













# PAINEL DAS VENDAS DE LIVROS NO BRASIL

*RESULTADOS: 2015 X 2014*

Outubro, 2015

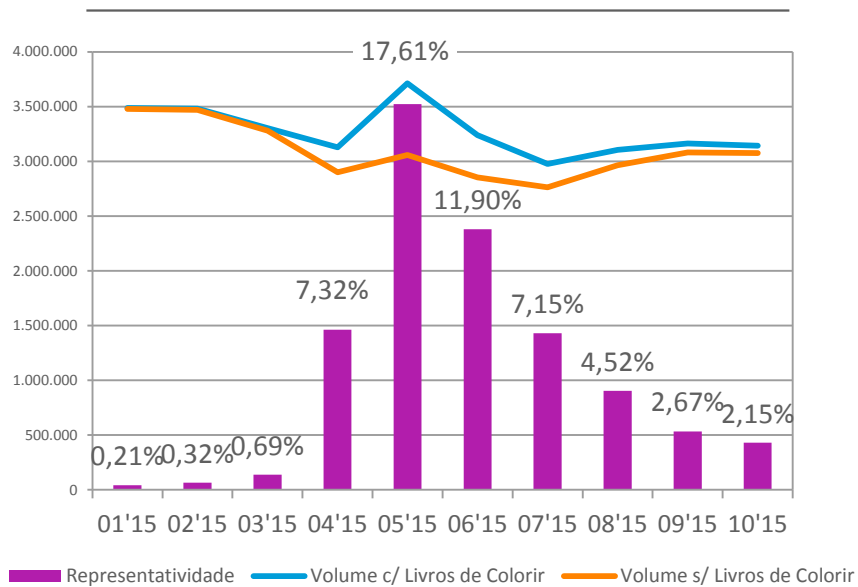
# COMPARATIVO 10º PERÍODO TOTAL – 2014 X 2015

| 2014               |   | 2015               | Varição            |          |   |
|--------------------|---|--------------------|--------------------|----------|---|
| 2.995.847          |    | <b>VOLUME</b>      | 3.016.292          | 0,7%     |    |
| R\$ 101.388.970,79 |    | <b>VALOR</b>       | R\$ 105.385.540,03 | 3,9%     |    |
| 102.281            |    | <b>ISBNs</b>       | 110.649            | 8,2%     |    |
| R\$ 33,84          |   | <b>R\$ MÉDIO</b>   | R\$ 34,94          | 3,2%     |   |
| 23,95%             |  | <b>DESC. MÉDIO</b> | 20,30%             | -3,6p.p. |  |
|                    |   |                    |                    |          |  |

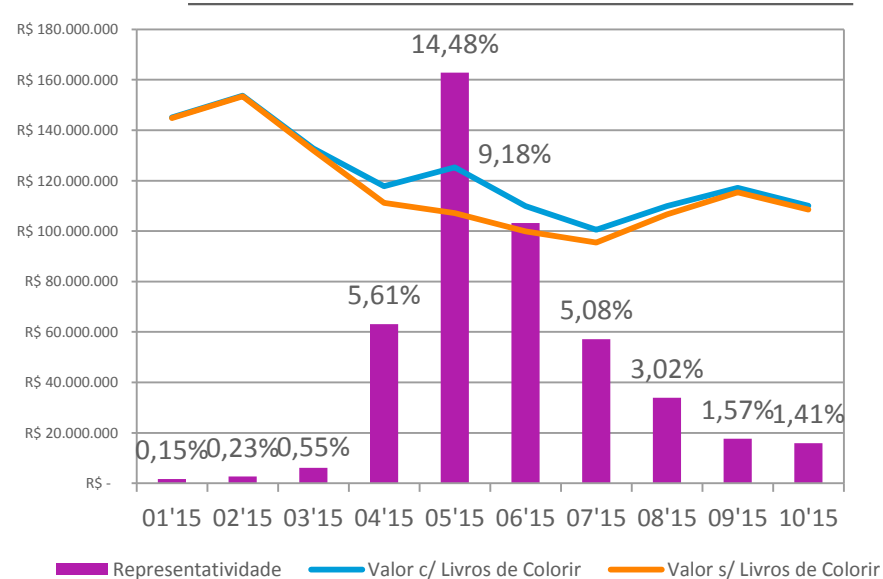
# COMPARATIVO 10º PERÍODO TOTAL – 2014 X 2015

