotocópia ilegal de livros de estudo do ensino superior	<b>41,2 Milhões €</b>



O mesmo raciocínio foi aplicado aos *downloads* realizados em sites, se bem que a dificuldade de estimativa seja significativamente maior (quadro 6.2).

**Quadro 6.2 | Impacto da impressão de livros digitalizados no ensino superior, ao nível do retalho**

Número de alunos do ensino universitário	390.000
Número de <i>downloads</i> por aluno	0,7
Total de livros dos quais são impressas cópias digitalizadas, por ano	273.000
Preço médio da cada livro duplicado desta forma	36,50 €
Volume de vendas de livros amputado, devido ao <i>download</i> ilegal de livros de estudo do ensino superior	<b>9,96 Milhões €</b>

O quadro 6.3 refere-se ao impacto dos livros fotocopiados em escolas profissionais.

**Quadro 6.3 | Impacto da fotocópia de livros integrados em “manuais escolares” no ensino profissional, ao nível do retalho**

Número de alunos em escolas profissionais em Portugal	103,000
Número médio de manuais fotocopiados por ano	12
Total de livros em “formato” de manual	1.236.000
Preço médio de um livro	10 €
Montante correspondente a livros não vendidos pelo facto de serem copiados em “manual escolar”	<b>12,36 milhões €</b>



Em síntese, o quadro 6.4 ilustra os valores finais respeitantes ao montante de negócios perdido para a duplicação ilegal de livros de estudo.

**Quadro 6.4 | Impacto da duplicação ilegal de livros de estudo no total do ensino superior e profissional, ao nível do retalho**

Livros universitários			
Na ótica da procura (valor “desviado” ilegalmente)		Na ótica da oferta	
fotocópias	41,25 milhões €	Lojas de fotocópias	510 lojas
downloads	9,96 milhões €		
Livros do ensino profissional			
		Na ótica da oferta	
		Em 2010	12,36 milhões € desviados ilegalmente
<b>Total do volume de vendas de livros amputado devido a fotocópias e download ilegais no ensino superior e profissional, ao nível do retalho</b>			<b>63,57 milhões €</b>

Tendo em atenção as margens médias dadas à distribuição (distribuidores e lojas), que é de 50% no caso dos livros para o ensino superior e de 20% nos livros escolares destinados ao ensino profissional, é possível calcular o impacto da duplicação ilegal ao nível da edição (quadro 6.5)

**Quadro 6.5 | Impacto da duplicação ilegal de livros de estudo no total do ensino superior e profissional, ao nível da edição**

Livros universitários		
Na ótica da procura (valor “desviado” ilegalmente)		
fotocópias	20,63 milhões €	
downloads	4,98 milhões €	
Livros do ensino profissional		
Na ótica da oferta		
	Em 2010	9,89 milhões € desviados ilegalmente
Total do volume de vendas de livros amputado devido a fotocópias e download ilegais no ensino superior e profissional, ao nível da edição		35,5 milhões €

## 6.2.2 | O volume de negócios amputado a montante de edição

A determinação do volume de negócios amputado, a montante de edição, exige alguns pressupostos relativamente ao peso dos livros estrangeiros, dos livros traduzidos e dos livros de autores portugueses. Nas vendas de livros em Portugal, para elaborar estes pressupostos, foi tida em consideração a opinião de alguns editores e, sobretudo, de livreiros (quadro 6.6).

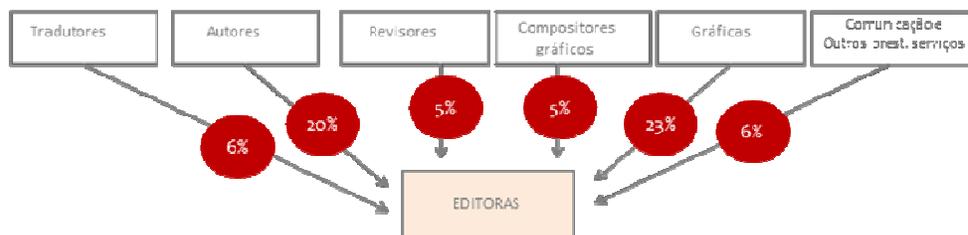
**Quadro 6.6 | Estimativa de repartição do peso de venda entre livros de estudo de ensino superior estrangeiros, traduzidos e de autores portugueses**

Livros estrangeiros	15%
Livros de autores estrangeiros traduzidos e editados em Portugal	25%
Livros de autores portugueses	60%

Fonte: Opiniões de livreiros e editores

Para a obtenção do peso dos diferentes intervenientes na cadeia de valor, foi recolhida informação junto de gestores das principais editoras portuguesas (figura 6.1); com a repartição do peso de venda entre livros de estudo estrangeiros, traduzidos e de autores portugueses (quadro 6.6), é possível estimar o volume de vendas amputado pela cópia ilegal no ensino superior, a montante de edição (quadro 6.7).

**Figura 6.1 | Peso de incorporação dos intervenientes a montante da edição, na cadeia de valor dos editores, para os livros do ensino superior**



Fonte: Entrevistas com gestores das editoras

Nota: A percentagem é calculada sobre o PV da editora, que corresponde a 50% do PVP e refere-se só a custos externos às editoras.

