













PAINEL DAS VENDAS DE LIVROS NO BRASIL

RESULTADOS: 2016 X 2015

Maio, 2016

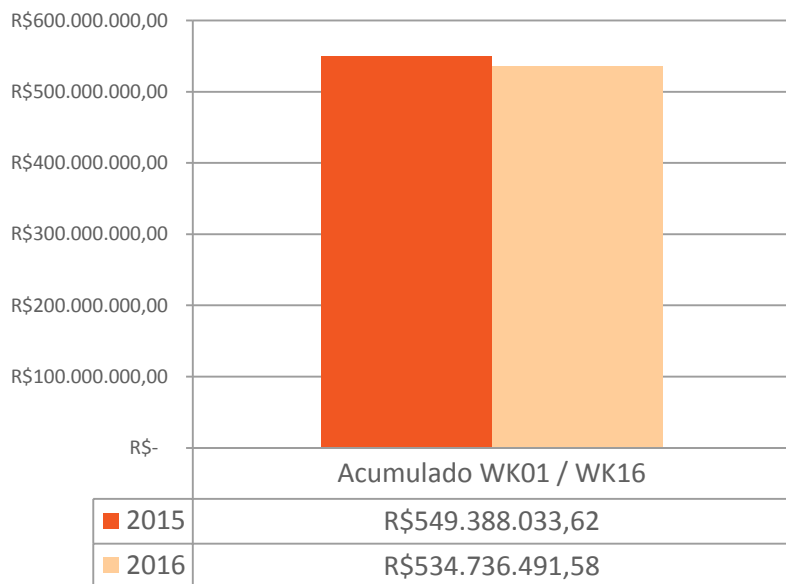
COMPARATIVO 4º PERÍODO TOTAL – 2015 X 2016

2015		2016	Variação		
3.128.230		VOLUME	2.594.654	-17,06%	
R\$ 117.807.236,58		VALOR	R\$ 104.635.019,70	-11,18%	
105.191		ISBNs	105.166	-0,02%	
R\$ 37,66		R\$ MÉDIO	R\$ 40,33	7,08%	
16,51%		DESC. MÉDIO	18,55%	2,03 p.p.	
					

FATURAMENTO E VOLUME 2016 X 2015

PERÍODO 04 DE 2015 É QUANDO COMEÇA A “ONDA DOS LIVROS DE COLORIR” COM IMPORTÂNCIA DE 7,32% EM VOLUME E 5,61% EM VALOR. COM A AUSÊNCIA DE FENÔMENO PARECIDO EM 2016, OBSERVAMOS QUEDA NAS VENDAS EM VOLUME E VALOR