LIVROS DE COLORIR: COMPILADO DE 175 ISBNs ATIVOS NO YTD 2015

## VOLUME



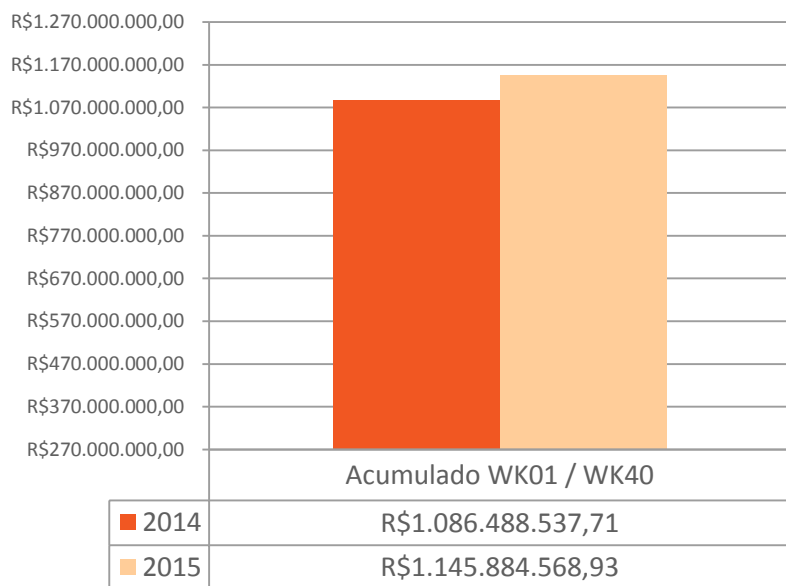
## VALOR



# FATURAMENTO E VOLUME 2015 X 2014

CRESCIMENTO DAS VENDAS EM VOLUME E FATURAMENTO EM 2015 COMPARADO AO MESMO PERÍODO ACUMULADO EM 2014

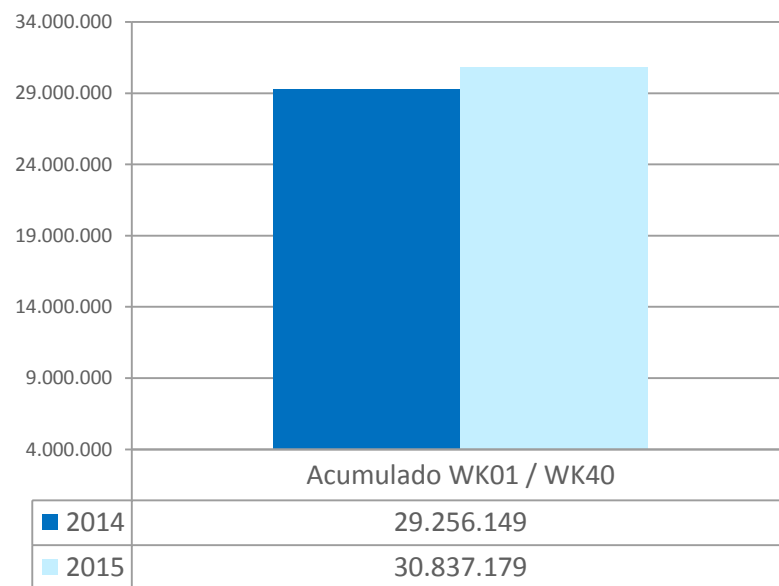
## VALOR



A VARIAÇÃO DE 5,47%

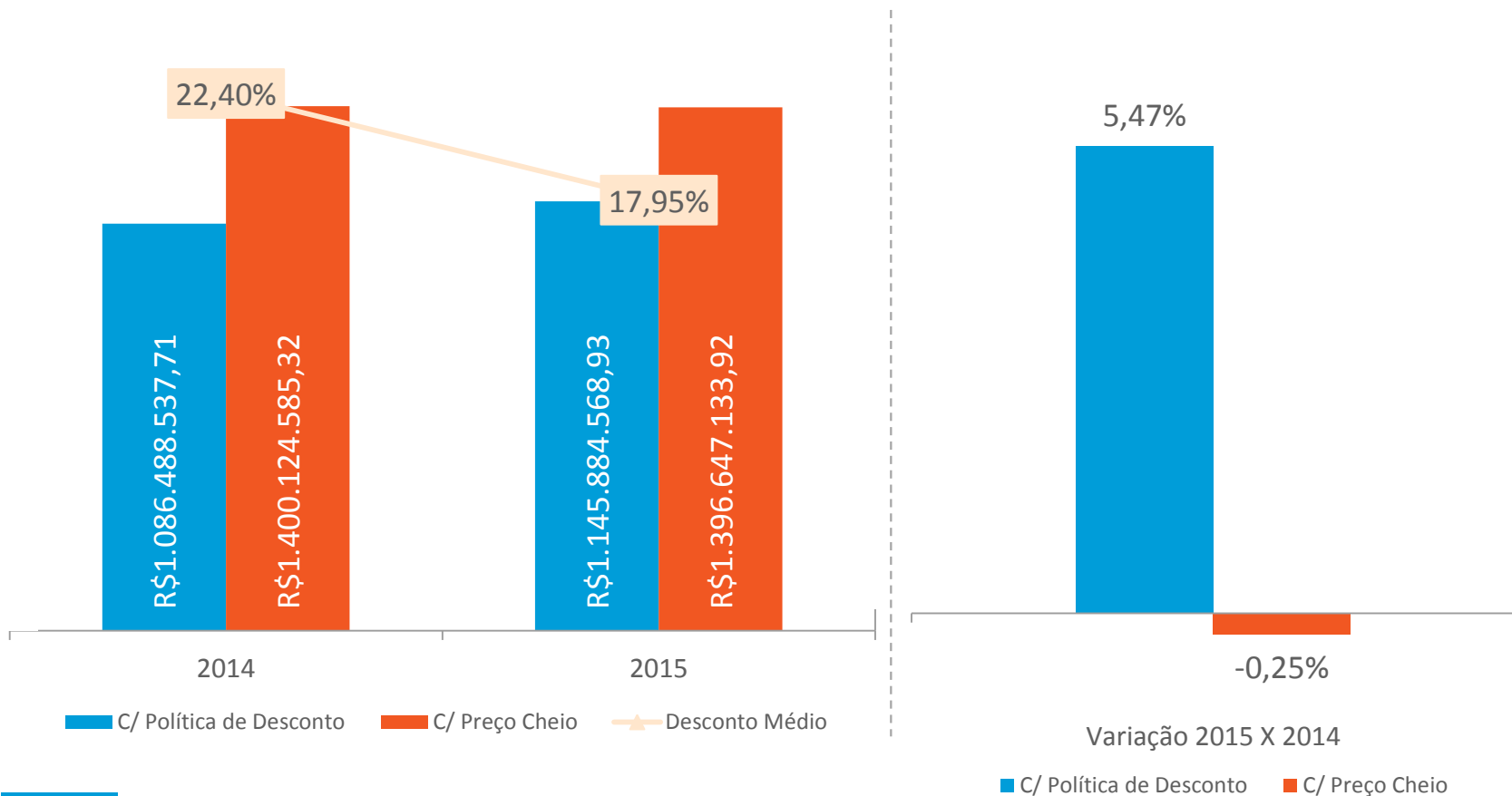
A VARIAÇÃO DE 5,40%

## VOLUME



# COMPARATIVO DO FATURAMENTO CHEIO E COM DESCONTO

ANALISANDO O FATURAMENTO COM PREÇO CHEIO (*HIPOTÉTICO*) OBSERVAMOS UMA VARIAÇÃO DE -0,25%



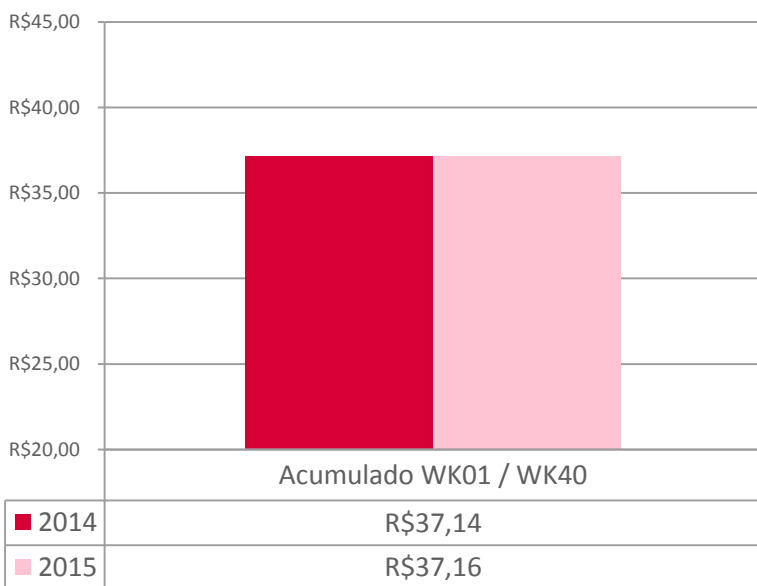
## NOTA

Faturamento "C/ Política de Desconto" refere-se ao valor efetivamente vendido com os descontos aplicados pelas redes varejistas  
 Faturamento "C/ Preço Cheio" situação hipotética onde todos os títulos são vendidos pelo preço de capa