**Quadro 6.7 | Estimativa dos volumes de vendas amputadas pela cópia ilegal no ensino superior, a montante de edição (milhões de euros)**

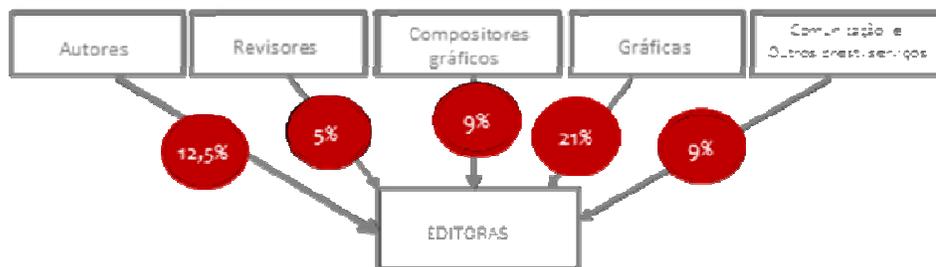
Intervenientes a montante	Volume de vendas amputadas na edição no ensino superior (milhões de €)	Percentagem do valor de vendas em que intervêm	Volume de vendas das editoras em que intervêm (milhões de €)	Percentagem de incorporação nas vendas das editoras nas situações em que intervêm	Montante total amputado (milhões de €)
Tradutores (1)	25,62	25	6,41	6	0,38
Autores portugueses (2)		60	15,37	20	3,07
Revisores (3)		80	20,50	5	1,02
Compositores gráficos (4)		77	19,73	5	0,99
Gráficas (5)		85	21,78	23	5,01
Outros prestadores de serviços (6)		50	12,81	6	0,77
<b>TOTAL</b>					<b>10,86</b>

- (1) Tradutores – Pressuposto: 25% de volume de vendas correspondente a livros traduzidos;
- (2) Autores portugueses – Pressuposto: 60% do volume de vendas corresponde a livros de autores portugueses;
- (3) Revisores – Pressuposto: 80% das revisões são feitas no exterior das editoras;
- (4) Compositores gráficos – Pressuposto: 90% de composição gráfica, dos livros editados em Portugal, é feita no exterior das editoras;
- (5) Gráficas – Pressuposto: 100% do trabalho gráfico, dos livros editados em Portugal, é exterior às editoras e, deste, 30% é adjudicado sem papel e 70% de forma completa;
- (6) Outros prestadores de serviços – Pressuposto: metade recorre a outros prestadores

O valor total apurado em relação ao ensino superior é de 10,86 milhões de euros, afetando centenas de empresas e milhares de pessoas, muitas das quais profissionais liberais, como é tipicamente o caso de autores, tradutores e revisores.

Seguindo o mesmo racional do cálculo do impacto a montante do ensino superior, calculámos o **impacto no ensino profissional**. Para isso, utilizámos como fonte o livro fotocopiado – manuais do ensino profissional (figura 6.2 e quadro 6.8), tendo chegado a um **valor de 5,59 milhões de euros, o que, adicionando ao valor do ensino superior, atinge os 16,45 milhões de euros.**

**Figura 6.2 | Peso de incorporação dos intervenientes a montante da edição na cadeia de valor dos editores, para os livros do ensino secundário**



Fonte: Entrevistas com gestores das editoras

Nota: A percentagem é calculada sobre o PV da editora, que corresponde a 80% do PVP e refere-se só a custos externos às editoras.

**Quadro 6.8 | Estimativa dos volumes de vendas amputadas pela cópia ilegal no ensino profissional, a montante de edição (milhões de euros)**

Intervenientes a montante	Volume de vendas amputadas na edição no ensino superior (milhões de €)	Percentagem do valor de vendas em que intervêm	Volume de vendas das editoras em que intervêm (milhões de €)	Percentagem de incorporação nas vendas das editoras nas situações em que intervêm	Montante total amputado (milhões de €)
Autores portugueses (1)	9,89	100	9,89	12,5	1,24
Revisores (2)		80	7,91	5	0,49
Compositores gráficos (3)		90	8,90	9	0,89
Gráficas (4)		100	9,89	21	2,08
Outros prestadores de serviços (5)		50	4,95	9	0,89
<b>TOTAL</b>					<b>5,59</b>

- (1) Autores portugueses – Pressuposto: 100% do volume de vendas corresponde a livros de autores portugueses  
 (2) Revisores – Pressuposto: 80% de revisão é feita no exterior das editoras  
 (3) Compositores gráficos – Pressuposto: 90% de composição gráfica é feita no exterior das editoras  
 (4) Gráficas – Pressuposto: 100% do trabalho gráfico é exterior às editoras e, deste, 30% é adjudicado sem papel e 70% de forma completa  
 (5) Outros prestadores de serviços – Pressuposto: metade recorre a outros prestadores

### 6.2.3 | A perda de receitas do Estado como resultado da cópia ilegal

A perda de atividade em toda a fileira do livro, desde o retalho até aos autores, tem naturalmente um elevado impacto na quebra de receitas do Estado em sede de IRC, IRS (nas profissões liberais) e em outros impostos.

O cálculo desta perda apenas pode ser feito com um conjunto de pressupostos que são discutíveis; ousamos, contudo, realizar este exercício de forma a obter uma aproximação do impacto fiscal negativo desta situação.

