



**Câmara
Brasileira
do Livro**

Panorama do Consumo de Livros

*Um estudo sobre o perfil e hábitos dos consumidores de
livros no Brasil*

Janeiro, 2025

© 2021 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

**Nielsen
BookData**

Sobre o estudo

- Uma pesquisa da Câmara Brasileira do Livro, realizada pela Nielsen BookData.
- O objetivo desse estudo é traçar o perfil e os hábitos de compra dos consumidores de livros.
- Ferramenta para auxiliar a tomada de decisão de editoras, livrarias e demais agentes da cadeia produtiva do livro.

Consumidores

16% da população brasileira acima de 18 anos afirma ter comprado ao menos um livro nos últimos 12 meses

Comparado a outras atividades culturais, o livro foi a segunda categoria mais consumida, ficando apenas atrás de cinema.

A maior parte dos consumidores comprou entre 3 e 5 livros nos últimos 12 meses.

As mulheres representam 62% dos consumidores que compraram mais de 10 livros nos últimos 12 meses. 41% dessas mulheres são da classe B e 39% da classe C. As mulheres da classe B estão concentradas no Nordeste e as da classe C no Sudeste.

Preço

A maior parte dos consumidores acha caro os livros escolares e os livros para aprimoramento pessoal e profissional. Os livros para entretenimento e lazer, assim como os livros infantis e juvenis, não são caros nem baratos.

Lojas

55% dos consumidores prefere comprar livros em lojas on-line e 39% prefere comprar em lojas físicas.

O Nordeste é a região que concentra o maior percentual da população que prefere comprar on-line.

A preferência por loja física tem uma forte relação com a faixa etária.

Aqueles que preferem comprar livros em lojas on-line apresentam maior consumo de outros bens relacionados à internet e tecnologia. Já aqueles que preferem comprar livros em lojas físicas apresentam maior grau de consumo de outros bens culturais.

A maioria dos consumidores afirmou que compraria livros em lojas físicas caso o preço do livro fosse equivalente ao da loja on-line.



Formato

56% dos consumidores de livros compraram apenas livros físicos nos últimos 12 meses. 14% deles compraram apenas livros digitais e 30% consumiram tanto livros impressos quanto livros digitais.

Os homens concentram o maior percentual dos consumidores que compram apenas livros digitais.

O Sul do país possui o menor percentual de consumidores que compram apenas livros digitais e o Nordeste concentra o maior percentual (36%) de pessoas que consumiram livros nos dois formatos.

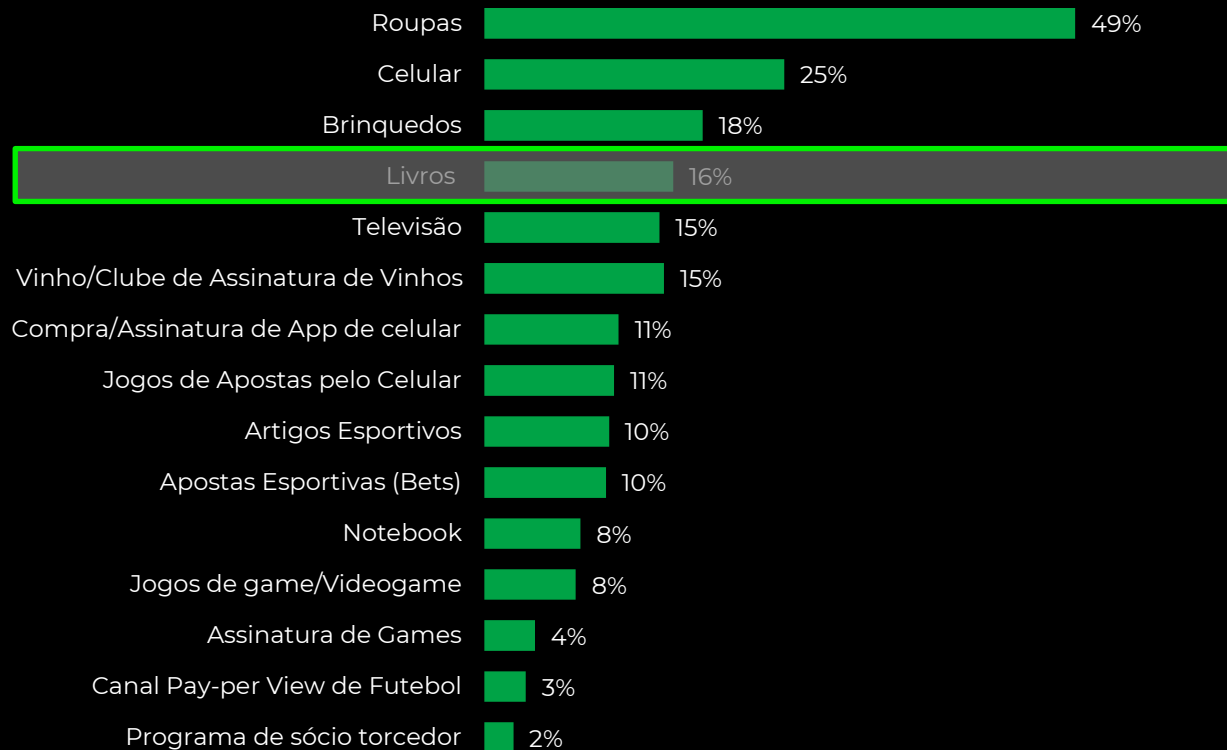
Livro em comparação a outras categorias de consumo

Respondentes que indicaram ter comprado um ou mais livros nos últimos 12 meses



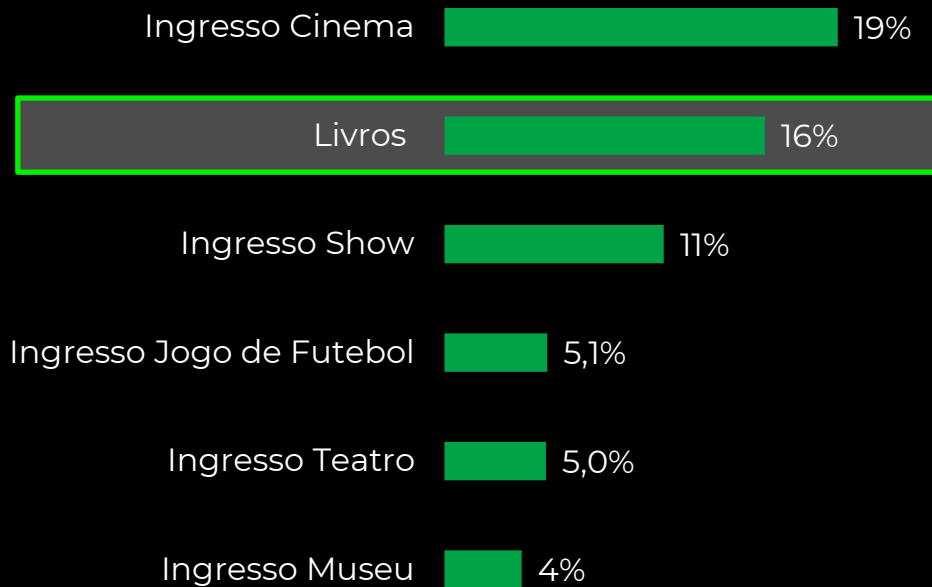
**Câmara
Brasileira
do Livro**

Categorias consumidas nos últimos 12 meses





Categorias culturais consumidas nos últimos 12 meses



Consumiram livros nos últimos 12 meses:



45%

dos **CONSUMIDORES** de ingresso de **CINEMA**



25%

dos **CONSUMIDORES** de ingresso de **SHOW**



16%

dos **CONSUMIDORES** de ingresso de **TEATRO**



12%

dos **CONSUMIDORES** de ingresso de **MUSEU**



11%

dos **CONSUMIDORES** de ingresso de **JOGO DE FUTEBOL**



Câmara
Brasileira
do Livro

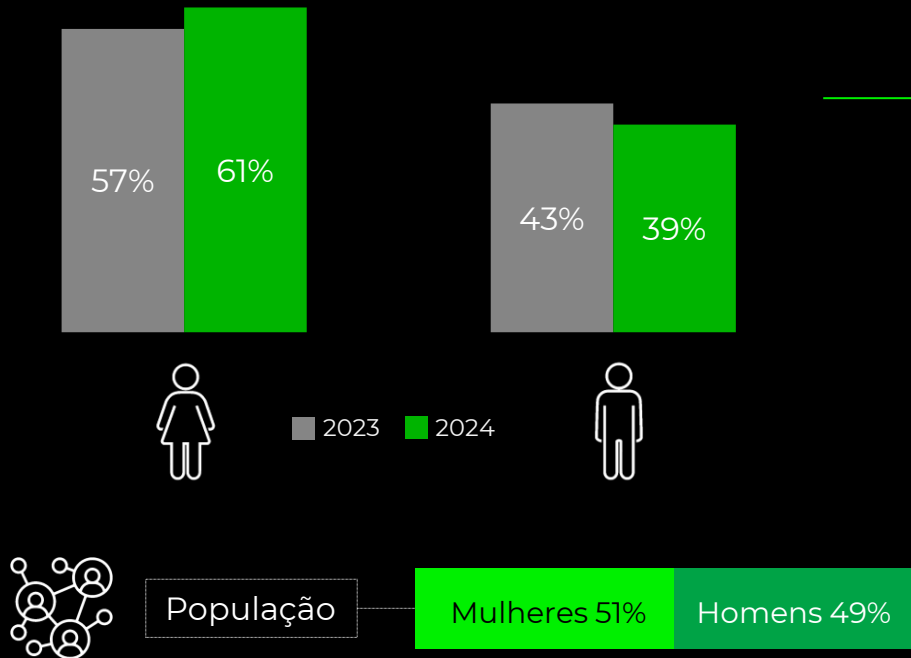
Nielsen BookData

Quem são os consumidores de livros?

Respondentes que indicaram ter comprado um ou mais livros nos últimos 12 meses

16% da população maior de 18 anos comprou ao menos um livro nos últimos 12 meses

Consumidores de livros por GÊNERO



Penetração de consumidores no total da população por gênero



Mulheres
17%



Homens
12%

A **Classes C** concentra o **maior percentual** de **mulheres consumidoras** de livros:



46%

% em relação ao total de mulheres consumidoras de livros

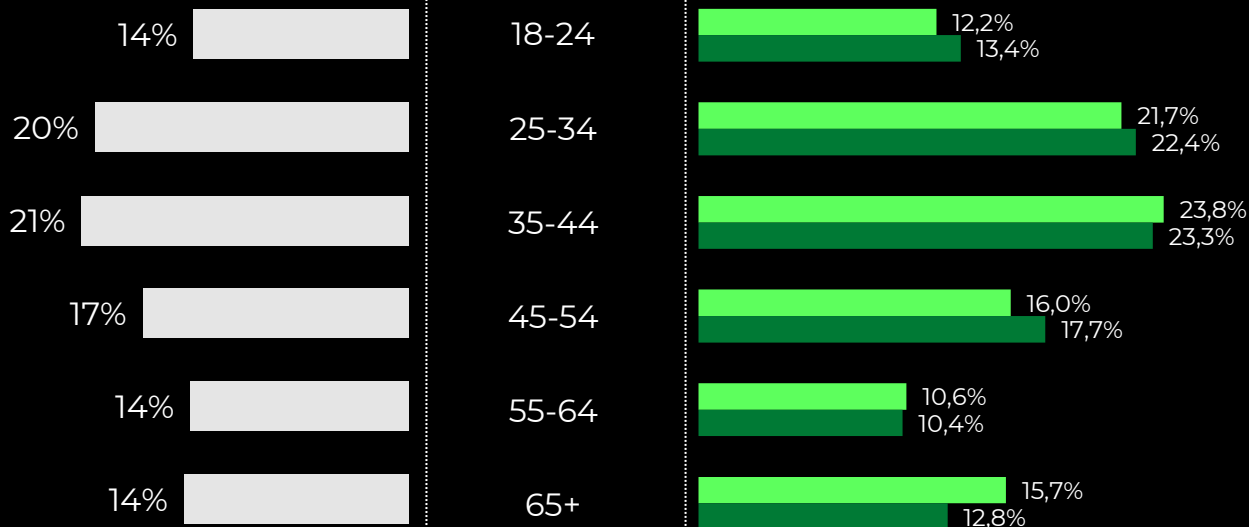
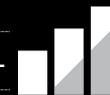
16% da população maior de 18 anos comprou ao menos um livro nos últimos 12 meses

Consumidores de livros por IDADE



População

2023 vs 2024



■ 2023 ■ 2024

Apresentou Maior Crescimento:



Mulheres



Consumidoras na faixa:

45-54

Apresentou Maior Decréscimo:



Mulheres & Homens

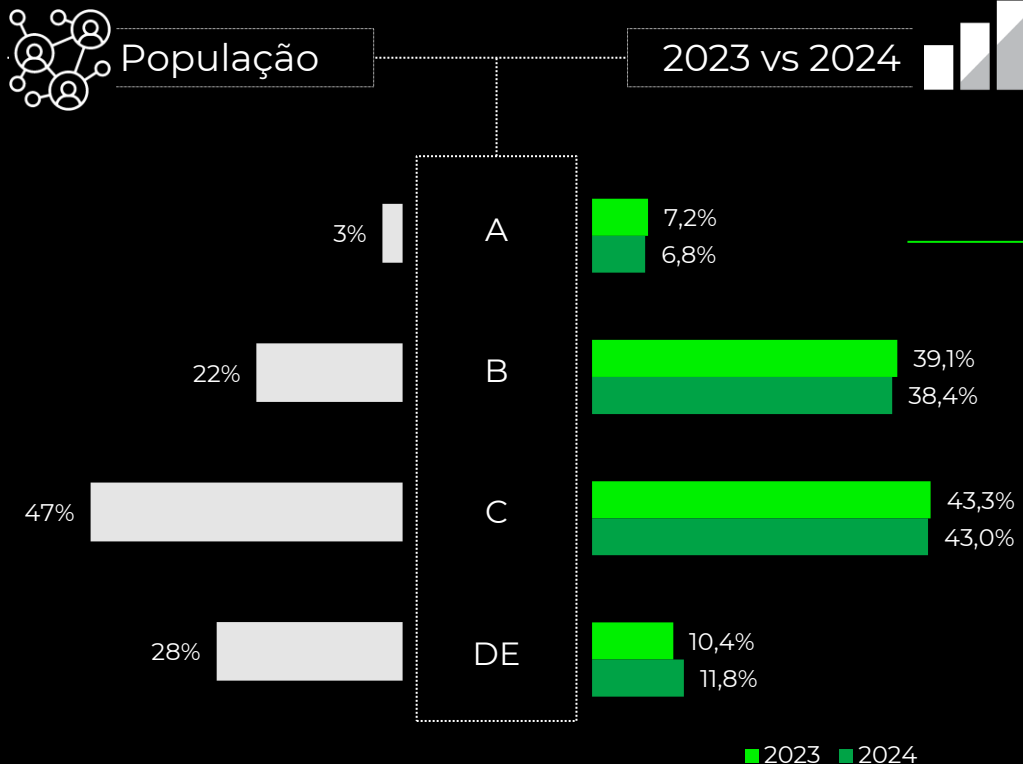


Consumidores na faixa:

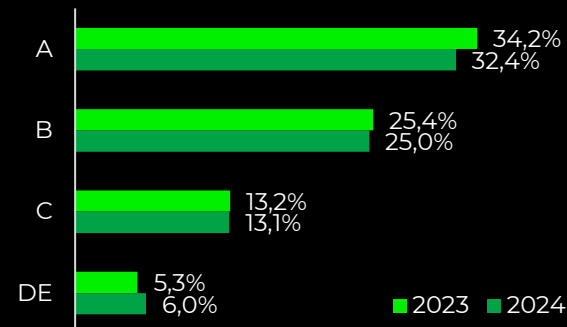
65+

16% da população maior de 18 anos comprou ao menos um livro nos últimos 12 meses

Consumidores de livros por Classe



Penetração de consumidores no total da população por Classe Social



Ainda que a maior penetração esteja nas classes A e B, a concentração de compradores está nas classes C e B (82%)



