













# PAINEL DAS VENDAS DE LIVROS NO BRASIL

*RESULTADOS: 2015 X 2014*

Novembro, 2015

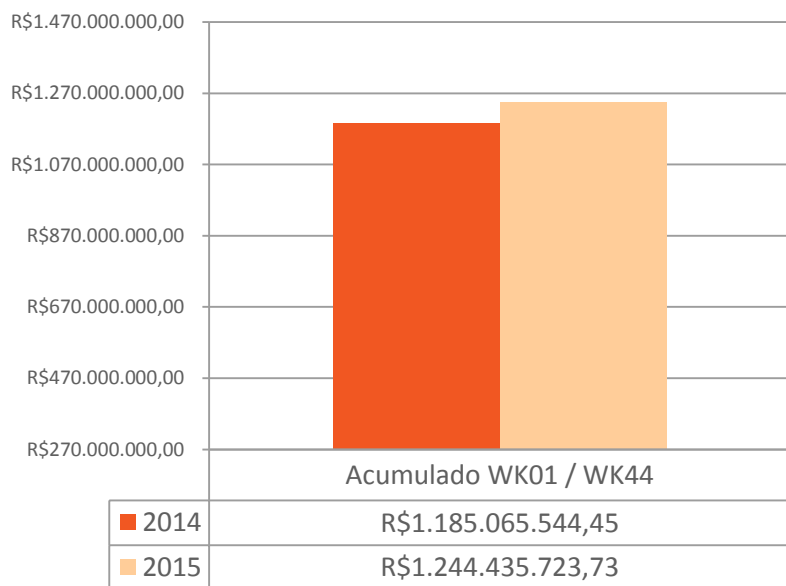
# COMPARATIVO 11º PERÍODO TOTAL – 2014 X 2015

| 2014              |   | 2015               | Varição           |                 |   |
|-------------------|---|--------------------|-------------------|-----------------|---|
| 2.934.173         |    | <b>VOLUME</b>      | 2.824.746         | <b>-3,7%</b>    |    |
| R\$ 98.577.006,74 |    | <b>VALOR</b>       | R\$ 98.551.154,80 | <b>-0,0%</b>    |    |
| 100.102           |    | <b>ISBNs</b>       | 102.995           | <b>2,9%</b>     |    |
| R\$ 33,60         |   | <b>R\$ MÉDIO</b>   | R\$ 34,89         | <b>3,8%</b>     |   |
| 20,39%            |  | <b>DESC. MÉDIO</b> | 17,48%            | <b>-2,9p.p.</b> |  |
|                   |   |                    |                   |                 |  |