**Quadro 6.9 | Estimativa da perda de impostos arrecadados pelo Estado no setor do livro, devido à cópia ilegal (através de fotocópia e download), em 2010**

Intervenientes	Volume de vendas amputado pela cópia ilegal (milhões de €)	Percentagem IRC no volume de vendas	Perda de IRC para o Estado (milhões de €)	Percentagem de outros impostos no volume de vendas	Perda de outros impostos para o Estado (milhões de €)	Perda de impostos (sem IVA) (milhões de €)
Retalhistas	63,57	0,32	0,20	0,13	0,08	0,29
Editores	35,50	2,89	1,03	0,20	0,07	1,10
Outros intervenientes na fileira	16,45	1,08	0,18	0,21	0,03	0,21
<b>TOTAL</b>	<b>115,53</b>		<b>1,41</b>		<b>0,18</b>	<b>1,60</b>

Fonte: Banco de Portugal (valores médios da empresa) Edição: dados de 2009

Pressupostos:

- (1) Peso dos impostos no caso dos livros de estudo é idêntico à média dos livros
- (2) Manutenção do peso dos impostos nas empresas em caso de aumentos de vendas (por alternativa às fotocópias)
- (3) Outros intervenientes na fileira com taxas de imposto igual à média de Portugal

Não é possível quantificar o valor exato do **IVA perdido pelo Estado**, mas, atendendo a que é afetada toda a cadeia de valor, pode estimar-se um imposto de 6% de IVA sobre uma parte de componente nacional e que liquida IVA de pelo menos 50% do volume de vendas do setor, o que **significa 9,75 milhões de euros** (325 milhões de vendas x 50% x 6% IVA).

**Em síntese, é possível estimar-se uma perda para o Estado de 11,35 milhões de euros em impostos** (vide quadro 6.9 e perda de IVA).

Esta estimativa é feita numa versão minimalista, já que o acréscimo de atividade iria certamente aumentar o percentual de IRC das empresas e IRS dos profissionais liberais.

A este valor devem ser acrescidos os valores para Segurança Social, que adviriam da necessidade de um maior número de empregados no setor.

## 7 | DESAFIOS DO SETOR PARA 2012-2015

O período de 2012-2015 será período marcante na evolução do setor, já que as alterações do meio envolvente colocam às empresas a imprescindibilidade de novas respostas.

Existe uma inquestionável necessidade de revisão urgente do código de direitos de autor e direitos conexos, a exemplo do que se verificou em Espanha e França, e da lei da cópia privada, cuja proposta se encontra, em fevereiro de 2012, em discussão na Assembleia da República.

Se, por um lado, a legislação contra a duplicação ilegal tende, um pouco por todo o lado, a contrariar ou a normalizar os avanços do digital, a popularização dos livros digitais virá contribuir para aumentar, e porventura alterar, os contornos da questão.

Veremos, em seguida, o que se passa sobre duplicação ilegal em outros países, após o que abordaremos a questão dos *ebooks* para, finalmente, analisarmos o contexto português.

### 7.1 | A situação em outros países

O debate relativo aos direitos de autores encontra-se na ordem do dia a nível internacional. Em diversos países europeus, como é o caso da Espanha e da França, a questão da fotocópia e dos *downloads* ilegais é muito limitada devido à legislação vigente, sobretudo por força da fiscalização que incentiva o cumprimento da lei.

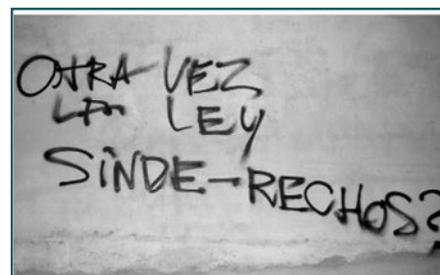
Na União Europeia, a lei dos direitos de autor surgiu como uma tentativa de harmonizar as diferentes leis de direitos autorais dos Estados-Membros da União Europeia; é composta por uma série de diretivas que os Estados-Membros são obrigados a promulgar para as respetivas legislações nacionais e pelas decisões do Tribunal de Justiça Europeu e do Tribunal Europeu de Primeira Instância.



O primeiro grande passo dado pela Comunidade Económica Europeia para harmonizar as leis autorais surgiu com a decisão de aplicar uma norma comum para a proteção dos direitos autorais de programas informáticos, promulgada no âmbito da diretiva relativa à proteção jurídica dos programas informáticos (91/250/CEE) em 1991. A designação comum de proteção dos direitos de autor, de 70 anos *post mortem auctoris*, foi acordada em 1993, bem como a diretiva relativa à harmonização do prazo de proteção dos direitos de autor e de certos direitos conexos (93/98/CEE).

A implementação das diretivas sobre direitos de autor tem sido bastante mais controversa do que em muitas outras matérias. Tradicionalmente, as leis de direitos de autor variam consideravelmente entre os Estados-Membros, especialmente entre jurisdições de direito comum (Chipre, Irlanda, Malta e Reino Unido) e de países com direito civil. No entanto, a globalização – transversal a todos os setores da economia – veio também afetar esta lógica, fazendo com que hoje a generalidade dos países da União Europeia se veja a braços com os mesmos problemas e preocupações no que respeita ao *copyright*.

Em Espanha, por exemplo, em decisão muito recente (último dia de 2011), o governo espanhol aprovou a lei Sinde, que prevê o fecho de sites de troca de arquivos numa tentativa de lutar contra o *download* de conteúdo protegido por direitos autorais. A nova norma tem o nome da ministra da Cultura do governo anterior.