MULHERES das Classes C

2023 - 25% do total dos consumidores
2024 - 27% do total dos consumidores

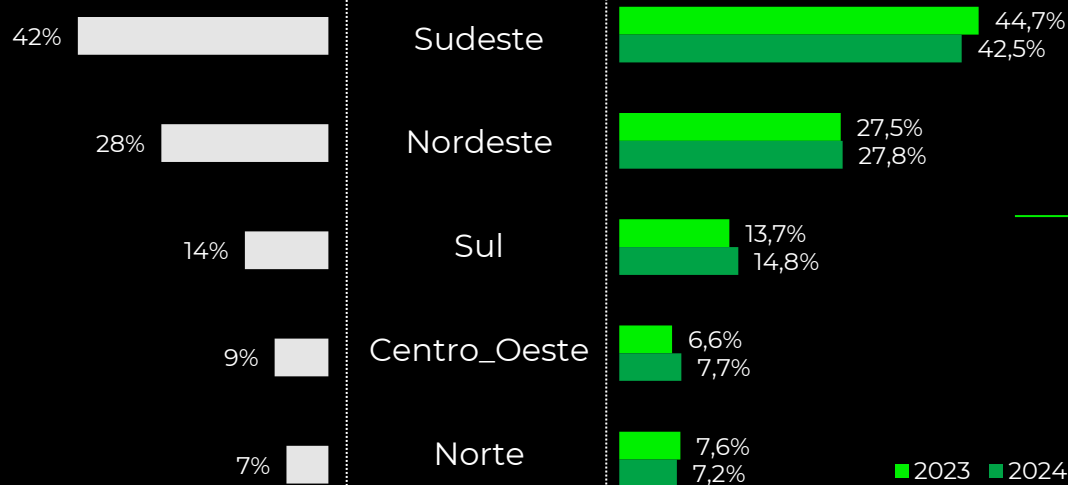
16% da população maior de 18 anos comprou ao menos um livro nos últimos 12 meses

Consumidores de livros por Região



População

2023 vs 2024

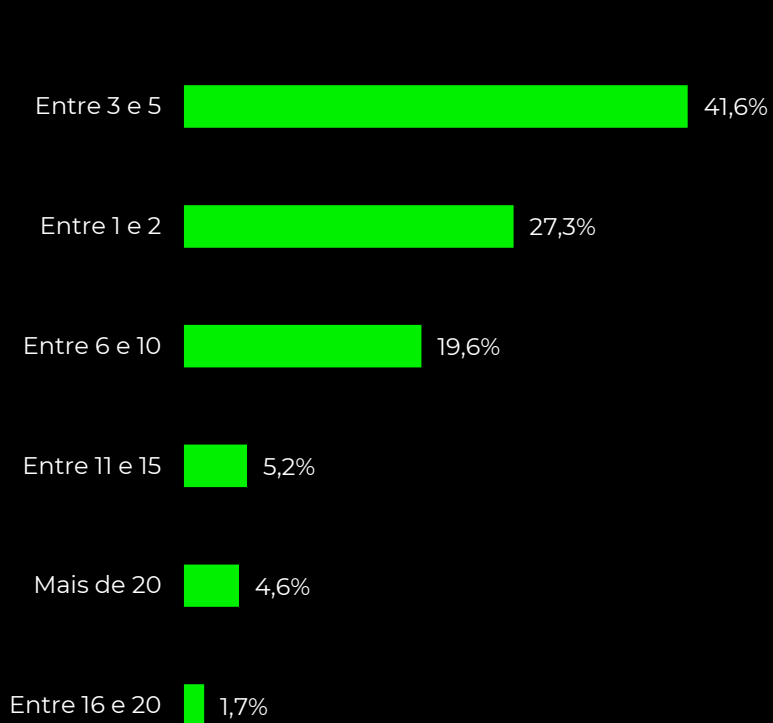


Penetração de compradores no total da população por região

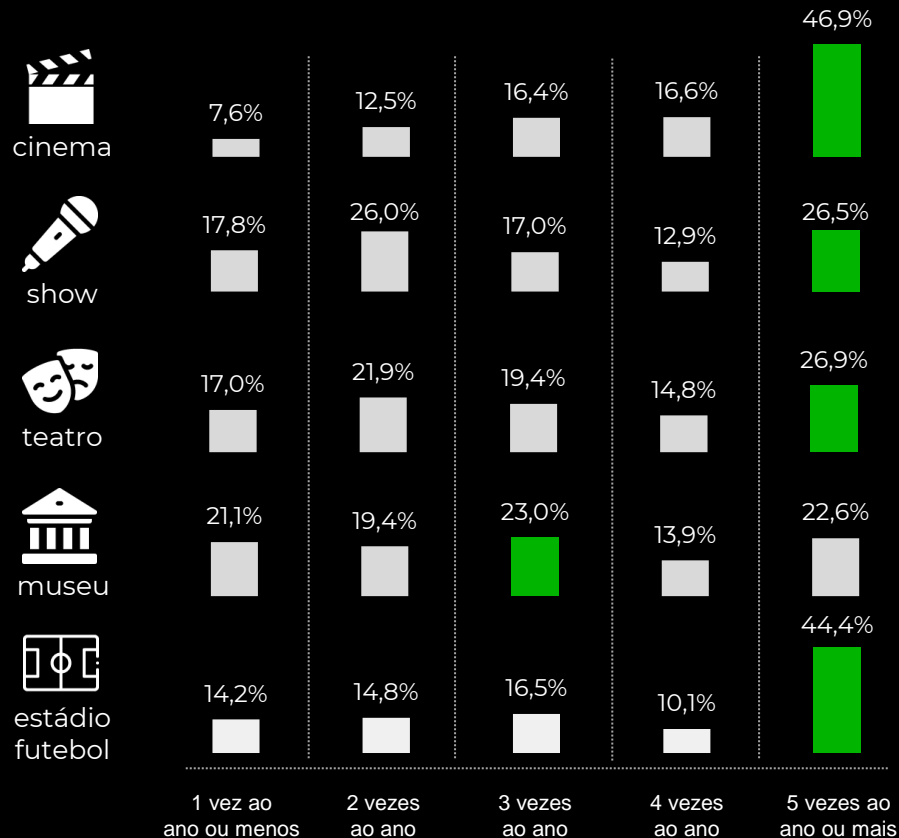


Consumidores de livros

Quantos livros você comprou nos últimos 12 meses?



Frequências do consumo de outros bens culturais

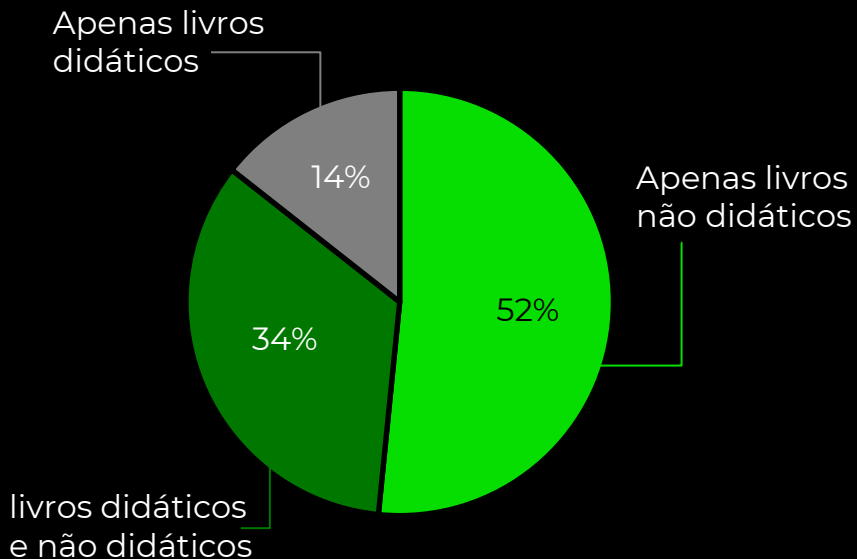


Consumidores de livros

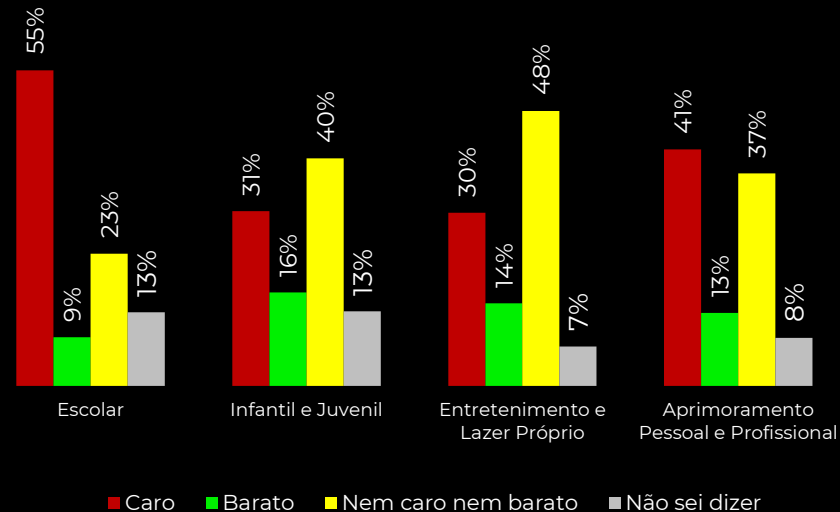
Nielsen BookData



Quais foram os **tipos de livros** que você comprou?

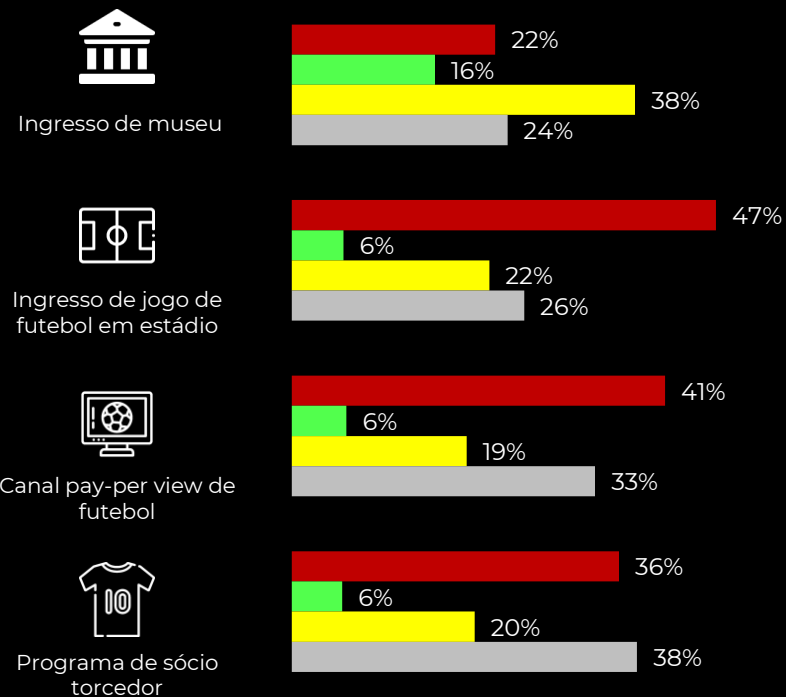
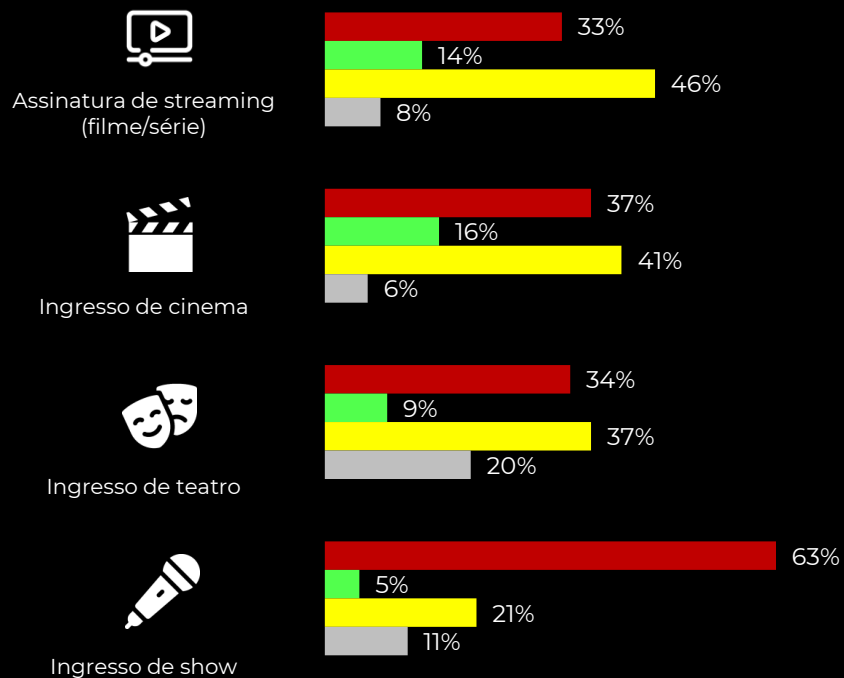


O que você acha do **preço dos livros**?



Não há diferença de percepção de preço por classe social

Consumidores de livros - Percepção de preço de outros bens

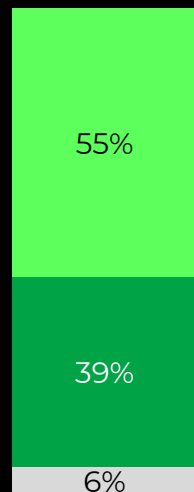


■ Caro ■ Barato ■ Nem caro nem barato ■ Não sei dizer

Consumidores de livros – Canal de compras



Canal preferido



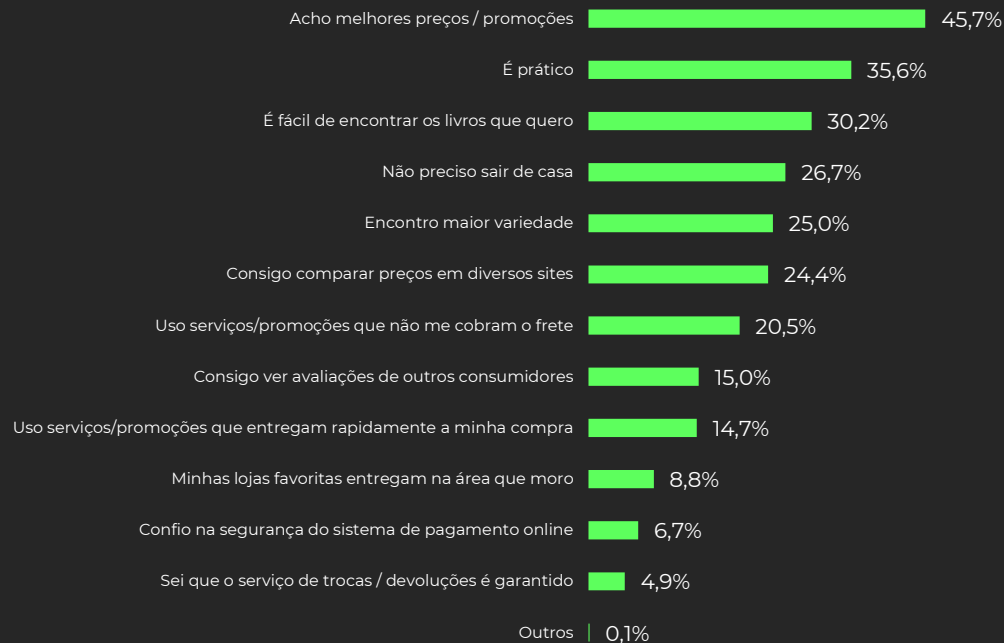
■ Não sei dizer

■ Compra presencial (em lojas, livrarias, sebos, etc.)