# FATURAMENTO E VOLUME 2015 X 2014

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

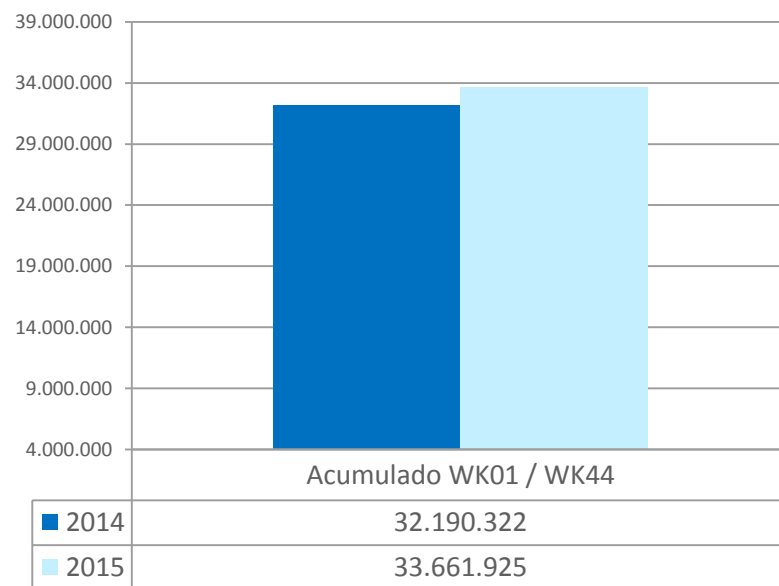
## VALOR



A VARIAÇÃO DE 5,01%

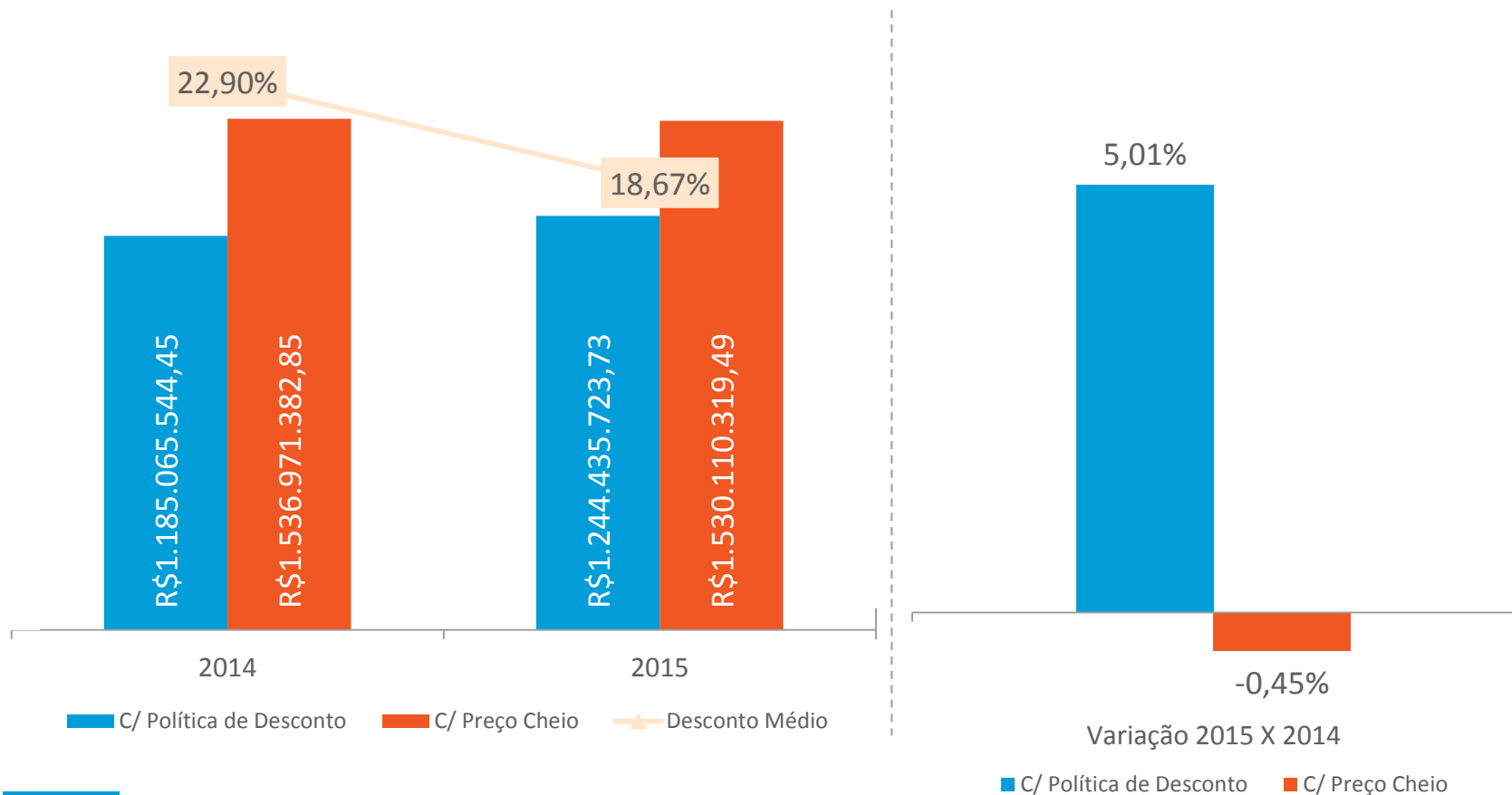
A VARIAÇÃO DE 4,57%

## VOLUME



# COMPARATIVO DO FATURAMENTO CHEIO E COM DESCONTO

ANALISANDO O FATURAMENTO COM PREÇO CHEIO (*HIPOTÉTICO*) OBSERVAMOS UMA VARIÇÃO DE -0,45%



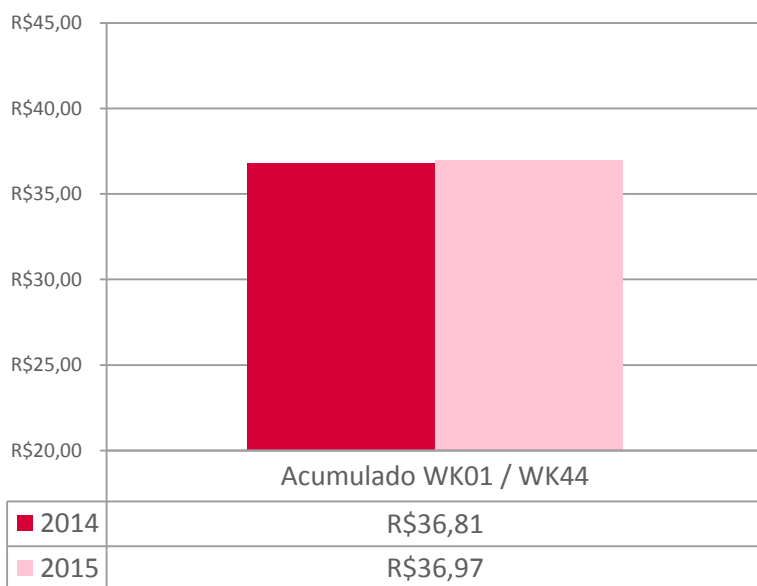
## NOTA

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

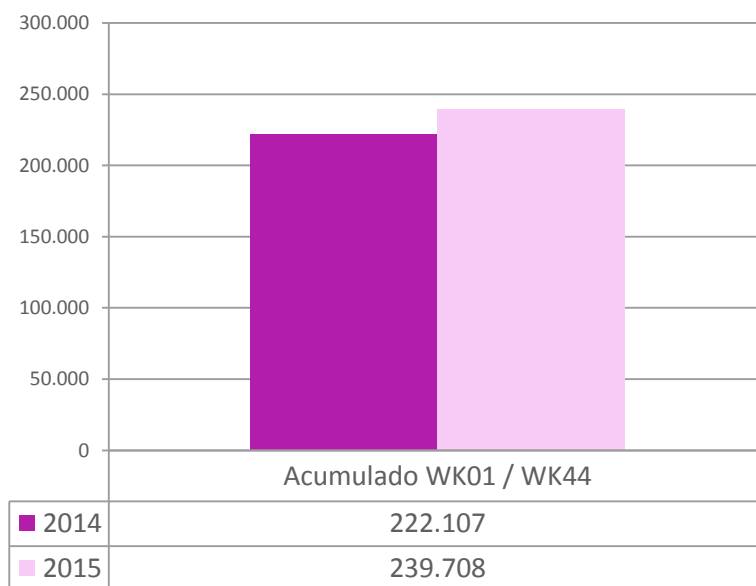
## PREÇO MÉDIO



A VARIAÇÃO DE 0,42%

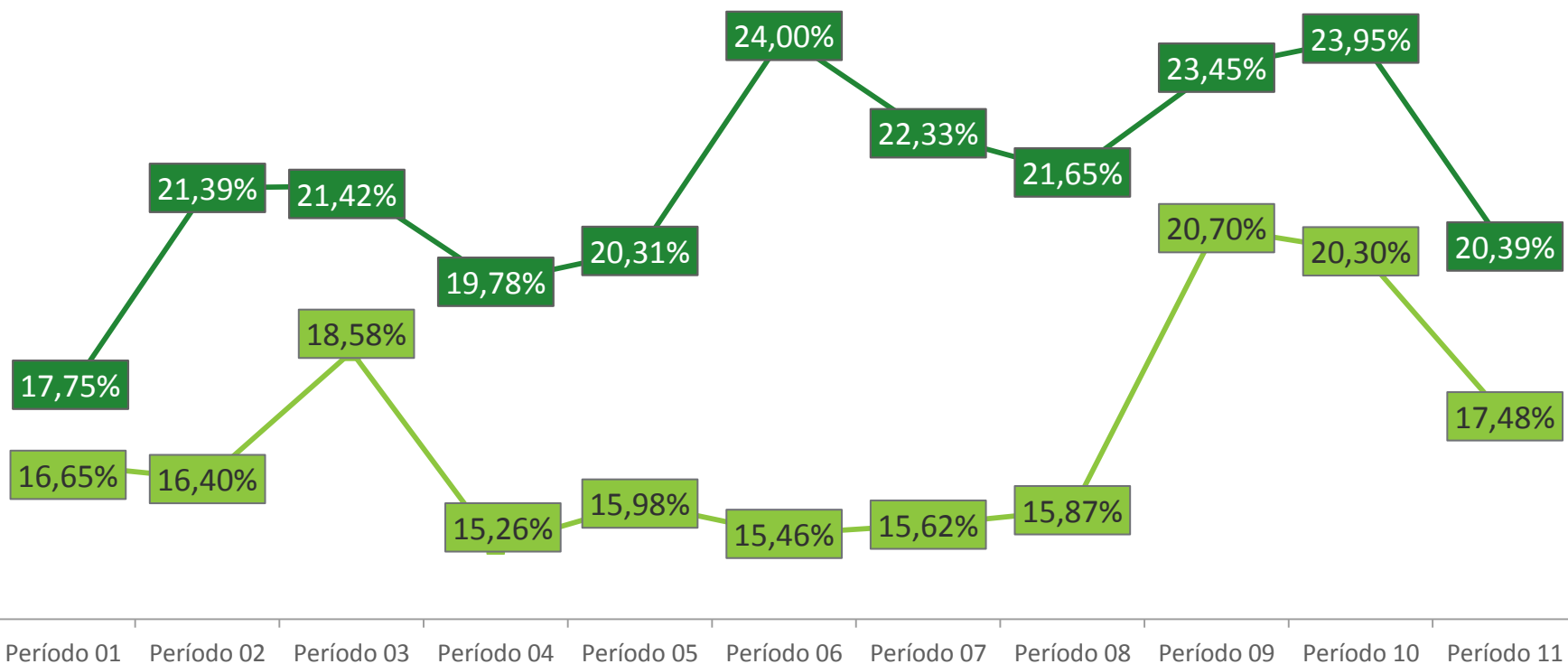
A VARIAÇÃO DE 7,92%