Assim, o procedimento estabelecido pelo novo código não se volta contra os utilizadores, mas sim contra os prestadores de serviço de informação que violem direitos de propriedade intelectual, seja pela oferta de conteúdo ilegal, seja pela oferta de serviços de intermediação.



Esta lei virá, muito provavelmente, minorar problemas como o que levou a conhecida autora Lucía

Etxebarria a anunciar que iria parar de escrever e procurar outra profissão. Segundo a imprensa, a autora terá tomado esta posição ao perceber que havia mais *downloads* ilegais dos seus livros do que cópias vendidas.

Já em França, as leis que protegem os autores e os criadores de todas as formas de contrafação são rigorosas. A título de exemplo, destaque-se que em França os autores e compositores são pagos quando os seus vídeos estão no Youtube – uma autêntica vitória na luta pela proteção dos direitos de autor – no caso, direitos musicais.

No caso dos *downloads* ilícitos, a lei Hadopi<sup>10</sup> prevê uma punição para quem fizer *downloads* ilegais que, no limite, pode ir até à desconexão da *internet*.

Muito discutido e polémico, este tipo de pena reúne atualmente o interesse do Conselho Europeu, que poderá proibir o corte da conexão de *internet* sem ordem judicial ou, por outro lado, vir a replicar esta norma em todo o território europeu.

### **Pedagogia e sensibilização**

Por último, no nosso ponto de vista, é fundamental que a intervenção da Secretaria de Estado da Cultura e da APEL não se limite ao desenvolvimento de normas legislativas e à respetiva fiscalização, devendo incluir a conceção e disseminação de campanhas de educação, em especial junto dos mais jovens, que se mostram pouco sensíveis à problemática dos direitos dos autores e que são, também, os maiores consumidores de livros duplicados.

As campanhas brasileiras de comunicação (ver figura 7.1) constituem exemplos inspiradores para uma atuação análoga no nosso país.

As campanhas de educação e de sensibilização são críticas para gerar a adesão voluntária a novos comportamentos e para o conhecimento e aceitação das normas fiscalizadoras.

---

<sup>10</sup> <http://pt.mondediplo.com/spip.php?article488> em 25/02/2012.

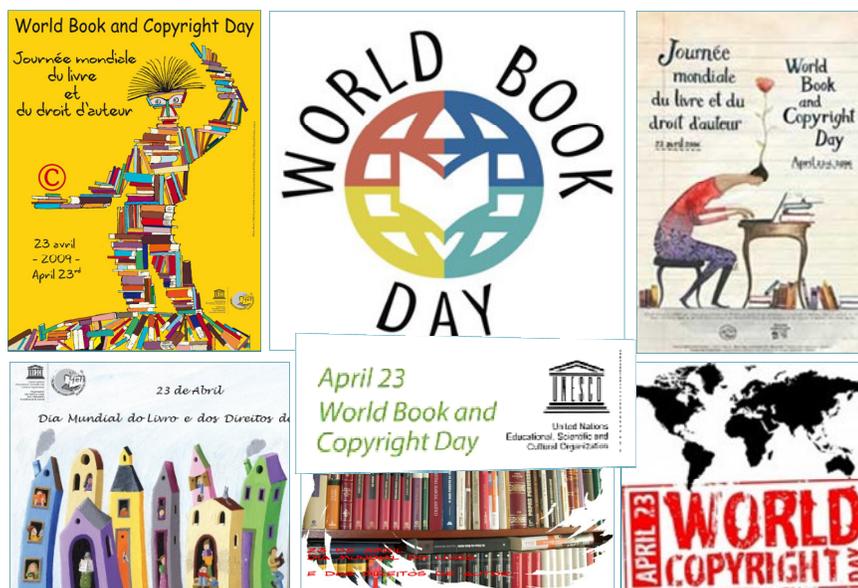
Figura 7.1 | Exemplos de campanhas de sensibilização brasileiras e, à direita, a campanha portuguesa



Com uma abordagem mais positiva e menos pela perspectiva da proibição de atos ilícitos, os países da União Europeia têm procurado celebrar o Dia Mundial do Livro e dos Direitos de Autor, organizado pela UNESCO e que se celebra a 23 de abril de cada ano desde 1995, com o objetivo de promover o livro, a leitura e os direitos de autor. Em alguns países, como em Espanha, a Suécia, a França e o Reino Unido, este dia tem servido para sensibilizar e educar a população – sobretudo a juvenil – para a importância da leitura e dos intervenientes na fileira do livro.

A figura 7.2 mostra alguns exemplos de cartazes alusivos a este dia.

Figura 7.2 | Exemplos de cartazes publicitários do Dia Mundial do Livro e dos Direitos de Autor



Em Portugal, porém, este Dia Mundial do Livro e dos Direitos de Autor não tem sido devidamente aproveitado para a promoção dos direitos dos autores e editores.

### 7.2 | O Impacto dos *ebooks*

A indústria editorial tem sofrido, nos últimos anos, uma revolução de grande magnitude ao longo da sua cadeia de valor: há quem defenda que já não acontecia algo com tal expressão na indústria desde que Gutenberg inventou a imprensa em 1520. Um dos grandes responsáveis por este fenómeno é o aparecimento do livro digital, conhecido como *ebook*.

