

2020.

Rüdiger
Wischenbart



“Covid-19 Special Edition Brazil”

A **Bookwire** Insights Report

Uma transformação digital em ritmo forte

Medindo e compreendendo o impacto da Covid-19 e do *lockdown* nas vendas de livros digitais e consumo no Brasil

Em 30 de janeiro de 2020, o Diretor Geral da Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o inédito surto de corona uma emergência de saúde pública de preocupação internacional. Nove meses depois, em 4 de abril de 2020, a OMS relatou que mais de 1 milhão de casos de Covid-19 foram confirmados mundialmente, com um aumento de dez vezes somente em março.

Na metade de março, diversos países, notavelmente ao longo da Europa, tinham declarado um lockdown, limitando drasticamente os movimentos de seus cidadãos para interromper a onda crescente de novas infecções.

Em vista do tamanho de sua população e território, o Brasil optou por uma abordagem diferente, não definida pelo governo central, mas pelos Estados Federativos Brasileiros, sem um lockdown formal imposto. No entanto, aconteceu um isolamento disseminado, abrangendo cerca de 60% da população, de acordo com a análise de dados de telecomunicação.

Da perspectiva dos livros e das leituras, as mudanças resultantes nas mais básicas funcionalidades e rotinas na vida diária foram o equivalente a um enorme experimento social e econômico que permitiu estudar mudanças de consumo e de preferências do consumidor antes, durante e após o período do isolamento gerado pela Covid-19.

Em resumo, a equipe brasileira do distribuidor líder de livros digitais no país testemunhou uma expansão de leitura em telas digitais. O crescimento que se esperava ao longo de alguns anos acabou sendo compactado em apenas poucos meses.

Em geral, as compras de ebooks aumentaram num ritmo impressionante, com padrões muito distintos que se diferenciavam entre categorias de gênero, à medida que claramente novos públicos começaram a descobrir os livros eletrônicos. Mesmo depois que o período de isolamento foi gradualmente sendo encerrado, níveis médios de compras permaneceram signi-

ficativamente mais altos do que apenas alguns meses antes ao início da pandemia.

Também observamos que diversos padrões nessa transformação digital acelerada ecoaram aqueles identificados num estudo semelhante publicado em julho de 2020, já baseados nas vendas digitais da Bookwire para a Alemanha, Áustria e Suíça, numa série Especial da Covid-19 do Barômetro Digital de Livros ao Consumidor.

Sobre

O Barômetro Digital de Livros: Edição Especial Covid-19 Brasil

A Bookwire Brazil entrega hoje cerca de 50.000 produtos digitais, dos quais os ebooks representam 99%, e audiobooks somente 1%. Para o presente estudo, somente os ebooks foram incluídos, uma vez que a penetração do mercado brasileiro de audiobooks ainda está em seus primeiros estágios.

Os dados agregados de venda para este relatório refletem a oferta digital de cerca de 500 editoras brasileiras que, acreditamos, representam 70% do mercado editorial digital brasileiro.

A análise subsequente se estende em três períodos distintos:

- Pré-isolamento: 29.12.2019–14.03.2020
- Durante o isolamento: 15.03.2020–31.05.2020
- Pós-isolamento: 01.06.2020–16.08.2020

Todos os dados foram agregados, e estão exibidos nas figuras das páginas seguintes para refletir a dinâmica do mercado – e não os números de vendas, tanto gerais quanto repartidos –, ao longo de uma linha do tempo de janeiro a meados de agosto de 2020, pelo faturamento total mensal gerado, por categoria de gênero, por exemplares pagos versus cópias gratuitas, e para refletir o impacto de campanhas de marketing dedicadas e seus impactos nas vendas.

A análise foi conduzida em setembro e em outubro de 2020.

Achados essenciais

- Uma comparação direta do desenvolvimento do faturamento das vendas de ebook no Brasil para os oito primeiros meses do ano de 2020 (de janeiro a meados de agosto) claramente destaca uma mudança maciça, resultando não apenas num aumento significativo das vendas no período de isolamento (de março a maio), mas mostra também que um nível bem mais alto de faturamento é prevalente após o período de isolamento;
- O aumento impacta no valor (faturamento) e no volume (unidades consumidas), indicando um fundamento comercial sólido do desenvolvimento;
- Mas grandes diferenças na dinâmica do mercado podem ser identificadas entre categorias de gênero. Por exemplo, ficção teve um crescimento bastante estável, enquanto ficção científica ou fantasia, para pegar dois extremos, tiveram apenas picos de curta duração.
- Campanhas de gratuidade foram muito bem-sucedidas durante o pico de isolamento, desacelerando posteriormente, como seria de se esperar, mas a apreciação dos consumidores ajudou claramente a conectar novos públicos a materiais (pagos) de leitura digital mesmo após o isolamento;
- Campanhas dedicadas de marketing impulsionaram produtos para consumidores com muito sucesso e respaldaram uma dinâmica de crescimento sustentável que continuou a dar frutos mesmo após o isolamento ter sido amplamente abrandado.