## ISBNs



# EVOLUÇÃO DO DESCONTO MÉDIO 2014 X 2015

| DESC. MÉDIO - ACUMULADO |        |        |          |
|-------------------------|--------|--------|----------|
| %                       | 2014   | 2015   | Varição  |
|                         | 22,90% | 18,67% | -4,2 p.p |



T. Mercado – Desconto médio por período | Períodos de 01 a 11 (2014 x 2015)

Fonte: Nielsen | Nielsen BookScan

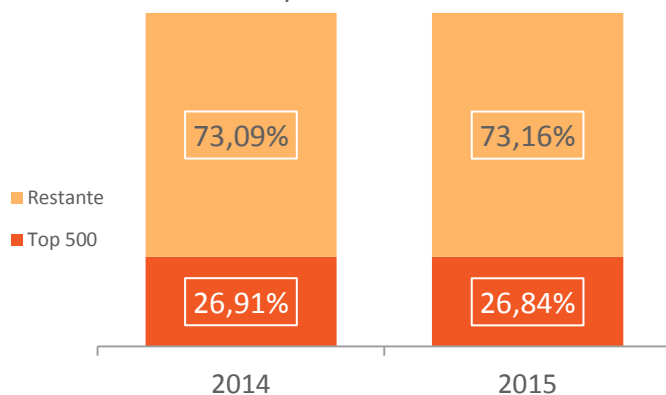
■ 2014

■ 2015

# IMPORTÂNCIA DOS TOP 500

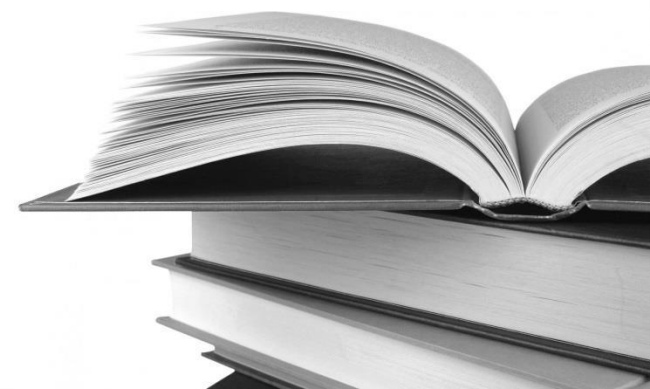
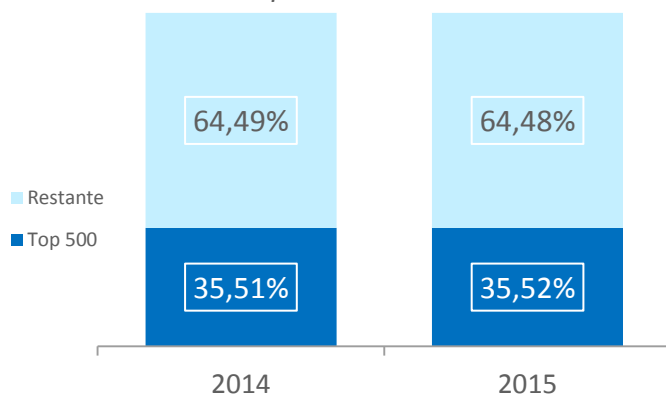
VARIAÇÃO IMPORTÂNCIA DOS TOP 500 2015 X 2014: **0,24% VALOR** | **0,02% VOLUME**