# R\$ MÉDIO E ISBNs VENDIDOS 2014 X 2015

CRESCIMENTO DO FATURAMENTO E DAS VENDAS EM VOLUME MESMO COM A ESTABILIDADE DO PREÇO MÉDIO É RESULTADO DA MAIOR VARIEDADE DE ISBNs NO MERCADO

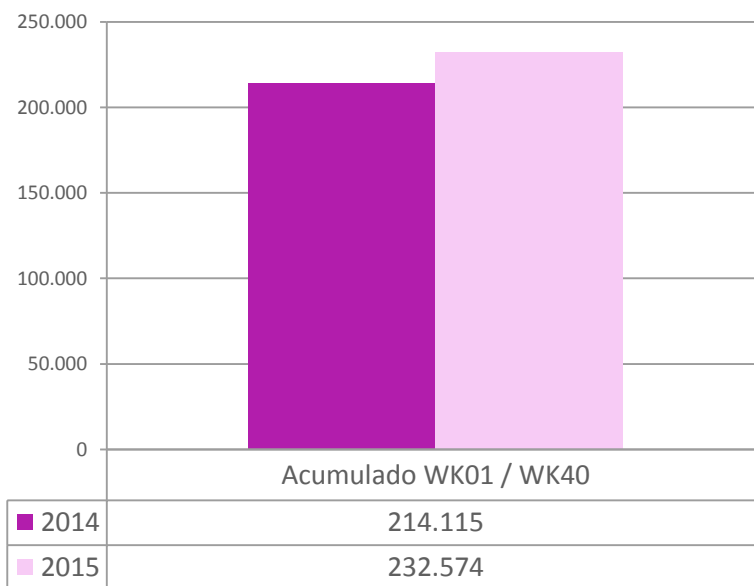
## PREÇO MÉDIO



A VARIAÇÃO DE 0,06%

A VARIAÇÃO DE 8,62%

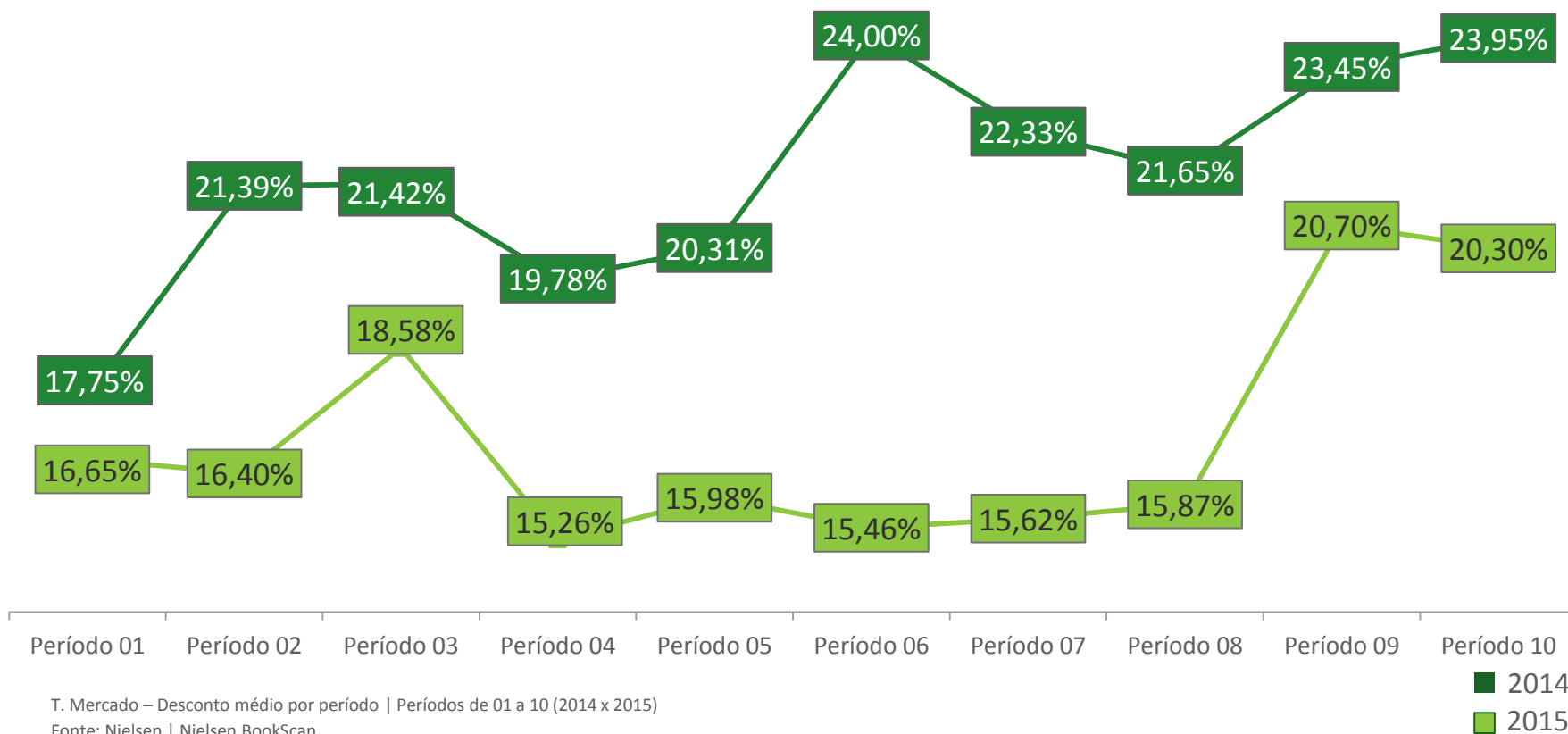
## ISBNs



# EVOLUÇÃO DO DESCONTO MÉDIO 2014 X 2015

**DESC. MÉDIO - ACUMULADO**

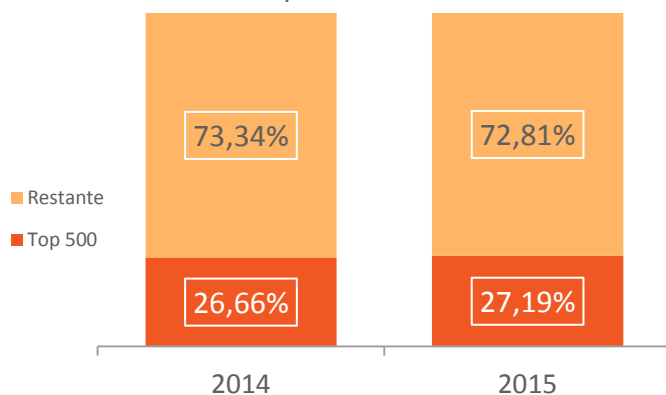
| % | 2014   | 2015   | Varição  |
|---|--------|--------|----------|
|   | 22,40% | 17,95% | -4,5 p.p |



# IMPORTÂNCIA DOS TOP 500

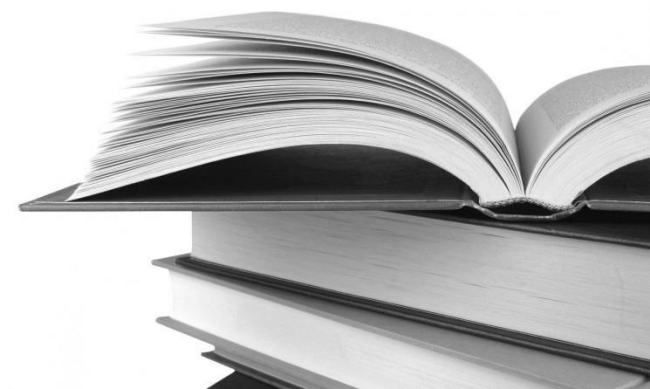