Em mais detalhes

- Ebooks da categoria juvenil e jovem-adulto tiveram 227% a mais de vendas após o pico do isolamento. Durante o isolamento, as vendas cresceram exponencialmente, e se mantiveram estáveis até este momento. Atribuímos este fenômeno ao ensino à distância devido ao fechamento de escolas, e do próprio isolamento. Os pais passaram a depender mais da tecnologia para educação e entretenimento, e assim mais ebooks foram adquiridos.
- Ebooks de não ficção tiveram um aumento de 154% nas vendas durante o pico no isolamento, e parece que chegamos a um novo platô em unidades baixadas para esse gênero. Isso é principalmente resultado de campanhas de bem-estar e de cuidado pessoal – algumas editoras fizeram campanhas estratégicas de marketing com autores e influenciadores, e “desenvolvimento pessoal” foi uma tendência para pessoas isoladas em suas casas.
- Embora diversos esforços de marketing tenham sido feitos nos primeiros dois meses da pandemia, eles diminuiram o ritmo depois desse período, e os números de vendas continuaram a subir. Isso nos mostra que a pandemia em si criou novos leitores e trouxe aqueles que já leem constantemente para mais perto do formato digital.

Comparando dois mercados de livros radicalmente diferentes: Brasil e Alemanha + Áustria + Suíça

Os mercados de livros de língua portuguesa no Brasil e de língua alemã na Europa são amplamente diferentes em diversos indicadores essenciais, incluindo tamanho de território e de população, urbanização e tamanho da classe média, renda média e educação. Ainda assim, o cerne de diversos achados do impacto da Covid-19 no mercado e na dinâmica de consumo relevantes para os ebooks podem ser reconhecidos nos estudos relacionados a Covid-19 do Barômetro Digital, que são baseados em dados de vendas apresentados pela Bookwire como o maior distribuidor e agregador digital nos dois mercados.

- A curva de crescimento disparada como subproduto da pandemia não é, em grande medida, de curta duração, mas indica uma mudança mais sustentável no apreço pela leitura digital;
- Diferentes categorias de gênero mostram claramente dinâmicas de crescimento distintas, como pode se notar nos gêneros juvenil e jovem-adulto, não ficção (que inclui auto-ajuda), como também ficção – todos se beneficiam do maior aumento nas vendas tanto em valor (faturamento) quanto em volume (unidades vendidas), enquanto ficção científica e fantasia apresentam apenas ganhos muito curtos.
- A combinação (ou respaldo) de fortes forças contextuais como a pandemia junto com isolamento ou lockdown, junto com campanhas direcionadas e oportunas, podem impulsionar enormemente o consumo.

O que se pode depreender e aprendizagem práticas

Para qualquer profissional no ecossistema de publicação e de leitura, a transformação digital atual, que levantou voo bem antes da pandemia, resulta em um aumento acelerado de complexidade.

Um fluxo de trabalho linear tradicional na publicação de livros, objetivando trazer a obra de um autor para um formato, o livro impresso, entregue a distribuidores de livros que o conectarão com o consumidor, agora está abrindo espaço para algo diferente. Os ebooks, e também em breve os audiobooks, não são apenas formatos técnicos adicionais – como impressão com capa dura ou de papel. A cadeia de suprimento digital também gera a coexistência de múltiplos canais de distribuição (por meio de livrarias, mas também de canais direto-ao-consumidor, ou D2C) e de modelos comerciais (vendas de downloads, mas também de assinatura contínua e serviços de streaming), e uma competição direta entre a leitura e o consumo de outras mídias, notavelmente os filmes, música e jogos em que a assinatura tornou-se o padrão em vez de um nicho excepcional.

Para conseguir navegar nesta complexidade é preciso monitorar as dinâmicas e os impulsionadores múltiplos, e ter engajamento em campanhas com direcionamento preciso e oportuno com o usuário final sempre em foco.

Ao analisar os dados de vendas por diversos parâmetros, tais como período, categoria de gênero, modelo comercial ou precificação, o Barômetro Digital provê uma caixa de ferramentas útil e um quadro de referência para esta navegação, e um conjunto de marcos para os dados internos de uma organização.

