

## **Pesquisa ANER sobre Precificação em Bancas e no Varejo para Revistas Impressas.**

Entre junho e julho de 2022, a **Associação Nacional dos Editores de Revistas (ANER)** promoveu uma pesquisa junto aos editores nacionais com publicações periódicas impressas, sobre as percepções e experiências acerca dos preços de capa das revistas, em especial quanto a possibilidade de praticar precificações distintas por regiões do país. A pesquisa também contou com o apoio da **Distribuidora Brancaleone** e da **EdiCase Gestão de Negócios** para a divulgação ao maior número possível de editores de revistas.

Participaram ao todo, 32 editores de diversos segmentos. Diante dos resultados, pôde-se concluir que poucos editores praticam ou praticaram preços de capa distintos por regiões em suas publicações. Por outro lado, uma imensa maioria desses editores (72%) considera o modelo de preços distintos como possível.

Tanto juridicamente como operacionalmente, não há impeditivos para esses modelos de preços localizados. A Comissão Logística da **ANER**, que contou com o apoio da Comissão Jurídica, ambas compostas por editores associados, formulou um guia rápido de como esse modelo pode ser implantado. Veja abaixo este guia e, na sequência, os números tabulados da nossa pesquisa:

### **1. PARA TRABALHAR COM PREÇOS DIFERENCIADOS, É NECESSÁRIO IMPRIMIR CAPAS DISTINTAS?**

Não. O editor pode indicar, próximo ao código de barras da publicação o valor de face do produto por região ou UF. Exemplo:

Regiões S, SE, CO: R\$ 15,90 e para N, NO: R\$ 18,90.

Esta mesma apresentação, pode ser aplicada eventualmente para UFs específicas. Exemplo:

R\$ 24,90, exceto para os estados do AM, AC, RR e RO: R\$ 26,90.

Opcionalmente é possível imprimir capas distintas por regiões, mas normalmente esta prática não é viável, posto os custos da variação da impressão das capas e as quantidades mínimas necessárias para a impressão.

### **2. PODE-SE APLICAR PREÇOS DIFERENCIADOS DE CAPA SEM MOTIVOS ESPECÍFICOS?**

Não se recomenda. Os preços podem ser distintos, desde que exista algum motivo que o justifique, tais como custos operacionais de transporte, comissões de distribuidores e razões equivalentes. Esta justificativa para a prática de preços diferenciados pode eventualmente ser questionada juridicamente e, como resposta, o editor precisa estar preparado para explicar a necessidade dos valores distintos.

### **3. COMO DEVO PROCEDER OPERACIONALMENTE PARA OPERAR COM PREÇOS DIFERENTES?**

É necessário que você divulgue e acorde antecipadamente com os distribuidores (regionais, diretos ou nacionais) quais as regiões em que se torna importante o modelo de preços distintos. Faça isso com alguma antecedência para que o distribuidor possa repassar essa informação para bancas e pontos de vendas.

**4. FISCALMENTE, COMO DEVO PROCEDER?**

Caso você trabalhe com o modelo de consignação, toda a triangulação (NF de remessa, venda e retorno) deve ocorrer com base no preço local acordado com o distribuidor. Ou seja, você precisará rigorosamente respeitar as precificações locais e emitir NFs e os descontos de comissão em cima dos valores regionais.

**5. E PARA A VENDA DIRETA?**

O procedimento é mais simples, pois não há a triangulação fiscal do modelo de consignação, logo basta emitir a NF de venda, respeitando os valores acordados por região.

**6. ESSA PRÁTICA AFETA OS VALORES COMERCIALIZADOS EM ASSINATURAS?**

A rigor, não. Mas esteja atento ao modelo de venda baseado em percentuais de desconto. Por exemplo, uma promoção nacional que conceda 30% de desconto em uma assinatura pode refletir valores ou percentuais diferentes para preços de capas referenciais também distintos. Então, o melhor a fazer, é trabalhar o preço final de venda com descontos referenciais baseados em tetos, por exemplo “Assine com até xx% de desconto” ou coloque uma observação no site de vendas de assinaturas, indicando que o percentual indicado pode ser menor para as regiões com preços de capa diferenciados.