% Importância em VALOR



| TOP 500     | 2014      | 2015      | Variação   |
|-------------|-----------|-----------|------------|
| R\$ Médio   | R\$ 27,90 | R\$ 27,94 | 0,16%      |
| Desc. Médio | 27,15%    | 23,88%    | -3,27 p.p. |

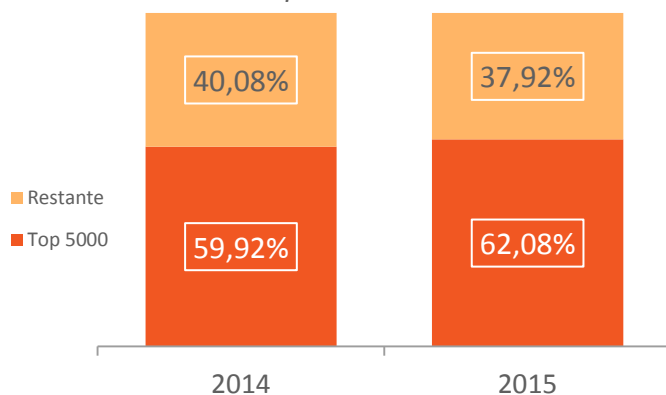
% Importância em VOLUME



# IMPORTÂNCIA DOS TOP 5000

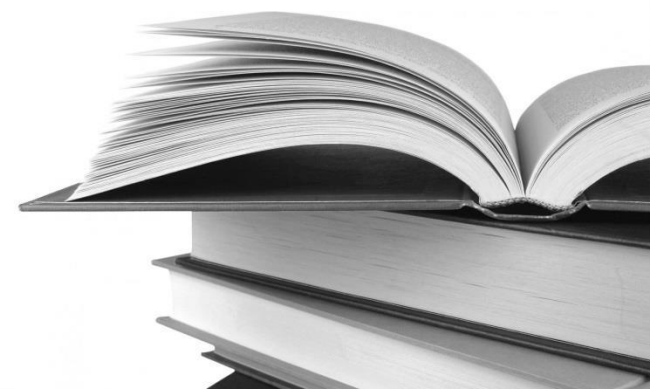
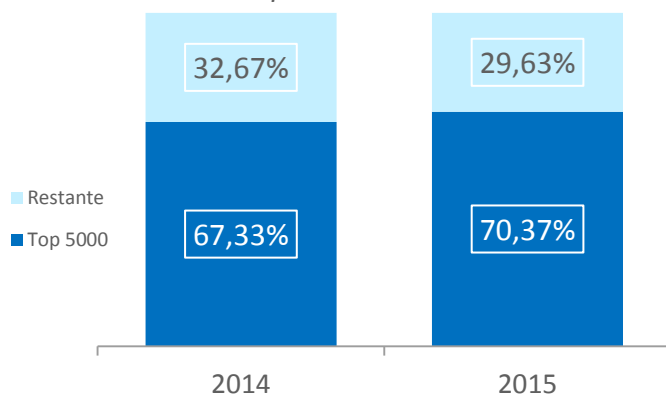
VARIAÇÃO IMPORTÂNCIA DOS TOP 5000 2015 X 2014: **3,60% VALOR** | **4,52% VOLUME**

% Importância em VALOR



| TOP 5000    | 2014      | 2015      | Variação   |
|-------------|-----------|-----------|------------|
| R\$ Médio   | R\$ 32,76 | R\$ 32,61 | -0,47%     |
| Desc. Médio | 27,87%    | 23,83%    | -4,05 p.p. |