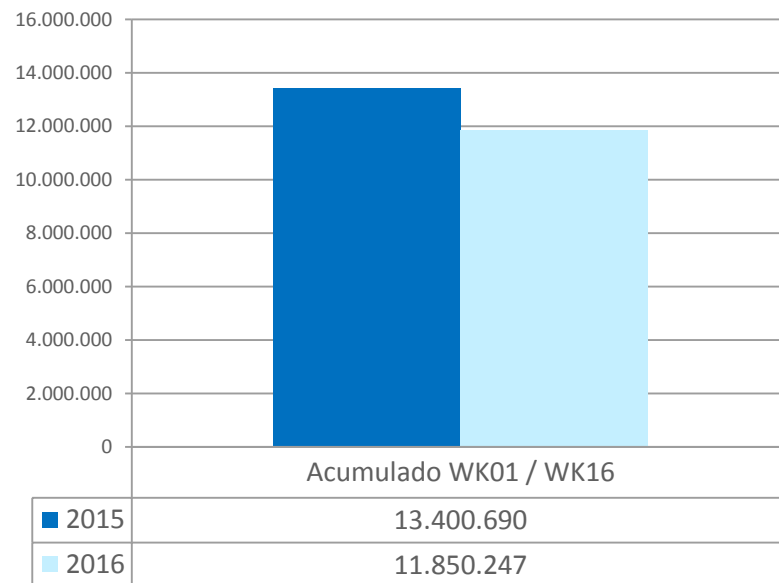
VALOR



A VARIAÇÃO DE -2,67%

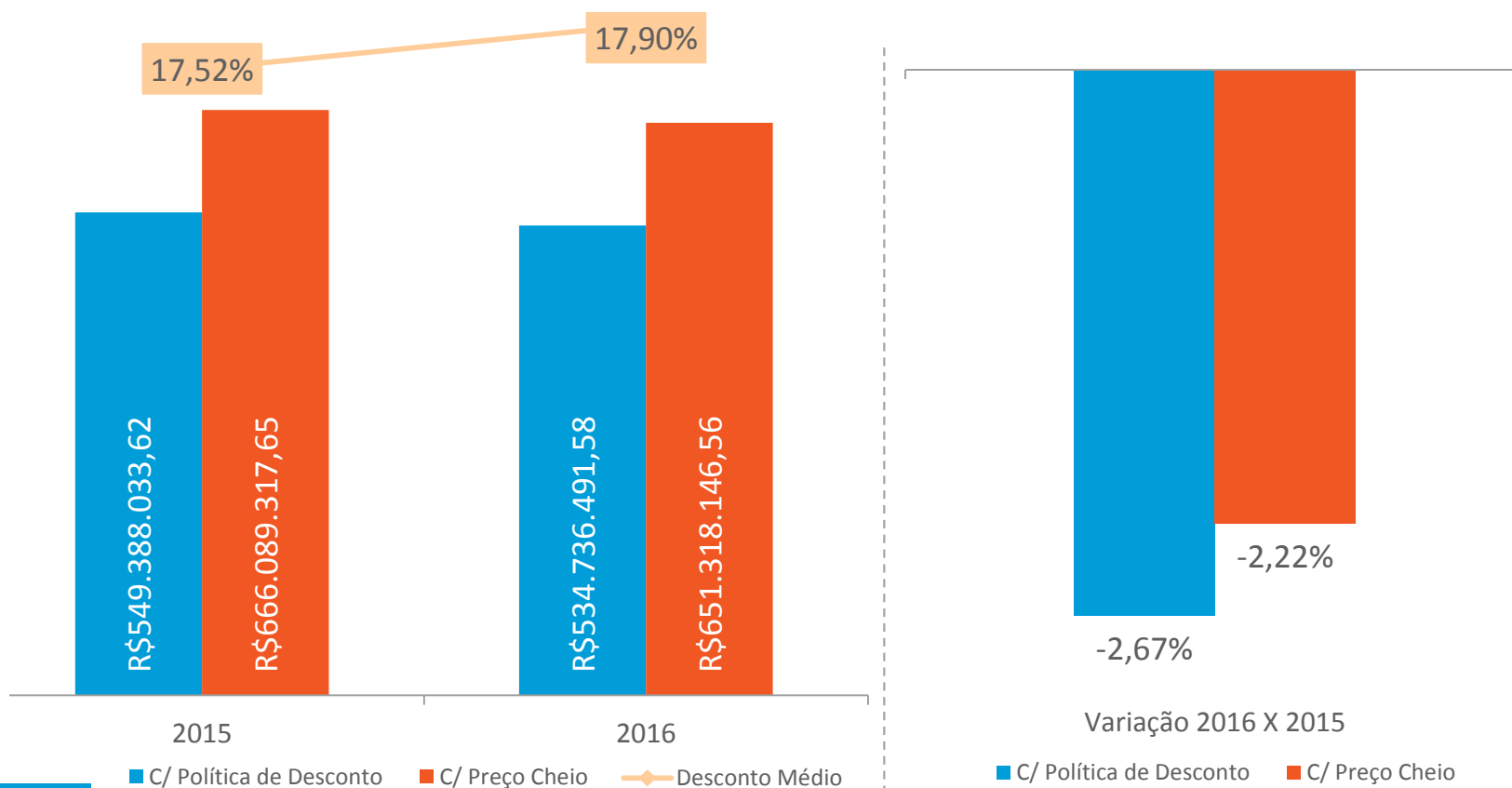
A VARIAÇÃO DE -11,57%

VOLUME



COMPARATIVO DO FATURAMENTO CHEIO E COM DESCONTO

ANALISANDO O FATURAMENTO COM PREÇO CHEIO (*HIPOTÉTICO*) OBSERVAMOS UMA VARIAÇÃO NEGATIVA DE -2,22%



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

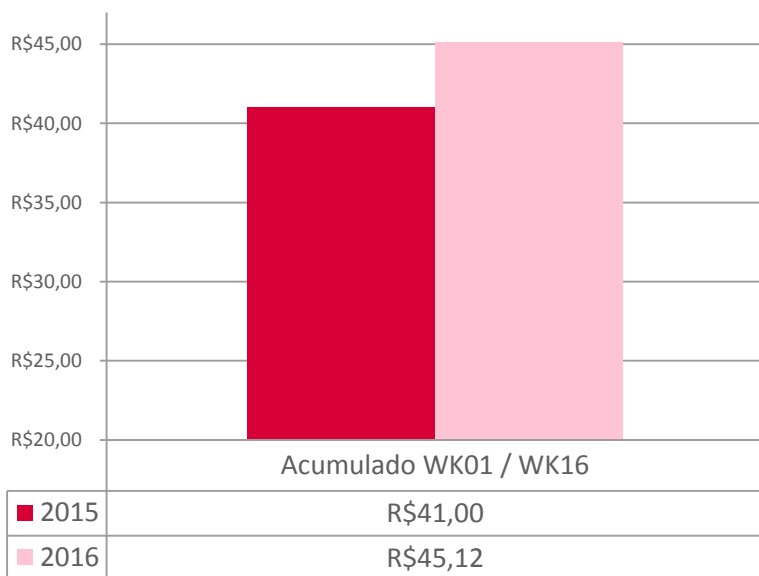
T. Mercado – Acumulado WK01 / WK16: 2015(29/12/2014 a 19/04/2015) x 2016 (04/01 a 24/04/2016)

Fonte: Nielsen | Nielsen BookScan

R\$ MÉDIO E ISBNs VENDIDOS 2016 X 2015

COM EXCEÇÃO DOS TÍTULOS DO GÊNERO “**INFANTIL, JUVENIL E EDUCACIONAL**”, OUTROS GÊNEROS APRESENTAM CRESCIMENTO DO PREÇO MÉDIO COM DESTAQUE PARA OS TÍTULOS DE *COMUNICAÇÃO E MÍDIA* (+36,72%), *MEDICINA E SAÚDE* (+31,10%) INTEGRANTES DO GÊNERO “**NÃO FICÇÃO ESPECIALISTA**”