**7. SE A MINHA PUBLICAÇÃO ESTIVER FILIADA AO INSTITUTO VERIFICADOR DE CIRCULAÇÃO (IVC), COMO DEVO PROCEDER?**

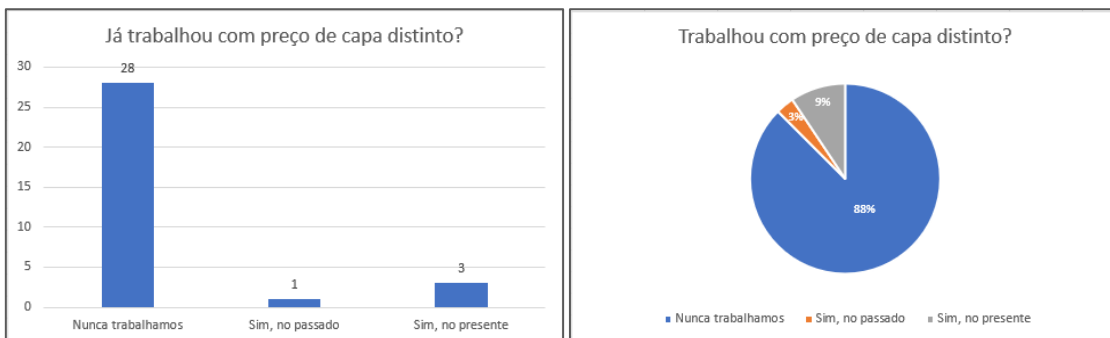
O preço referencial de capa da publicação, indicado ao IVC, deve ser o valor que equivale ao maior número de exemplares em circulação. Por exemplo, se sua publicação custar R\$ 24,90 no Brasil todo, com exceção da região Norte, o preço informado na guia de Informação Jurada do Auditado (IJA), deve ser baseado nos R\$ 24,90, neste exemplo. De todo modo, recomendamos comunicar ao IVC antecipadamente sobre eventuais impactos antes da execução do modelo de preços diferenciados.

**8. DO PONTO DE VISTA TRIBUTÁRIO, HÁ ALGO A SE CONSIDERAR?**

Tributos como PIS/COFINS são baseados nos valores da receita de vendas, logo não importa o preço estampado na capa, mas sim os recebimentos de acordo com o fluxo financeiro da operação, que obviamente já refletirão os preços regionais deste modelo. Em caso de dúvidas, consulte seu contador também.

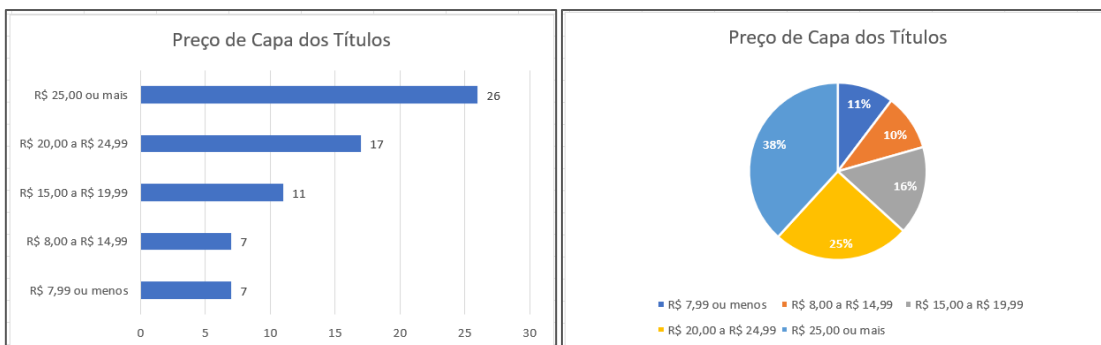
## Tabulação dos Resultados da Pesquisa:

