

1. Principais ações, projetos e programas iniciados, em desenvolvimento e/ou concluídos no decorrer do exercício, especificando sua respectiva relevância para a área de atuação da unidade, os valores aplicados e os resultados e impactos decorrentes;

1. Estante Aberta (fotos em anexo)

- a. A Estante Aberta é um projeto comunitário que atua como iniciativas semelhantes, em que o objetivo é incentivar a leitura de uma forma acessível e democrática ao disponibilizar espaços públicos para troca de livros, de forma que as pessoas que passam pelo local podem escolher um livro da estante para si mesmo e também podem fazer sua contribuição ao doar exemplares próprios.
- b. Foram usadas estantes antigas da Editora UnB para compor a estrutura do projeto.
- c. Foram instalados 5 pontos no total: no Restaurante Universitário e na Faculdade de Direito, dentro do Campus Darcy Ribeiro, além de pontos nos campi de Planaltina, Gama e Ceilândia.
- d. O abastecimento inicial das estantes foi feito com exemplares da Editora UnB cedidos para a iniciativa. O objetivo é que os livros circulem dentro da comunidade, mantendo as estantes sempre abastecidas com a devolução dos exemplares e a doação de livros por parte dos leitores, entretanto, percebe-se que a comunidade contribui pouco com o fornecimento de exemplares. Por isso, o projeto pode ser descontinuado.

2. 2ª Festa do Livro da UnB (fotos em anexo)

- a. A Festa do Livro da UnB é a única feira de livros da região focada no público acadêmico. Sua segunda edição ocorreu entre os dias 10 e 12 de setembro de 2024, no Restaurante Universitário (RU) do Campus Darcy Ribeiro.
- b. A importância do evento está relacionada ao contato direto do público com editoras de todo o país, reforçando a identificação do público com o hábito da leitura e intensificando a imagem institucional da Universidade de Brasília e da Editora UnB. O evento também tem uma importância cultural ao promover lançamentos de livros, palestras e mesas redondas. Nesta segunda edição, foram realizados 15 lançamentos, 8 palestras e 1 mesa redonda.
- c. A segunda edição foi feita com o apoio da Diretoria de Esportes e Atividades Comunitárias, que emprestou pranchões e cavaletes do seu acervo para a Editora UnB montar a estrutura para exposição dos livros. Os outros expositores levaram suas próprias bancadas para exposição. Essa versão reduzida contribuiu para que os gastos fossem mínimos, segue abaixo o orçamento consolidado:

Nº	Item	Valor	Fornecedor	Observação
1	Segurança	R\$ 2.000,00	GRIFFO SERVIÇOS DE SEGURANÇA	Processo SEI 23106.065524/2024-49
2	Pontos de energia			
3	Camisetas	R\$ 2.800,00	ADUnB	Patrocínio oferecido, 104 camisetas a R\$26,90 cada.
4	Banners com bastão	R\$ 1.200,00	Vozes	Patrocínio oferecido, 4 banners a R\$300,00 cada.
5	Bottons	R\$ 344,41	L7 Personalizados	Os botttons foram distribuídos aos expositores da feira e incluídos nos kits para palestrantes e para sorteio.