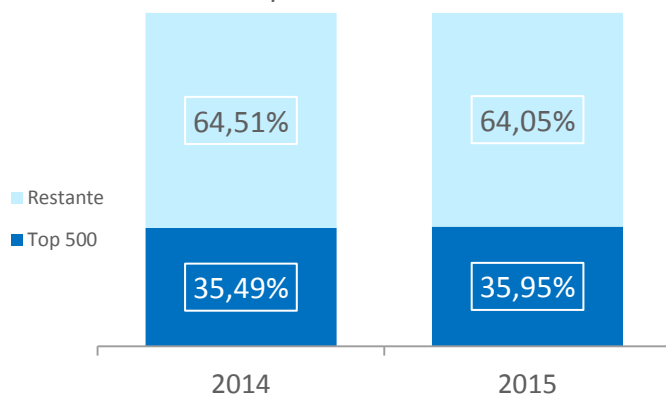
VARIAÇÃO IMPORTÂNCIA DOS TOP 500 2015 X 2014: **2,01% VALOR** | **1,30% VOLUME**

% Importância em VALOR



| TOP 500     | 2014      | 2015      | Variação   |
|-------------|-----------|-----------|------------|
| R\$ Médio   | R\$ 27,89 | R\$ 28,10 | 0,77%      |
| Desc. Médio | 27,56%    | 24,09%    | -3,47 p.p. |

% Importância em VOLUME

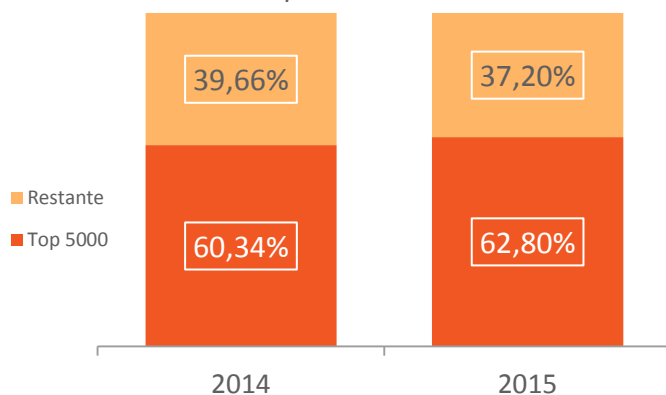




# IMPORTÂNCIA DOS TOP 5000

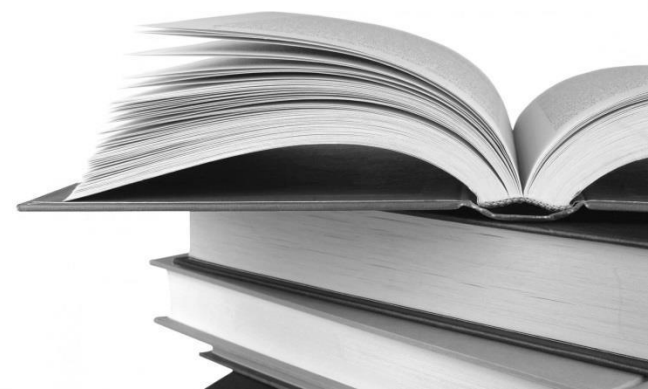
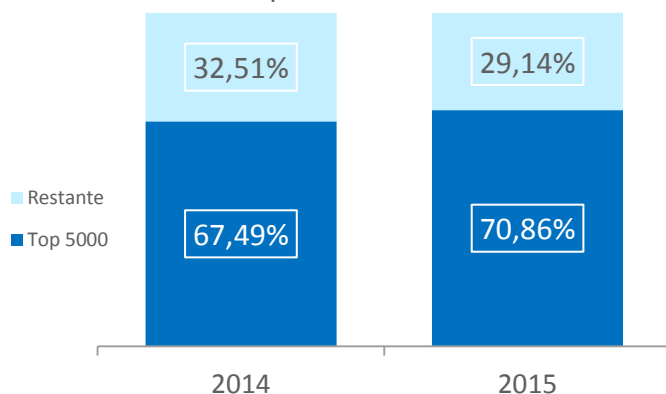
VARIAÇÃO IMPORTÂNCIA DOS TOP 5000 2015 X 2014: **4,07% VALOR** | **5,00% VOLUME**