### Quais editores trabalham ou trabalhavam com preços diferentes por regiões?



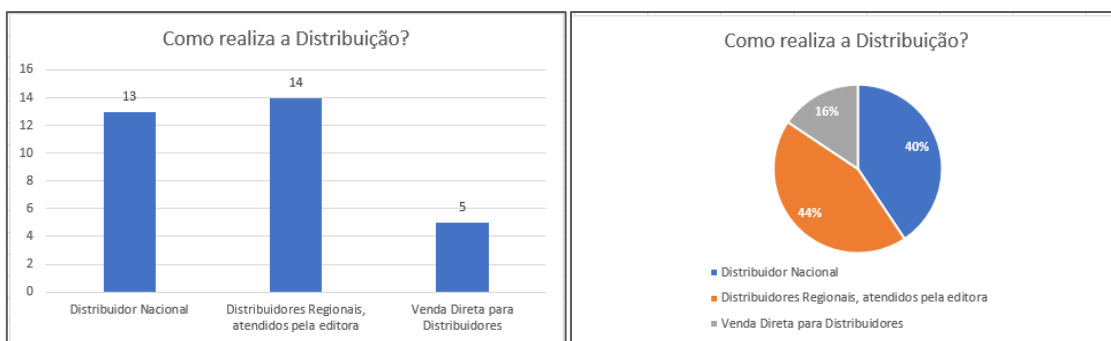
Constatou-se que a grande maioria dos editores nunca trabalhou com preços diferenciados, contudo, 12% deles ou utilizam esse modelo ou tiveram alguma experiência com ele no passado.

### Qual o preço de capa dos seus principais títulos?



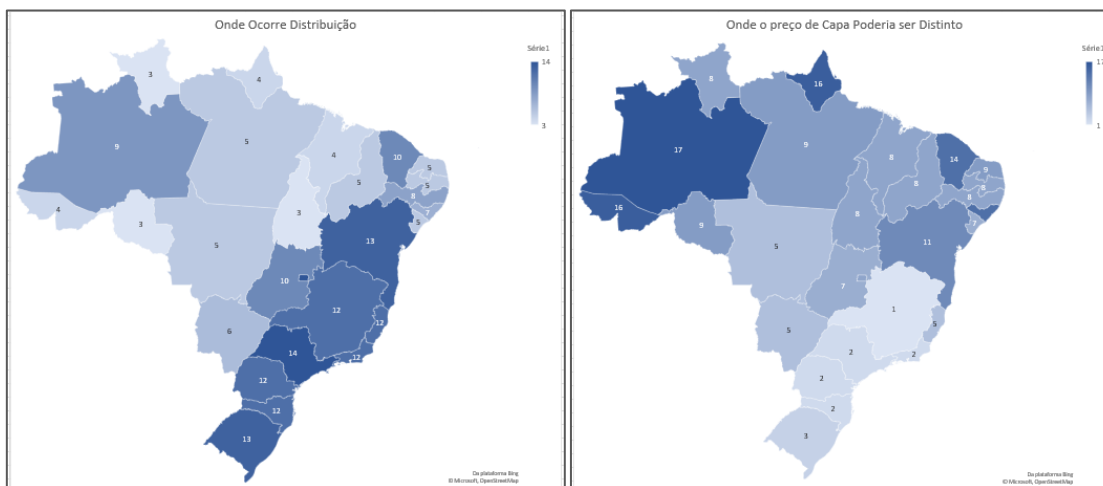
Percebe-se que quase 65% das publicações possuem hoje, preços de capa superiores a R\$ 20,00, sendo que, deste percentual, quase 40% possuem valores superiores a R\$ 25,00. A princípio, publicações com preços de capa menores estão sujeitas a impactos maiores nos custos de transporte.

