

# Editoras independentes transformam mercado e aproximam público

Editoras independentes e livrarias de rua tomaram rumos diferentes de grandes conglomerados e desenvolveram estratégias para garantir a qualidade das publicações e driblar os desafios econômicos do mercado editorial e livreiro no país

Incluindo as empresas de maior porte, o setor gera ao menos 70 mil empregos diretos no país, segundo levantamento da Câmara Brasileira do Livro (CBL).



Muitos títulos relevantes internacionalmente, que abordavam as crises mundiais, não eram publicados.

A promoção da cultura no país e a geração de empregos e renda são os impactos positivos desses negócios. No entanto, há necessidade de políticas públicas voltadas à disseminação da leitura, assim como incentivos fiscais para a manutenção desses empreendedores. Apesar da menor capacidade de investimentos, esses negócios obtiveram resultados como a ampliação do catálogo de autores disponível no país, inclusive com traduções de obras contemporâneas mundialmente reconhecidas que não tinham espaço nas grandes editoras.

Houve ainda aproximação com o público leitor por meio de estratégias como financiamentos coletivos, clubes de livros e uso das redes sociais. “A editora independente é marginalizada no mercado. Então, ela está sempre tentando transformar esse mercado”, diz o editor e publisher da editora Autonomia Literária

e da revista Jacobina, Cauê Seignemartin Ameni.

O florescimento de editoras independentes teve início há cerca de 10 anos, relata Cauê, que também é um dos organizadores da Festa Literária Pirata das Editoras Independentes (Flipi). “O independente

sempre foi muito marginal e, aí, veio com força após 2015”. Após a ocorrência de crises no setor de livros, como a recuperação judicial das livrarias Cultura e Saraiva, em 2018, grandes e pequenas editoras foram impactadas e tomaram calotes.

Nos últimos anos, entretanto, levantamento da CBL apontou expansão do mercado editorial e livreiro no país, especialmente no pós-pandemia, com aumento no número de empresas do setor. Entre 2023 e 2025, houve um crescimento de 13% no número total de empresas, com destaque para o avanço das editoras e do comércio varejista de livros. E, de 2024 para 2025, o aumento foi consistente em todos os segmentos mapeados, ressaltou a CBL (ABr).

## Gamificação para times de vendas: o novo motor de performance no B2B

Nara Iachan (\*)

*Durante muito tempo, as estratégias de incentivo em vendas se concentraram em recompensas tradicionais: comissões, bônus e metas trimestrais*

eficazes quando aplicados a times internos, especialmente áreas comerciais.

Na prática, plataformas gamificadas permitem reconhecer micro conquistas, acompanhar em tempo real a evolução individual e coletiva, criar rankings saudáveis, estabelecer missões semanais e transformar metas em desafios estimulantes. Isso gera motivação diária, melhora a disciplina comercial e fortalece a cultura de alta performance.

Funcionava - mas não engajava de maneira contínua. Com equipes cada vez mais desafiadas por ciclos de venda longos, metas agressivas e alta competitividade, surge uma evolução natural nesse cenário: a gamificação como ferramenta estratégica para impulsionar performance e criar um ambiente de vendas mais motivado, dinâmico e eficiente.

A consequência direta é previsibilidade: quando o time entende o impacto de cada ação no resultado final, a jornada de venda deixa de ser um processo abstrato e se torna tangível e motivador. Grandes empresas como Natura e Bradesco Financiamentos já estão por dentro dessa tendência e aumentando a sua performance.

A lógica da gamificação - transformar objetivos de negócios em jornadas motivacionais - já é amplamente usada em experiências de consumo. Mas, aos poucos, essa lógica migrou para dentro das organizações, especialmente para times de vendas B2B, no qual a combinação entre engajamento e performance é determinante para o resultado.

Em mercados B2B que são altamente competitivos e exigentes, transformar esse percurso em uma experiência engajadora faz diferença no faturamento e na consistência das entregas. No fim das contas, gamificar a rotina comercial não é apenas uma questão de incentivo. É uma forma de conectar propósito, estratégia e execução.

E os dados reforçam essa tendência. De acordo com o Global Customer Loyalty Report 2025, iniciativas que utilizam elementos de gamificação, como metas evolutivas, reconhecimento contínuo e recompensas personalizadas, registram até 30% de aumento nos índices de engajamento e contribuem para elevar a retenção de profissionais em cerca de 25%. Embora o estudo tenha foco global em programas de fidelidade, os mesmos mecanismos se mostraram altamente

Em um cenário no qual equipes precisam ser ágeis, analíticas e resilientes, a gamificação se torna o elo que une motivação contínua e resultados consistentes. Porque, em vendas, a performance não nasce só da meta. Ela nasce de como tornamos a jornada estimulante todos os dias.

(\*) - É CMO da Loyale by Cuponera.