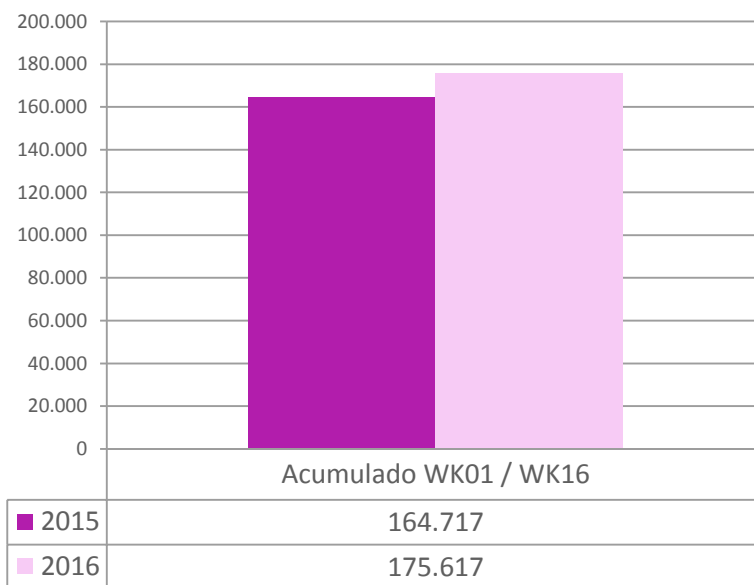
PREÇO MÉDIO



A VARIAÇÃO DE 10,07%

A VARIAÇÃO DE 6,62%

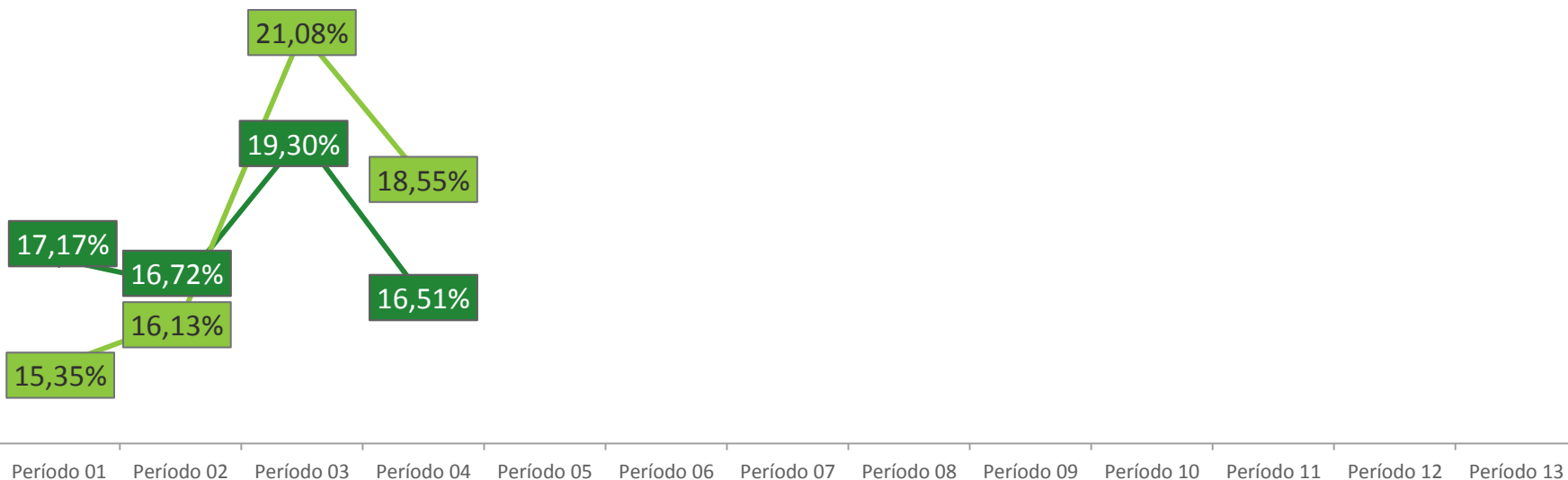
ISBNs



EVOLUÇÃO DO DESCONTO MÉDIO 2016 X 2015

DESC. MÉDIO - ACUMULADO

%	2015	2016	Varição
	17,52%	17,90%	0,38 p.p



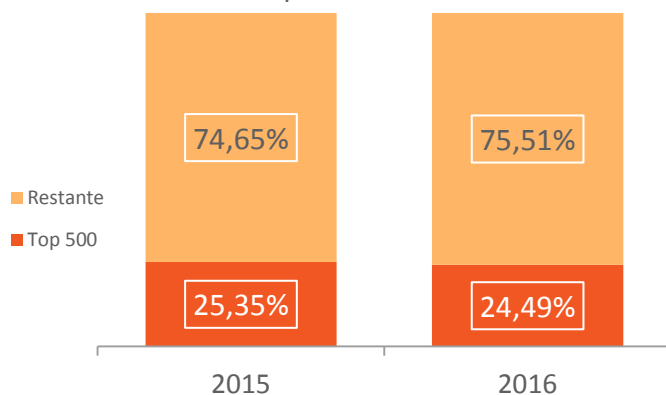
T. Mercado – Desconto médio por período | Períodos 1 a 4 (2015 x 2016)
 Fonte: Nielsen | Nielsen BookScan

■ 2015
 ■ 2016

IMPORTÂNCIA DOS TOP 500

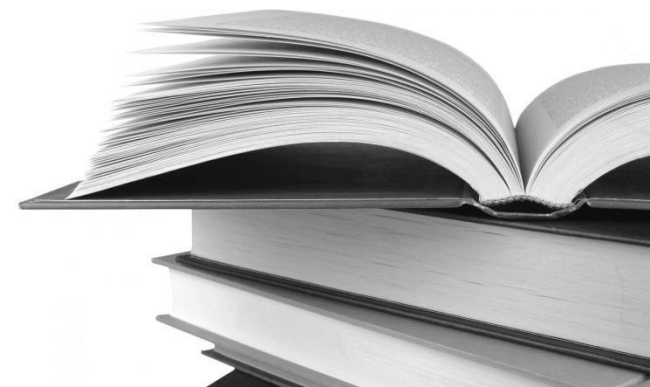
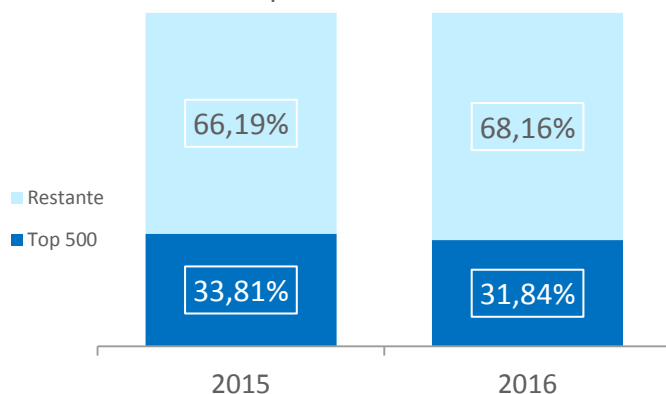
VARIAÇÃO IMPORTÂNCIA DOS TOP 500 2016 X 2015: **-3,37% VALOR** | **-5,82% VOLUME**

% Importância em VALOR



TOP 500	2015	2016	Variação
R\$ Médio	R\$ 30,74	R\$ 34,71	12,94%
Desc. Médio	24,57%	26,57%	2,00 p.p.