Ainda em fase embrionária na maioria dos mercados, o *ebook* veio revolucionar por completo o mercado editorial, apanhando desprevenidas as editoras portuguesas e mundiais. Muitas editoras aguardam, ainda, para conhecerem a verdadeira dimensão do sucesso deste produto e para começarem a tomar medidas sérias relativas ao mercado e ao seu próprio modelo de negócio.

Muitas das mudanças implícitas na chegada do *ebook* têm-se revelado verdadeiros problemas para as editoras; questões como as dos direitos de autor digitais, direitos de imagem, novos e diferentes modelos de negócio, bem como a pirataria e outros imprevistos têm levado a que muitas editoras não apostem forte neste novo conceito, levando-as a agir com precaução e lentidão.

Contudo, nos Estados Unidos da América, nos últimos anos, o avanço do livro eletrónico tem sido inquestionável, assistindo-se a um fenómeno claro e crescente de popularidade e adesão por parte dos consumidores.

Segundo a *Association of American Publishers*<sup>11</sup>, entre 2010 e 2011 o número de *ebooks* vendidos subiu 169,4%, atingindo 164,1 milhões de dólares, ao mesmo tempo que os livros físicos baixaram 24,8% para 441,7 milhões de dólares.



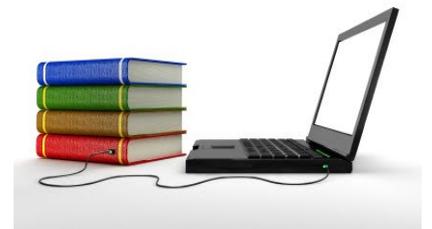
---

<sup>11</sup> Year-to-date 2011 vs YTD 2010: Ebooks increased by 169.4% while all categories combined of print Trade books declined by 24.8% in <http://www.publishers.org/press/30/> consultado em 25/02/2012.

Analisando, por sua vez, o peso do mercado do *ebook* na indústria editorial americana, observa-se que este adquire uma crescente importância, representando em 2010 8,32% das vendas totais de todas as edições de livros, ainda segundo a Association of American Publishers (dados apresentados em 2011).

### **Desafios e oportunidades**

A maioria das editoras defende que os *ebooks* são, para efeitos de direitos de autor, como os livros impressos, havendo, assim, um direito primário inerente à aquisição dos direitos de autor. Porém, muitos autores e seus agentes vêem os *ebooks* como um negócio à parte, fazendo distinção entre direitos de autor para livros de papel e direitos de autor para *ebooks*, criando um problema às editoras, que não podem construir uma estratégia de publicação de uma obra sem controlar simultaneamente os direitos de autor impressos e digitais (Williams, 2011), tornando este tema o mais controverso do mercado.



### **Direitos de imagem**

Por outro lado, os direitos de imagem podem tornar-se um problema para as editoras que queiram digitalizar livros já impressos e publicados anteriormente aos contratos digitais das obras; se as editoras não compraram esses direitos, a integração das imagens e fotografias destes livros num *ebook*, sem terem contratos revistos e renegociados, é discutível.

### **Preço dos *ebooks***

Se na percepção do consumidor é fácil compreender o custo e o preço de compra de um livro impresso, num livro digital a intangibilidade e a desmaterialização originam uma percepção do preço de venda demasiado elevado.

## 7.3 | Alterações no meio envolvente em Portugal com impacto no setor

Perante a situação existente em Portugal e face aos exemplos de outros países europeus, espera-se que, a curto prazo, a ASAE, apoiada pela APEL, realize finalmente uma intervenção fiscalizadora que estimule o cumprimento da lei.

Existe atualmente em Portugal um interessante debate sobre a legislação que regulamenta os direitos dos autores; os seus promotores parecem querer acautelar os interesses dos autores mas esquecem, aparentemente, os direitos dos editores, dos livreiros e de outros profissionais do setor.



As principais alterações emergentes no setor do livro, e em particular no que diz respeito ao caso da duplicação ilícita de livros, podem associar-se a várias tendências:

- » Reação da sociedade em geral e da fiscalização face à prática de duplicação ilícita (fotocópias e digitalização de livros de estudo);
- » Proliferação dos verdadeiros ebooks, com múltiplas possibilidades de utilização multimédia no caso dos livros técnicos;
- » Revitalização dos centros das cidades portuguesas, fruto da alteração das políticas de arrendamento, com inevitável impacto na oferta e na procura de lazer.

### 7.3.1 | Reação da sociedade em geral e da fiscalização face à duplicação ilícita

Face à gravidade do fenómeno de duplicação ilícita, surgiram, em 2011, sinais de reação dos quais se destacam:

- » A constituição de uma Comissão Contra a Cópia Ilegal (CCCI) no seio da APEL, constituída por editores e livreiros mais ligados ao livro técnico;
- » A entrada em cena, pela primeira vez, da ASAE, como entidade fiscalizadora com outra capacidade de intervenção face à anterior entidade – o IGAC;
- » A realização de estudos como o presente;
- » A importância dada à cópia ilegal no Primeiro Congresso do Livro, realizado em outubro de 2011 nos Açores.

O debate junto da opinião pública relativamente a este tema e a inevitável influência das práticas de outros países começam a dar sinais de que esta situação virá a alterar-se, e Portugal não será exceção.

### **7.3.2 | Desenvolvimento das *ebooks* técnicos**

No caso dos livros técnicos, os *ebooks* permitem a aplicação das capacidades multimédia, o que transformará por completo a experiência tradicional de leitura.