■ Compra online por app/sites



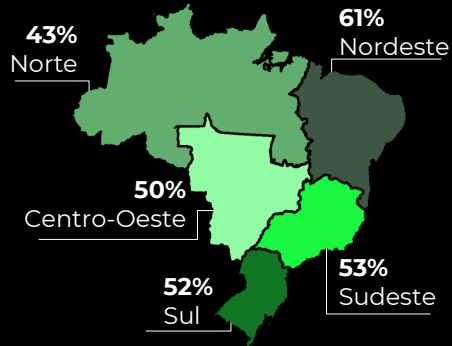
On-line



Consumidores de livros

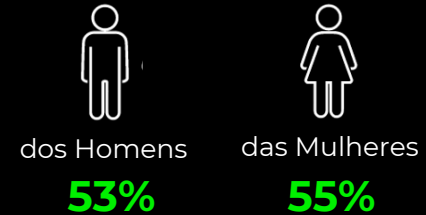
55% da população prefere comprar **Livros Impressos** na internet:

Por Região

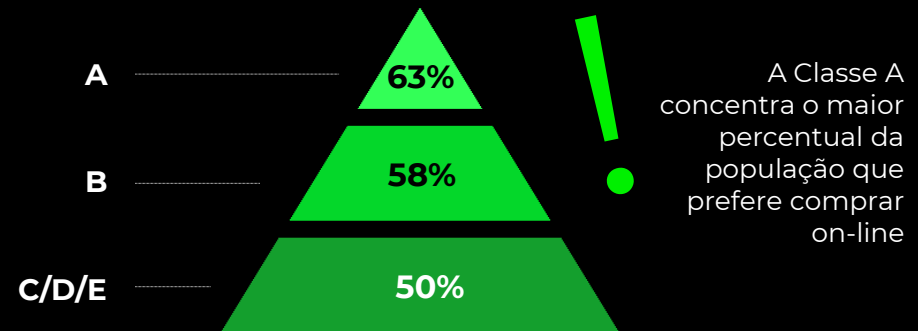


O nordeste é a região que concentra o maior percentual da população que prefere comprar on-line

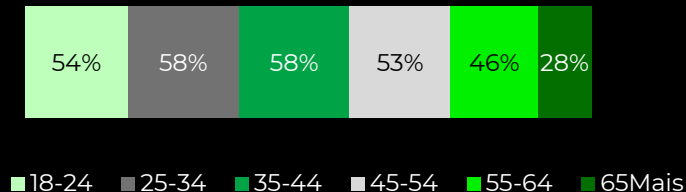
Por Gênero



Por Classe

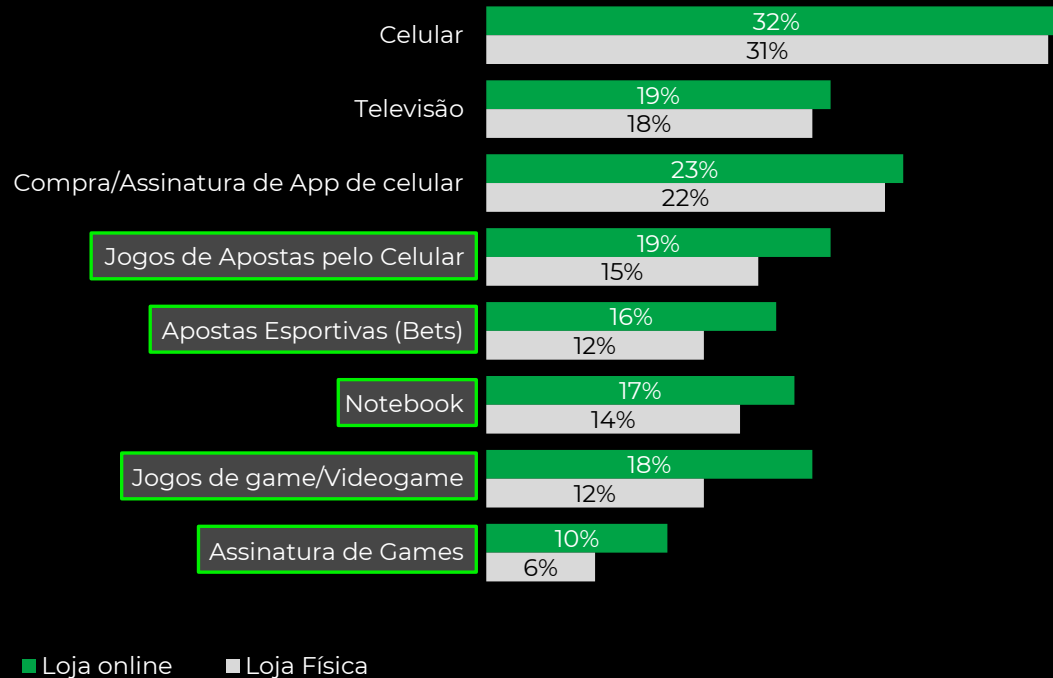


Por Idade



55% da população prefere comprar Livros Impressos na Internet

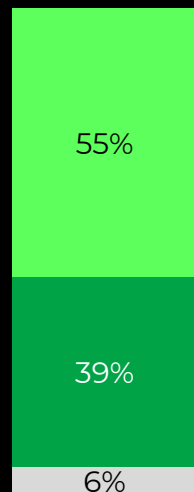
Consumidores que preferem comprar livros on-line apresentam penetração de consumo maior para as categorias relacionadas a internet e tecnologia:



Consumidores de livros – Canal de compras



Canal preferido



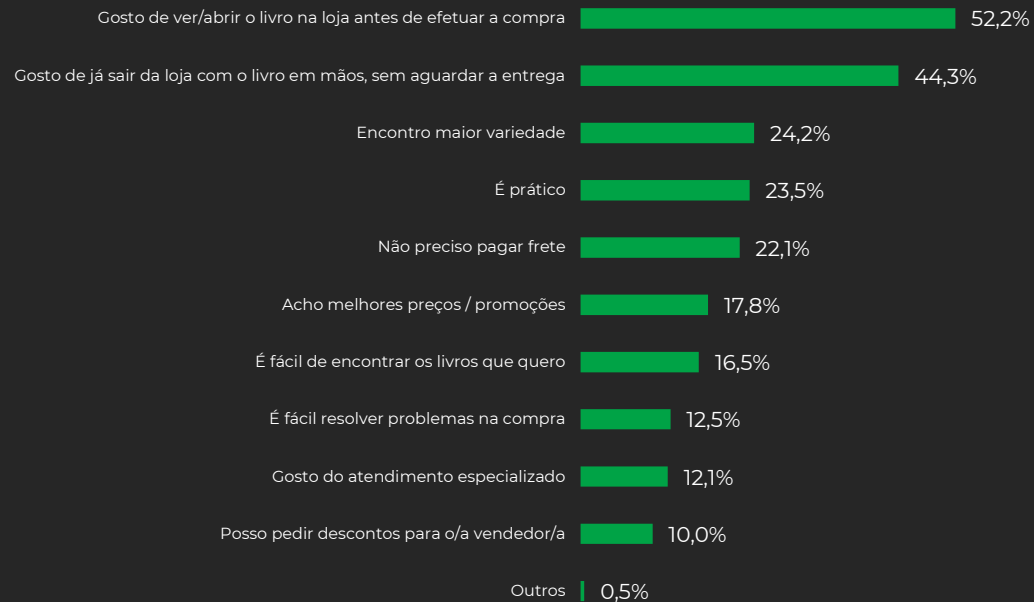
■ Não sei dizer

■ Compra presencial (em lojas, livrarias, sebos, etc.)

■ Compra online por app/sites



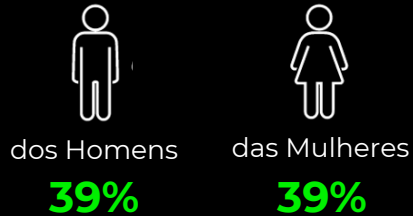
Offline



Consumidores de livros

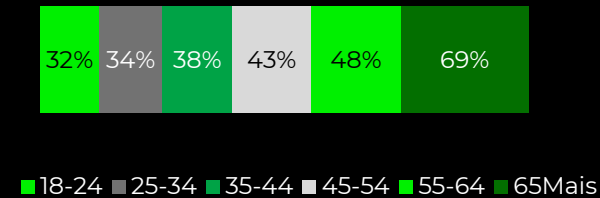
39% da população prefere comprar Livros Impressos em lojas físicas:

Por Gênero



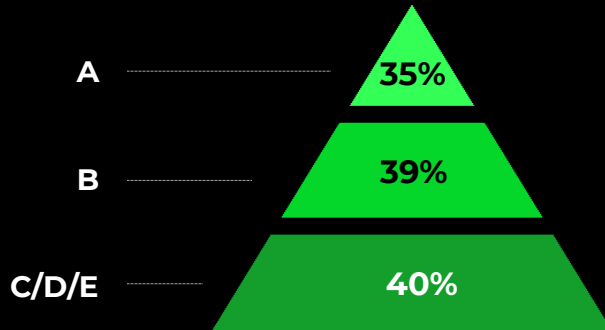
Não há diferença por gênero na preferência por loja física

Por Idade

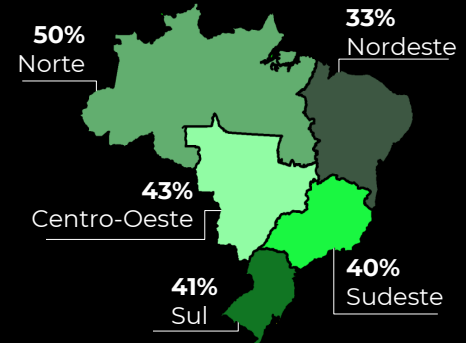


A preferência por loja física tem uma forte relação faixa etária

Por Classe

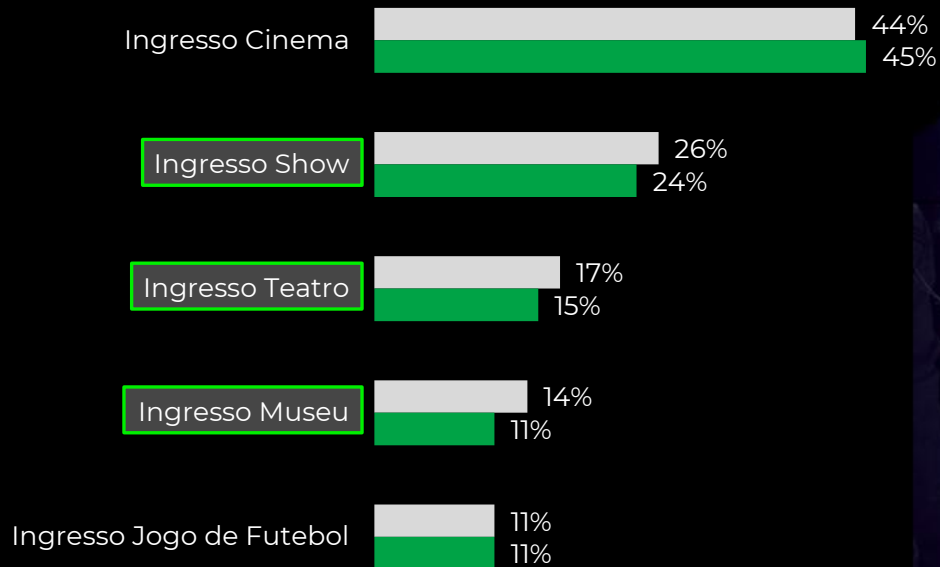


Por Região



39% da população prefere comprar Livros Impressos em Lojas Físicas

Consumidores que preferem comprar livros em lojas físicas apresentam penetração de consumo maior para as categorias relacionadas a outros bens culturais:

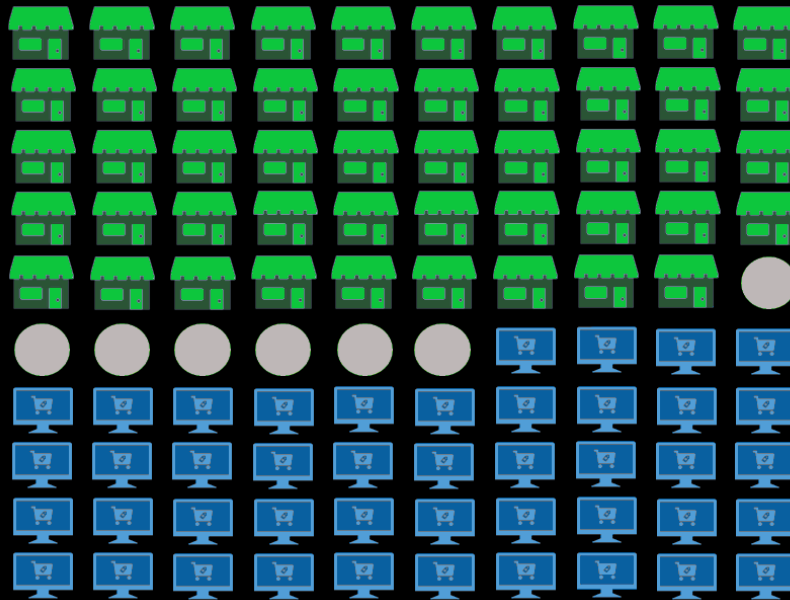


■ Loja Física ■ Loja online

Consumidores de livros

Se as lojas físicas e as lojas on-line praticarem preço equivalente, onde você compra esse livro?

49%
comprariam em
lojas físicas

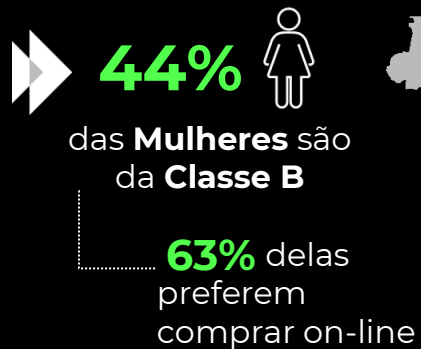


44%
comprariam em
lojas on-line

7%
Não sabem

Consumidores de livros

Compraram **6** ou mais **livros**:

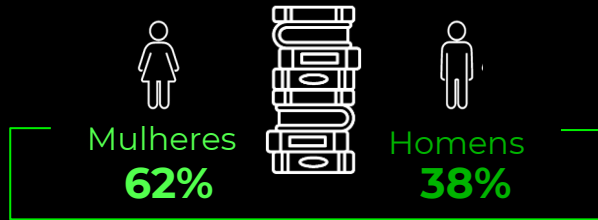



41% das **Mulheres** da **Classe B** vivem na região **Sudeste**




Consumidores de livros

Compraram **10** ou mais **livros**:



▶▶ **41%** 
das **Mulheres** são da **Classe B**

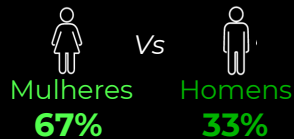
▶▶ **39%** 
das **Mulheres** são da **Classe C**

61% delas preferem comprar on-line

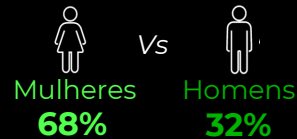
55% delas preferem comprar on-line

Maiores diferenças:

Classe B:



Classe C:



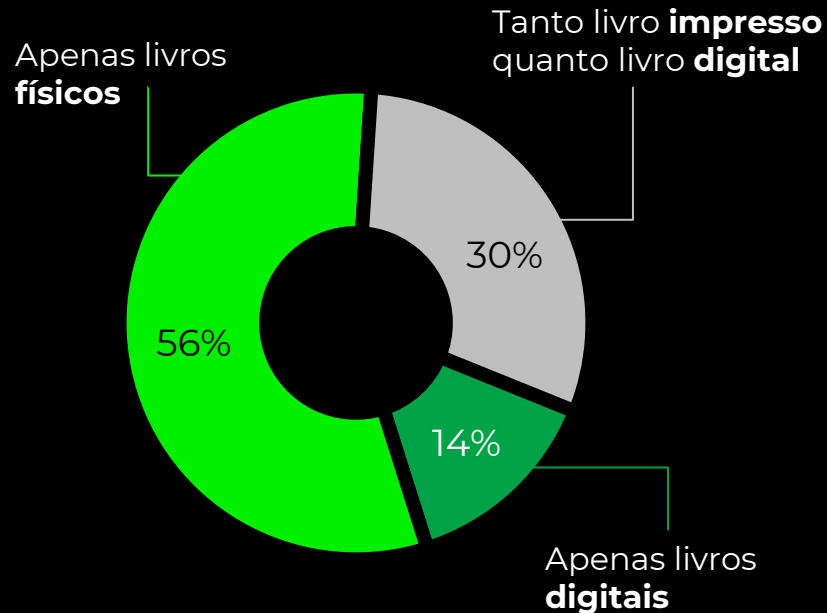
40% das **Mulheres** da **Classe B** vivem na região **Nordeste**



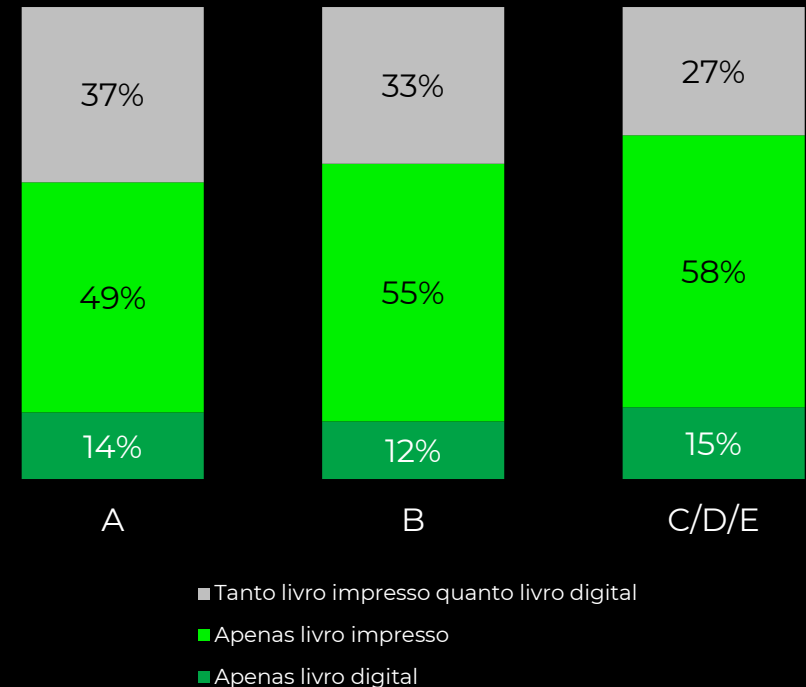
38% das **Mulheres** da **Classe C** vivem na região **Sudeste**

Consumidores de livros

Quais os formatos dos livros que você comprou?