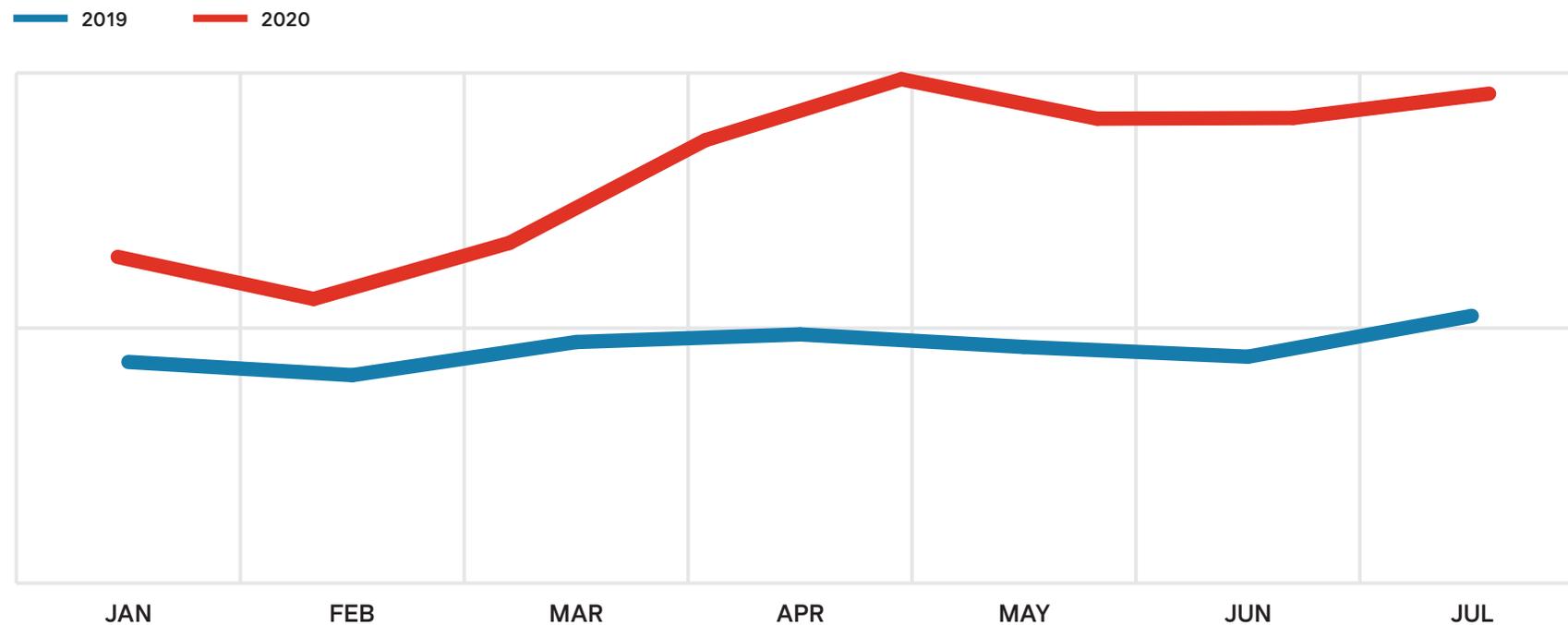
Isso pode servir de suporte tanto para as rotinas cotidianas como para a avaliação de campanhas de marketing ou a eficiência de planos de distribuição. Mas os insights também dão suporte a um desenvolvimento mais sistemático de estratégias, e a avaliações ao longo do caminho.

Quando em tempos de pandemia, a aceleração da mudança é acrescentada aos desafios derivados do aumento de complexidade, e estes instrumentos podem fazer toda a diferença entre navegar em meio a uma tempestade, ou se arriscar a naufragar o navio.

VENDAS DIGITAIS NO BRAZIL, 2019 VERSUS 2020

Como esperado, podemos ver um crescimento nas vendas de 2019 a 2020, mas vemos a inclinação da curva a partir de março em 2020, devido à pandemia