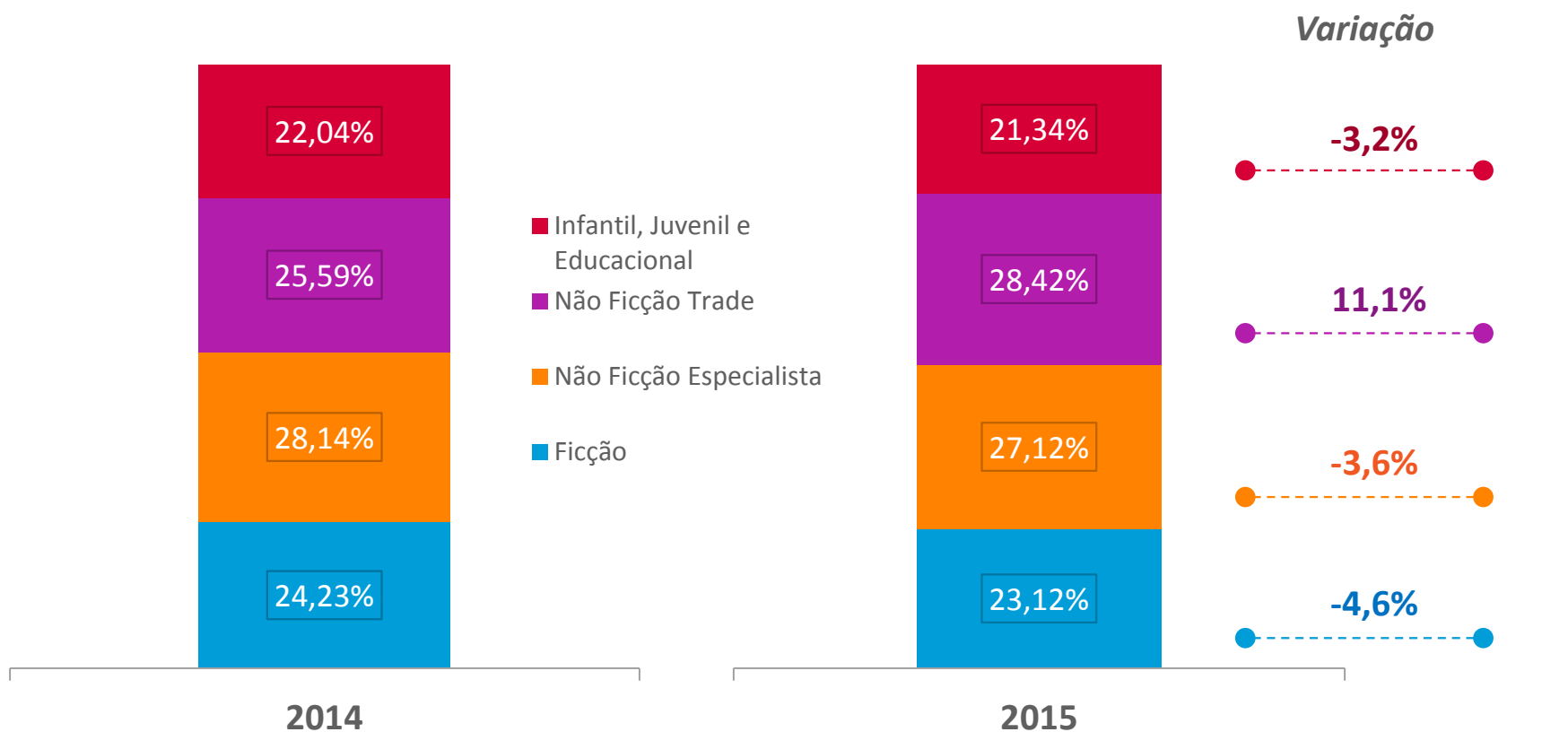
% Importância em VOLUME





# IMPORTÂNCIA DOS GÊNEROS EM FATURAMENTO

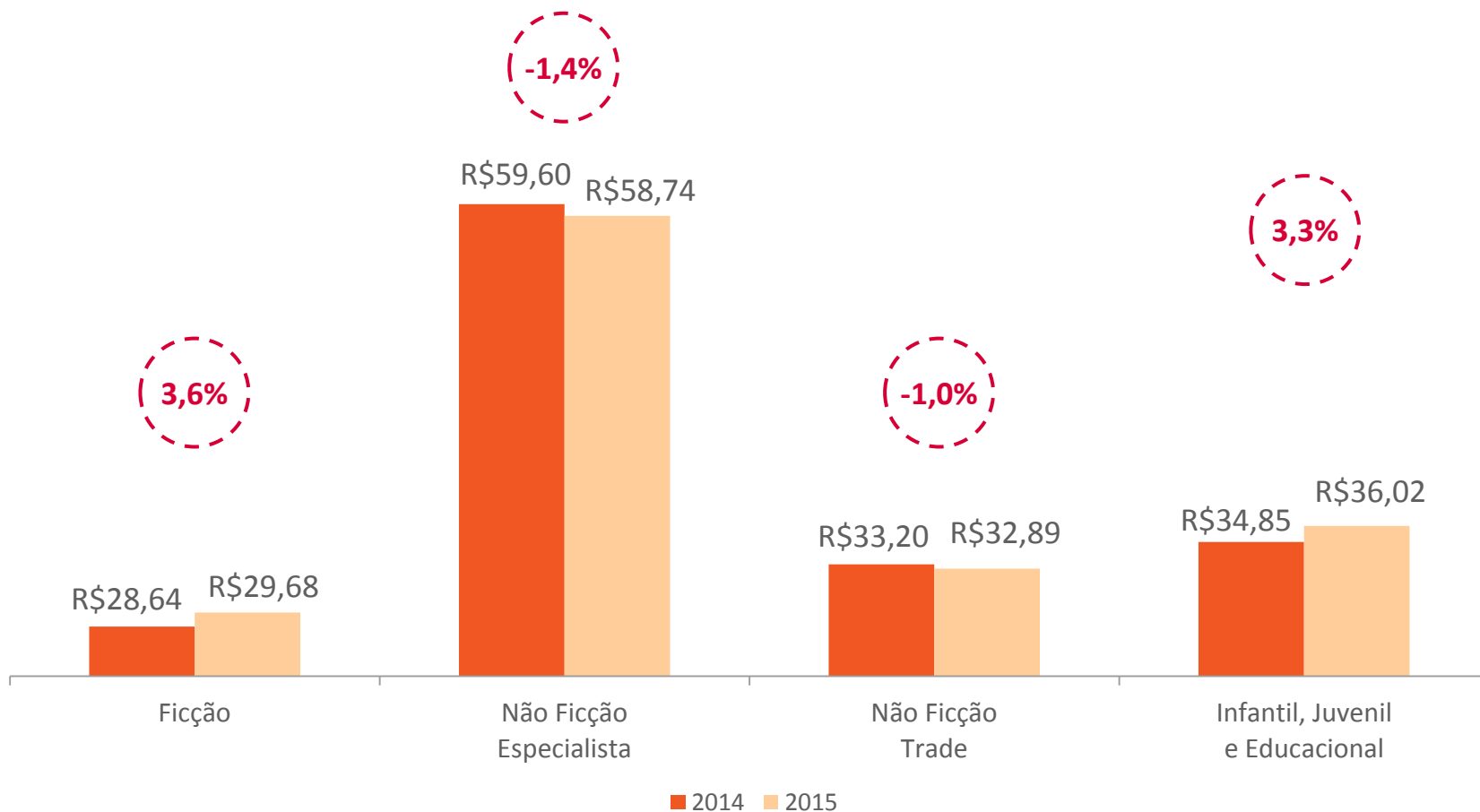
“NÃO FICÇÃO TRADE” CONTINUA MAIS REPRESENTATIVO EM 2015. TÍTULOS DE *LAZER E ESTILO DE VIDA* E *CULINÁRIA E GASTRONOMIA* SÃO DESTAQUES DENTRO DO GÊNERO