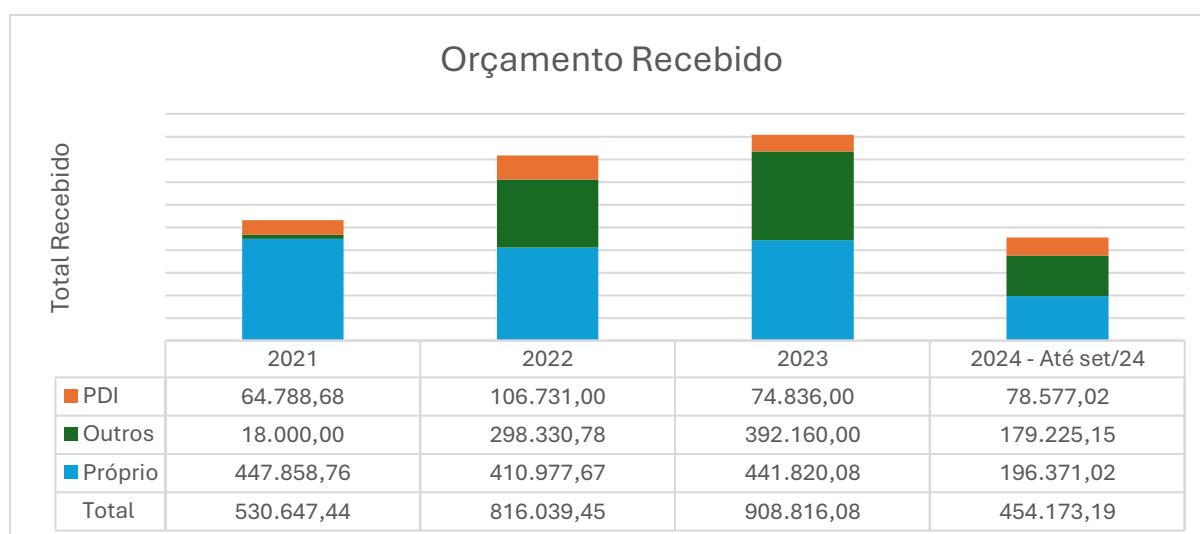
- d. O resultado financeiro para a Editora UnB foi positivo, com um total de vendas de R\$ 30.599,44 ao longo dos três dias do evento. Esse valor é referente às obras da Editora UnB e de outras editoras parceiras que foram representadas pela equipe de vendas da Editora UnB.
 - e. Já pela avaliação dos expositores participantes e do público, a primeira edição foi mais favorável pelos seguintes motivos:
 - i. Mais expositores presentes,
 - ii. Estrutura já fornecida pela organização do evento, facilitando a participação dos expositores,
 - iii. Local da primeira edição, ICC Sul, foi preferido em relação ao RU,
 - iv. A data de realização no meio do semestre possibilitou a presença de um público maior.
3. Campanhas de arrecadação: a de agasalho ocorrida ao longo do mês de maio e a de brinquedos e livros infantis ocorrida ao longo do mês de setembro. (fotos em anexo)
- a. As campanhas de arrecadação já são iniciativas anuais da Editora UnB desde 2019. Elas têm apresentado uma crescente nas doações ao longo do ano, exceto em 2024, o que indica que o senso da comunidade sobre as campanhas está aumentando.
 - b. Para realizar as campanhas de arrecadação, a Editora UnB faz uso da própria equipe para divulgar a campanha, preparar as caixas coletoras, distribuir e recolher as caixas, reunir, separar e entregar as peças arrecadas. Também faz-se o uso do carro institucional para a distribuição das caixas de coleta e a posterior entrega às instituições beneficiadas.

- c. Os resultados de 2024, em relação às crescentes que vinham de 2022 e 2023, mostra que as greves afetaram o fluxo de pessoas e, portanto, das doações feitas às campanhas. Segue abaixo o comparativo dos últimos três anos:

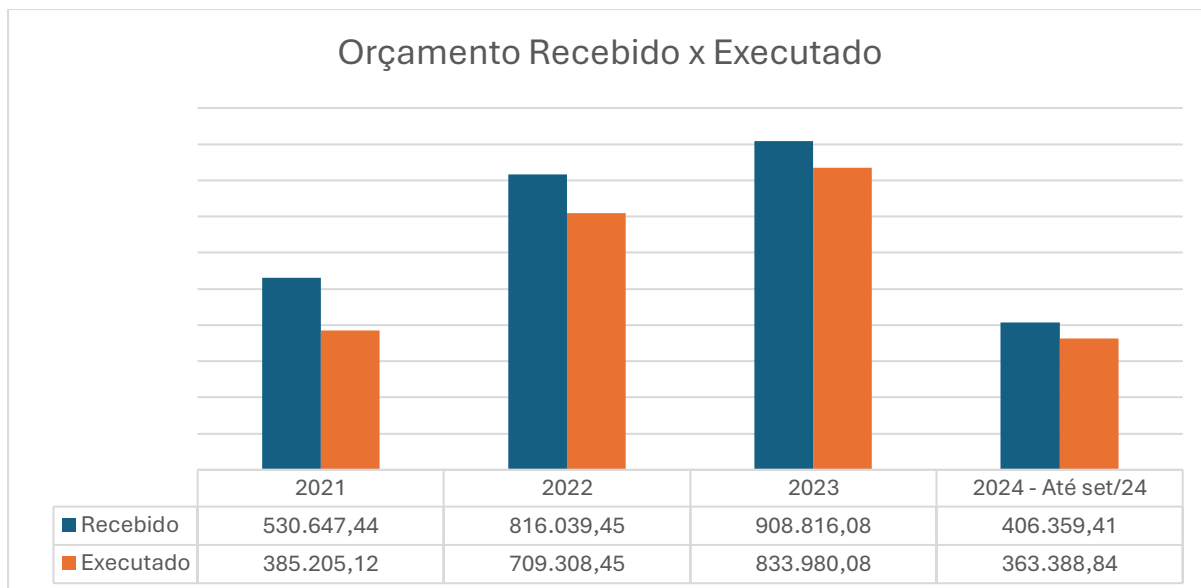
	Campanha do Agasalho	Campanha do Dia das Crianças
2022	521 peças de roupas	539 brinquedos e livros infantis
2023	651 peças de roupas	552 brinquedos e livros infantis
2024	216 peças de roupas	172 brinquedos e livros infantis