## O Agente Secreto faz história no Globo de Ouro

O cinema brasileiro viveu uma noite histórica no domingo (11) no Globo de Ouro, realizado no The Beverly Hilton, em Los Angeles (EUA). O filme O Agente Secreto, dirigido por Kleber Mendonça Filho, venceu duas das principais categorias da cerimônia: Melhor Filme em Língua Não Inglesa e Melhor Ator em Filme de Drama, com Wagner Moura.

com um “Parabéns”, dito em português. Ao receber a estatueta, Kleber Mendonça Filho iniciou o discurso saudando o país. “Eu quero dar um alô ao Brasil: alô, Brasil”, disse. Em seguida, agradeceu à distribuidora brasileira Vitrine Filmes, à produtora e parceira Emilie, à equipe e ao elenco. “Obrigado, Wagner Moura. As melhores coisas acontecem quando você tem um grande ator e um grande amigo. Eu dedico esse filme aos jovens cineastas. Esse é um grande momento”, afirmou o diretor.

Apesar do desempenho expressivo, o longa brasileiro não levou o prêmio de Melhor Filme de Drama, principal categoria da noite, que ficou com Hamnet. Ainda assim, a chamada “noite do Brasil” consolidou a presença do país entre os destaques da premiação. O anúncio de Melhor Filme em Língua Não Inglesa foi feito pelos atores Orlando Bloom e Minnie Driver. Ao revelar o vencedor, Driver saudou o público brasileiro

A vitória coroou um percurso internacional iniciado no Festival de Cannes, onde o filme teve estreia concorrendo à Palma de Ouro. Na ocasião, uma apresentação de frevo tomou a Avenida Croisette e se tornou um dos momentos mais comentados da edição (ABr).

## Mercado reduz para 4,05% expectativas da inflação para 2026

O mercado financeiro reviu para baixo as expectativas de inflação para o ano de 2026. De acordo com o Boletim Focus, divulgado ontem (12) pelo Banco Central (BC), o ano fechará com o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) em 4,05%. Na semana passada, este índice, que serve de referência para a inflação oficial do país, estava em 4,06%. E há quatro semanas em 4,10%.

às semanas anteriores. No caso do Produto Interno Bruto (PIB), o mercado projeta que a economia do país crescerá 1,80% em 2026 - percentual que vem sendo projetado há cinco semanas consecutivas, e o mesmo projetado para 2027. Com relação ao câmbio, as projeções do mercado permanecem estáveis há 13 semanas consecutivas, com uma expectativa de que o dólar feche 2026 cotado a R\$ 5,50 - o mesmo valor projetado para 2027. A taxa básica de juros (Selic) deverá ser reduzida dos atuais 15% para 12,25% até o final de 2026, segundo o mercado financeiro; e para 10,50% em 2027. A Selic, atualmente, está em seu maior nível desde julho de 2006, quando registrou 15,25% ao ano. Após chegar a 10,5% ao ano em maio do ano passado, a taxa começou a ser elevada em setembro de 2024. A Selic chegou a 15% ao ano na reunião de junho, sendo mantida nesse nível desde então (ABr).

Definida pelo Conselho Monetário Nacional (CMN), a meta de inflação para 2025 é 3%, com intervalo de tolerância de 1,5 ponto percentual para cima ou para baixo. Ou seja, o limite inferior é 1,5%, e o superior, 4,5%. De acordo com o IBGE, a inflação medida em dezembro teve alta de 0,33%, ante ao 0,18% registrado no mês anterior. Com isso, o IPCA de 2025 ficou em 4,26%, dentro da meta do governo. Os demais índices do Boletim Focus divulgado hoje se mantiveram estáveis em relação

### A - Doação de Sangue

O Hospital da Mulher, unidade da Secretaria de Estado da Saúde de São Paulo (SES-SP), convoca a população para a doação de sangue. No último período, houve uma queda expressiva no número de doações, o que acendeu o sinal de alerta para os estoques de sangue e hemocomponentes. Cada bolsa coletada pode beneficiar até quatro pacientes. A mobilização é essencial para garantir a continuidade da assistência a pacientes que dependem diretamente das transfusões, em especial aqueles em tratamento oncológico.

### B - Líder de Vendas

O sucesso da Fiat Strada ultrapassou os limites do território do brasileiro, onde é líder de vendas há cinco anos consecutivos. O modelo, que caiu no gosto dos consumidores do país, assumiu o posto de veículo mais vendido da América do Sul em 2025, com 156.786 unidades emplacadas, reforçando o protagonismo da Fiat em toda a região. Sucesso no mercado brasileiro, a Nova Strada já ultrapassou o marco de 800 mil unidades produzidas no Polo Automotivo de Betim. Em 2025, a picape vendeu 142.901 unidades no Brasil, sendo dezembro o melhor resultado comercial do ano, com 14.536 unidades emplacadas.

### C - Estatística

O Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação (ICMC) da USP, em São Carlos, promoverá a terceira edição do curso Estatística e Otimização para Ciência de Dados e Pesquisa Operacional. Totalmente online e com início previsto para dia 14 de março, o curso fornece uma base sólida em metodologias estatísticas e de otimização, fundamentais para a análise de dados e tomada de decisões. Sob a coordenação da professora Cibele Russo e vice-coordenação do professor Elias Salomão Helou Neto, a formação é voltada a profissionais das áreas de ciência de dados, engenharia, estatística, matemática, saúde e áreas afins. As inscrições podem ser feitas por meio deste link: (https://bit.ly/49prdf7).