% Importância em VALOR



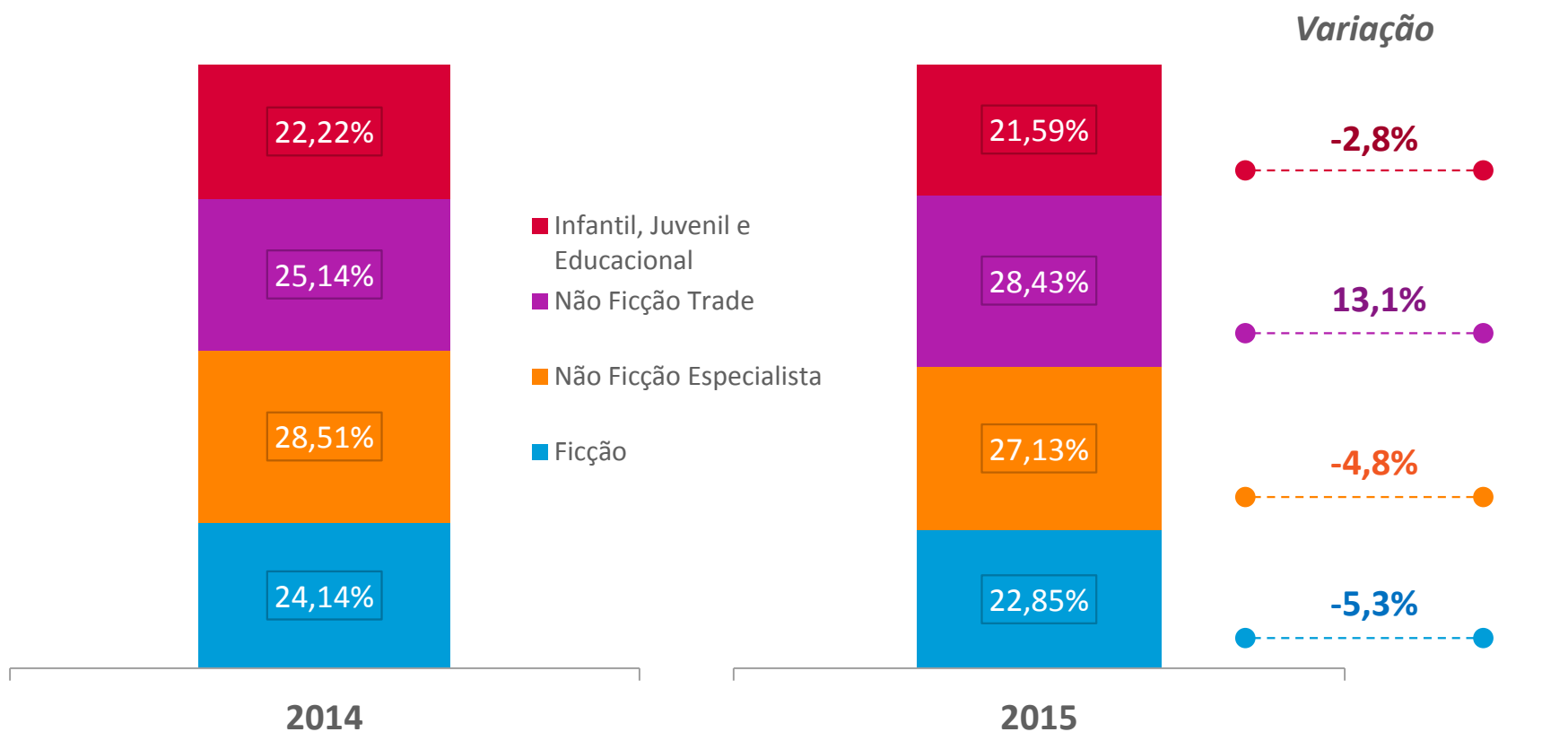
| TOP 5000    | 2014      | 2015      | Variação   |
|-------------|-----------|-----------|------------|
| R\$ Médio   | R\$ 33,20 | R\$ 32,93 | -0,82%     |
| Desc. Médio | 27,54%    | 23,37%    | -4,17 p.p. |

% Importância em VOLUME



# IMPORTÂNCIA DOS GÊNEROS EM FATURAMENTO

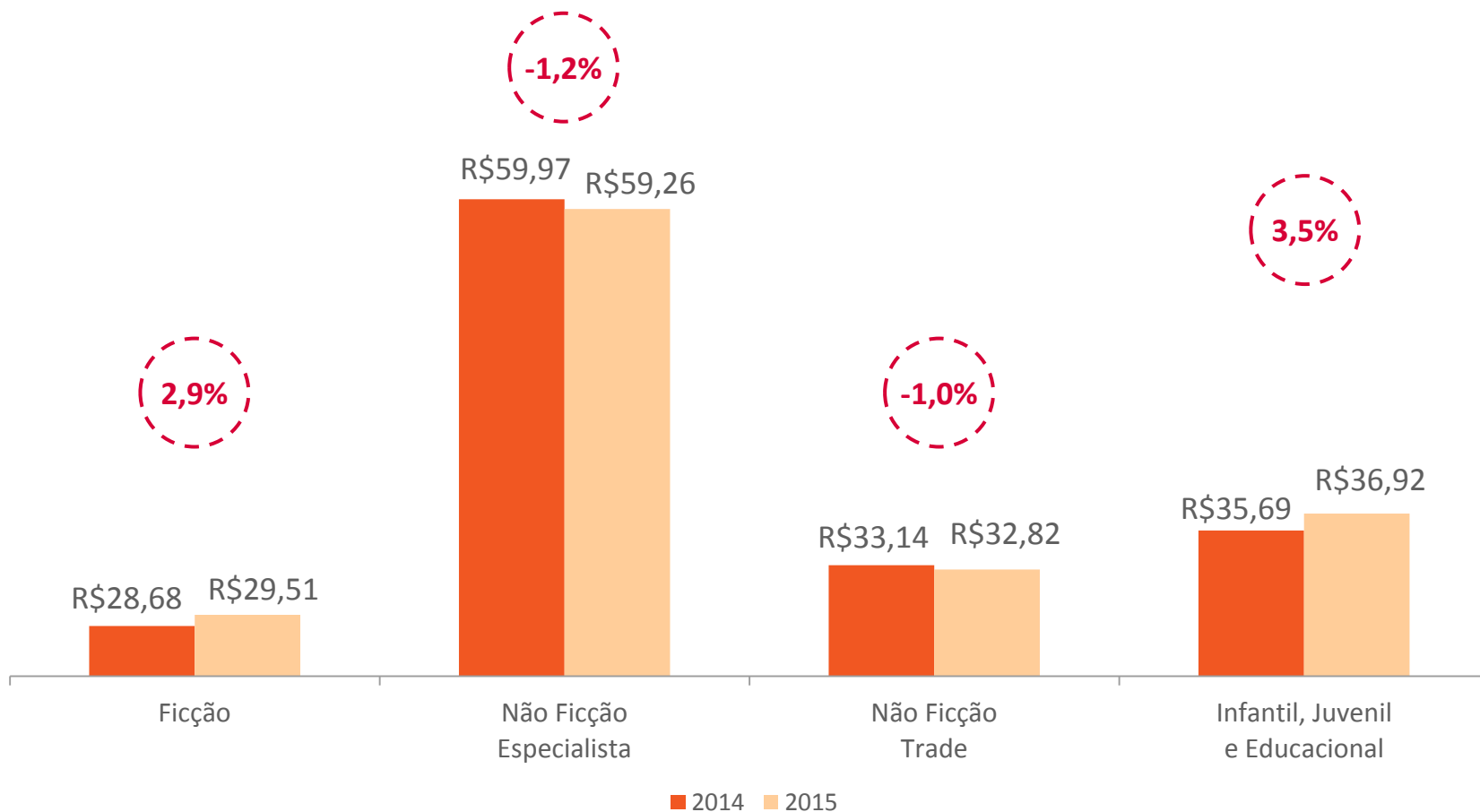
“NÃO FICÇÃO TRADE” CONTINUA EM DESTAQUE. NO PERÍODO 10, *BIOGRAFIAS* CRESCEM 21% EM COMPARAÇÃO AO MESMO PERÍODO NO ANO ANTERIOR



