

## *Levantamento Anual do Segmento de Livrarias de 2010 da ANL evidencia que cerca de 1/3 deste segmento não chega a faturar R\$ 1.200 milhões por ano, ou seja, menos de 100 mil por mês*

A Associação Nacional de Livrarias (ANL) realizou seu *Levantamento Anual do Segmento de Livrarias* junto a suas associadas — que representam 67% do setor entre pequenas, médias e grandes livrarias —, uma amostragem sobre o faturamento deste setor no Brasil.

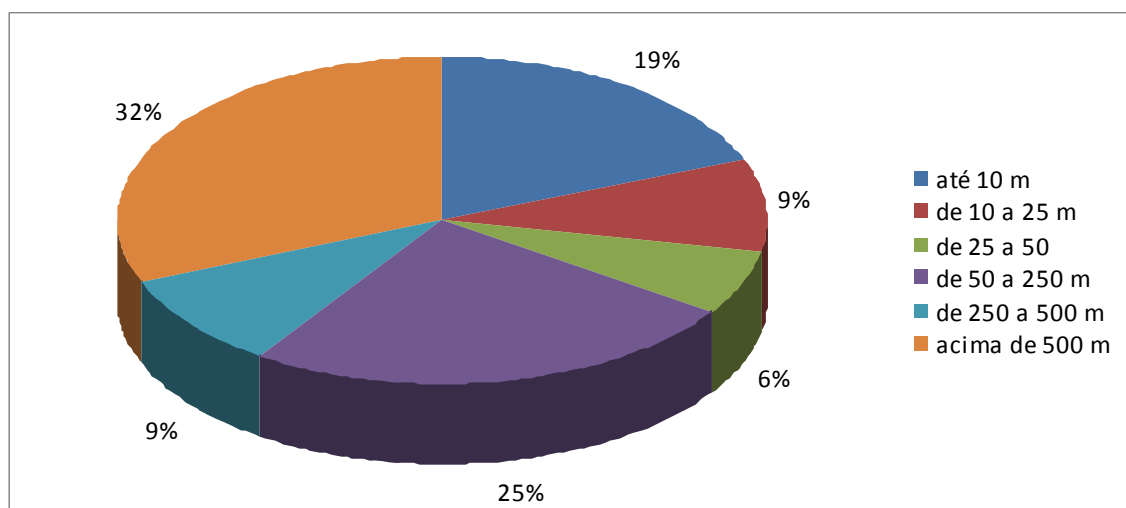
O crescimento médio para 2010 comparativamente ao ano de 2009 foi de 9,6%, reflexo direto do crescimento econômico brasileiro, como um todo. Neste Levantamento foi identificado que 32,35% têm um faturamento anual menor que R\$ 1,200 milhões; 29,41% faturam entre R\$ 1,2 milhões e R\$ 9,6 milhões; e 38,24% acima de R\$ 9,6 milhões. Uma concentração cada vez maior do faturamento nas grandes redes.

“Esta tendência está cada vez mais evidente, com o fechamento de livrarias independentes em todo o país e o avanço das grandes redes, antes localizadas na região sudeste do país, em todo o território brasileiro. Lembrando aqui que 2/3 dos municípios brasileiros não possuem qualquer livraria”, identifica Vitor Tavares, presidente da ANL.

O *Levantamento Anual do Segmento de Livrarias* de 2010 da ANL evidencia que 41,94% dos entrevistados – que representam 453 lojas, em todo o Brasil – trabalham exclusivamente com livros; e a venda de livros representa 50% do faturamento de 83,87% dos entrevistados.

## **Exemplares vendidos**

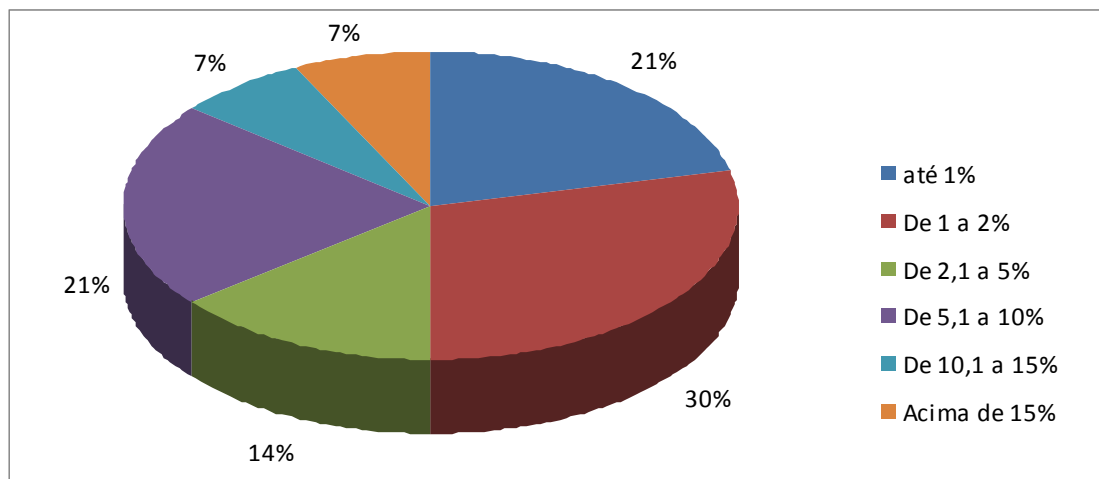
Entre os entrevistados, 18,75% vendem até 10 mil livros por ano; as faixas que agregam as vendas entre 10 a 50 mil livros/ano representam 15,63%; vendas acima de 50 até 250 mil exemplares, 25%; numa pequena faixa de 9,38% dos entrevistados as vendas atingem até 500 mil exemplares; e acima de 500 mil unidades, 31,25%.