No entanto, esta entrada do multimédia é bastante onerosa, pelo que só parece viável em projetos de alguma dimensão, pela possibilidade de amortização dos custos fixos.

### **7.3.3 | Novos espaços de lazer – Revitalização dos centros das cidades**

Se a reação desejada por parte da sociedade civil à duplicação ilícita se constrói com educação e sensibilização e que, com o tempo, é expectável que as editoras venham progressivamente a integrar os livros digitais nos seus modelos de negócio, a criação de novos espaços de lazer, com a revitalização dos centros das cidades, não é um objetivo mais fácil de atingir.

Os centros das cidades portuguesas encontram-se, na maioria dos casos, em situação decadente, com prédios degradados, uma população envelhecida, muitas casas devolutas e um comércio antiquado e sem capacidade de atrair uma população deslumbrada pelo fascínio e pela conveniência dos grandes centros comerciais.

Nos casos em que existe uma forte intervenção pública, de que são exemplo Guimarães e Funchal, as cidades ganharam outra alma e os centros históricos passaram a atrair mais a população local e os visitantes.

Esta renovação urbana trouxe, naturalmente, novos consumidores e, em consequência, novas formas de comércio mais ligados à moda e ao lazer, criando uma dinâmica de modernização, mais propícios ao



comércio e à fruição do livro.

Dada a conjuntura económica, não são expectáveis grandes intervenções públicas ao nível do urbanismo; contudo, a tão falada lei do arrendamento poderá vir a contribuir decisivamente para a renovação urbana, podendo abrir caminho a novos espaços de lazer, onde os livros terão um papel relevante.

Em síntese, elaborámos uma análise SWOT qualificada (quadros 7.1 e 7.2) do setor livreiro, para 2015, de modo a facilitar a identificação de um conjunto de orientações estratégicas para o setor.

No que respeita à problemática das várias formas de cópia ilegal, o setor livreiro, a par do fonográfico, é provavelmente dos mais afetados pelo impacto dos meios e tecnologias digitais. Por outro lado, a maioria das pessoas – em particular os mais jovens – vê com dificuldade que os direitos de autor se apliquem à propriedade intelectual, habituados que estão à cópia livre nos meios digitais.

**Quadro 7.1 | Análise SWOT qualificada do setor livreiro – pontos fortes e fracos**  
(relativamente à problemática da cópia ilegal)

Pontos fortes	Avaliação do impacto			Pontos fracos	Avaliação do impacto		
	Fraco	Médio	Forte		Fraco	Médio	Forte
Setor com potencialidade de agregação de líderes de opinião – autores			X	Passividade do setor face à inoperância da fiscalização			X
O produto livro é reconhecido como essencial no conhecimento		X		Reduzida massa crítica de muitos operadores		X	
				Situação financeira débil de muitas empresas		X	

**Quadro 7.2 | Análise SWOT qualificada do setor livreiro – oportunidades e ameaças para 2015**

(relativamente à problemática da cópia ilegal)

Oportunidades	Avaliação do impacto			Probabilidade de ocorrência			Ameaças	Avaliação do impacto			Probabilidade de ocorrência		
	Fraco	Médio	Forte	Fraca	Média	Elevada		Fraco	Médio	Forte	Fraca	Média	Elevada
Popularização dos ebooks			X			X	Legislação pouco protetora de autores e editores		X		X		
Potencialidades da comunicação digital		X			X		Fiscalização da cópia ilegal pouco eficaz			X		X	
Novos espaços de lazer nos centros das cidades		X			X		Convicção instalada de que não existe roubo de propriedade intelectual			X		X	
Globalização de campanhas internacionais de sensibilização em relação aos direitos de autor	X				X		Downloads ilegais			X		X	
Benchmarking legislativo com outros mercados (por exemplo, França)			X		X		Popularização da fotocópia ilegal		X		X		
							Outras formas de entretenimento						X
							Conjuntura económica desfavorável		X			X	

A desfavorável conjuntura económica que, de forma transversal, atinge as várias camadas da sociedade, não sendo um problema exclusivamente português, funciona como um catalisador da cópia ilegal, em contrapartida à aquisição de um livro original.

Esta situação é também catalisada no ensino superior, com o aumento das propinas e, em consequência, dos custos com a formação dos estudantes para as respetivas famílias que, diminuindo os custos com materiais didáticos, minoram o orçamento escolar.

Todavia, a principal ameaça ao setor vem da escassa fiscalização da autoridade reguladora, que não faz cumprir a lei existente, a que se junta a passividade do próprio setor relativamente a esta situação.

No entanto, espera-se que a atuação ativa da APEL e das empresas do setor junto do poder legislativo e da fiscalização, aliada a uma consciencialização da sociedade em geral, nos permita ter uma visão otimista sobre a probabilidade de ocorrência das principais ameaças, cujo impacto é, em geral, muito forte.

Neste contexto, espera-se que, em 2015, a crescente neutralização destas ameaças possa, tal como já sucede noutros países, diminuir a situação desfavorável em que se encontra atualmente o setor.

## 7.4 | Respostas das empresas

Perante as alterações da envolvente, as empresas portuguesas da fileira do livro poderão responder intervindo a distintos níveis:

- » Reorientação para o cliente, abandonando de vez a tradicional ótica de “produzir” livros e vendê-los;
- » Adoção de uma postura de pedagogia e sensibilização dos leitores, designadamente face a cópias ilícitas, sejam elas fotocópias ou *downloads* ilegais;
- » No caso dos editores, desenvolver verdadeiros formatos de *ebooks*, com dimensão à escala global, de forma a abarcar todo o espaço que fala português, com o aproveitamento de funções multimédia;

- » Aposta numa comunicação *blended*, aproveitando as potencialidades da conjugação da comunicação digital com a comunicação física.