\*Participação em faturamento – Total Mercado

# PREÇO MÉDIO DOS GÊNEROS

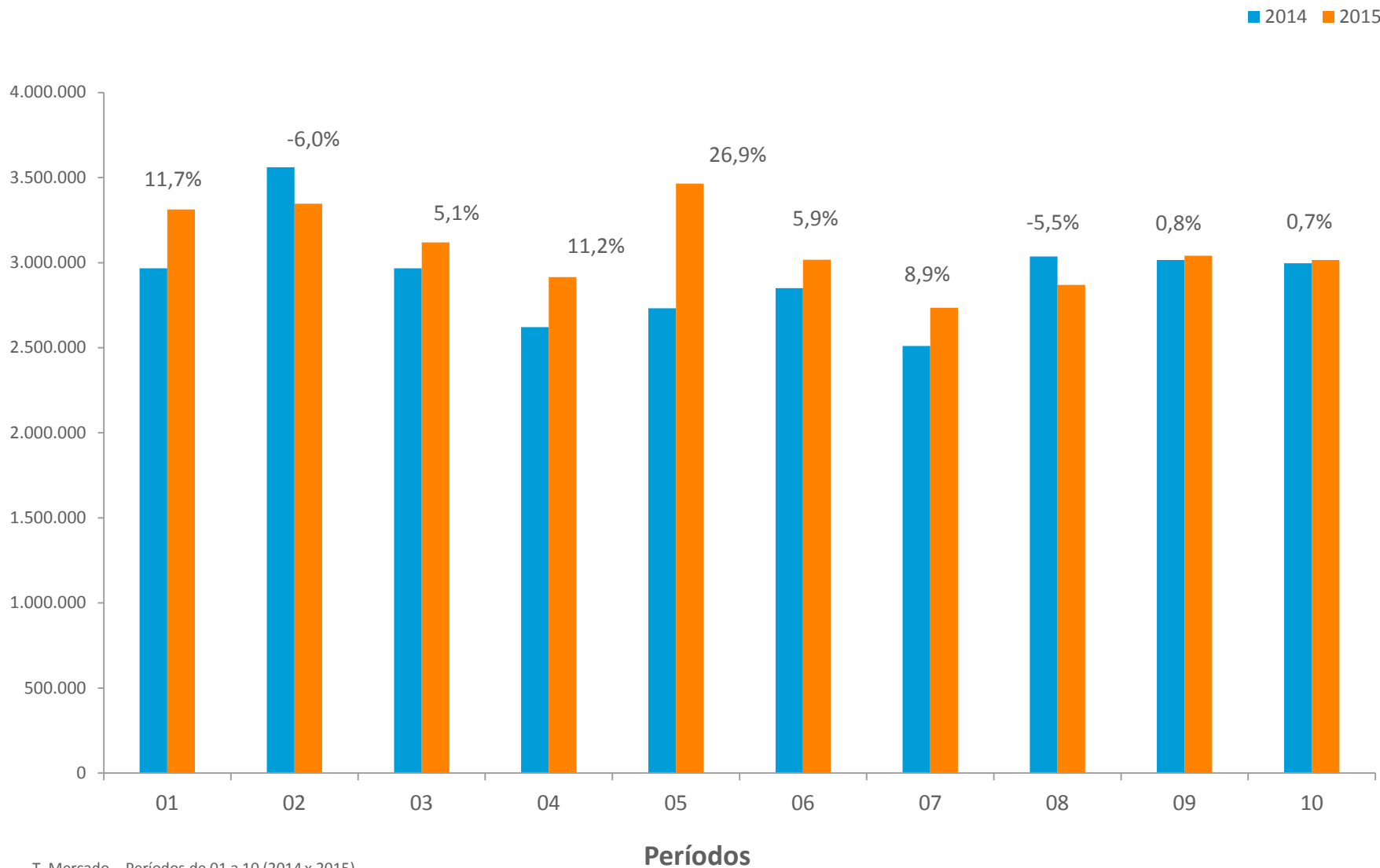
NÃO FICÇÃO ESPECIALISTA E NÃO FICÇÃO TRADE APRESENTAM VARIAÇÃO NEGATIVA DE PREÇO MÉDIO. PREÇO MÉDIO DE CAPA DOS GÊNEROS TAMBÉM APRESENTAM QUEDA, NÃO FICÇÃO ESPECIALISTA -8,9% E NÃO FICÇÃO TRADE -5,1%