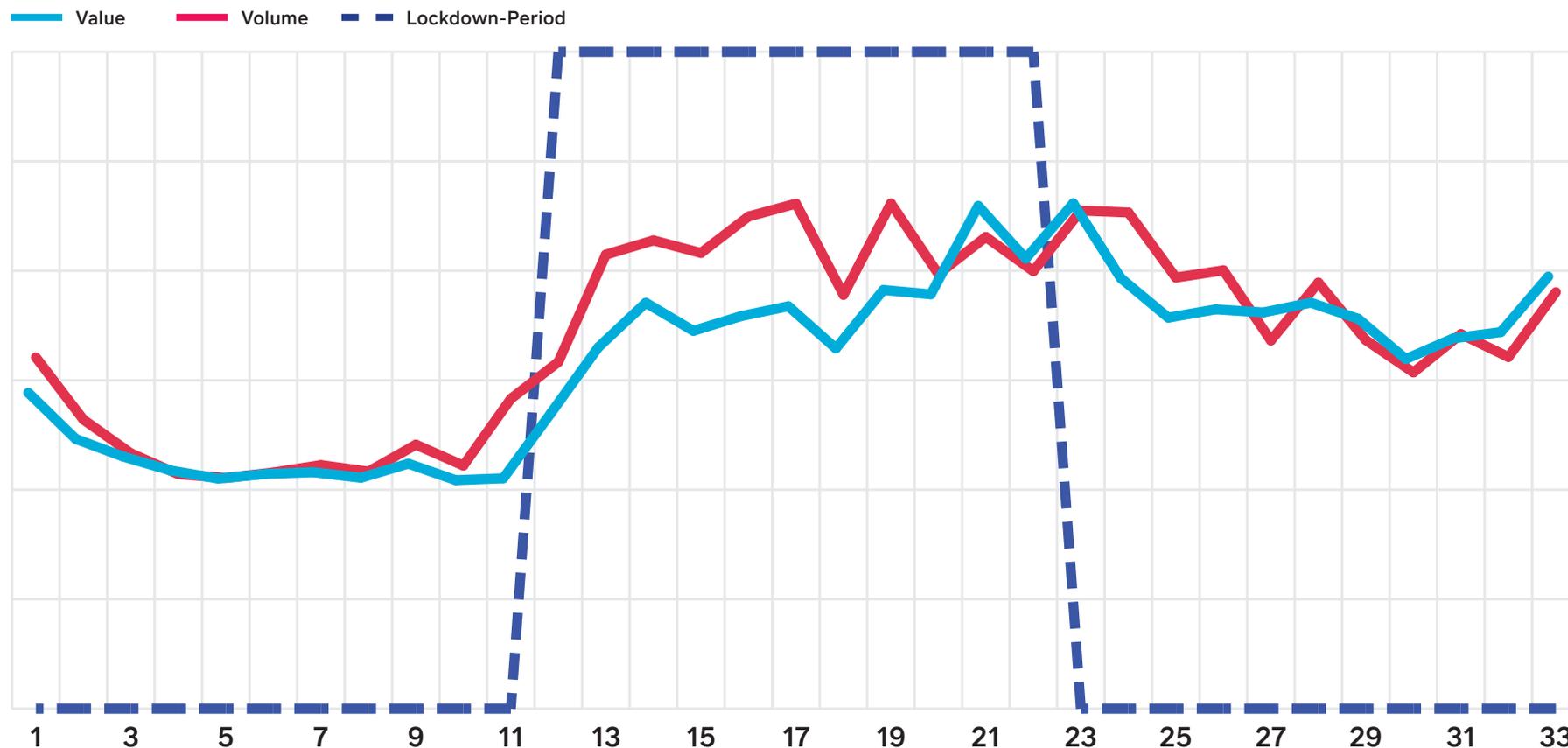
Janeiro - Julho 2019 vs. 2020



VENDAS DE EBOOKS NO BRASIL, ANTES, DURANTE E APÓS O ISOLAMENTO

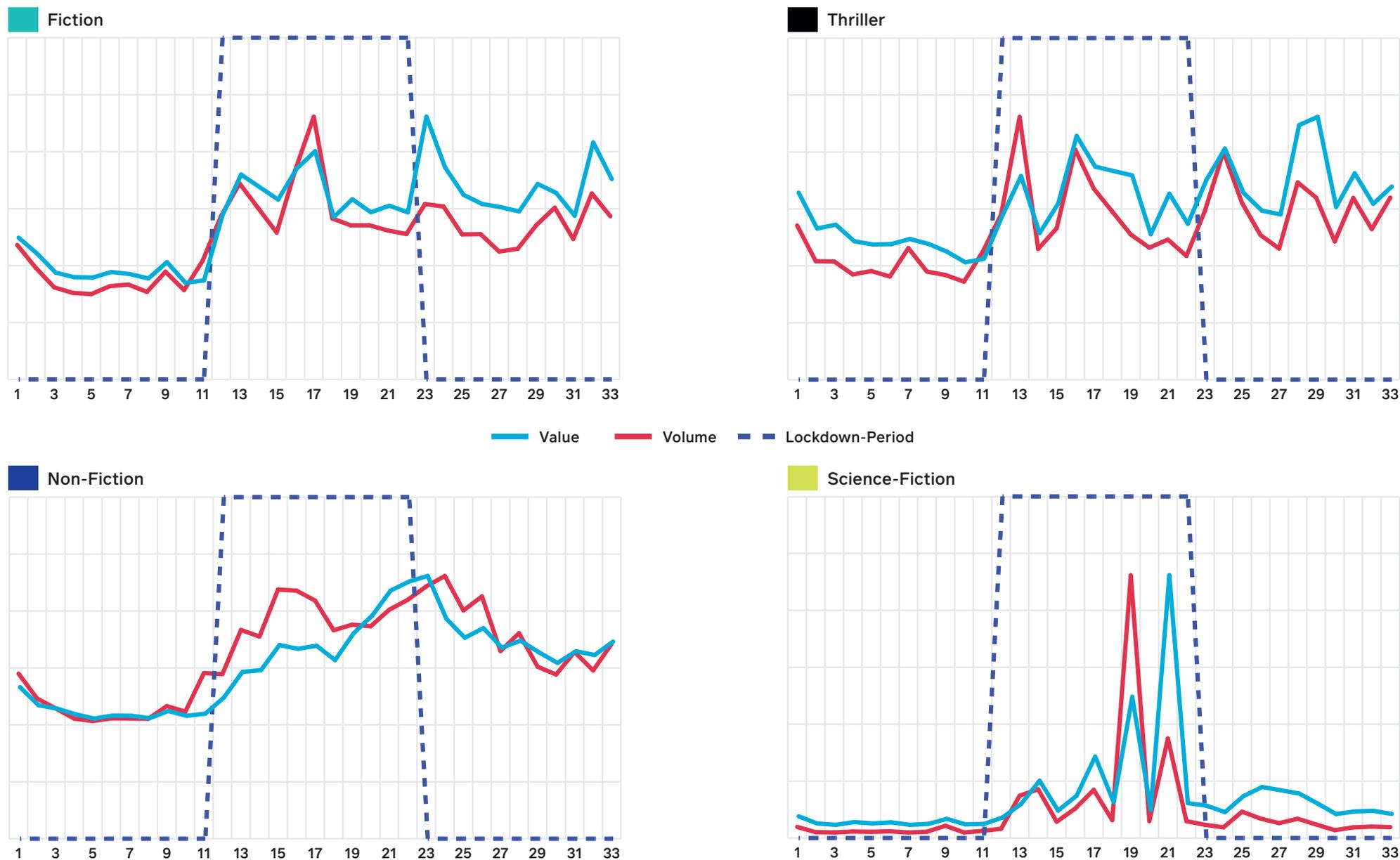
As vendas de ebooks tiveram um crescimento constante antes, durante e após o pico do isolamento, tanto em unidades como em receita. Podemos considerar que um novo patamar foi alcançado após o isolamento, o que mostra que as editoras devem sempre levar em conta as oportunidades contextuais para seu marketing.