\*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 -8,8% E NÃO FICÇÃO TRADE -5,4%

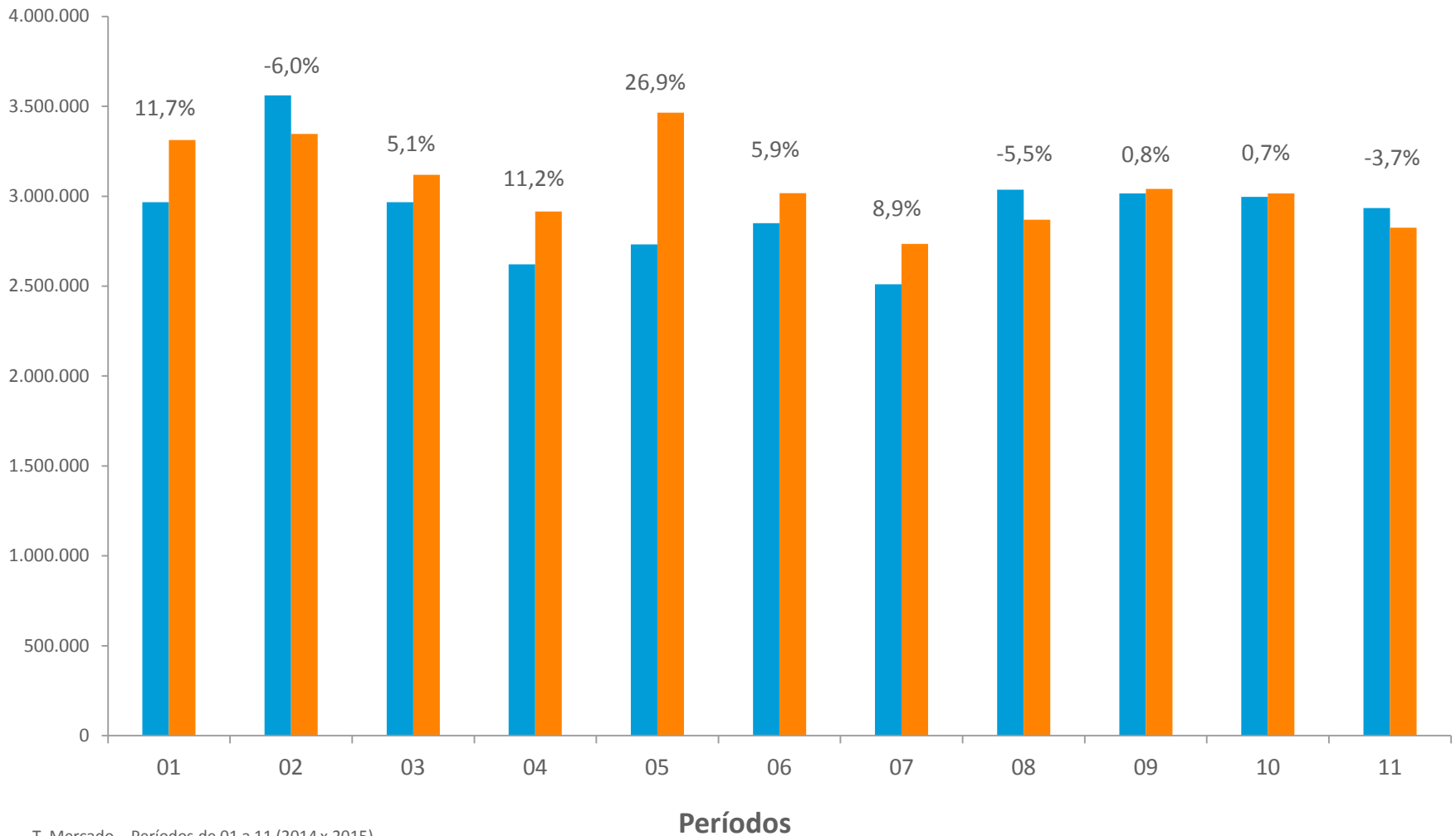




# COMPARATIVOS EVOLUÇÃO DOS PERÍODOS 2014 X 2015

# COMPARATIVO VOLUME – 2014 X 2015

■ 2014 ■ 2015

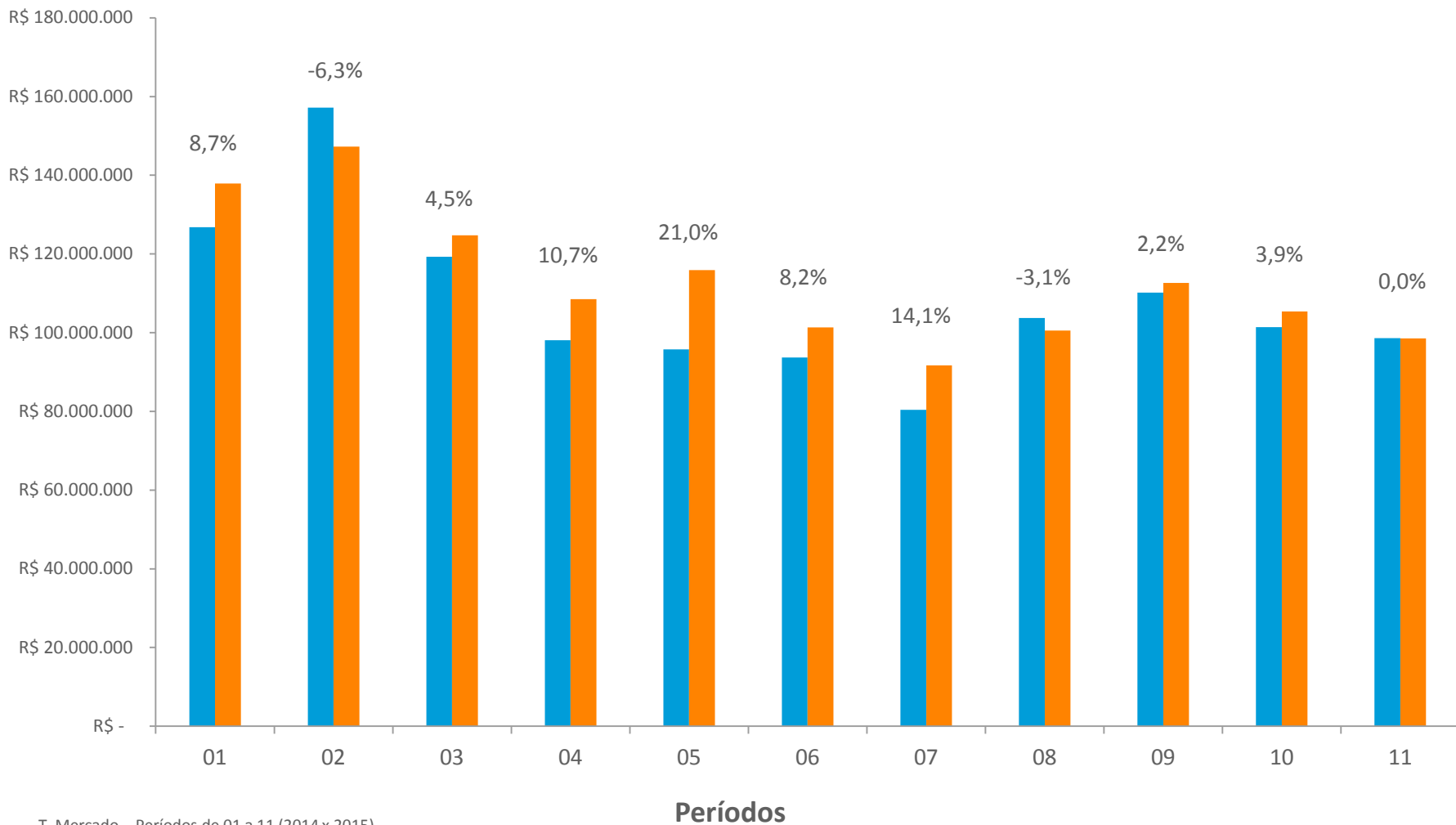


