

Crescimento nominal de 3% em 2022 não segura faturamento em termos reais das editoras

Desde o início da série histórica, a queda acumulada do faturamento das vendas ao mercado é de 40%

Em 2022, as editoras registraram R\$4,1 bilhões de faturamento nas vendas ao mercado, o que representa queda acumulada de 40%, em termos reais (descontada a inflação do período) desde 2006. Os números constam na série histórica da pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro, coordenada pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e pela Câmara Brasileira do Livro (CBL), com apuração da Nielsen BookData.

O relatório considera o desempenho real das editoras nos últimos 17 anos em quatro subsetores: Obras Gerais, Didáticos, Religiosos e CTP (Científicos, Técnicos e Profissionais). Em 2022, último ano da série histórica, o mercado editorial registrou retração real no faturamento de 3%, na comparação com 2021, quando consideradas apenas as vendas das editoras ao mercado.

O presidente do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), Dante Cid, afirmou que o setor esperava que o cenário econômico já estivesse mais favorável no ano passado. “Nós começamos 2022 empolgados principalmente com a recuperação dos Didáticos na volta às aulas presenciais e isso levantou os números no primeiro semestre. No entanto, mesmo com certo distanciamento, a pandemia ainda pesou muito nos resultados. Em seguida veio a elevação da inflação e a perda do poder de compra do consumidor, que deixou o resultado parecido com a inflação”, detalha. “Os resultados mostrados pela série histórica reafirmam que o vigor do mercado continua acompanhando o cenário macroeconômico do Brasil”, destaca.

Para a presidente da CBL, Sevani Matos, a pesquisa mostra a retração do mercado editorial nos últimos 17 anos, refletindo também a queda da base de leitores no Brasil, como já adiantou a pesquisa Retratos da Leitura, lançada em 2020. “É muito difícil esperar um mercado saudável e pujante em um país que perdeu cerca de 4,6 milhões de leitores. Observamos que esse resultado é reflexo da falta de políticas públicas e de ações para a formação de leitores no país. Iniciativas de incentivo à leitura são essenciais tanto para o fortalecimento do mercado, como para o crescimento do nosso país”, afirma.

Movimentação dos subsetores

Apesar de quase empatar com a inflação e apresentar desempenho muito próximo de zero em 2022, é a primeira vez nos últimos 7 anos que o subsetor de Didáticos apresenta crescimento em termos reais. O desempenho foi alcançado em função do aumento real do preço, que registrou alta de 4% em 2022. Mesmo com o crescimento apresentado, o subsetor segue no patamar mais baixo em 17 anos nas vendas ao mercado.

As vendas ao mercado do subsetor de Obras Gerais em 2022 tiveram desempenho em termos reais próximo de zero, empatando com a inflação. Nos últimos quatro anos a taxa de crescimento real foi de 2% e o desempenho foi alcançado com base na recuperação do preço. Apesar do crescimento real, o subsetor alcança patamar semelhante ao de 2015, mas ainda muito distante dos patamares do início da última década e mais distante ainda dos patamares registrados no início da série.

O subsetor de Religiosos também apresentou nas vendas ao mercado em 2022 um crescimento em termos reais próximo de zero, e um desempenho que empata com a inflação. O subsetor segue com desempenho semelhante ao registrado em 2018, com base no aumento de preços. O subsetor de Religiosos segue distante dos patamares registrados no início da série, e tem dificuldade de recuperar as perdas registradas em função da crise econômica e da pandemia.

Finalmente, o subsetor de CTP teve em 2022 o pior desempenho dentre os subsetores desde o início da crise econômica, alcançando o patamar mais baixo em 17 anos, com uma queda de 26% em termos reais desde o início da pandemia. Desde o início da série, o faturamento do subsetor encolheu mais de 50%. O CTP também encontra dificuldades para recuperar o preço dos produtos, que acumula perda de 25% em termos reais, em comparação com o período anterior à pandemia.

“Nos últimos anos o setor tem procurado recuperar as perdas através do aumento do preço nominal do livro. Contudo, ao deflacionar os dados nota-se que esse movimento não é suficiente e que o setor permanece sufocado. Isso é preocupante por duas razões: a primeira é que há um teto, um limite para esse aumento de preço, o que pode agravar a situação no futuro; a segunda é que não há grandes perspectivas de que possa existir um aumento no número de exemplares vendidos capaz de alavancar essa recuperação, seja pela restrição da renda das famílias ou pelo baixo número de leitores no país. Lembrando que o número de exemplares vendidos pelas editoras ao mercado sofreu redução de cerca de 30% desde o início da crise econômica,” explica Mariana Bueno, economista da Nielsen BookData, responsável pela pesquisa.

Livros digitais

A “Pesquisa Conteúdo Digital do Setor Editorial Brasileiro”, outra parceria entre o SNEL e a CBL, com apuração da Nielsen BookData, tem pela primeira vez nesta edição o relatório de sua série histórica divulgado, após quatro anos de realização do único levantamento do tipo no Brasil.

Na categoria À La Carte, ou seja, quando há a comercialização de uma unidade inteira de e-book ou audiobook, a evolução do faturamento das editoras apresentou um crescimento real de 51% nos últimos quatro anos. O crescimento foi registrado em função do volume vendido, dado que o preço apresenta decréscimo de 30% em termos reais em 4 anos.

Já “Outras Categorias” agrupa em um único segmento do levantamento as formas de comercialização Bibliotecas Virtuais, Assinaturas, Cursos Online e a partir do ano base 2022 passa considerar também as Plataformas Educacionais. Dentro deste guarda-chuva, a subcategoria de Bibliotecas Virtuais apresentou um crescimento real de 123% nos últimos quatro anos. Destaca-se também que Assinaturas é a subcategoria em que os audiobooks têm maior participação no faturamento das editoras.

Somando as categorias À La Carte e Outras Categorias, o crescimento real no faturamento das vendas das editoras foi de 95% nos últimos quatro anos. Em 2022, os produtos digitais corresponderam a 6% do faturamento das editoras em termos reais.