Venda de ebooks no Brasil, por semana: antes, durante e após o pico de isolamento causado pelo Covid-19



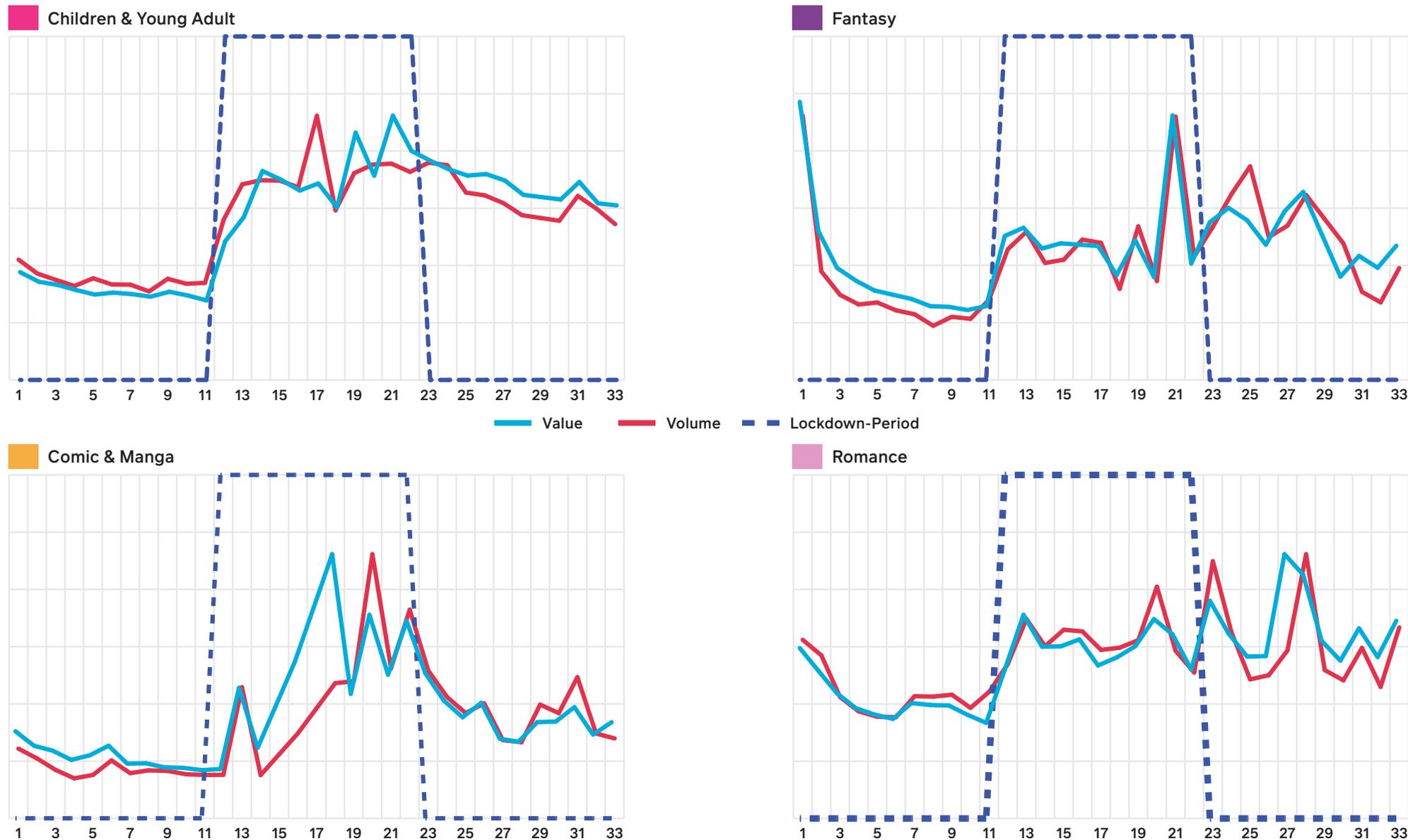
VENDAS DE EBOOKS POR CATEGORIA DE GÊNERO NO BRASIL, ANTES, DURANTE E APÓS O ISOLAMENTO (PARTE 01)

Enquanto ficção teve um crescimento esperado, ebooks de não ficção também cresceram exponencialmente. Quanto a ficção científica, o pico de vendas notável foi resultado de um lançamento específico, já o pico em thrillers foi reflexo de campanhas de marketing.