### D - Linha 17-Ouro

A futura estação Aeroporto de Congonhas da Linha 17-Ouro recebeu um trem pela primeira vez na manhã de domingo (11). A chegada ao local

foi em caráter de teste, avaliando o sistema de sinalização e controle dos trens, as condições da via e o alinhamento na plataforma, marcando um dos mais importantes passos para a abertura da linha no fim de março. Prevista para iniciar a operação até o fim de março, a linha vai ligar o aeroporto de Congonhas à estação Morumbi da Linha 9-Esmeralda, ao longo de seus 6,7 km de extensão e oito estações e com integração também ao metrô na estação Campo Belo (Linha 5-Lilás).

### E - Agro Paulista

O agronegócio paulista manteve desempenho robusto no comércio exterior em 2025 e registrou superávit de US\$ 23,09 bilhões, mesmo diante do impacto do tarifaço norte-americano no segundo semestre do ano. As exportações do setor somaram US\$ 28,82 bilhões, enquanto as importações totalizaram US\$ 5,73 bilhões. Os dados são do levantamento da Diretoria de Pesquisa do Agronegócios (APTA), vinculada à Secretaria de Agricultura. De janeiro a dezembro de 2025, o agronegócio respondeu por 40,5% do total exportado pelo Estado de São Paulo, reforçando sua relevância para a economia paulista. Já as importações do setor representaram apenas 6,6% do total estadual.

### F - Capilaridade da Rede

Reforçando sua estratégia de expansão nacional, a Selfit Academias, uma das maiores redes de academias da América Latina, inicia 2026 com o anúncio da inauguração de 33 novas unidades até março. O plano envolve um investimento de R\$ 115,5 milhões e contempla a abertura de 29 operações próprias e quatro franquias, consolidando a presença da marca em mercados estratégicos. Com foco em cidades de médio e grande porte, a rede amplia sua atuação em 10 estados: Maranhão, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Pará, Paraíba, Piauí, Mato Grosso, Bahia, Ceará e Alagoas. No modelo de franquias, o cronograma prevê quatro empreendimentos, distribuídos entre o Maranhão (2), Pará (1) e Ceará (1).

### G - Tendências no Varejo

Nesta quarta-feira (14), a partir das 10h40, será transmitido diretamente da sede do TikTok ByteDance, o Retail Executive Summit

2026 promovido pela Gouvêa Experience. Será o primeiro encontro para apresentar as tendências e novidades do NRF 2026: Retail's Big Show, maior encontro mundial da indústria varejista que acontece de 11 a 13 de janeiro em Nova York reunindo líderes, varejistas, marcas, fornecedores e serviços de tecnologia para discutir tendências, estratégias, inovação e tecnologia. Online e com acesso gratuito - a inscrição pode ser feita pelo link (https://gouveaexperience.com.br/transmissao-retail-executive-summit-2026/).

### H - Recorde de Blocos

Nesta quinta-feira (15), a Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro (Riotur) divulgará os nomes dos blocos autorizados pela prefeitura a desfilar no carnaval de rua deste ano. Um número recorde de blocos se inscreveu totalizando 803 agremiações. 685 blocos pediram credenciamento e 482 foram autorizados pela prefeitura. Desses, entretanto, apenas 444 cumpriram a agenda após 38 cancelamentos, representando 32 blocos a menos do que nos festejos de momo de 2024. O calendário oficial de carnaval de rua de 2026 se estenderá de 17 de janeiro a 22 de fevereiro. Trinta e cinco blocos desfilarão pela primeira vez.

### I - Usinas Solares

O Brasil acaba de ultrapassar a marca de 20 gigawatts (GW) de potência operacional nas grandes usinas solares, de acordo com o mapeamento da Associação Brasileira de Energia Solar Fotovoltaica (ABSOLAR). Segundo a entidade, desde 2012, o segmento já trouxe mais de R\$ 87,7 bilhões em novos investimentos e mais de 601 mil empregos verdes acumulados, além de proporcionar cerca de R\$ 29 bilhões em arrecadação aos cofres públicos. O CEO da ABSOLAR, Rodrigo Sauer, ressalta que as usinas solares têm papel crucial no atendimento à sociedade com energia limpa e competitiva, ainda mais neste período de maior calor, aumento de demanda e baixa dos reservatórios hidrelétricos.

### J - Buscado o Litoral

Com as férias de janeiro e as altas temperaturas, o movimento das rodovias dá um grande salto - principalmente daqueles que buscam fugir dos preços das passagens aéreas. Segundo uma pesquisa realizada pela FlixBus, viagens de férias são o segundo maior motivo para se viajar no Brasil, com 57% das escolhas. E o que chama mais atenção não é exatamente o número de pessoas, e sim o perfil do destino. O levantamento da FlixBus mostra que 74% dos brasileiros que viajam de ônibus neste período têm como destino o litoral, enquanto 37% optam por destinos de contato com a natureza e trilhas - consolidando o transporte rodoviário como a principal via para o ecoturismo e praias neste verão.