## Vendas Eletrônicas

Um dado bastante preocupante é que apenas 48,57% dos livreiros entrevistados trabalham com *e-commerce*. Nesta fatia do mercado estas vendas se apresentaram no faturamento de 2010 da seguinte forma:

Para **21,43%** a venda por *e-commerce* representa **3%** do faturamento  
Para **14,29%** a venda por *e-commerce* representa **7%** do faturamento  
Para **28,57%** a venda por *e-commerce* representa **8%** do faturamento  
Para **21,43%** a venda por *e-commerce* representa **30%** do faturamento  
Para **7,14%** a venda por *e-commerce* representa **12%** do faturamento  
Para **7,14%** a venda por *e-commerce* representa **90%** do faturamento



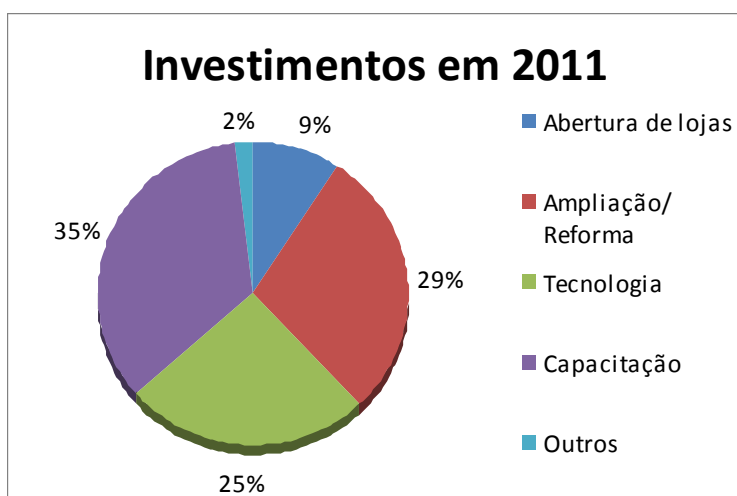
“Quando muito se fala da questão da entrada do livro digital no mercado como o grande problema para os livreiros menores, não vejo assim. O maior desafio será como oferecer todas essas novas demandas, é sabido que investimento em tecnologia é caro e que a maioria dos pequenos e médios livreiros não dispõem de capital adicional para fazer grande investimento nesse setor. Não consigo imaginar a livraria do futuro sem um bom sistema de informática; banda larga a serviço do seu pessoal operacional e à disposição dos clientes; sem um *e-commerce* dinâmico e atualizado; sem participação nas redes sociais; sem *Wi-Fi* para seus funcionários e clientes; sem a venda de *e-books*; sua *e-digital*; e, principalmente, sem bons funcionários, altamente treinados, e bom atendimento”, enfatiza Vitor.

Para o executivo, este alarmante dado de que 51,43% das livrarias entrevistadas não possuem vendas por *e-commerce*, demonstra que o problema central está onde encontrar financiamentos para todo esse investimento. “Mais do que adaptar-se ao livro digital, o livreiro independente tem que buscar atualizações tecnológicas, em todas as áreas de seu estabelecimento e, principalmente, ter capital de giro; são esses os nossos verdadeiros desafios imediatos. Lembro, ainda, que o cliente está cada vez mais informado, exigente e menos fiel. Nossa tarefa será compreendê-lo, atender as expectativas e retê-lo em nossos negócios, com programas eficazes de fidelidade. Quem não estiver atento a tudo isso, aí sim, poderá desaparecer”, complementa.