VENDAS DE LIVROS ELETRÔNICOS POR CATEGORIA DE GÊNERO NO BRASIL, ANTES, DURANTE E APÓS O ISOLAMENTO (PARTE 02)

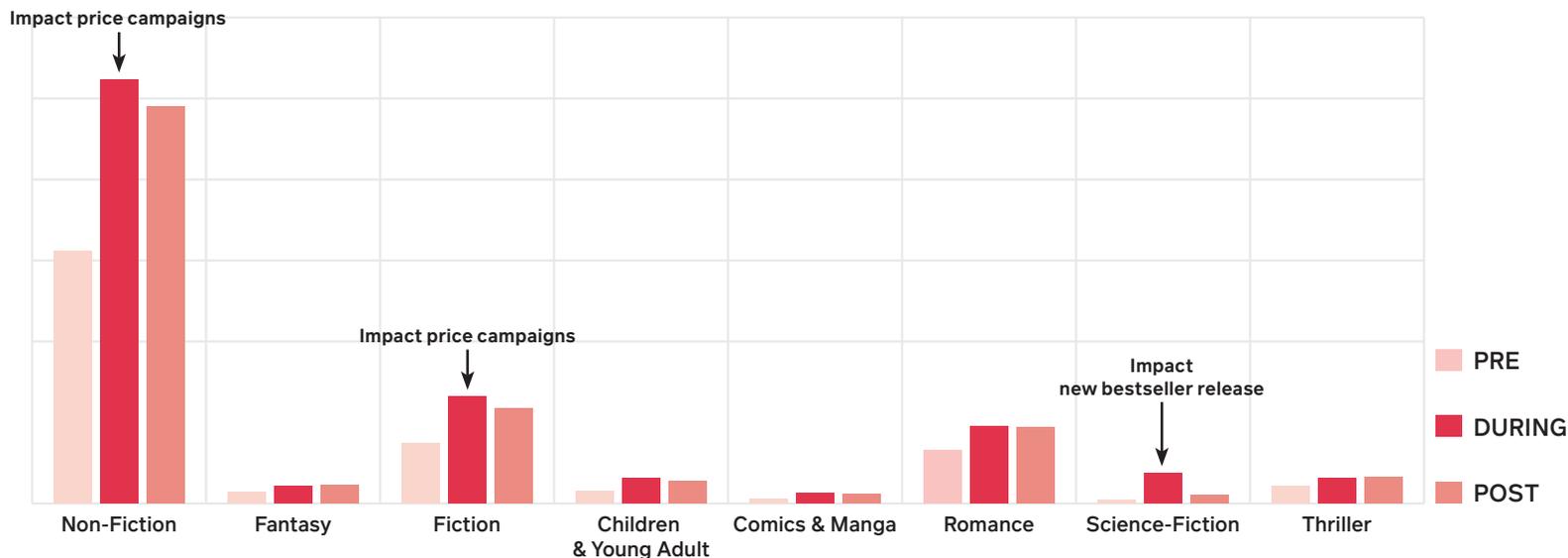
As categorias juvenil e jovem-adulto tiveram um desempenho excepcional durante e após o pico do isolamento, mesmo sem um aumento no número de títulos disponíveis, sublinhando o potencial de crescimento do digital dentro da categoria. Os picos e o crescimento geral em fantasia, romance e em quadrinhos & mangá estão relacionados a campanhas de marketing dedicadas.



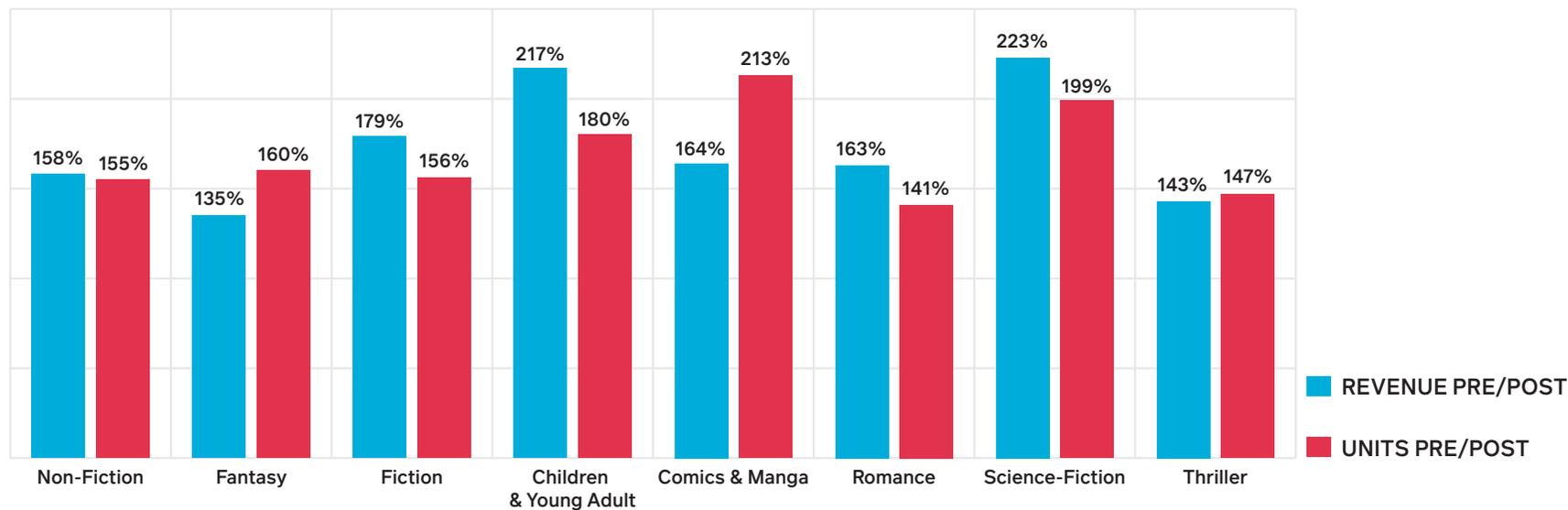
COMPARANDO AS VENDAS DE EBOOKS POR CATEGORIA DE GÊNERO

O crescimento das unidades baixadas após o pico de isolamento indica tanto o impacto das campanhas de marketing dedicadas como o surgimento de novos leitores alcançados durante a pandemia.