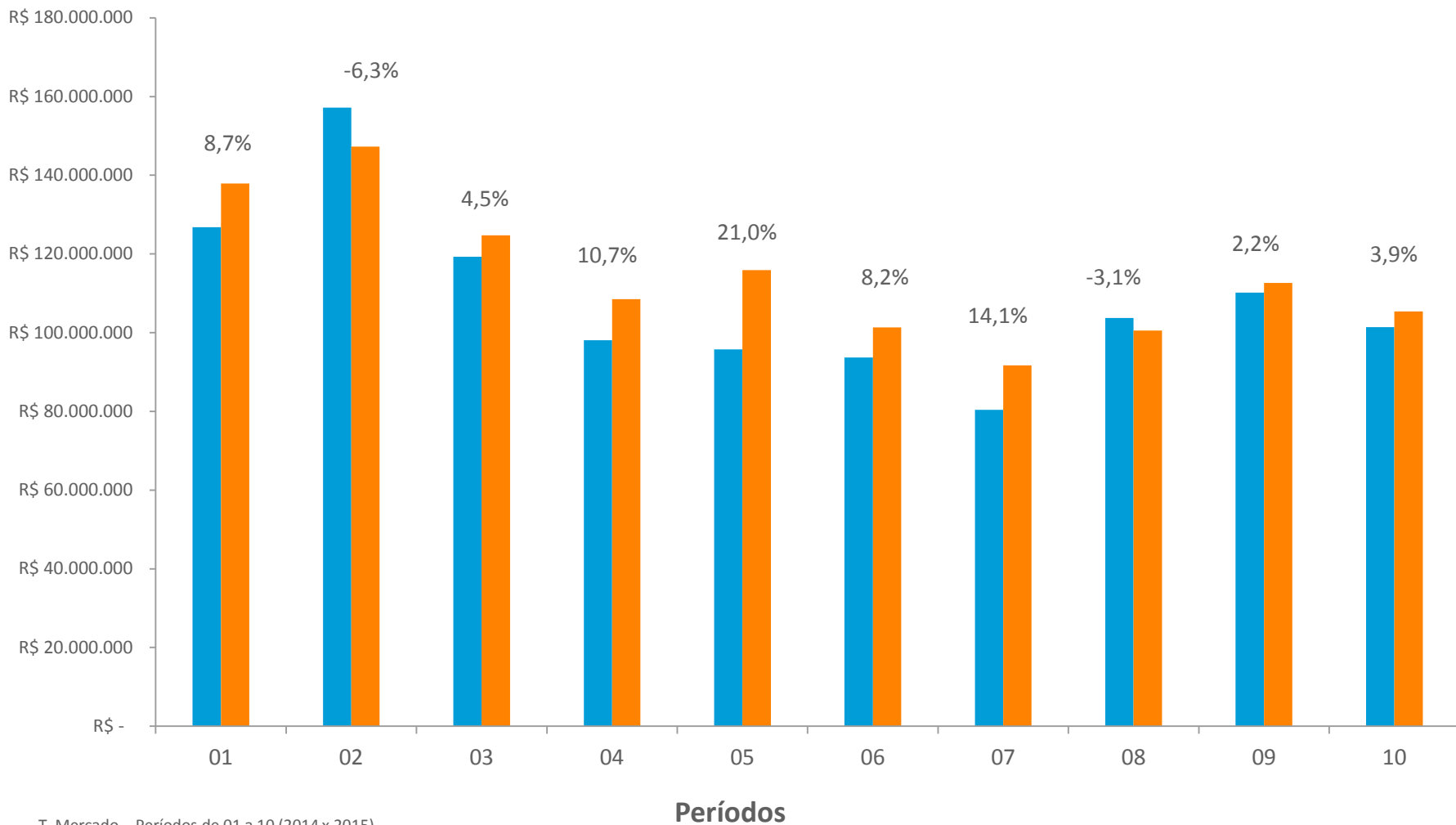
# COMPARATIVOS EVOLUÇÃO DOS PERÍODOS 2014 X 2015