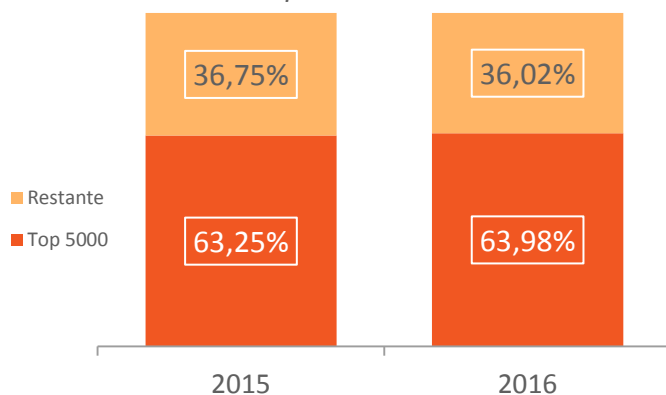
% Importância em VOLUME



IMPORTÂNCIA DOS TOP 5000

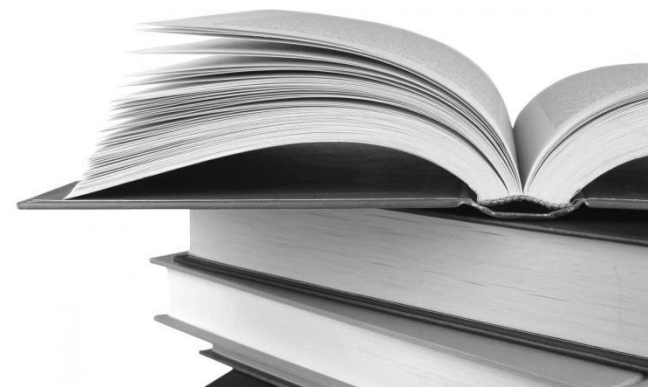
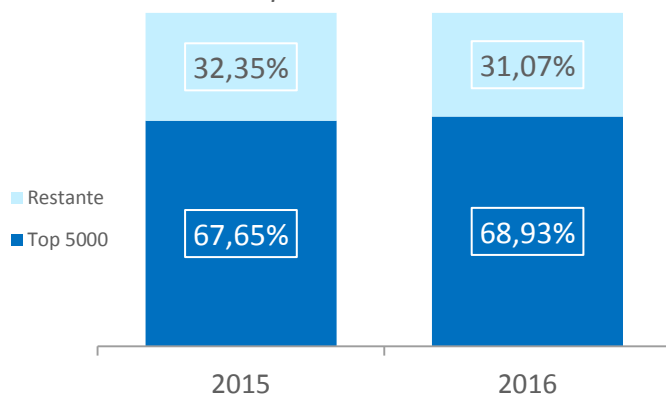
VARIAÇÃO IMPORTÂNCIA DOS TOP 5000 2016 X 2015 : **1,15% VALOR** | **1,90% VOLUME**

% Importância em VALOR



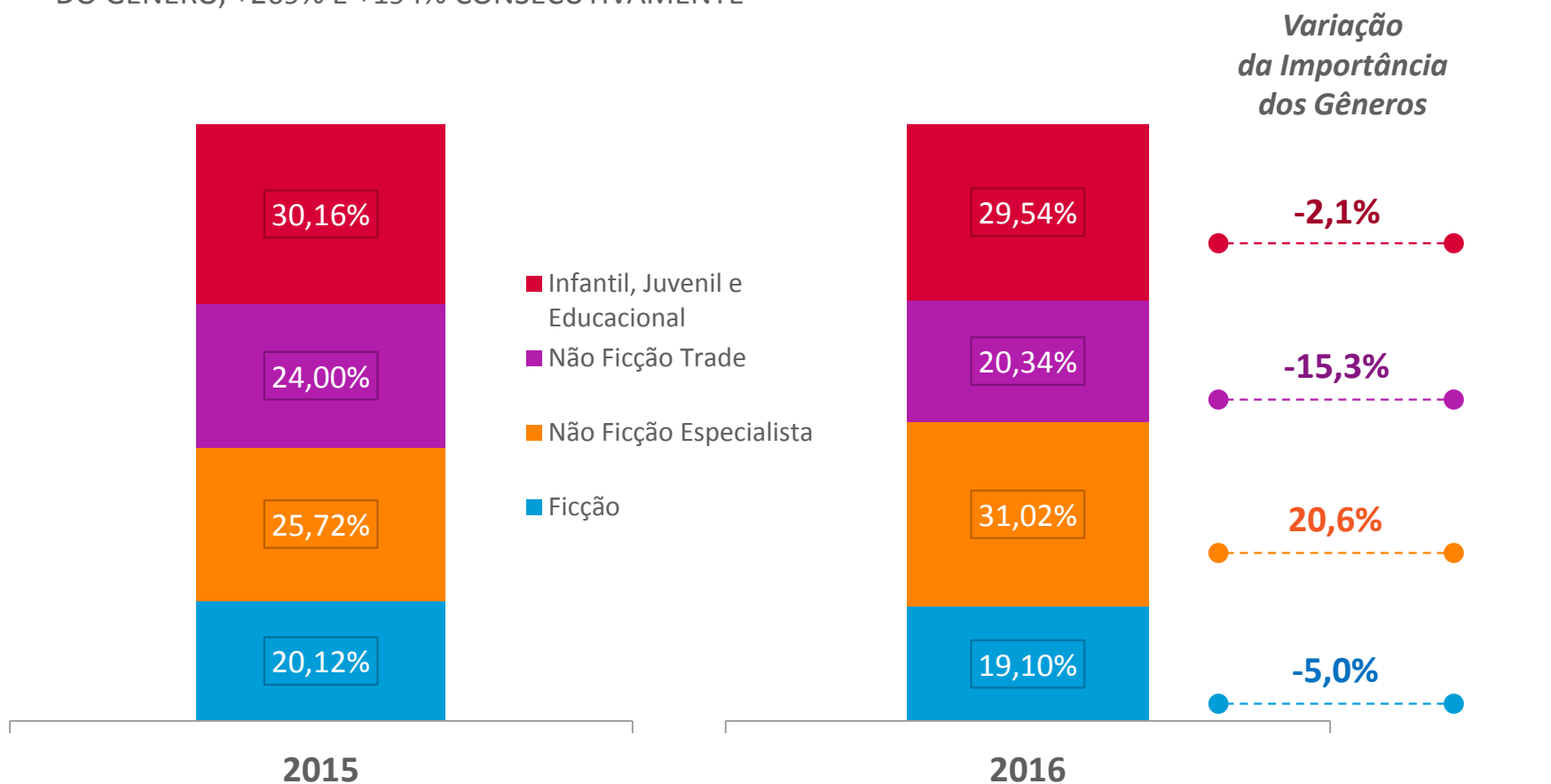
TOP 5000	2015	2016	Variação
R\$ Médio	R\$ 38,33	R\$ 41,88	9,26%
Desc. Médio	21,88%	23,34%	1,47 p.p.