Média de unidades pagas antes, durante e após o pico de isolamento causado pelo Covid-19



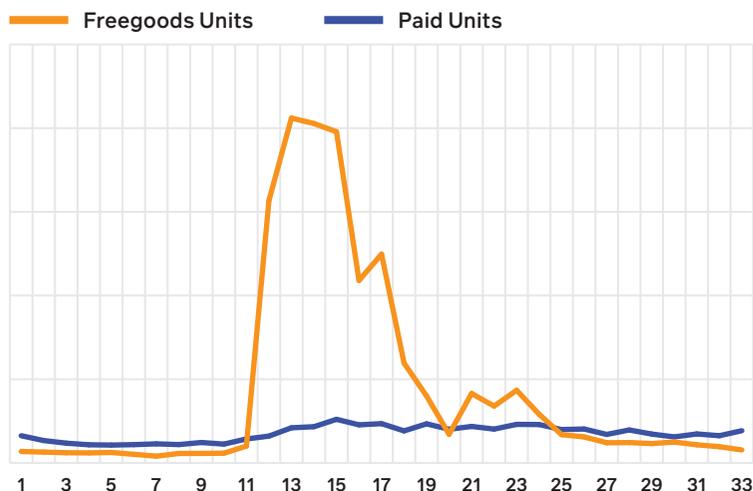
Pré vs. pós-isolamento: crescimento percentual em receita e unidades pagas



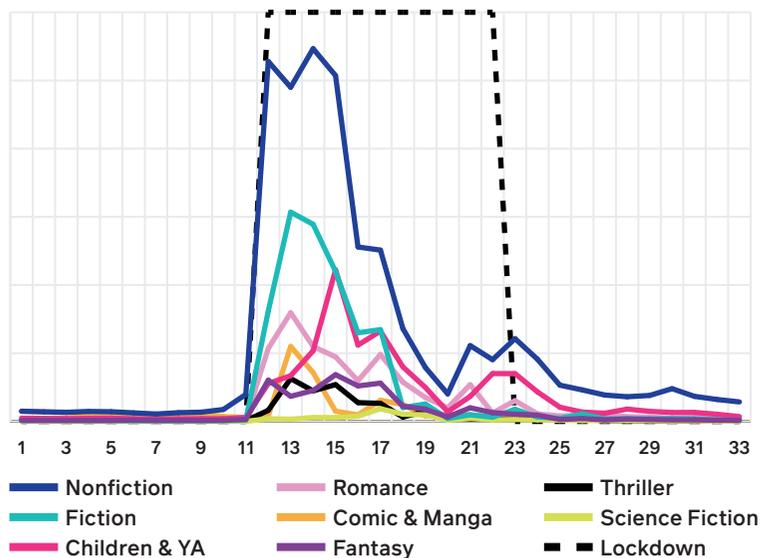
GRATUIDADE QUE TRAZ RECEITA

As ofertas gratuitas representaram uma grande parte dos downloads durante o pico de isolamento.
A estratégia de promoções gratuitas impulsionou as vendas subsequentes, aumentando a receita de forma geral.