Importância dos formatos por classe social



Consumidores de livros

Quais os formatos dos livros que você **comprou**?

dos Homens



16%

Apenas livro digital

57%

Apenas livro impresso

27% Tanto livro impresso quanto livro digital

das Mulheres



13%

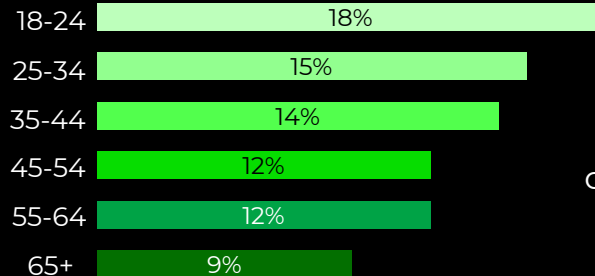
55%

32%




9% dos consumidores da região **Sul** consumiram apenas livros digitais. É o menor percentual entre as regiões do país.

Formato por faixa etária - Consumiram apenas livros digitais



O formato tem forte relação com faixa etária



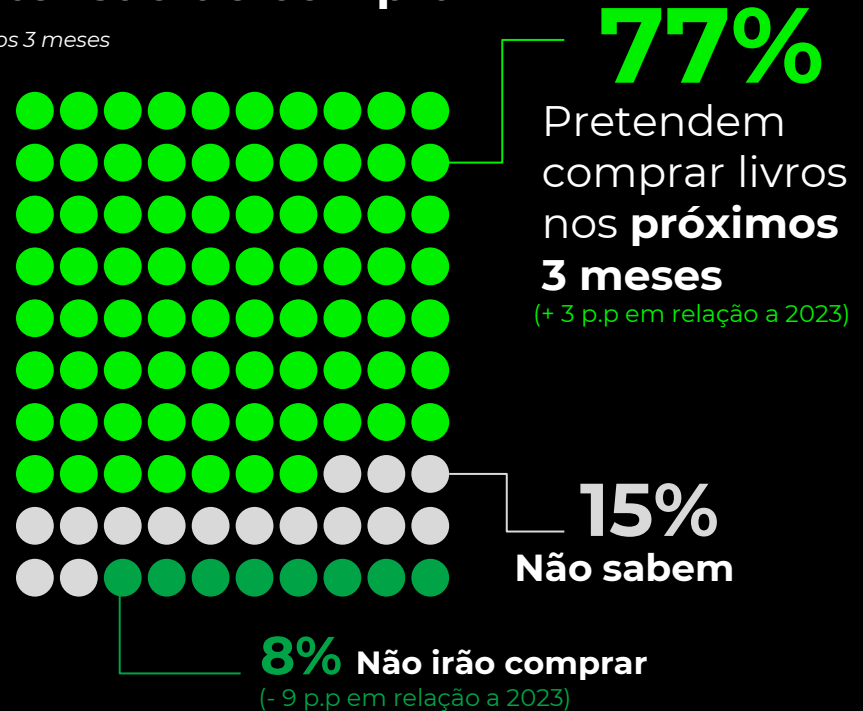

O **Nordeste** é a região que concentra o **maior percentual (36%)** de pessoas que **consumiram** livros nos 2 formatos



Consumidores de livros

Pretensão de compra

Próximos 3 meses



77%

Pretendem comprar livros nos **próximos 3 meses**

(+ 3 p.p em relação a 2023)

15%

Não sabem

8% Não irão comprar

(- 9 p.p em relação a 2023)



Câmara
Brasileira
do Livro

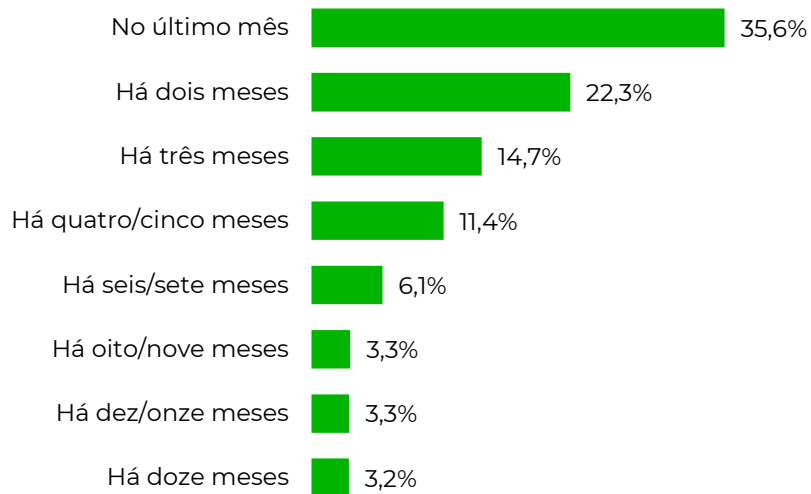
Nielsen BookData

Sobre a última compra de livros?

Consumidores de livros – compra realizada entre Novembro/23 e Outubro/24

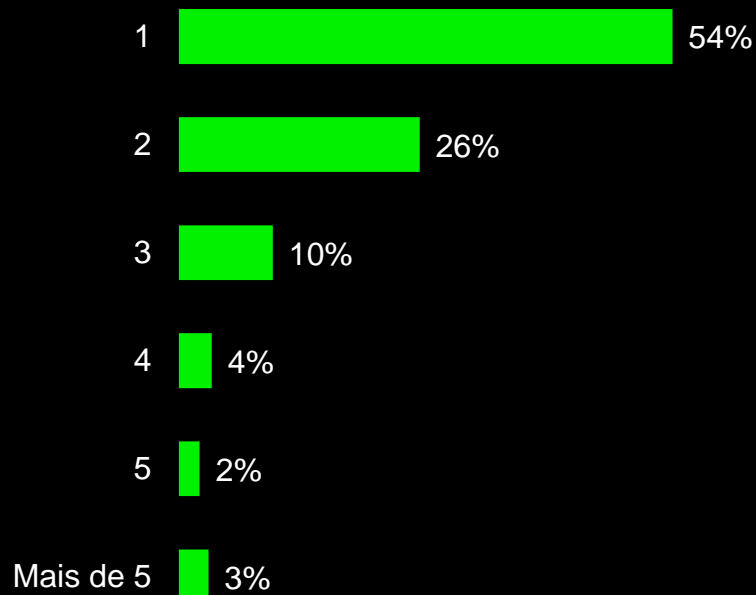
Consumidores de livros

Quando foi sua última compra de livros?



73% dos **consumidores** realizaram sua **última compra** nos **últimos 3 meses**

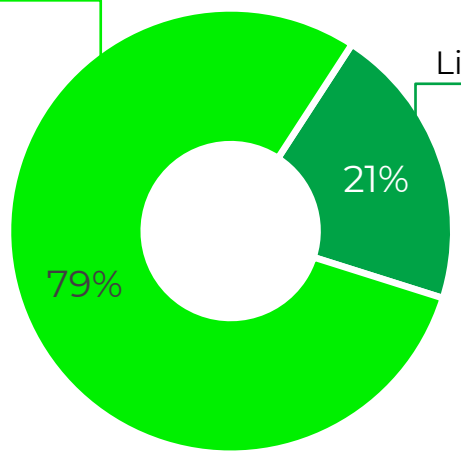
Quantos livros você comprou na última compra?



Consumidores de livros

Quais os **formatos** dos livros que você **comprou** na sua **última compra**?

Livros **Impressos**



Livros **Digitais**





Câmara
Brasileira
do Livro

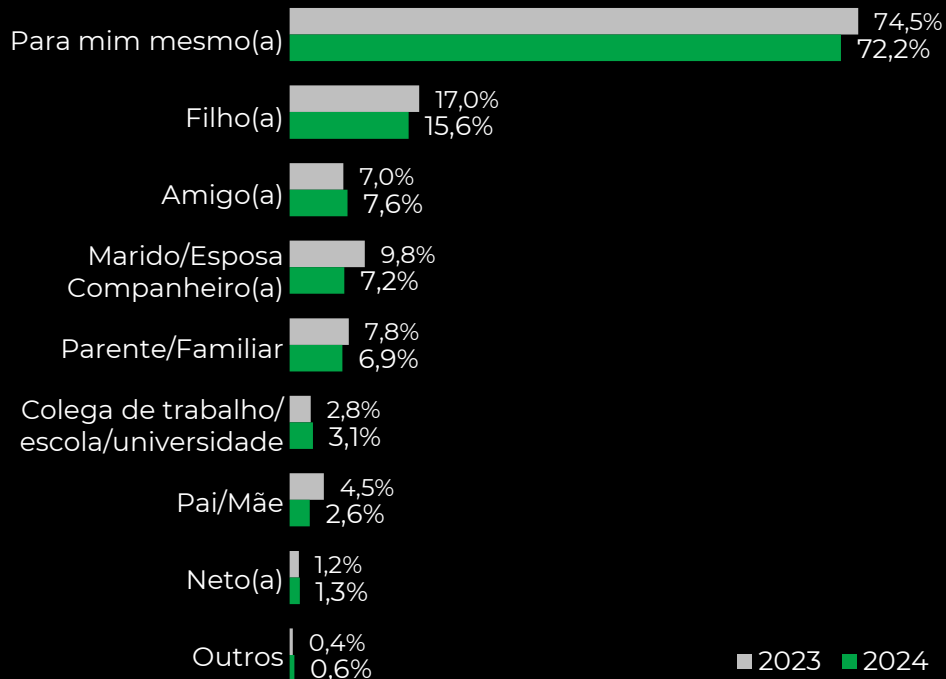
Nielsen BookData

última compra de livros IMPRESSOS

Consumidores de livros – compra realizada entre Novembro/23 e Outubro/24

Consumidores de livros – Última compra de **livros impressos**

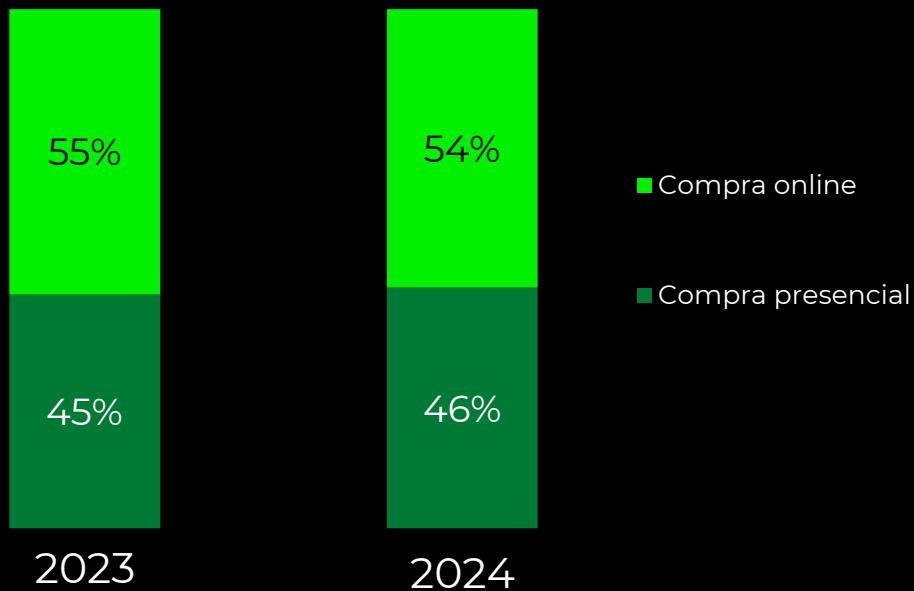
Para quem você comprou livros impressos na sua última compra?



Consumidores de livros

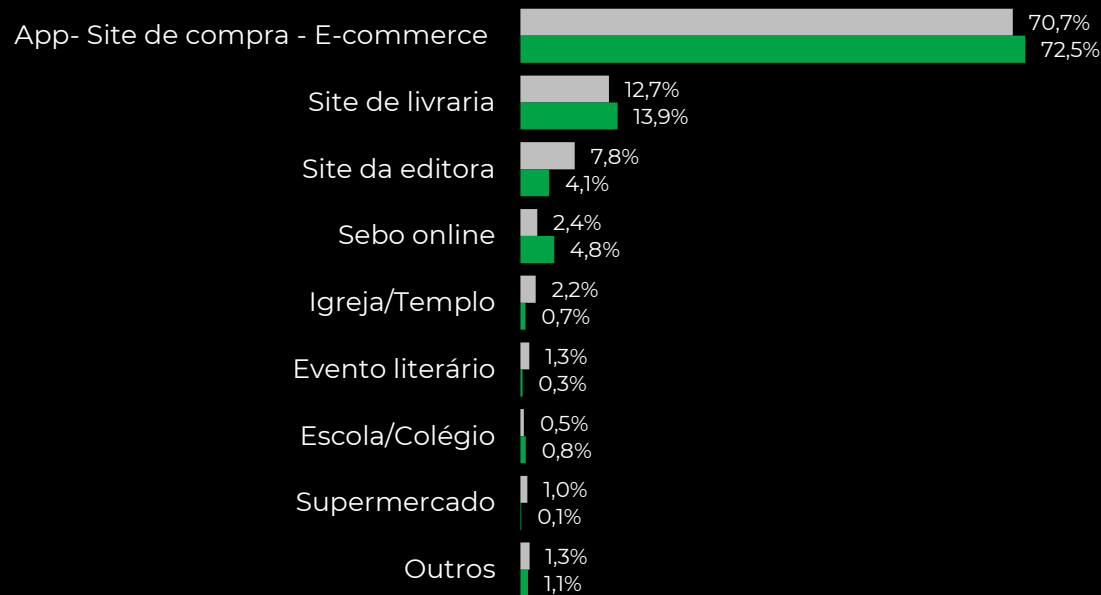
Última compra de **Livros Impressos**

Como você fez a sua última compra de livros impressos?



Consumidores de livros - Última compra de **Livros Impressos**

Onde você fez a sua **ÚLTIMA COMPRA on-line** de **LIVROS IMPRESSOS**?



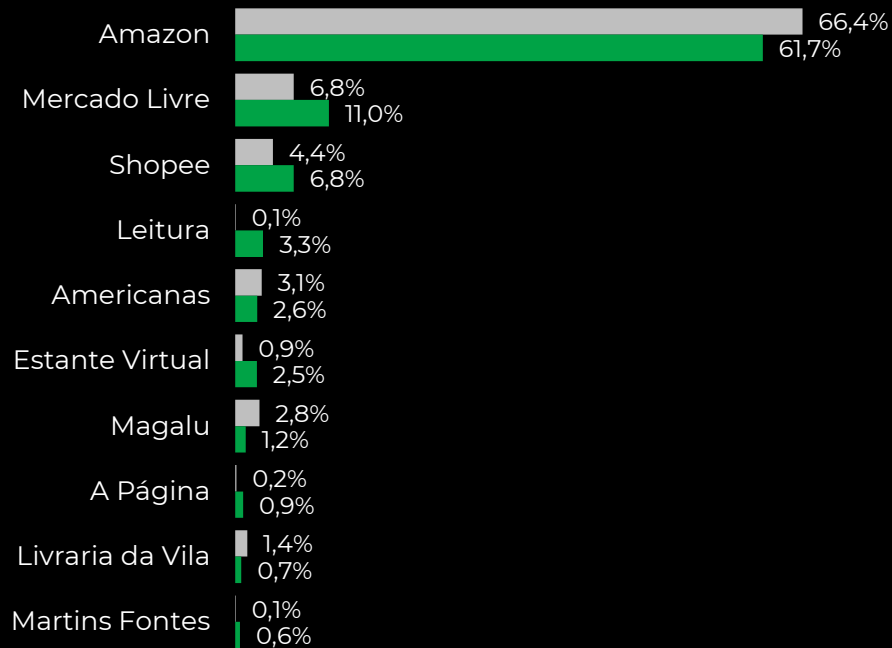
■ 2023 ■ 2024





Consumidores de livros - Última compra de **Livros Impressos**

Em qual **SITE DE LIVRARIA, APP/SITE** você fez a sua **última compra de livros impressos?**



■ 2023 ■ 2024

Consumidores de livros – Última compra de **livros impressos**

Em qual **SITE DE LIVRARIA, APP/SITE** você fez a sua **última compra** de **livros impressos**?