% Importância em VOLUME



IMPORTÂNCIA DOS GÊNEROS EM FATURAMENTO

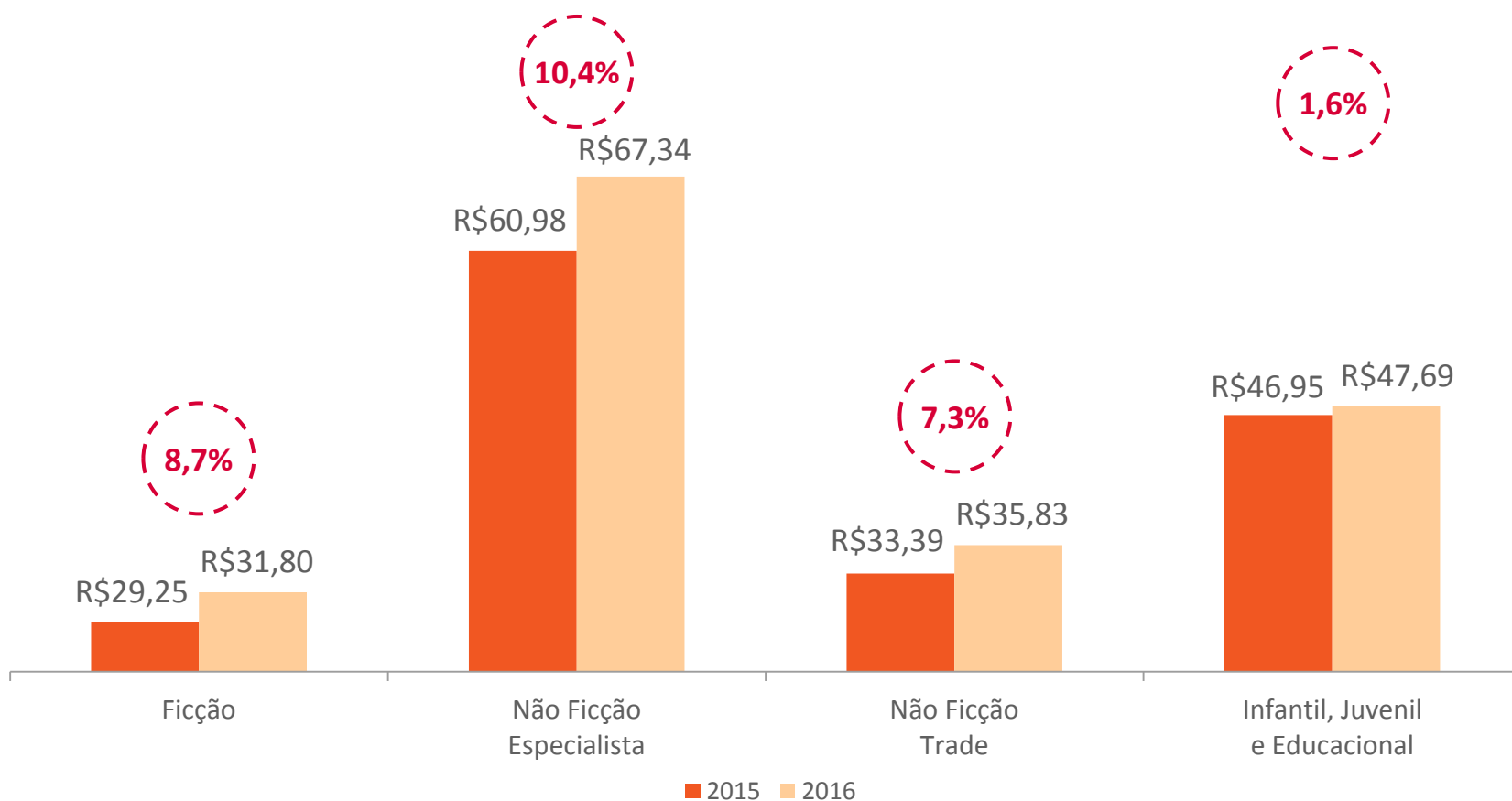
“NÃO FICÇÃO ESPECIALISTA” AINDA DESTACA-SE PELO CRESCIMENTO DE SUA IMPORTÂNCIA PARA O TOTAL MERCADO. TÍTULOS DE *GERENCIAMENTO E NEGÓCIOS* E *CONCURSO PÚBLICO* GANHAM IMPORTÂNCIA DENTRO DO GÊNERO, +269% E +194% CONSECUTIVAMENTE