Abordaremos de forma sintética, nos próximos subpontos, estes vários níveis de intervenção.

### 7.4.1 | Reorientação para o cliente

O modelo tradicional do mercado livreiro assenta ainda na existência de um editor que, apaixonado pelos livros dos autores, decide editá-los, assumindo que existe uma potencial clientela com dimensão significativa e gostos semelhantes aos seus.

As consequências deste modelo convencional estão à vista de qualquer analista do setor: um grande número de livros editados anualmente, *stocks* enormes de livros não vendidos em armazém, preços relativamente elevados para poderem suportar rotações de *stocks* de vários anos, livrarias pouco especializadas a pretenderem ter todo o tipo de livros e ainda uma reduzida integração dos pontos de venda com outros espaços e atividades de lazer.

A reorientação para o cliente passa pela necessidade de a edição ser feita em função do real potencial de compradores e não apenas segundo os gostos pessoais dos editores. Assistiremos, assim, a uma diminuição dos *stocks* e do preço dos livros, apostando em tiragens mais flexíveis e em reedições à medida. A popularização dos *ebooks* virá, naturalmente, favorecer esta reorientação.

Relativamente às livrarias, será necessária a criação de diversos formatos correspondentes às necessidades dos clientes:

- » Livrarias claramente temáticas, com um sortido profundo e especializado;
- » Espaços de lazer com ofertas multimédia.

### 7.4.2 | Campanhas de educação e sensibilização dos leitores

Perante as ameaças das cópias ilegais resultantes das fotocópias de livros e, mais recentemente, dos *downloads* ilícitos de conteúdos potenciados pelo crescimento do número de *tablets*, é necessário os editores e os livreiros portugueses iniciarem uma forte “cruzada” conjunta com o objetivo de marcarem presença nos *media* a favor dos seus pontos de vista.

Esta “cruzada” deverá envolver os restantes parceiros, designadamente os autores, muitos dos quais têm voz ativa como comentadores nos órgãos de comunicação social e em blogues.

É necessário, pois, cativar os autores mais jovens com capacidade de influenciar os leitores mais novos.

As campanhas publicitárias institucionais nos mais diversos canais e suportes são também ferramentas críticas para atrair as massas para estas causas. A figura 7.3 refere-se a uma campanha publicitária de uma cadeia livreira israelita, que refere a utilização das redes sociais como alternativa à leitura, utilizando um logotipo quase “decalcado” do mais famoso logotipo de redes digitais, fazendo um trocadilho como forma de chamar a atenção.

Figura 7.3 | Anúncio de imprensa da cadeia Tzomet Sfarim



Apesar de o combate ser longo e difícil, o setor livreiro não deve baixar os braços e desistir de fazer valer os seus direitos, assumindo que o seu destino

poderá não ser semelhante ao caso da música. No caso dos livros, destacam-se duas principais diferenças que jogam a seu favor:

- » O mercado dos livros é um mercado sobretudo de língua, pelo que a questão da cópia via *download* está bastante circunscrita;
- » A materialização do livro em papel – um suporte físico e tangível – continua a ser importante para um vasto segmento de leitores, sobretudo para os que não pertencem à geração *digital natives* (os que já nasceram na década de 90).

Em última instância, o ideal seria poder ter consumidores de leitura que, face a uma situação ilegal de duplicação de livros, se insurjam relativamente aos prevaricadores e que denunciem a situação aos autores, editoras e autoridades.

### 7.4.3 | Oportunidades dos *ebooks* a nível global

O desenvolvimento dos *ebooks* virá contribuir também para a criação de um mercado de novas oportunidades para os mercados de língua portuguesa.

Os editores podem, assim, chegar facilmente a mercados como o Brasil, os PALOP, as comunidades de emigrantes e a todos os falantes de língua portuguesa, idioma que, popularizado pelos brasileiros, atrai já um número crescente de interessados a nível mundial.

No caso dos livros técnicos, os verdadeiros *ebooks* e não os vulgares PDF de livros físicos apresentam enormes vantagens, já que permitem associar ao livro todas as virtualidades de uma experiência multimédia.

Do ponto de vista do conhecimento, a riqueza de associar a um texto hiperligações, esquemas animados, fotos e vídeos que permitem uma leitura formatada pelo interesse do leitor altera significativamente a experiência de leitura.

Como é natural, um bom projeto multimédia exige investimentos expressivos que carecem de economias de escala apenas possíveis de obter com uma visão e uma atuação global.

Um dos travões a este desenvolvimento relaciona-se com questões de desenvolvimento destas novas tecnologias e com o receio de piratarias.

#### **7.4.4 | Uma comunicação *blended***

Os desafios digitais constituem excelentes oportunidades para a conceção de campanhas de comunicação *blended*, integrando a componente física com a digital e aproveitando as potencialidades do multimédia, quer para consumidores e potenciais leitores como para editores e livreiros.

Integrando a comunicação em meios físicos com a digital, uma estratégia *blended* facilita também a criação de bases de dados de consumidores de leitura, segmentáveis por gostos e hábitos de consumo.