Livraria/App/Site	%	Livraria/App/Site	%
1 Amazon	61,7%	12 Dois Pontos	0,5%
2 Mercado Livre	11,0%	13 Hotmart	0,3%
3 Shopee	6,8%	14 Casas Bahia	0,3%
4 Leitura	3,3%	15 Travessa	0,3%
5 Americanas	2,6%	16 Minha Biblioteca Católica	0,2%
6 Estante Virtual	2,5%	17 Submarino	0,2%
7 Magalu	1,2%	18 Escariz	0,2%
8 A Página	0,9%	19 Dark Side	0,2%
9 Livraria da Vila	0,7%	20 Disal	0,1%
10 Martins Fontes	0,6%	21 Não lembra	0,5%
11 Livrarias Curitiba	0,5%	22 Outros	5,3%

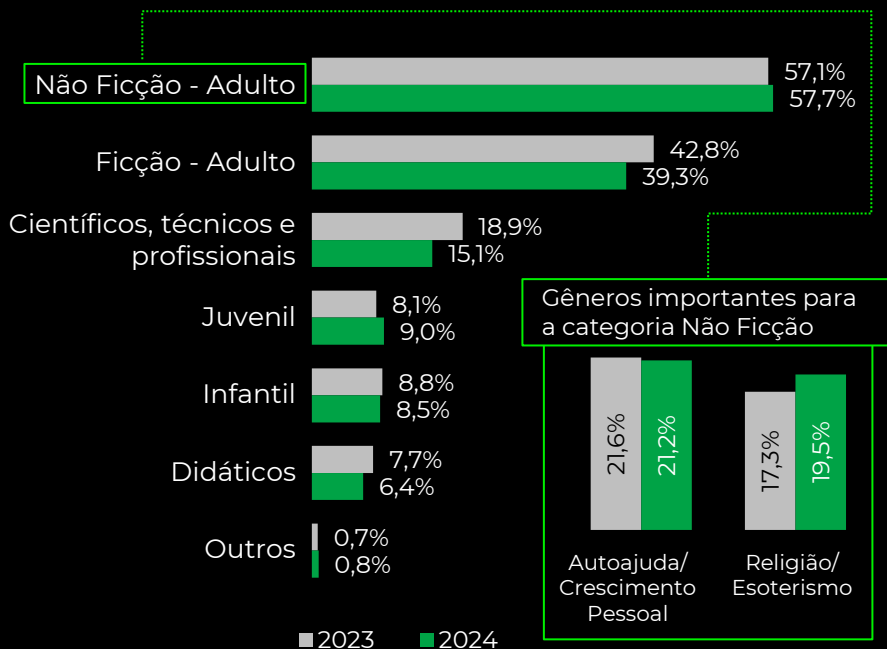
Consumidores de livros – Última compra de **livros impressos**

Motivos para a escolha do local da última **COMPRA ON-LINE** de livros impressos:

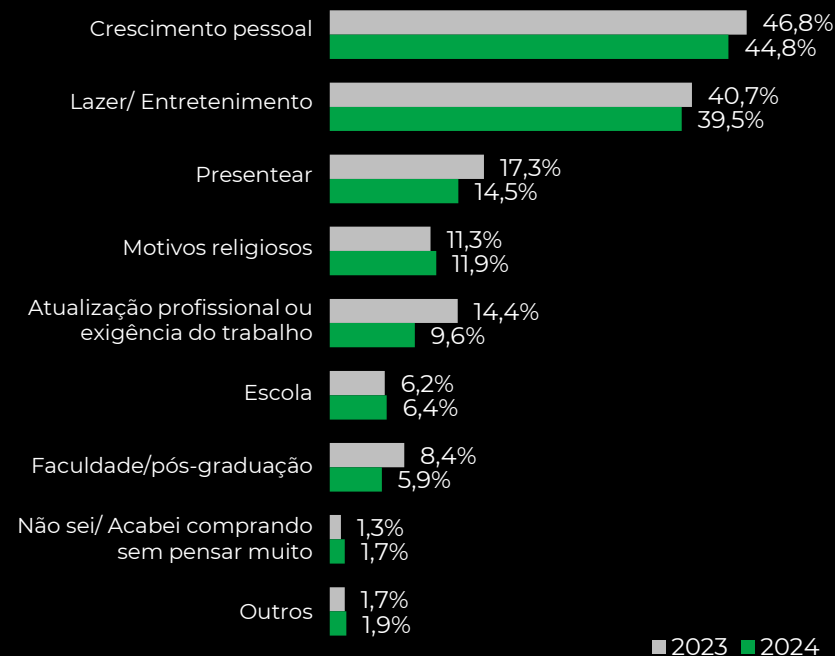


Consumidores de livros – Última compra de **livros impressos**

Quais tipos de livro você comprou em sua última **COMPRA on-line** de livros impressos?



Para qual finalidade você comprou livros impressos em sua última **COMPRA on-line**?



Consumidores de livros – Última compra de **livros impressos**

Quais fatores te **influenciaram** na escolha dos **livros impressos** em sua **ÚLTIMA COMPRA ON-LINE?**

	2023	2024
Tema ou assunto	49,2%	41,1%
Preço	26,2%	21,6%
Autor	20,5%	18,0%
Recomendação de amigo, familiar	13,8%	17,1%
Título do livro	19,1%	16,8%
Indicação de um influenciador digital de outras redes sociais**	9,0%	10,5%
Capa do livro	6,9%	8,7%
Ter filme ou série relacionado ao livro	8,4%	8,5%
Recomendação de professor	7,2%	7,5%
Recomendação de crítico literário	-	6,9%

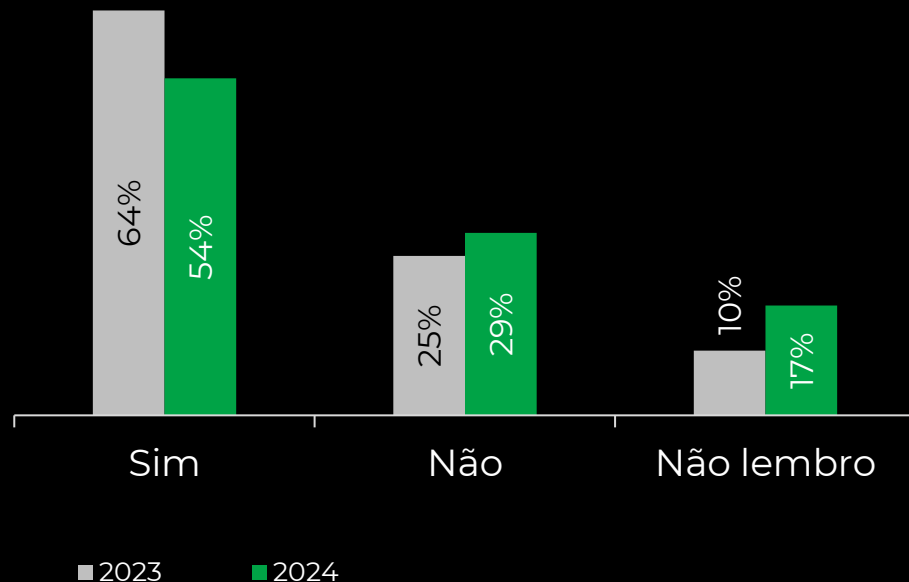
	2023	2024
Indicação de um influenciador digital do Youtube	7,8%	6,8%
Editora do livro	-	4,6%
Recomendação do próprio site em que comprei	5,1%	4,4%
Recomendação de líder religioso	3,7%	3,7%
Recomendação do vendedor, livreiro	2,6%	3,6%
Indicação de um influenciador digital do Tik Tok	4,6%	3,5%
Leitura obrigatória*	5,4%	3,0%
Material de Merchandising/Propaganda	2,8%	2,5%
Revista ou material de divulgação	2,4%	1,7%
Outros	2,7%	2,9%

*Leitura obrigatória - exigência do trabalho, escola, faculdade ou pós-graduação

** Outras redes sociais: Instagram, Facebook, Whatsapp, Telegram, Kwai, etc

Consumidores de livros – Última compra de **livros impressos**

Você **comprou** os livros impressos de sua última **COMPRA ON-LINE** com **desconto**?



Consumidores de livros - Última compra de **Livros Impressos**

Onde você fez a sua última **COMPRA PRESENCIAL** de livros impressos?

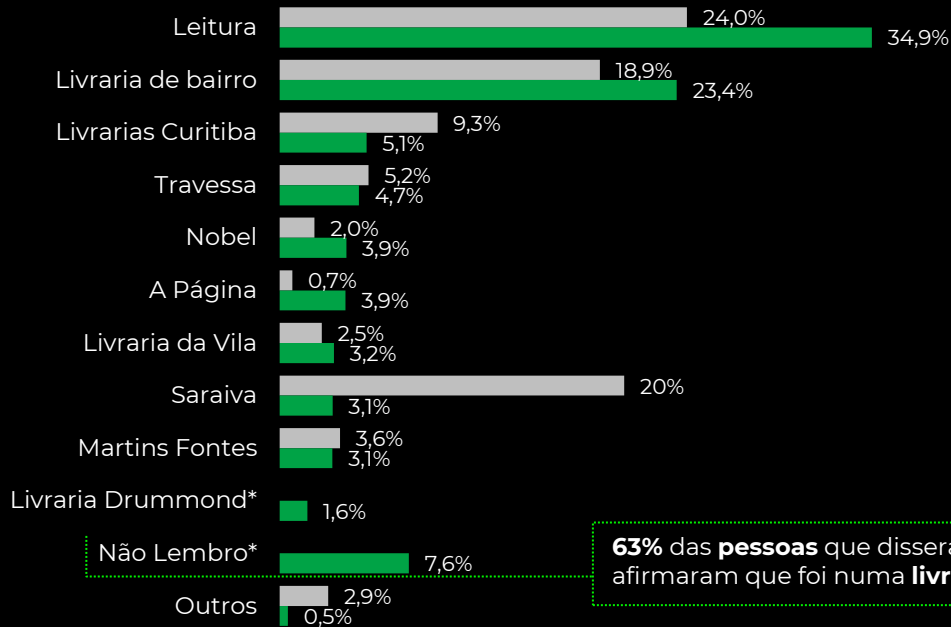


*Evento literário (ex: Feira do livro de faculdade, Bienal, etc.)



Consumidores de livros - Última compra de **Livros Impressos**

Em qual **LIVRARIA FÍSICA** você fez a sua **última compra** de **livros impressos**?



63% das **peças** que disseram **não se lembrar**, afirmaram que foi numa **livraria de shopping**

■ 2023 ■ 2024

*categorias com baixa citação e compuseram a categoria "outros" em 2023



Consumidores de livros – Última compra de **livros impressos**

Em qual **LIVRARIA FÍSICA** você fez a sua **última compra** de **livros impressos**?

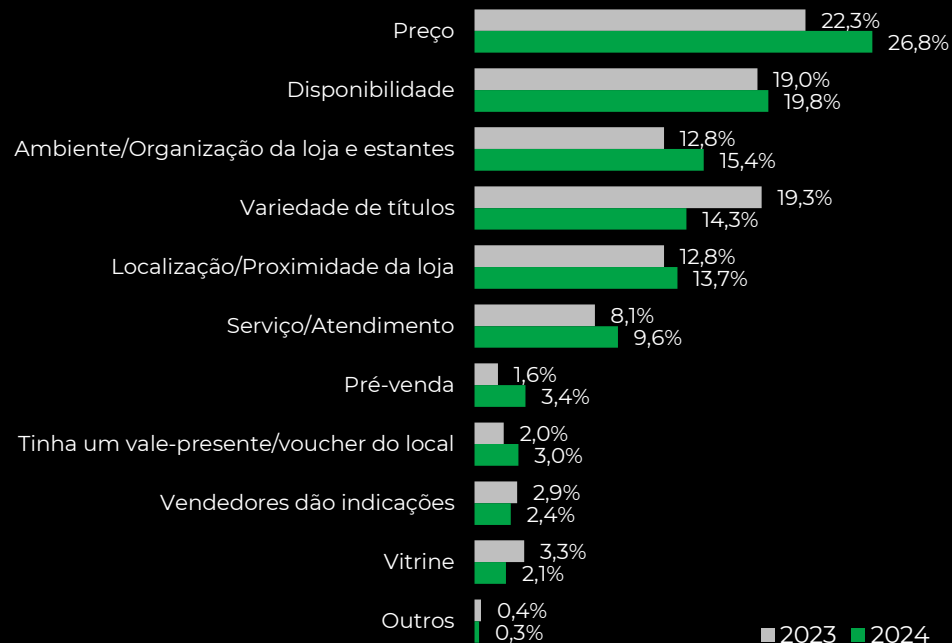
Livraria Física	%
1 Leitura	34,9%
2 Livraria de bairro	23,4%
3 Livrarias Curitiba	5,1%
4 Travessa	4,7%
5 Nobel	3,9%
6 A Página	3,9%
7 Livraria da Vila	3,2%
8 Saraiva	3,1%
9 Martins Fontes	3,1%
10 Livraria Drummond	1,6%

Livraria Física	%
12 Loyola	0,9%
13 Livraria Cameron	0,9%
14 Casa Publicadora Brasileira	0,5%
15 Disal	0,3%
16 Vozes	0,3%
17 Argumento	0,2%
18 Zastras	0,1%
19 Escariz	0,1%
20 Não lembro	7,6%
21 Outros	0,5%



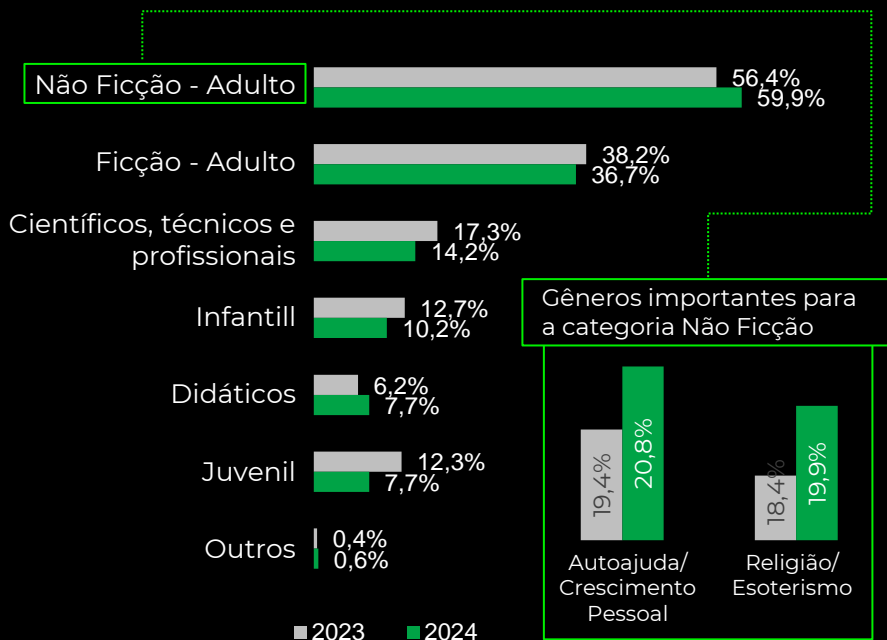
Consumidores de livros – Última compra de **livros impressos**

Motivos para a escolha do local **PRESENCIAL** da última compra de **livros impressos**:

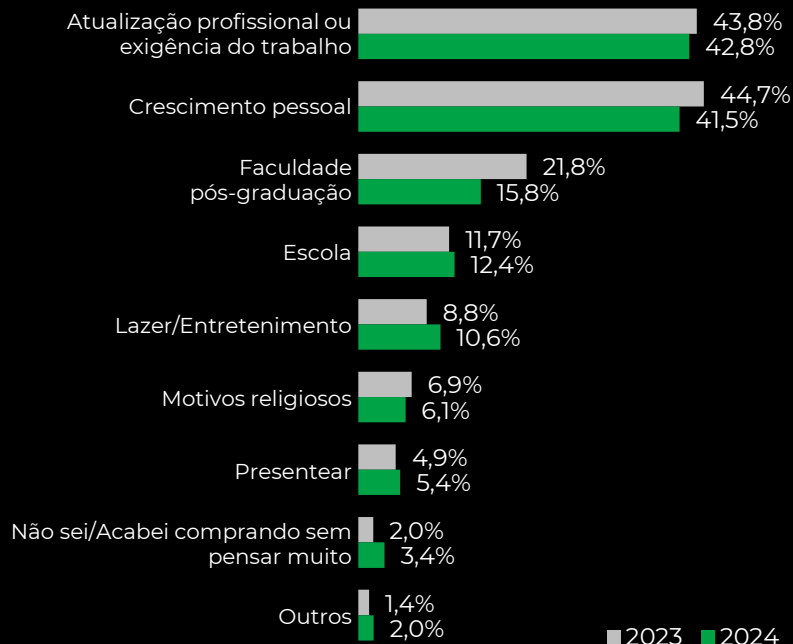


Consumidores de livros – Última compra de **livros impressos**

Quais tipos de livro você comprou em sua última **COMPRA PRESENCIAL** de livros impressos?



Para qual finalidade você comprou livros impressos em sua última **COMPRA PRESENCIAL**?