*Participação em faturamento – Total Mercado

PREÇO MÉDIO DOS GÊNEROS

PREÇO MÉDIO DE CAPA TAMBÉM APRESENTA CRESCIMENTO. TÍTULOS DE *FICÇÃO* E *NÃO FICÇÃO ESPECIALISTA* ALCANÇAM +6,5% E +11,2% DE VARIAÇÃO RESPECTIVAMENTE

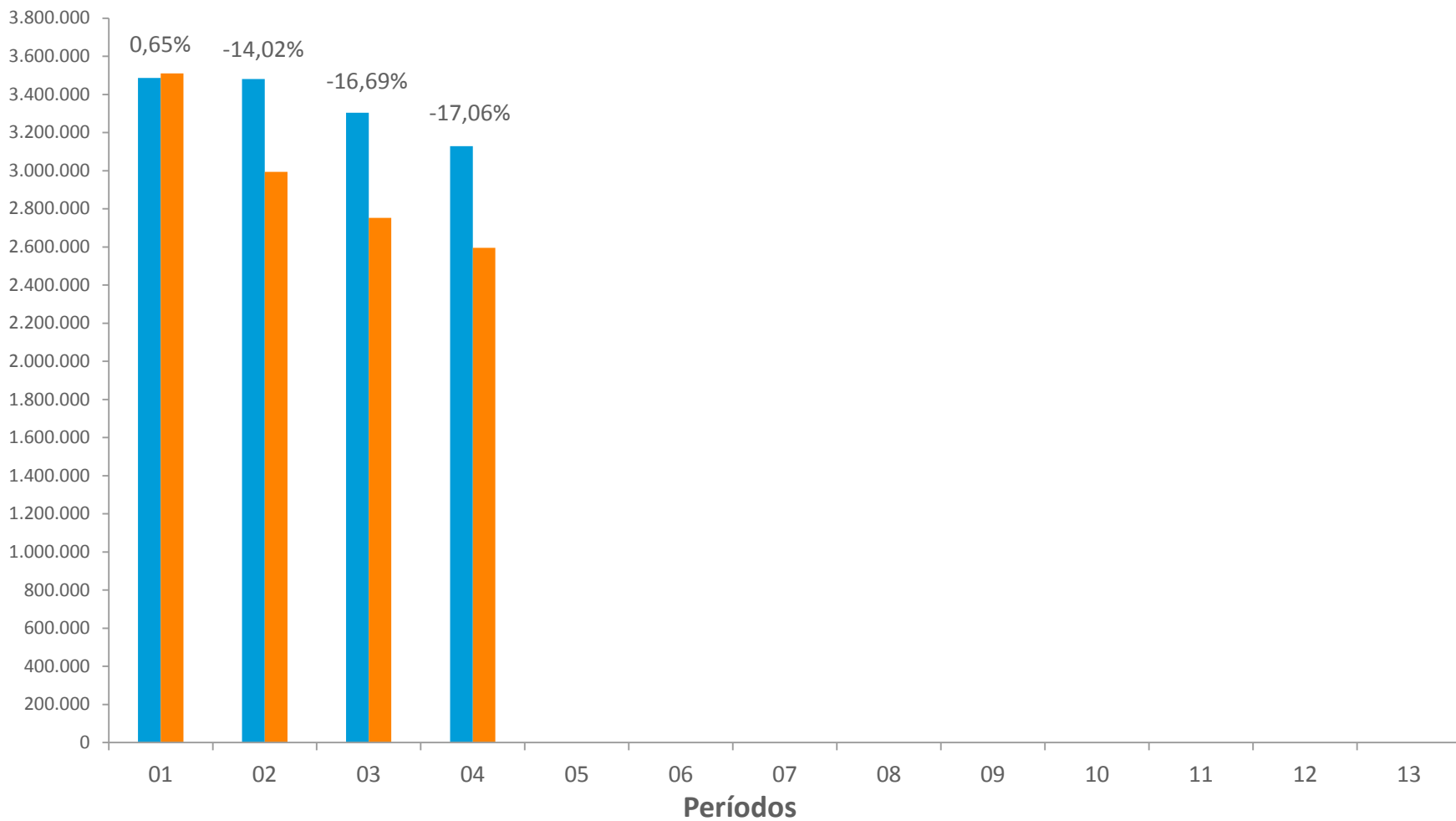




COMPARATIVOS EVOLUÇÃO DOS PERÍODOS 2016 X 2015

COMPARATIVO VOLUME – 2016 X 2015

■ 2015 ■ 2016

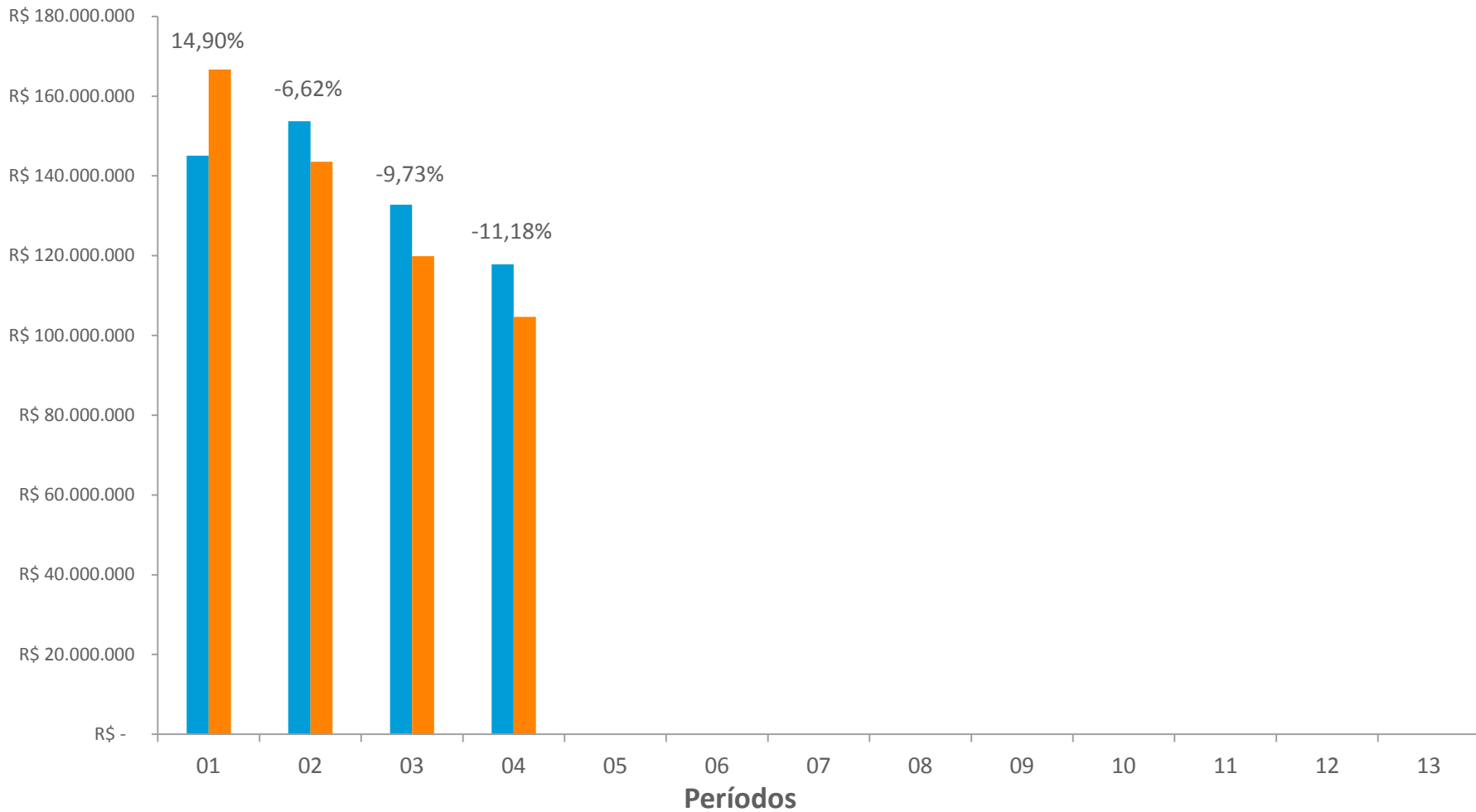