Bem aproveitada, esta segmentação permitirá às empresas de edição e venda de livros atingirem os seus destinatários com orçamentos de comunicação mais reduzidos do que com campanhas apenas sustentadas em meios físicos.

A comunicação digital é, pois, um caminho com grande potencial de exploração, já que aproveita o potencial das redes sociais e coloca os leitores no papel de promotores dos livros. Sendo um produto catalisador de emoções e experiências, o livro é um produto com altíssimo potencial de recomendação.

Em síntese, a utilização dos meios digitais – aspeto que trouxe ao setor ameaças gravíssimas que importa neutralizar ou minorar – originou também novas oportunidades que serão seguramente captáveis por aqueles que souberem ver nelas os pontos fortes e não apenas as fraquezas de um mercado em evolução.

“As espécies que sobrevivem não são as mais fortes mas sim as  
que melhor se adaptam”

Charles Darwin

## BIBLIOGRAFIA

1. Leemans, H., Stokmans, M., *Attributes used in choosing book*, Poetics 20, North-Holland, 1991, pp 487-505
2. Chong, Pei Fen, Lim, Yan Peng e Ling, Siew Woei, *On the design preferences for ebooks*, IETE Technical Review, 2009, vol. 26, 3, Maio-Junho
3. Connaway, Lynn Silipigni, *A web-based electronic book library: the netLibrary model*, Libarray Hi Teck, 2001, vol. 19. No. 4, pp 340-349
4. Hjorth-Andersen, Chr, *A Model of the Danish Book Market*, *Journal of Cultural Economics*, 2000, 24, pp 27-43
5. Williams, Emily, *Copyright, Ebooks and the Unpredictable Future*, *Publishing Research Quarterly*, 2011, 27:19–25
6. Mateus & Associados, *O sector cultural e criativo em Portugal*, Ministério da Cultura, janeiro 2010
7. Neves e Santos, *Edição e Comercialização de Livros em Portugal: empresas, volume de negócios e emprego (2000-2008)*, Observatório das Atividades Culturais, setembro 2010
8. ORE – Observatório dos Recursos Educativos, *Os Recursos Educativos no Ensino Profissional: análise de situação nos CEF – Cursos de Educação e Formação*, 2010

## ANEXOS

### ANEXO I – LISTA DE ENTIDADES ENTREVISTADAS (16)

- » Alêtheia;
- » Babel;
- » Bertrand;
- » Bisturi;
- » Civilização/Bulhosa;
- » FNAC;
- » Gradiva;
- » Guanabara;
- » Lello;
- » Leya;
- » Lidel;
- » Lusodidacta;
- » Porto Editora;
- » Presença;
- » Publindústria;
- » Sílabo.

**ANEXO II – LISTA DAS EDITORAS DE LIVROS QUE SE DESTINAM  
AO ENSINO SUPERIOR**

<b>Editoras tradicionais (24)</b>	<b>Editoras universitárias (19)</b>
Almedina	Faculdade de Arquitetura do Porto
Áreas	Faculdade de Motricidade Humana
Coimbra Editora	FEUP
Coisas de Ler	Imprensa da Universidade de Coimbra
Edições 70	Instituto de Ciências Sociais
Escolar Editora	Instituto Piaget
FCA	ISCSP
Fim de Século	ISPA
Fundação Calouste Gulbenkian	IST Press
INCM	Universidade Aberta
Lidel	Universidade Autónoma
LivPsic	Universidade de Aveiro
Livros Horizonte	Universidade Católica
Lusodidacta	Universidade Fernando Pessoa
Ministério da Educação	Universidade Lusíada
Monitor	Universidade Lusófona
Principia	Universidade do Minho
Psicosoma	Universidade do Porto
Publindústria	UTAD
Rei dos Livros	
Quid Júris	
Sílabo	
Verlag Dashöfer	
Vida Económica	

Fonte: Comissão Contra a Cópia Ilegal da APEL

**ANEXO III – LISTA DAS EMPRESAS DE COMERCIALIZAÇÃO DE LIVROS QUE SE DESTINAM AO ENSINO SUPERIOR**

<b>Livrarias (12)</b>	<b>Importadores/distribuidores (6)</b>	<b>Crediários (3)</b>
Almedina	Dinternal	Lusodidacta
Associação de Estudantes do ISEG	Grupo A	Prata de Oliveira
Bisturi	Marka	Saudiforma
Livraria Científica-Médica	Nova Guanabara	
Coimbra Editora	Prata & Rodrigues	
Escolar Editora	LIDEL	
Livraria José Alves		
Livromédica		
Livpsic		
Quidjuris		
Serviços Sociais Universidade de Aveiro		
Universidade Católica		

Fonte: Comissão Contra a Cópia Ilegal da APEL

#### ANEXO IV – LISTA DAS EMPRESAS ESTUDADAS PELA GfK

Livrarias e outros (19)	Mass merchandisers (9)
Almedina	Auchan
Americana	Continente
Barata	Continente Bom Dia
Bertrand	Continente Modelo
Book House	E. Leclerc
Book it	EcoMarché
Bulhosa	InterMarché
El Corte Inglés	Netto
Fnac	Pingo Doce
Leya	
Livrarias Leya	
Leitura	
Media Markt	
Presse Linha	
Pretexto	
Staples	
Toys “R” Us	
Vobis	
Worten	

Fonte: GfK