Consumidores de livros – Última compra de **livros impressos**

Quais fatores te **influenciaram** na escolha dos **livros impressos** em sua **ÚLTIMA COMPRA PRESENCIAL?**

	2023	2024
Tema ou assunto	49,2%	44,2%
Título do livro	24,1%	21,2%
Preço	17,1%	20,1%
Autor	19,2%	17,2%
Recomendação de amigo, familiar	13,5%	16,9%
Capa do livro	9,6%	8,1%
Ter filme ou série relacionado ao livro	8,4%	7,2%
Recomendação de professor	8,1%	6,9%
Indicação de um influenciador digital de outras redes sociais	6,3%	6,2%
Editora do livro	-	5,4%
Recomendação de crítico literário	-	5,4%

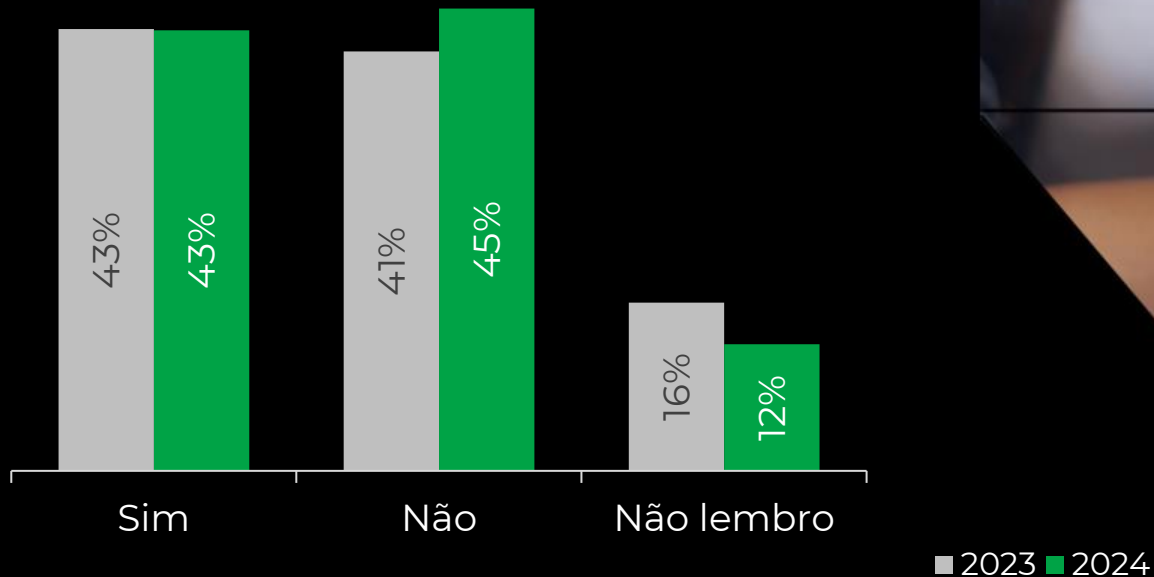
	2023	2024
Leitura obrigatória**	3,5%	4,5%
Indicação de um influenciador digital do Youtube	4,9%	4,3%
Exposição e organização dentro da Loja	4,9%	4,0%
Recomendação de líder religioso	4,1%	3,9%
Vitrine da loja	4,0%	3,7%
Recomendação do vendedor, livreiro	8,2%	3,5%
Indicação de um influenciador digital do Tik Tok	2,4%	3,1%
Material de Merchandising/Propaganda	0,9%	2,2%
Revista ou material de divulgação	3,0%	1,8%
Outros	1,4%	1,6%

*Leitura obrigatória - exigência do trabalho, escola, faculdade ou pós-graduação

** Outras redes sociais: Instagram, Facebook, Whatsapp, Telegram, Kwai, etc

Consumidores de livros – Última compra de **livros impressos**

Você **comprou livros impressos** com **desconto** na sua **última COMPRA PRESENCIAL** ?



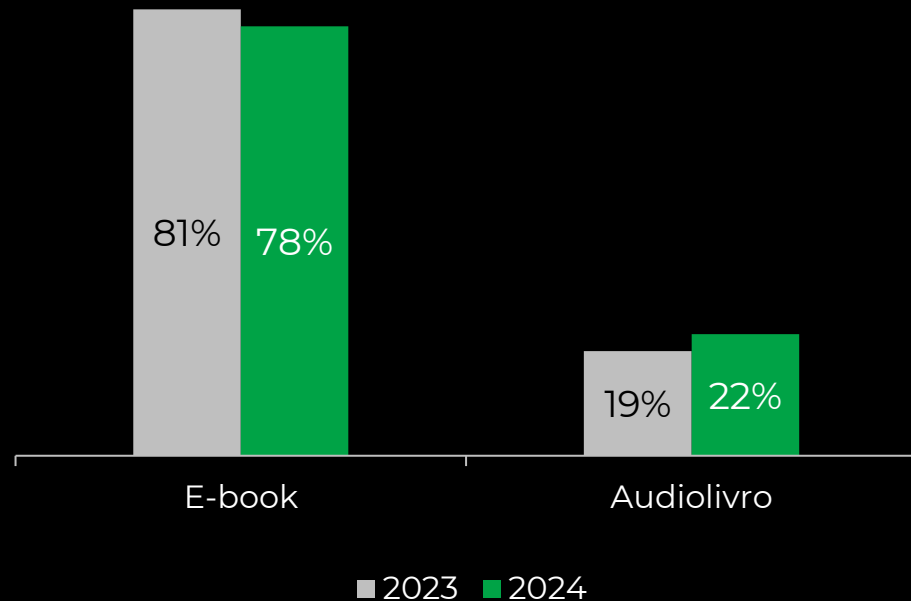
última compra de livros DIGITAIS

Consumidores de livros – compra realizada entre Novembro/23 e Outubro/24



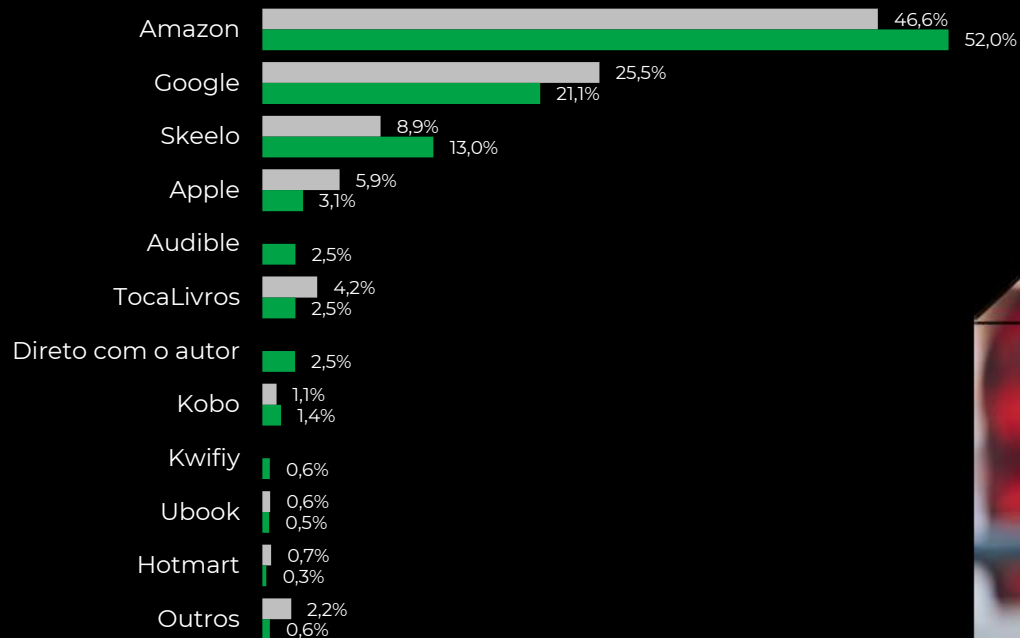
Consumidores de livros – Última compra de **livros digitais**

Qual **formato** de **LIVRO DIGITAL** você adquiriu na sua **última compra**?

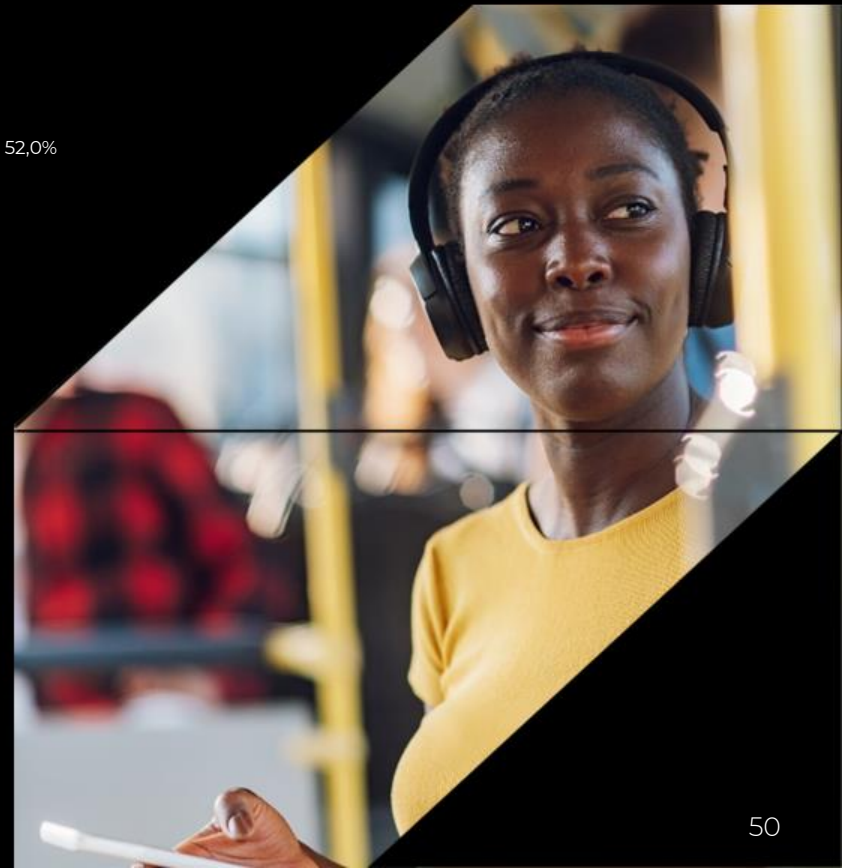


Consumidores de livros – Última compra de **livros digitais**

Onde você comprou os seu **LIVRO DIGITAL** em sua **última compra?**



■ 2023 ■ 2024



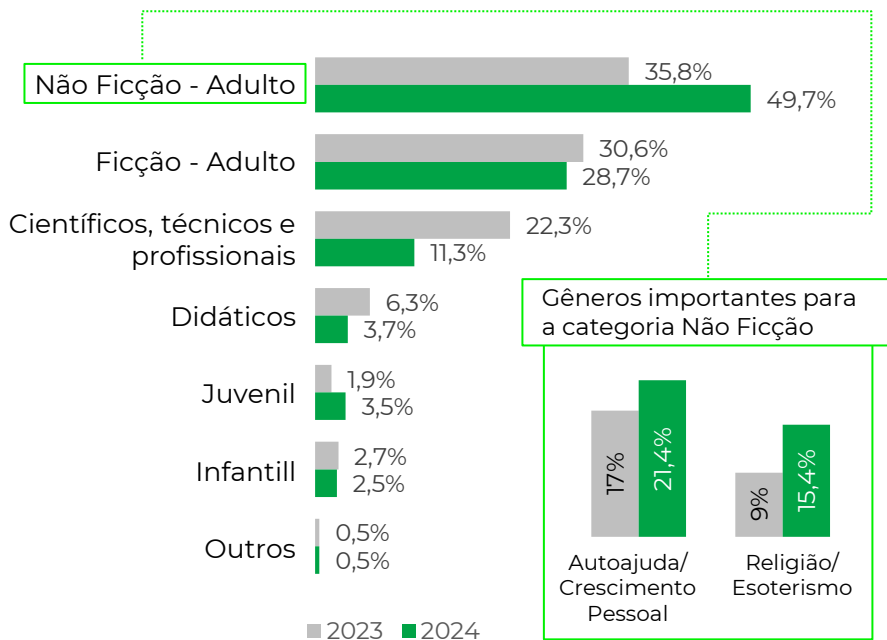
Consumidores de livros – Última compra de **livros digitais**

Motivos para a escolha do local da última compra de LIVRO DIGITAL:



Consumidores de livros – Última compra de **livros digitais**

Quais tipos de livro você comprou em sua última compra de **LIVRO DIGITAL**?

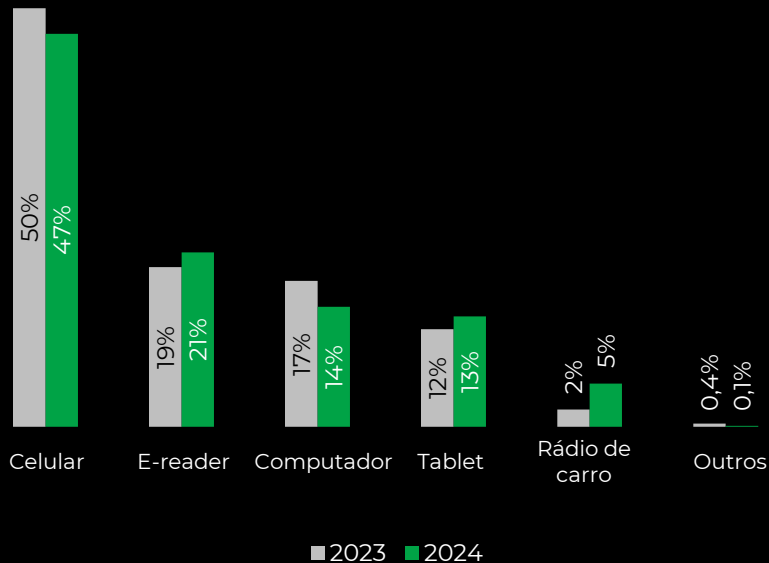


Para qual finalidade você comprou **LIVRO DIGITAL** em sua última compra?

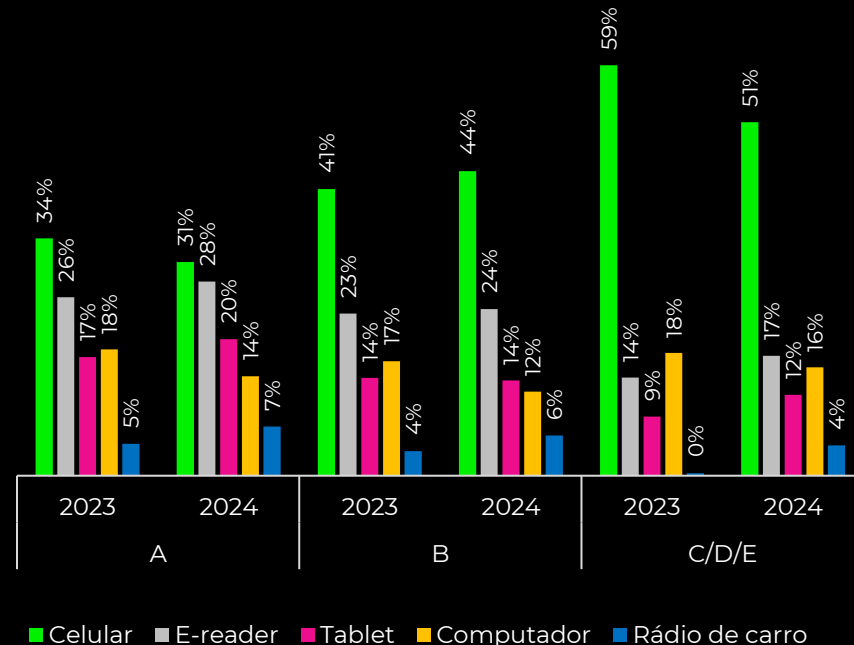


Consumidores de livros – Última compra de **livros digitais**

Qual aparelho você **utilizou** para fazer a leitura dos **LIVROS DIGITAIS** que você comprou?



Importância dos formatos por classe social



Consumidores de livros – Última compra de **livros digitais**

Quais fatores te influenciaram na escolha do **livro digital** em sua **última compra**?