T. Mercado – Períodos de 01 a 04 (2016 x 2015)

Fonte: Nielsen | Nielsen BookScan

COMPARATIVO VALOR – 2016 X 2015

■ 2015 ■ 2016

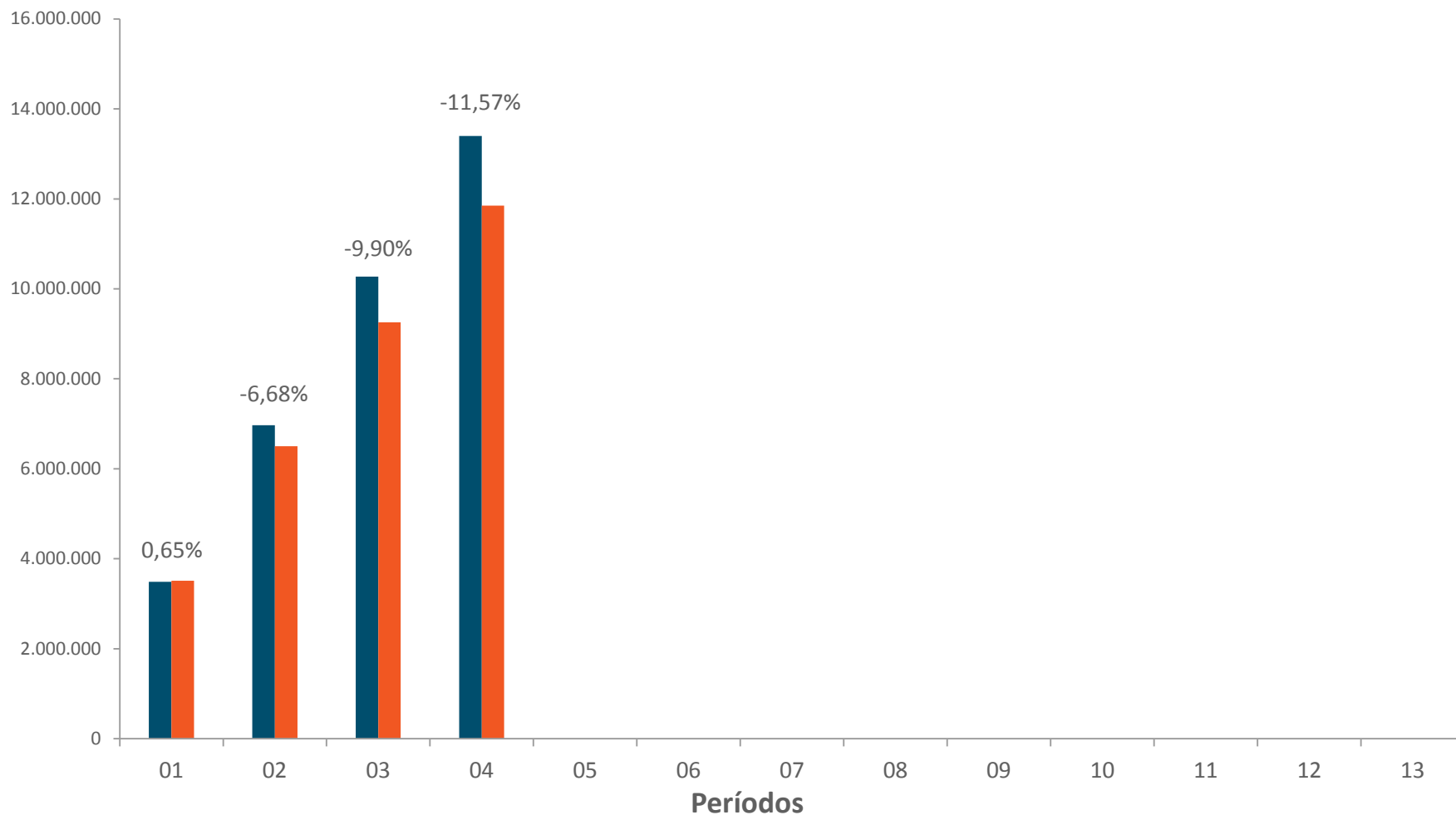


T. Mercado – Períodos de 01 a 04 (2016 x 2015)

Fonte: Nielsen | Nielsen BookScan

COMPARATIVO ACUMULADO VOLUME – 2016 X 2015

■ 2015 ■ 2016

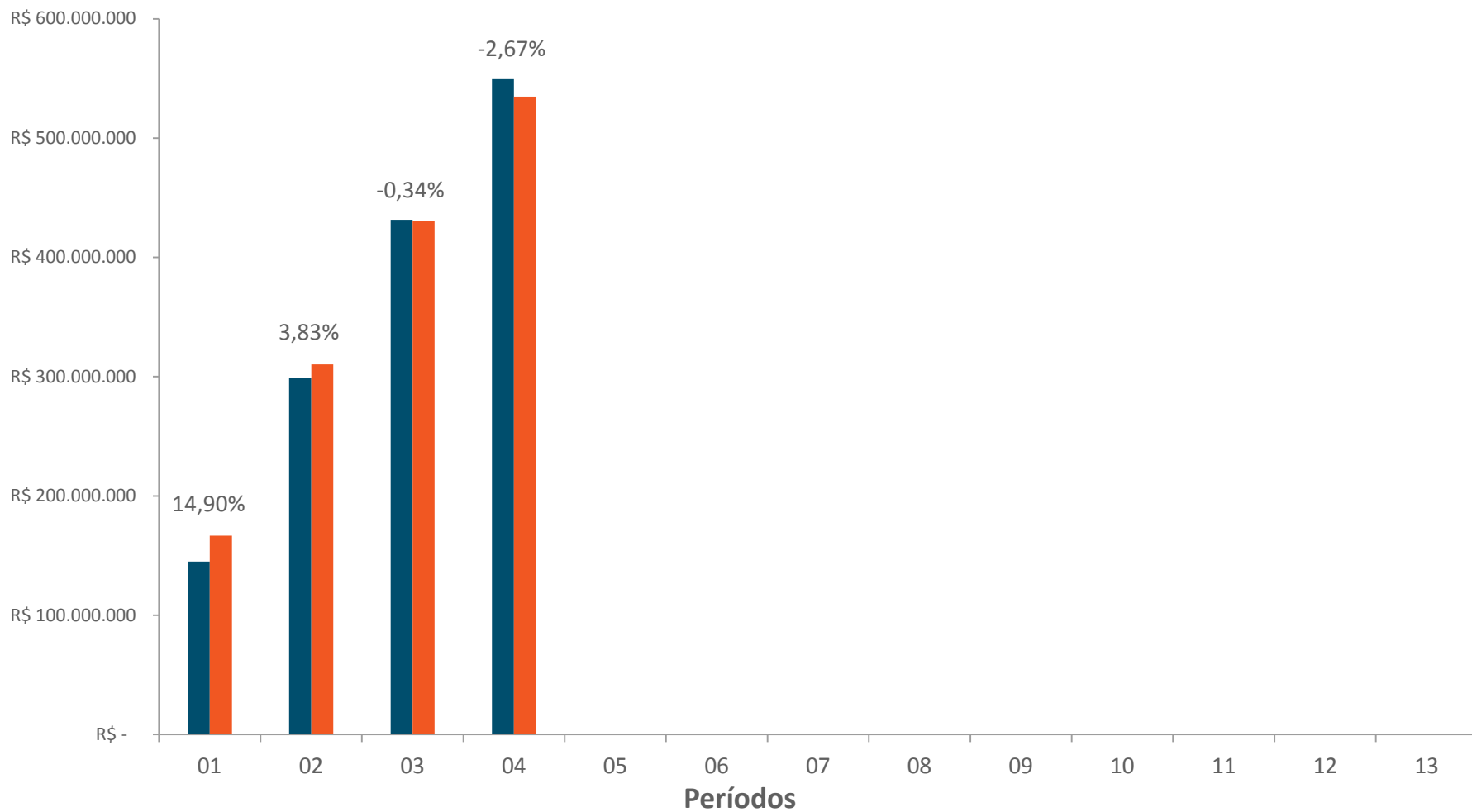


T. Mercado – Acumulado WK01 / WK16: 2015(29/12/2014 a 19/04/2015) x 2016 (04/01 a 24/04/2016)

Fonte: Nielsen | Nielsen BookScan

COMPARATIVO ACUMULADO VALOR – 2016 X 2015

■ 2015 ■ 2016



T. Mercado – Acumulado WK01 / WK16: 2015(29/12/2014 a 19/04/2015) x 2016 (04/01 a 24/04/2016)

Fonte: Nielsen | Nielsen BookScan

Obrigado!

Nielsen BookScan Team

Nielsen Brasil

Bookscan_Brasil@nielsen.com

SNEL

Sindicato Nacional dos Editores de Livros

www.snel.org.br

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