## Como ocorre hoje a distribuição?



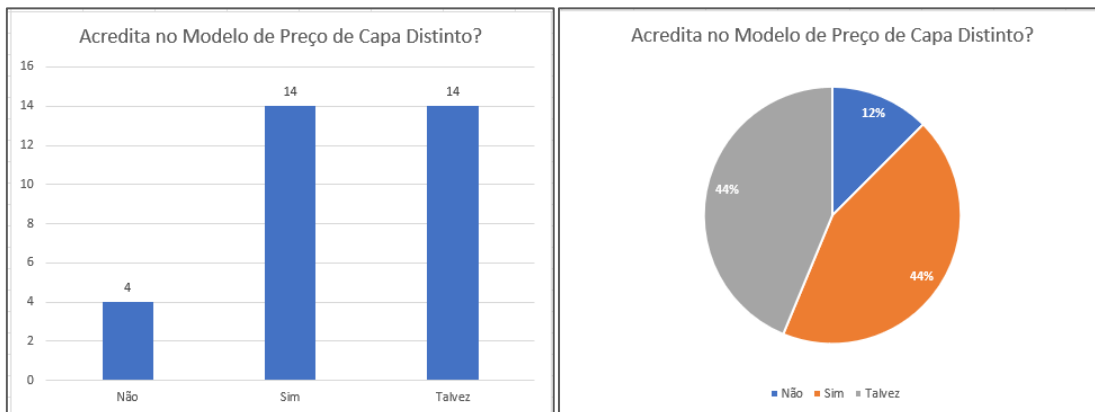
Aqui é possível perceber que a maioria dos editores atua com distribuidores regionais ou nacionais e que uma pequena parte trabalha diretamente com distribuidores locais de forma direta.

## Onde os editores distribuem e onde os preços de capa poderiam ser distintos?



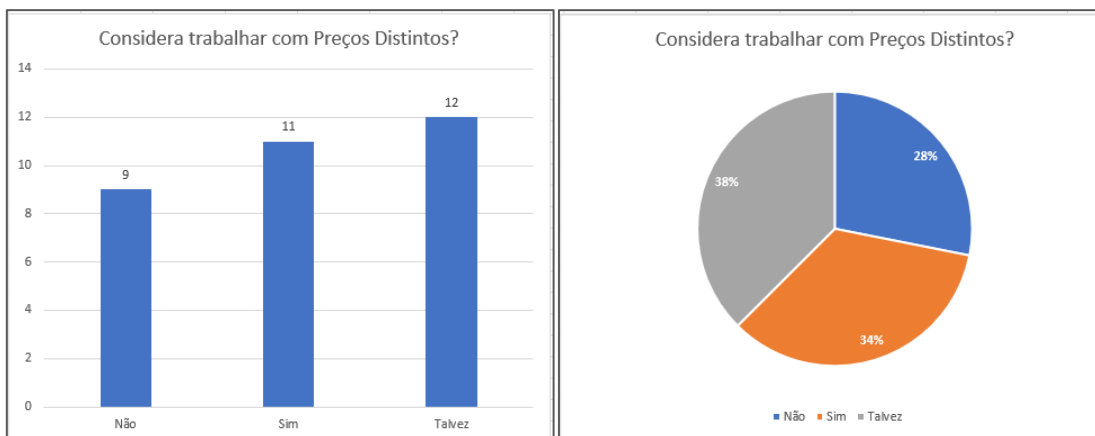
Percebe-se uma relação inversamente proporcional nos locais em que há mais distribuição de títulos (azul mais escuro, à esquerda) em relação aos locais em que os editores indicam como possíveis para um preço de capa diferenciado (à direita). Isto leva a crer que a execução de preços diferenciados poderia ser uma oportunidade para que esses editores distribuam seus títulos em mais localidades.