	2023	2024
Tema ou assunto	34,7%	36,2%
Preço	28,5%	19,0%
Título do livro	21,2%	18,6%
Autor	14,2%	15,4%
Indicação de um influenciador digital de outras redes sociais**	11,8%	11,3%
Recomendação de amigo, familiar	12,3%	10,5%
Leitura do primeiro capítulo/ informações adicionais	10,9%	10,0%
Ter filme ou série relacionado ao livro	6,9%	8,9%
Indicação de um influenciador digital do Youtube	7,6%	7,8%
Recomendação do próprio site em que comprei	9,7%	7,5%
Recomendação de crítico literário	-	6,9%

	2023	2024
Indicação de um influenciador digital do Tik Tok	6,8%	6,4%
Editora do livro	-	6,0%
Recomendação de professor	6,7%	4,9%
Capa do livro	7,6%	4,8%
Recomendação de líder religioso	1,9%	4,5%
Vídeo/ trailer do livro	5,2%	4,0%
Material de Merchandising/Propaganda	4,1%	3,8%
Revista ou material de divulgação	3,5%	3,5%
Leitura obrigatória*	4,4%	3,2%
Outros	0,5%	0,3%

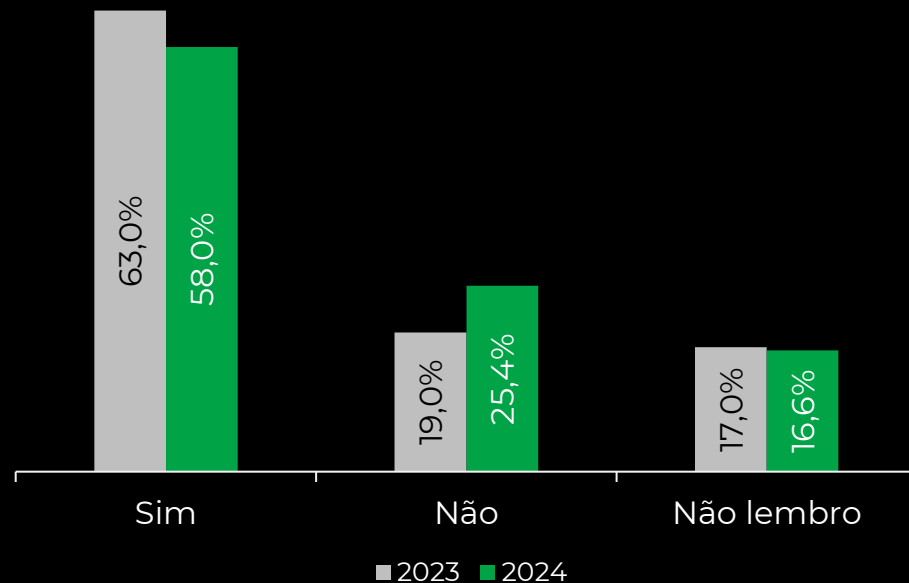
*Leitura obrigatória - exigência do trabalho, escola, faculdade ou pós-graduação

** Outras redes sociais: Instagram, Facebook, Whatsapp, Telegram, Kwai, etc



Consumidores de livros – Última compra de **livros digitais**

Você **comprou** o **LIVRO DIGITAL** de sua **última compra** com **desconto**?



Nielsen BookData

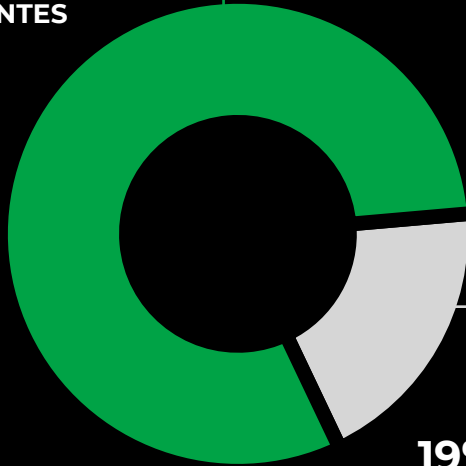


Clube de assinatura de livros

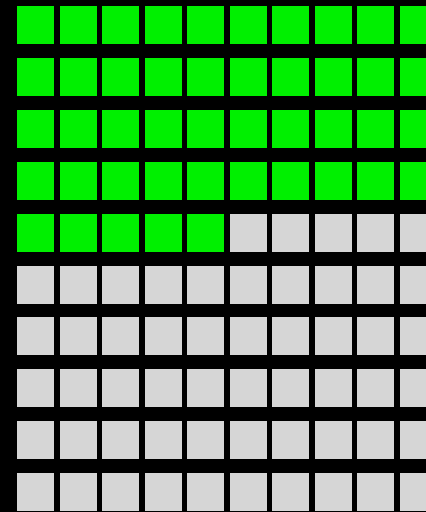
Respondentes que indicaram ter subscrito um clube de assinatura de livros nos últimos 12 meses

Consumidores de livros – Clubes de assinaturas

81%
dos consumidores de livros **NÃO SÃO ASSINANTES**



19%
dos consumidores de livros **SÃO ASSINANTES** de algum clube

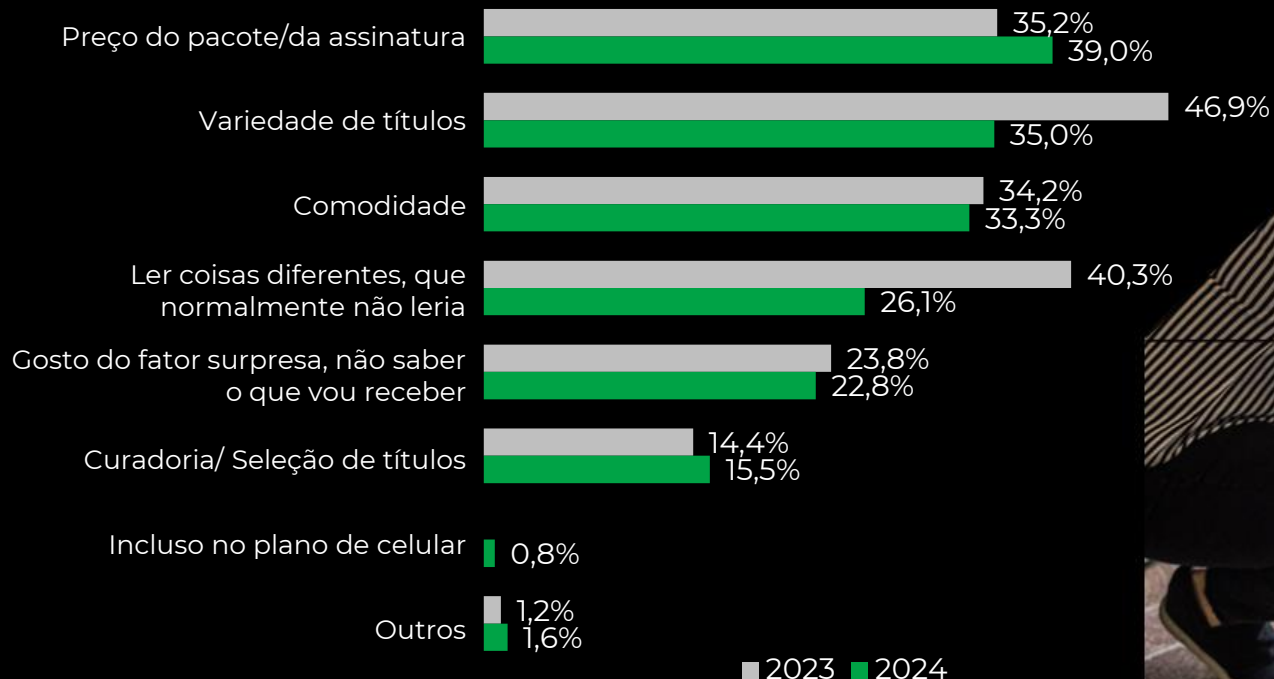


45%
Dos assinantes, além de acessarem os livros das assinaturas, também **compram livros**

55%
Acessam apenas os livros contemplados pelas assinaturas

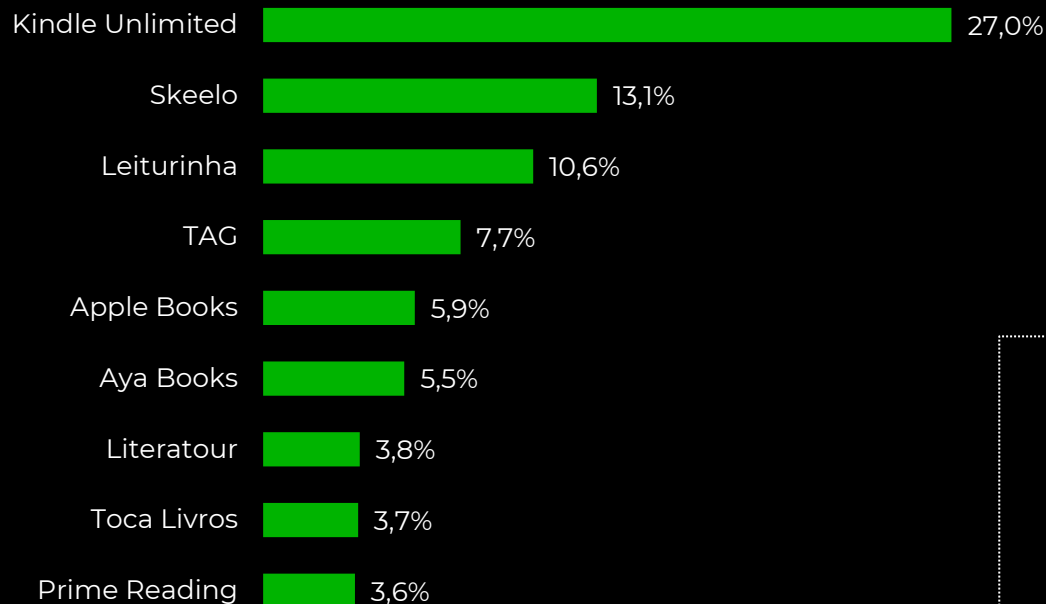
Consumidores de livros – Clubes de assinaturas

Quais foram os **motivos** para você **fazer** a assinatura/ clube do livro?



Consumidores de livros – Clubes de assinaturas

Qual assinatura/clube de livro você tem?



81% dos assinantes
citaram algum desses clubes

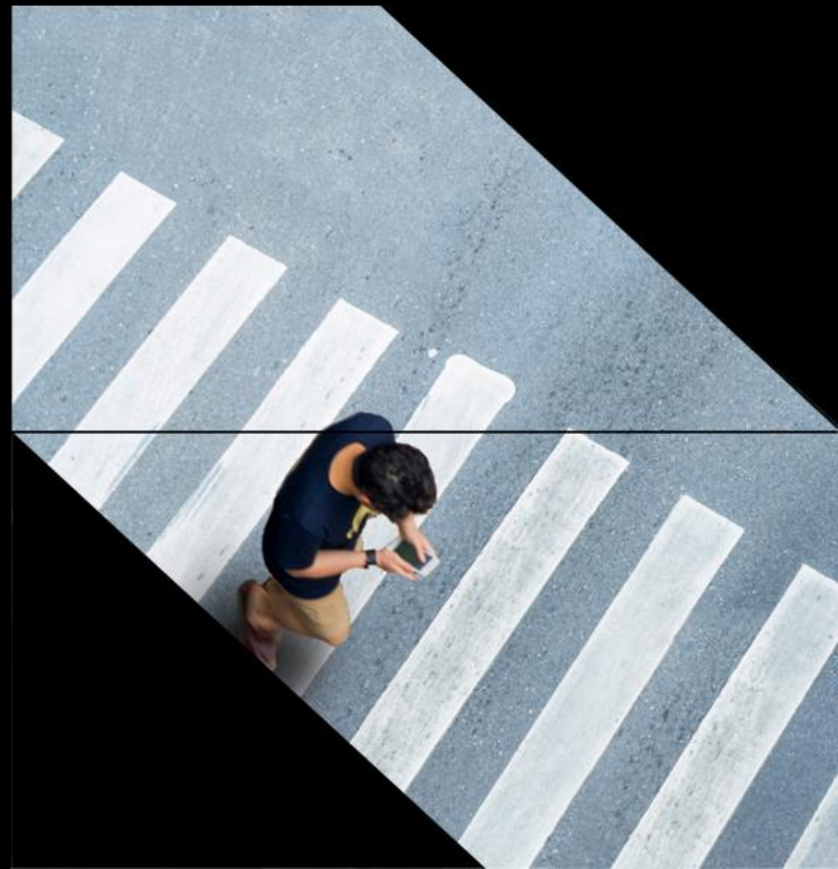
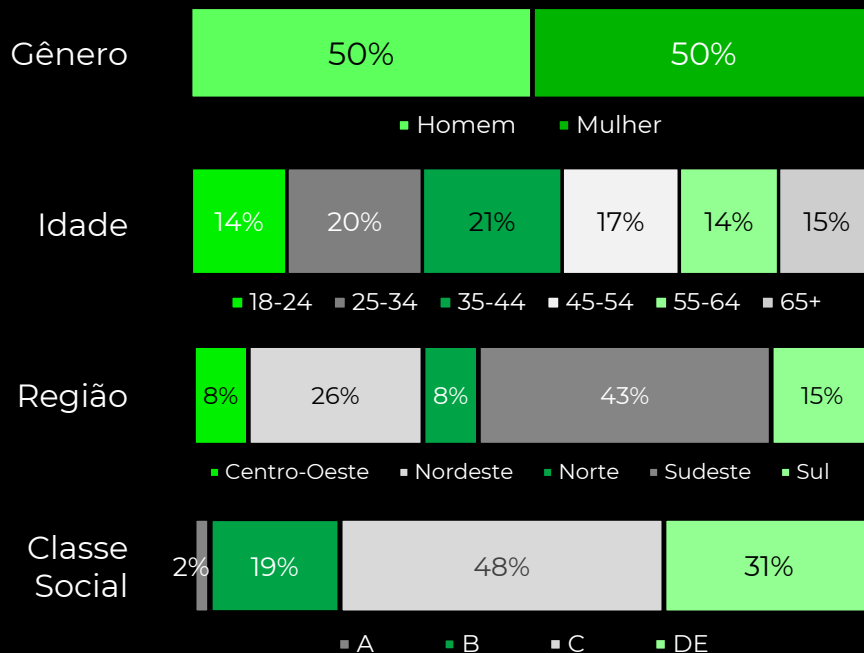
dos **9** clubes **mais citados**,
apenas **2** são de **livros**
impressos.

Não consumidores de livros

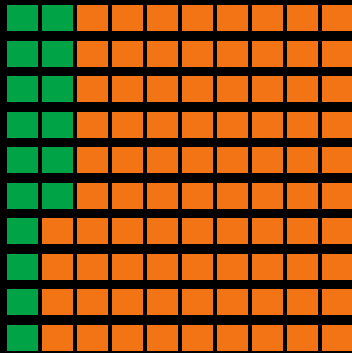
Respondentes que não compraram livros nos últimos 12 meses