T. Mercado – Períodos de 01 a 11 (2014 x 2015)

Fonte: Nielsen | Nielsen BookScan

# COMPARATIVO VALOR – 2014 X 2015

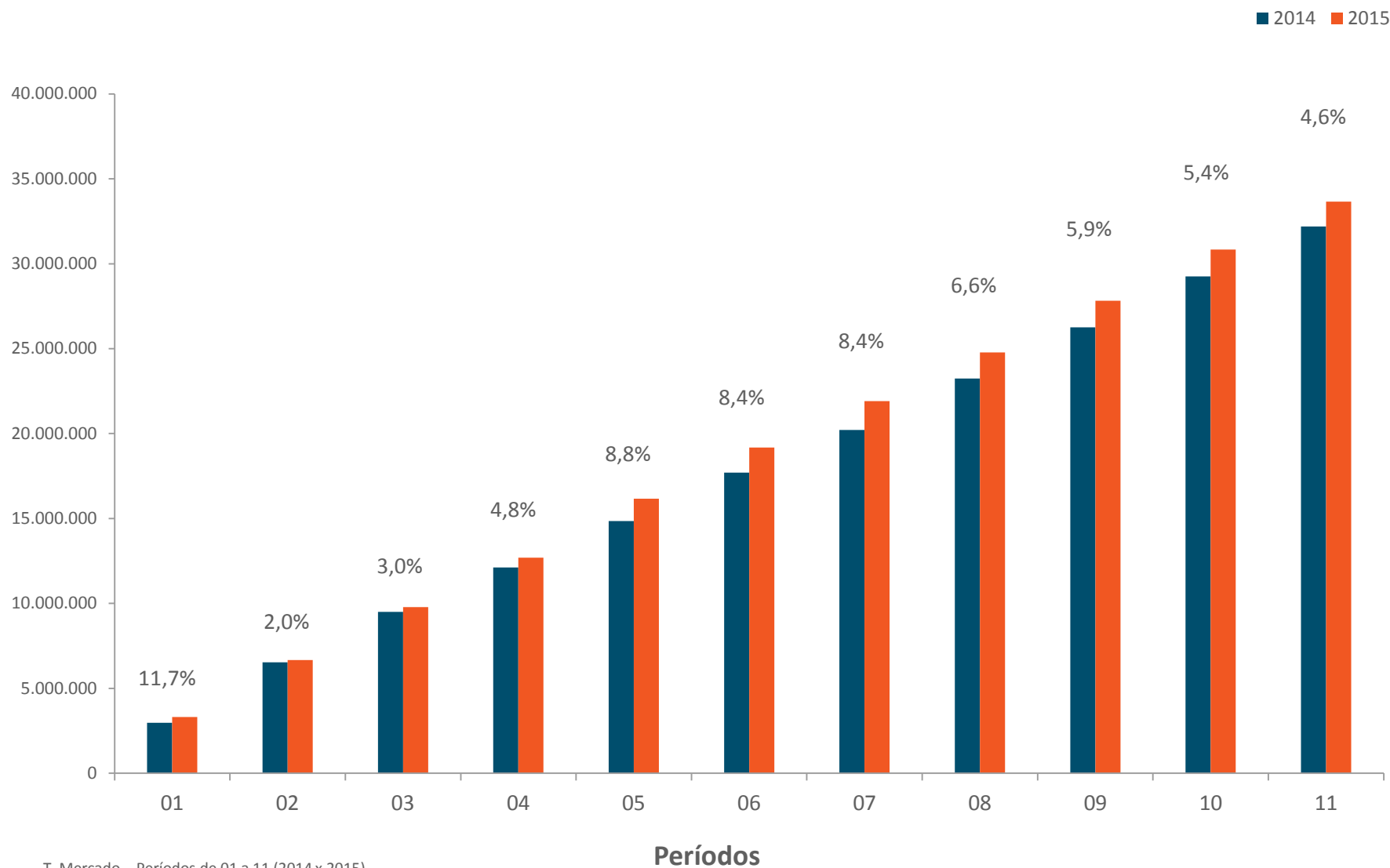
■ 2014 ■ 2015



T. Mercado – Períodos de 01 a 11 (2014 x 2015)

Fonte: Nielsen | Nielsen BookScan

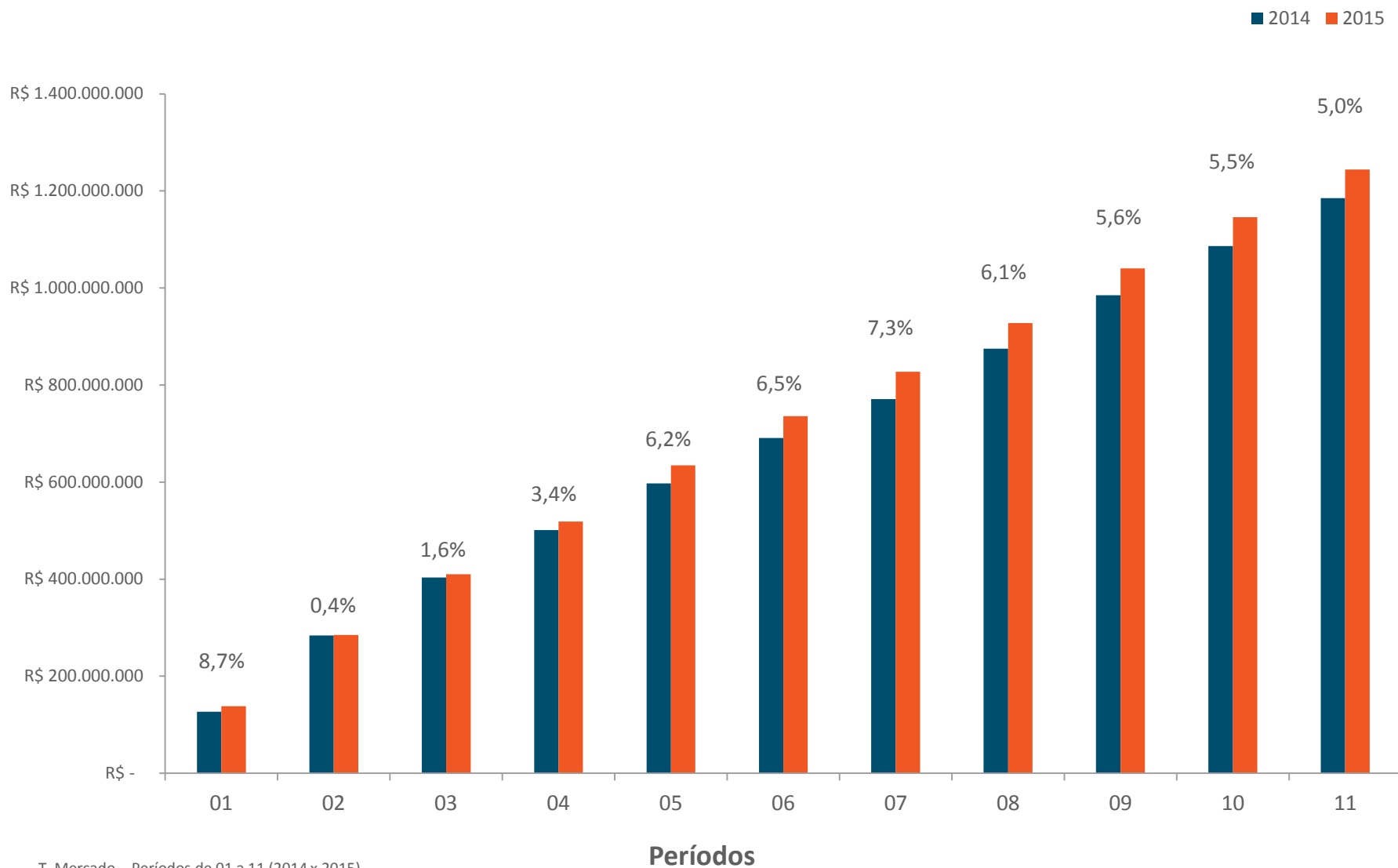
# COMPARATIVO ACUMULADO VOLUME – 2014 X 2015



T. Mercado – Períodos de 01 a 11 (2014 x 2015)

Fonte: Nielsen | Nielsen BookScan

# COMPARATIVO ACUMULADO VALOR – 2014 X 2015



T. Mercado – Períodos de 01 a 11 (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