- d. A arrecadação da Campanha do Agasalho foi enviada à sede das Força Aérea Brasileira para que atendesse às cidades do Rio Grande do Sul afetadas pelas enchentes. Já a arrecadação da Campanha do Dia das Crianças foi dividida em três instituições da região do DF: Creche Renascer, Creche Santa Rita e Lar de Eurípedes.
- e. Publicação de 12 obras digitais pela oficina de editoração (projeto de extensão da EDU). Com recursos provenientes dos decanatos (DEX/DEG/DPI-DPG).
- f. Reedição da obra Dicionário de Política vol. I e II.

2. Principais resultados alcançados pela unidade no exercício (caso existam dados históricos comparativos referentes aos resultados apresentados, informar);



Orçamento Recebido x Executado



Arrecadação	2020	2021	2022	2023	2024
Editora UnB (consignação)	197.380,70	335.848,84	245.504,85	189.982,02	169.449,44
Livraria Centro de Vivência	55.056,41	69.986,97	197.714,48	274.050,98	338.313,93
Loja Virtual	82.594,64	94.952,64	49.743,26	34.459,51	50.713,53
Eventos	997,90	-	93.595,55	87.654,39	77.385,57
Total	336.029,65	500.788,45	586.558,14	586.146,90	635.862,47

Obras publicadas em 2024	21
Obras em efetiva produção editorial	13
Obras na fila de produção editorial	8
Obras finalizadas, aguardando impressão e/ou publicação digital	7
ISBNs gerados em 2024	48
Obras publicadas em 2024 com parte da produção realizada por colaboradores externos (revisão e/ou diagramação)*	12
Total obras impressas 2024	20
Total de obras digitais 2024	15

3. Prioridades estabelecidas no exercício para o atingimento dos objetivos da unidade;

- Estabelecimento de parcerias com a comunidade interna e externa;
- Divulgação da Editora UnB, de suas publicações e iniciativas através de seus canais de comunicação (site institucional, redes sociais, newsletter).
- Contratação de revisor externos para finalizar a obra dicionário de política vol. I e II.

4. Principais causas/impedimentos para o alcance dos resultados e medidas de enfrentamento tomadas, incluindo as justificativas para os resultados não alcançados;

- Acervo da EDU com déficit de reimpressões e reedições de seus *best-sellers*.
- Greve dos servidores técnicos-administrativos.
- Queda na arrecadação líquida nas vendas.

5. Principais inovações e melhorias implementadas pela unidade no exercício;

- Ações mensais de parceria com editoras parceiras na Livraria do Centro de Vivência e na loja virtual para renovação de acervo e realização de promoções exclusivas.
- Início da oficina de editoração da EDU, através do projeto de extensão.-

6. Principais desafios e riscos enfrentados pela unidade;

- Impressão de livros a um valor muito dispendioso, elevando consideravelmente o preço de capa dos novos livros;
- Equipe pequena para atuar com constância na divulgação e comunicação da EDU através de seus canais de comunicação (site institucional, redes sociais, newsletter).
- Continuidade das atividades com qualidade durante o período de greve.
- Vacância de servidores sem reposição (revisora de texto e técnico de informática)
- Pane do HD do servidor de informática da EDU com risco de perda de todo o acervo digital da EDU.
- Falta de orçamento financeiro.

7. Perspectivas futuras para a atuação da unidade.

- Realizar a 3ª Festa do Livro da UnB;
- Divulgar campanhas solidárias da Editora UnB;
- Ampliar as vendas online, físicas e consignadas.
- Realizar um novo pregão de serviços gráficos para reduzir os custos de impressão.