NÃO CONSUMIDORES de livros

Daqueles que não Compram livros:
total da população



NÃO CONSUMIDORES de livros



84% da população **NÃO comprou** livros nos últimos 12 meses

Por Gênero



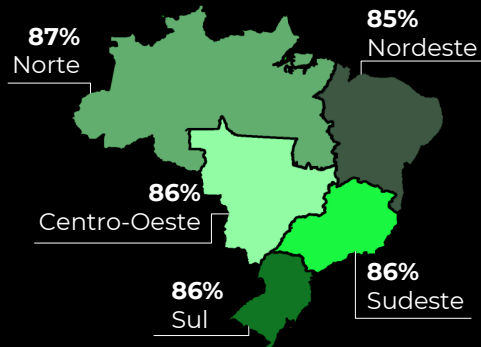
dos Homens

88%

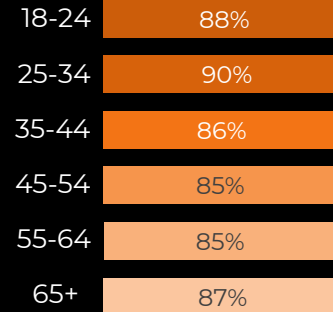
das Mulheres

83%

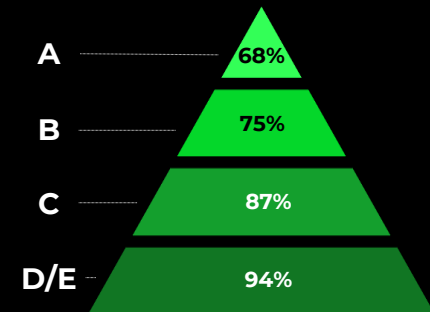
Por Região



Por Idade



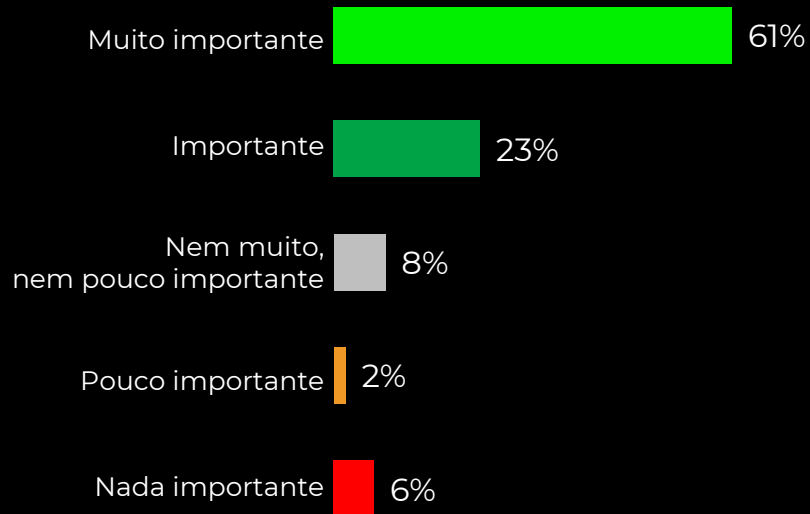
Por Classe



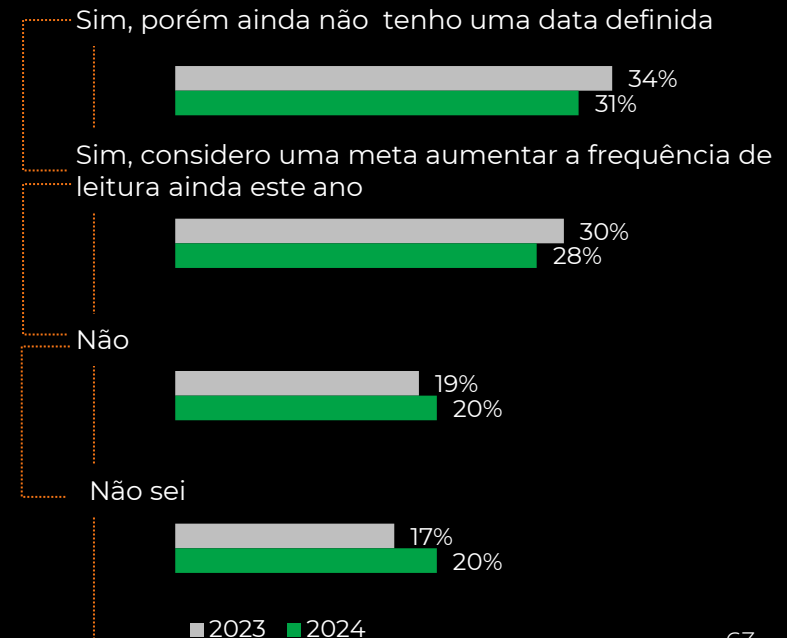
NÃO CONSUMIDORES de livros

A maioria dos **não consumidores** segue afirmando que **LER LIVROS** é uma atividade **importante**

(seja para a carreira, lazer, aprender coisas novas, etc)

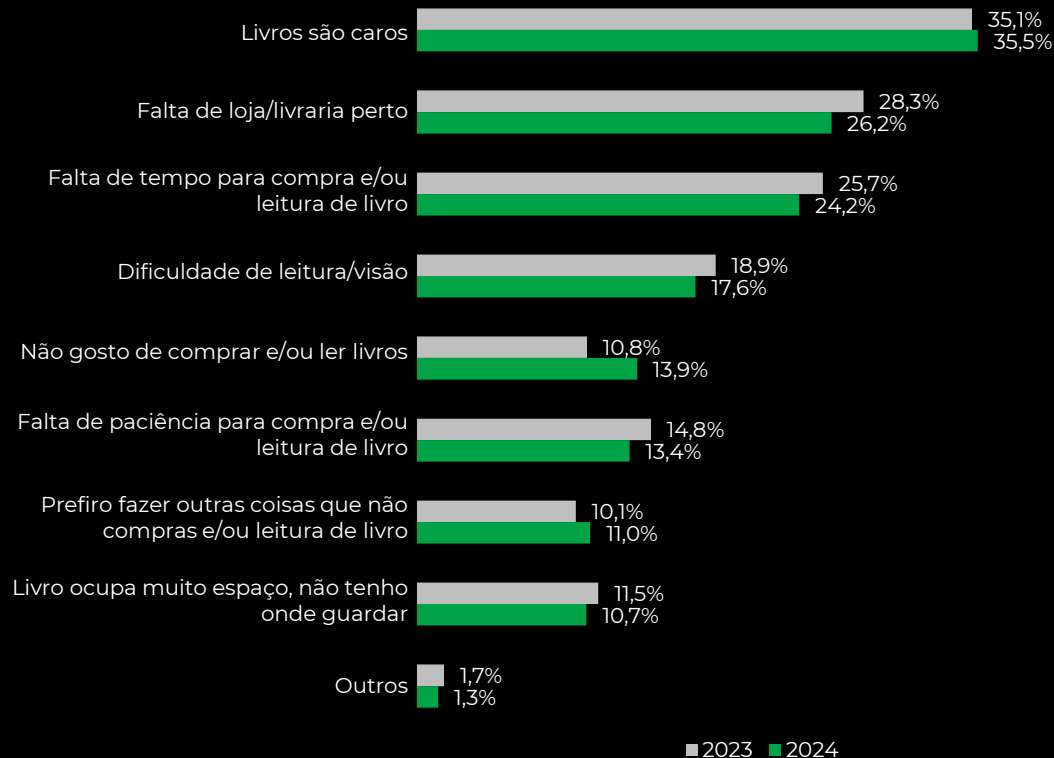


A maioria tem intenção de ler livros com uma frequência maior



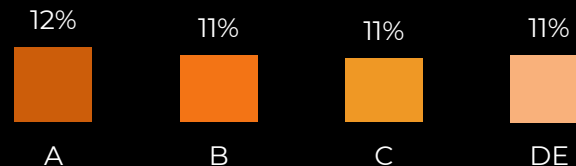
NÃO CONSUMIDORES de livros

O que te desmotiva comprar livros?

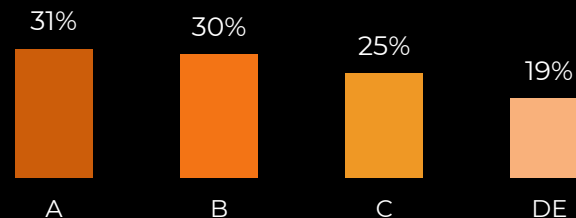


Por Classe

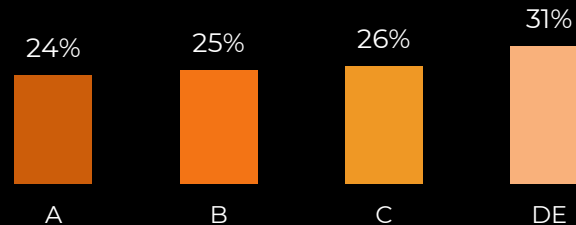
Prefere fazer outra coisa:



Não tem tempo pra ler:

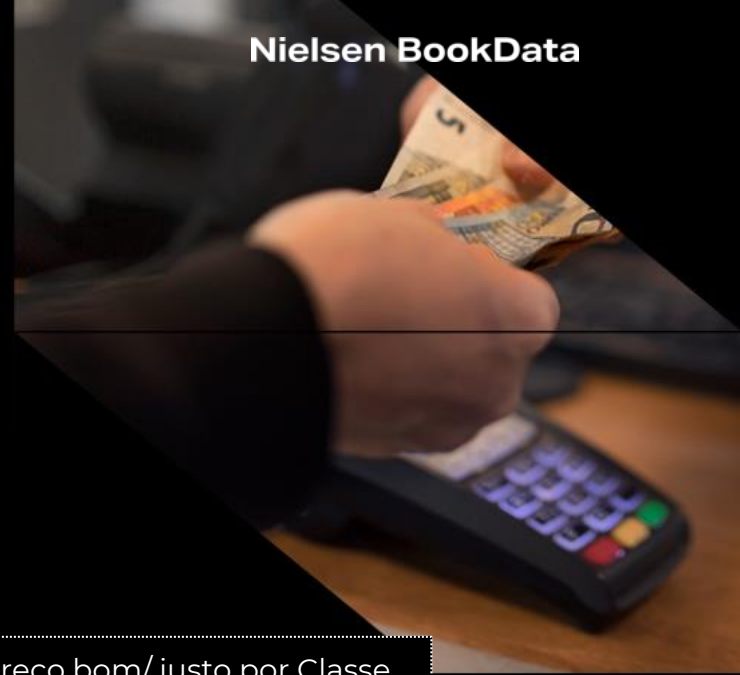


Não gosta/Não tem Paciência:

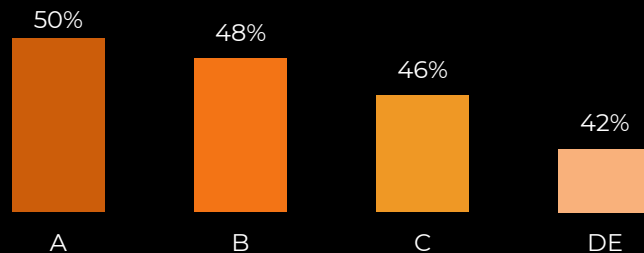


NÃO CONSUMIDORES de livros

O que te motiva/motivaria comprar livros?

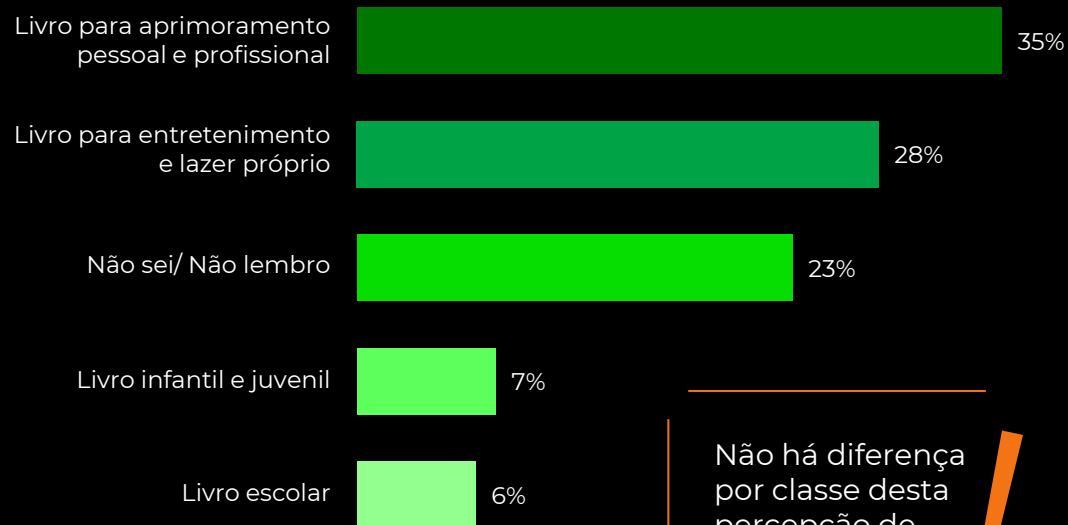


Preço bom/ justo por Classe



NÃO CONSUMIDORES de livros

Considerando os últimos 12 meses, qual livro você tentou comprar/queria ter comprado e estava caro?

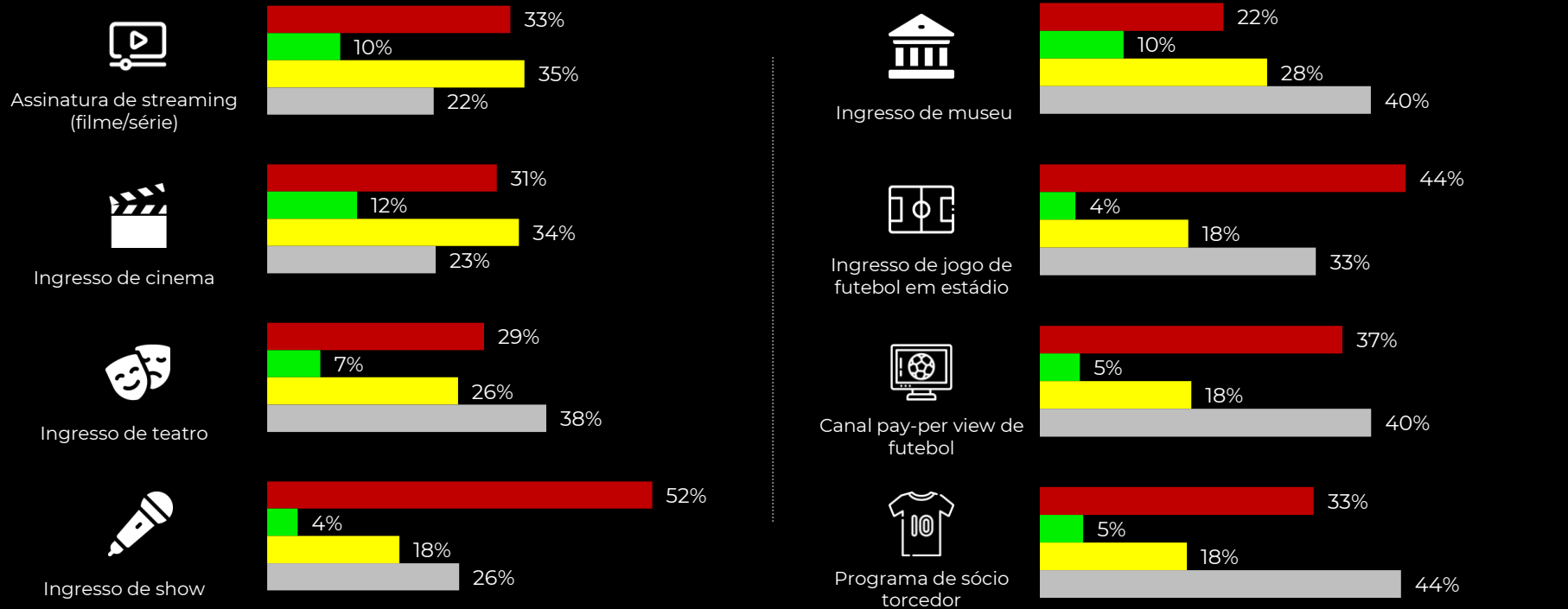


Não há diferença por classe desta percepção de preço



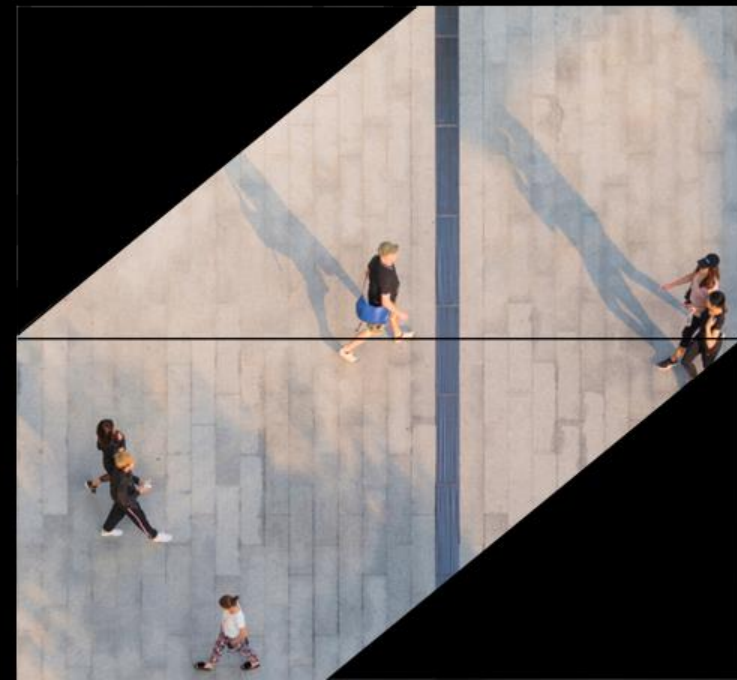
NÃO CONSUMIDORES de livros

Percepção de preço de outros bens



NÃO CONSUMIDORES de livros

Porque NÃO COMPROU livro nos últimos 12 meses



Metodologia Quantitativa

Universo

Amostra com o seguinte desenho demográfico:

- Nível socioeconômico (A, B, C e DE);
- Idade (18+);
- Gênero (M, F);
- Região (SE, Sul, N, NE, CO);
- Margem de erro: 0,8% | Nível de confiança: 95%

Campo e coleta

Total de 16.000 entrevistas
Foram entrevistados indivíduos com 18 anos e mais
Campo realizado do dia 14/10/2024 ao 20/10/2024

Questionário

Questionário via aplicativo de celular
60 questões, com perguntas fechadas e de múltipla escolha, com lógica de ramificação, direcionando os respondentes para os diferentes caminhos desenhados

Perfis

Comprador de livros
Não comprador de livros

Nielsen BookData



Câmara
Brasileira
do Livro

Contato:

Mariana Bueno

mariana.bueno.consultant@nielseniq.com

Coordenadora de Pesquisa – Nielsen
BookData

Jacira Silva

jacira.silva@nielseniq.com

SR Market Analyst - Brazil