### Acredita no modelo de preço de capa diferenciado?



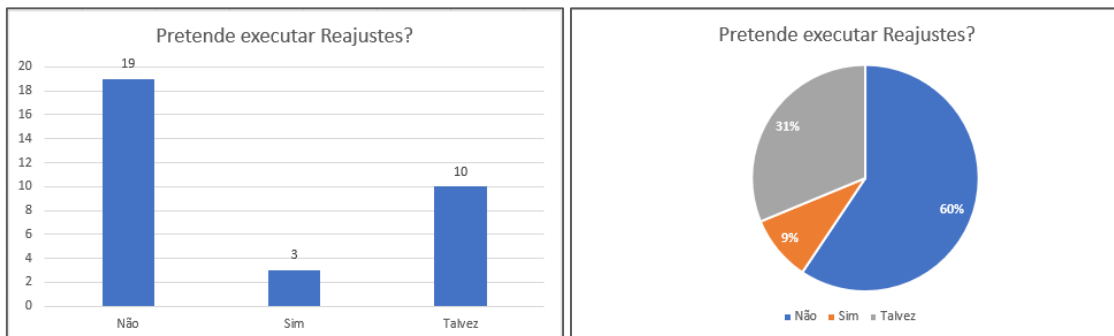
Ao considerar as respostas “sim” e “talvez”, a grande maioria dos editores consultados entendem que o modelo de preço de capas distintos pode ser viável.

### Considera trabalhar com preços distintos?



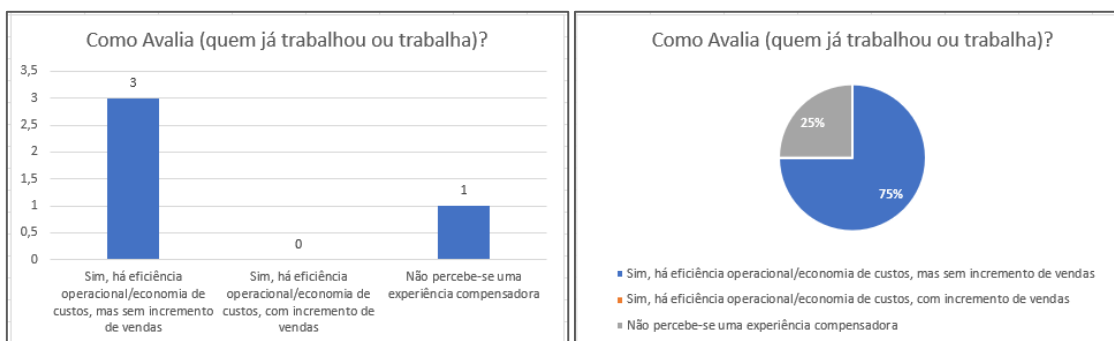
Mesmo que a grande maioria dos editores ainda considerem essa possibilidade (72%), percebe-se que quase 1/3 deles, ainda não considera este modelo. Quando comparado aos 12% negativos da questão anterior, podemos deduzir que quase 16% desses editores, acreditam no modelo, mas não cogitam implantá-lo. Uma possibilidade aqui é que esses editores não conheçam na totalidade os procedimentos para trabalhar com preços diferenciados.

### Pretende executar reajustes nos preços de capa?



Aqui a ideia foi compreender se, independente do fator regional, os editores pretendem executar reajustes próximos nos preços de capa de suas publicações. 60% não cogitam essa possibilidade atualmente.

### Como avalia sua experiência com os preços de capa diferenciados?



Essa pergunta, exclusiva aos participantes que trabalham ou já trabalharam com preços de capa diferenciados, demonstra que 75% deles, ou seja 3 dos 4 editores com essa experiência, consideram que este um modelo gera economia de custos, mas sem necessariamente aumentar o incremento de vendas.

Uma pergunta adicional para esses 4 editores, com experiência sobre este modelo, foi se constataram em algum momento, demandas judiciais sobre o modelo de preço diferenciado e, como resposta, não foi elencado nenhuma reclamação neste sentido.

outubro de 2022