# COMPARATIVO VOLUME – 2014 X 2015



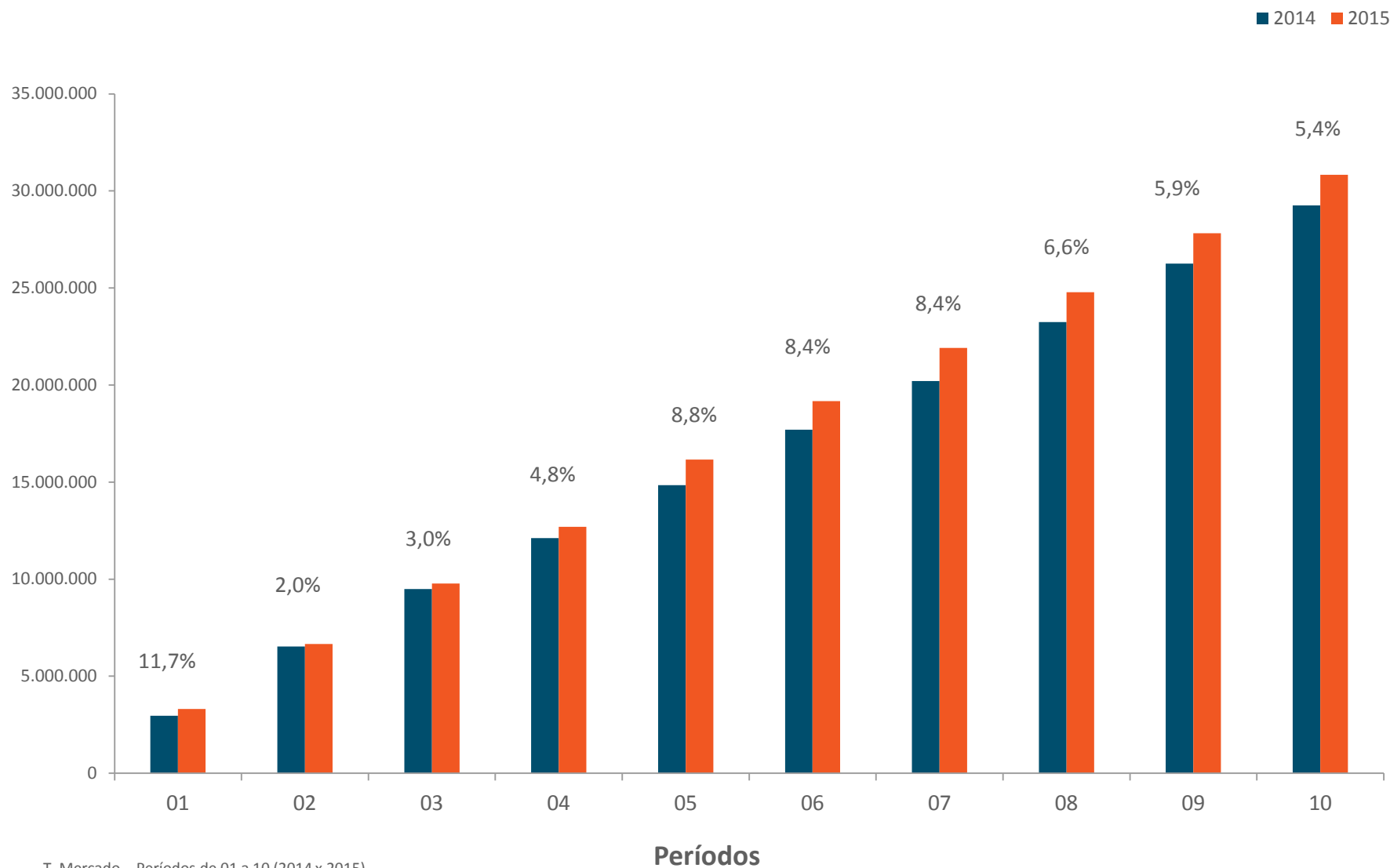
# COMPARATIVO VALOR – 2014 X 2015

■ 2014 ■ 2015



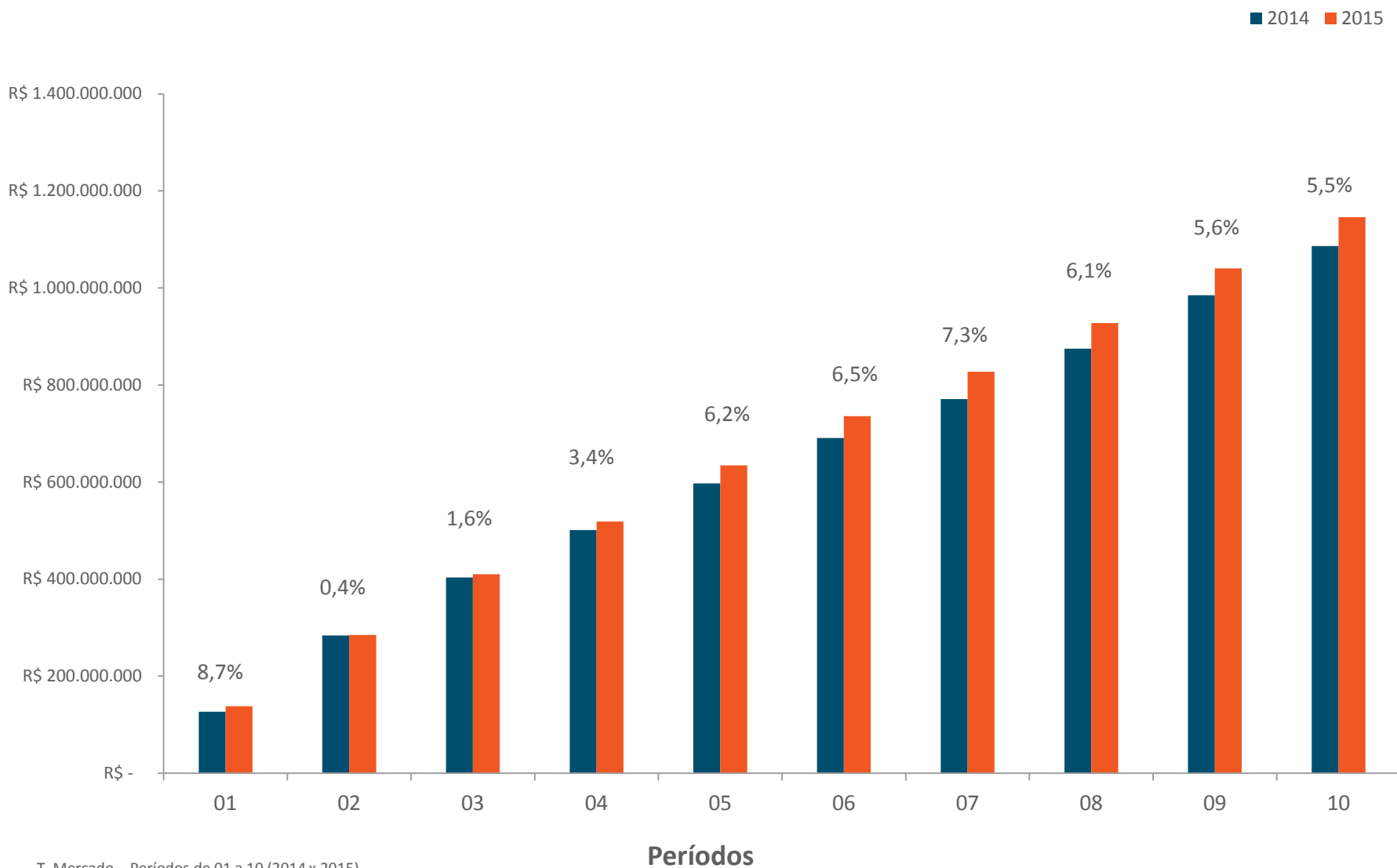
T. Mercado – Períodos de 01 a 10 (2014 x 2015)  
 Fonte: Nielsen | Nielsen BookScan

# COMPARATIVO ACUMULADO VOLUME – 2014 X 2015



T. Mercado – Períodos de 01 a 10 (2014 x 2015)  
Fonte: Nielsen | Nielsen BookScan

# COMPARATIVO ACUMULADO VALOR – 2014 X 2015



T. Mercado – Períodos de 01 a 10 (2014 x 2015)

Fonte: Nielsen | Nielsen BookScan



# Obrigado!

Nielsen BookScan Team

Nielsen Brasil

[Bookscan\\_Brasil@nielsen.com](mailto:Bookscan_Brasil@nielsen.com)

**SNEL**

Sindicato Nacional dos Editores de Livros

[www.snel.org.br](http://www.snel.org.br)

[snel@snel.org.br](mailto:snel@snel.org.br)

nielsen  
.....

AN UNCOMMON SENSE  
OF THE CONSUMER™



**S N E L**

Sindicato Nacional  
dos Editores de Livros



nielsenbrasil



@nielsenbr



company/nielsen-brasil



NielsenBrasil



nielsenbrasil