## Investimentos para 2011

Com esta preocupação de sensibilizar seus associados da importância de modernização, em todas as áreas da empresa, a ANL perguntou se haveria investimentos, ainda em 2011, e 78,13% disseram que sim, haverá algum tipo de investimento, na seguinte ordem de interesses:

- 35% na capacitação profissional
- 29% em ampliação ou reforma de (as) loja(s)
- 25% investimento em tecnologia
- 9% em abertura de novas lojas
- 2% em outras áreas



**A amostragem destaca, ainda, os segmentos que mais cresceram.**

✓ **As 5 áreas de maior representatividade em vendas em 2010**

O levantamento não apresenta porcentagens deste aumento comparativamente a 2009. A questão apenas solicita as áreas de maior crescimento.

- 1º Infanto-Juvenil
- 2º Auto-Ajuda/ Esotéricos
- 3º Acadêmicos
- 4º Lit. geral - Ficção
- 5º Lit. geral - Não Ficção

✓ **As 5 áreas que mais cresceram em vendas em 2010**

O levantamento não apresenta porcentagens deste aumento comparativamente a 2009. A questão apenas solicita as áreas de maior crescimento.

- ❖ 1º Infanto-Juvenil
- ❖ 2º Lit. geral - Ficção
- ❖ 3º Lit. geral - Não Ficção
- ❖ 4º Acad. - Ciênc. Humanas
- ❖ 5º Auto-Ajuda/ Esotéricos

## ✓ Mais vendidos em 2010

- ❖ Ágape - Autor: Padre Marcelo Rossi - Editora: Globo
- ❖ A cabana - Autor: William P. Young - Editora: Sextante
- ❖ 1822 - Autor: Laurentino Ramos - Editora: Nova Fronteira
- ❖ Querido John - Autor: Nicholas Parks - Editora: Novo Conceito
- ❖ Comer, rezar e amar - Autor: Elizabeth Gilbert - Editora: Objetiva
- ❖ Amanhecer - Autor: Stephenie Meyer - Editora: Intrínseca
- ❖ Por que os homens amam as mulheres poderosas - Autor: Sherry Argov - Editora: Sextante
- ❖ 1808 - Autor: Laurentino Gomes - Editora: Nova Fronteira
- ❖ O símbolo perdido - Autor: Dan Brown - Editora: Sextante
- ❖ O vendedor de sonhos - Autor: Augusto Cury - Editora: Academia

## ✓ Estados onde estão localizadas as lojas: 23 Estados Brasileiros

AC	GO	PB	RR
AM	MA	PE	RS
BA	MG	PR	SC
CE	MS	RJ	SE
DF	MT	RN	SP
ES	PA	RO	

## ✓ Das livrarias que participaram do levantamento, com relação ao número de lojas que representam

**455 lojas**

## ✓ **Relação da Livrarias participantes**

Alternativa Cultural / Syllos Colus E Cia = **1 loja**  
Arco-Íris Livraria (F. Franco & Cia Ltda) = **1 loja**  
Asabeça = **1 loja**  
Ave-Maria = **9 lojas**  
Casa Cultural Saber e Ler Livraria Ltda = **1 loja**  
Casa De Livros = **1 loja**  
Livraria Cortez = **1 loja**  
Curitiba S/A = **18 lojas**  
Digital Ltda = **2 lojas**  
Disal S.A = **15 lojas**  
Dom Oscar Romero = **1 loja**  
Dona Traça = **1 loja**  
Escariz Ltda = **5 lojas**  
Feira do Livro - LFL Comércio E Serviços De Livros  
Ltda - Me = **1 loja**  
Leitura Ltda = **29 lojas + 1 virtual**  
Letra Viva - São João da Boa Vista = **1 loja**  
Loyola = **4 lojas**

Maneco, Do = **8 lojas**  
Napoleão Ltda ME = **1 loja**  
Nobel - são franquias = **206 lojas**  
Nova Livraria Leonardo da Vinci = **1 loja**  
Potylivros Distribuidora Ltda = **10 lojas**  
Pronadi Com. e Livros E Brinquedos Ltda = **1 loja**  
Saraiva = **93 lojas**  
Senac Rio = **1 loja**  
Toque de Letras Comércio de Livros Ltda = **1 loja**  
Travessa, Da = **8 lojas**  
UNB - Universidade De Brasília = **3 lojas**  
Unilivros Com de Livros e Art de Papelaria = **1 loja**  
Varejão do Estudante = **1 loja**  
Veredas Livraria Ltda = **2 lojas**  
Vida = **2 lojas**  
Vila, Da = **5 lojas**  
Vozes Ltda = **19 lojas**

**ORGANIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO:** Associação Nacional de Livrarias (ANL) e  
MGA Comunicações (Assessoria de Imprensa da ANL)  
**Coordenação Geral:** Vitor Tavares  
**Consultor Livreiro:** Guto Kater  
**Jornalistas responsáveis pelo Levantamento:**  
Marilu G. do Amaral (mtb 14.830) e Carina Gonçalves (mtb 48.326)  
**e-mail:** imprensa@anl.org.br  
**fone:** 11 2991 2934