



Impacto das inovações tecnológicas no comércio de livros no Brasil: diversificação de produtos e comércio eletrônico

Laís César Guimarães*, Renato de Castro Garcia.

Resumo

Este projeto de iniciação científica buscou investigar as inovações no mercado editorial de livros no Brasil e como estas alteraram a dinâmica competitiva desse setor. O foco da pesquisa esteve na análise do comércio virtual e na diversificação de produtos. O estudo foi feito por meio do mapeamento da oferta, análise do setor produtivo e comércio, da demanda, estudo do comportamento do consumidor e da segmentação do mercado, e investigou como as inovações impactam diretamente a atividade do setor.

Palavras-chave:

mercado de livros, comércio virtual, inovação

Introdução

Com o surgimento das novas tecnologias digitais, houve uma reorganização da cadeia produtiva do livro e também alterações no varejo. O objetivo deste projeto é investigar as transformações no mercado editorial de livros no Brasil e como estas alteraram a dinâmica competitiva desse setor, principalmente na mudança no canal de vendas do setor tradicional de livrarias físicas para o comércio digital e também na diversificação de produtos, como e-books e audiobooks.

Resultados e Discussão

Não há um padrão internacional de segmentação do mercado editorial de livros. No Brasil, o mercado é normalmente dividido em: obras gerais (OG); livros didáticos (LD); científicos, técnicos e profissionais (CTP); e religiosos (R). Respectivamente, os valores gerados por esses setores são 27%, 37%, 22% e 14% do faturamento do mercado.

Em relação a demanda as compras do governo têm destacado papel no segmento LD e destinam-se a atender à demanda da rede pública de ensino médio e fundamental. O Programa Nacional do Livro Didático (PNLD) e o Programa Nacional Biblioteca da Escola (PNBE) respondem por cerca de 23% das receitas do setor.

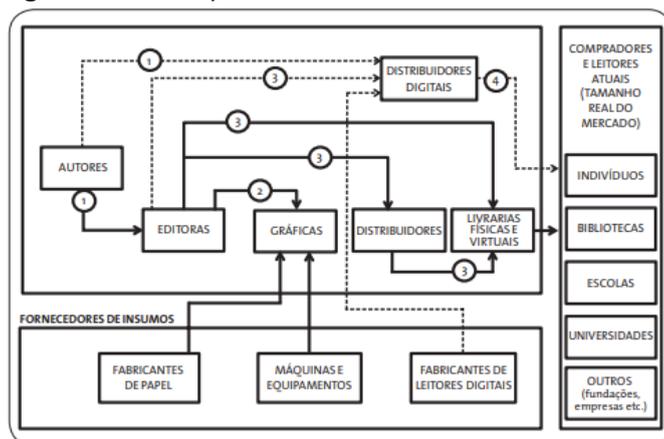
Gráfico 1. PIB e Vendas do Mercado



Fonte: FIPE SBL/SNEL

O surgimento de novas tecnologias permitiu que novos atores surgissem na cadeia produtiva do livro, na Figura 1 temos uma esquematização das diferentes etapas desse processo. O antigo modelo é representado pelas linhas contínuas e o novo pelas linhas pontilhadas.

Figura 1. Cadeia produtiva do livro no Brasil



Fonte: Mello *et al* (2016)

A pesquisa FIPE aponta que em 2018 as livrarias representavam 50% de participação nas vendas ao mercado, porém em 2017 essa fatia era de 59,5%. Já as livrarias exclusivamente virtuais apresentaram 3,4% de participação nas vendas em 2018, sendo que em 2017 esse valor era de 2,5%. A Livraria Saraiva, no primeiro trimestre de 2019 tinha 37,8% das suas receitas líquidas composta pelo e-commerce.

Conclusões

O mercado setorial sofreu muito com a recessão e o baixo crescimento econômico dos últimos anos. Obras Gerais corresponde a maior queda de vendas e o setor vem buscando alternativas para reverter essa situação, primeiramente com a redução dos custos e posteriormente com a diversificação de produtos.

As livrarias vem apresentando uma queda na participação de vendas nas suas lojas tradicionais e passam por uma transição para os canais digitais.

Agradecimentos

Agradecimento especial ao orientador desse projeto Renato Garcia, pela confiança e meu agradecimento ao PIBIC/CNPq por viabilizar a realização desta pesquisa.

MELLO, G. A. T. Desafios para o setor editorial brasileiro de livros na era digital. *BNDES Setorial*, Rio de Janeiro, n. 36, p. 468-473, BNDES, set. 2012.

MELLO, et al. Tendências da era digital na cadeia produtiva do livro. *BNDES Setorial*, Rio de Janeiro, n. 43, p. 41-79, BNDES, mar. 2016.

CBL – CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO/SNEL – SINDICATO NACIONAL DE EDITORES DE LIVROS/FIPE – FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS. *Produção e vendas do setor editorial brasileiro – 2017*. São Paulo, 2018

LIVRARIA SARAIVA. *Release de Resultados*, 1T19. 2019