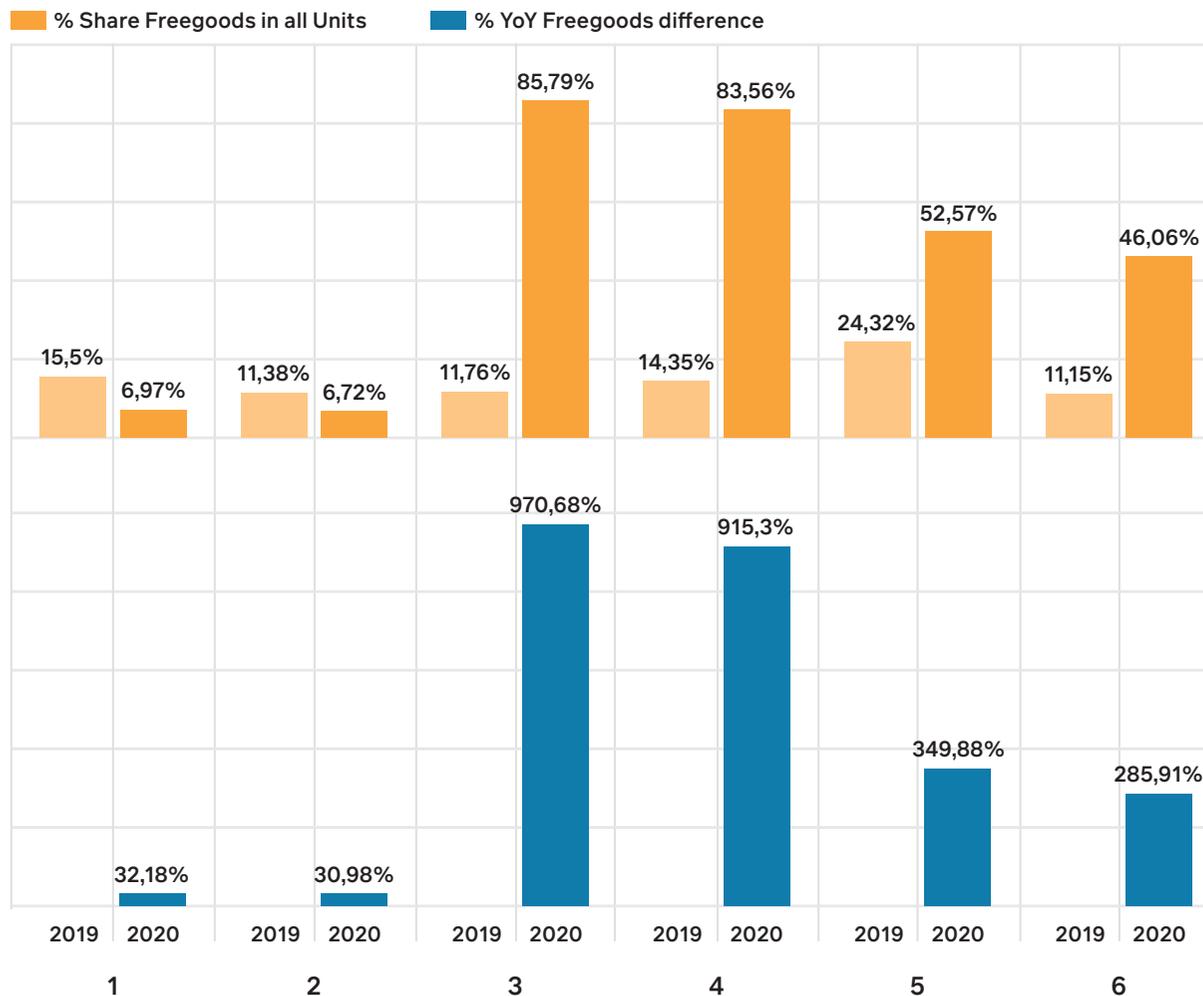
Unidades pagas vs. unidades gratuitas antes, durante e após o pico de isolamento causado pelo Covid-19



Categorias mais baixadas antes, durante e após o pico de isolamento causado pelo Covid-19

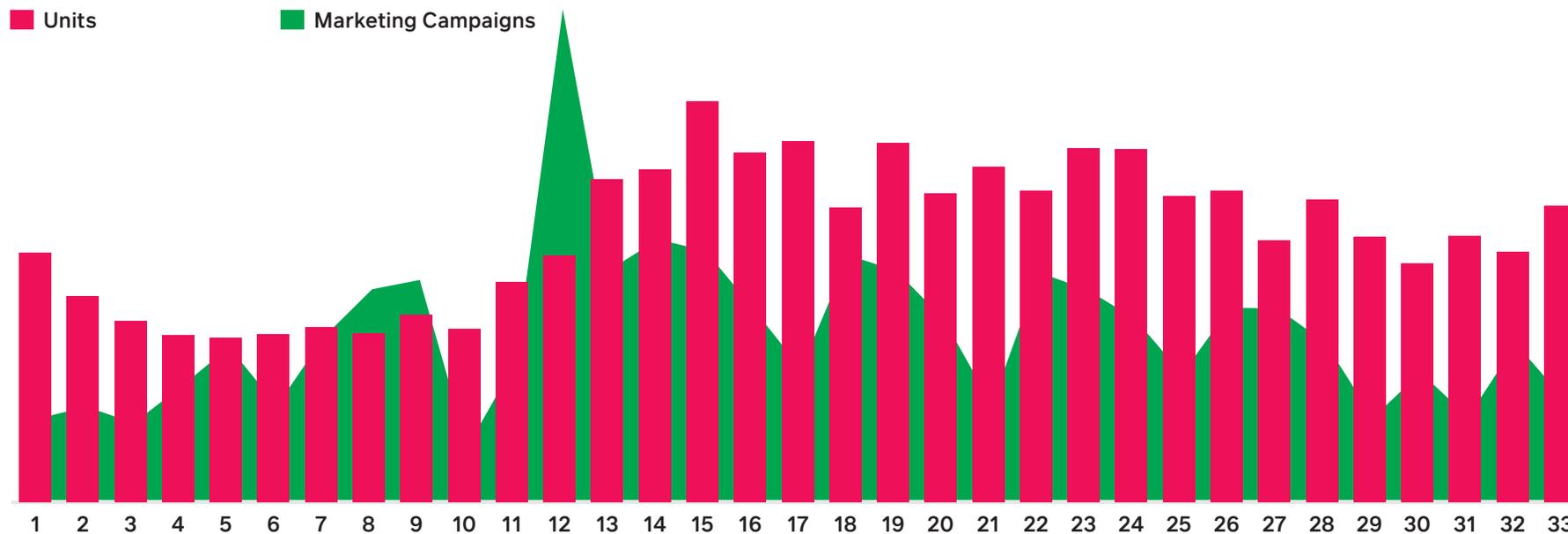


Comparação anual: uma análise das gratuidades

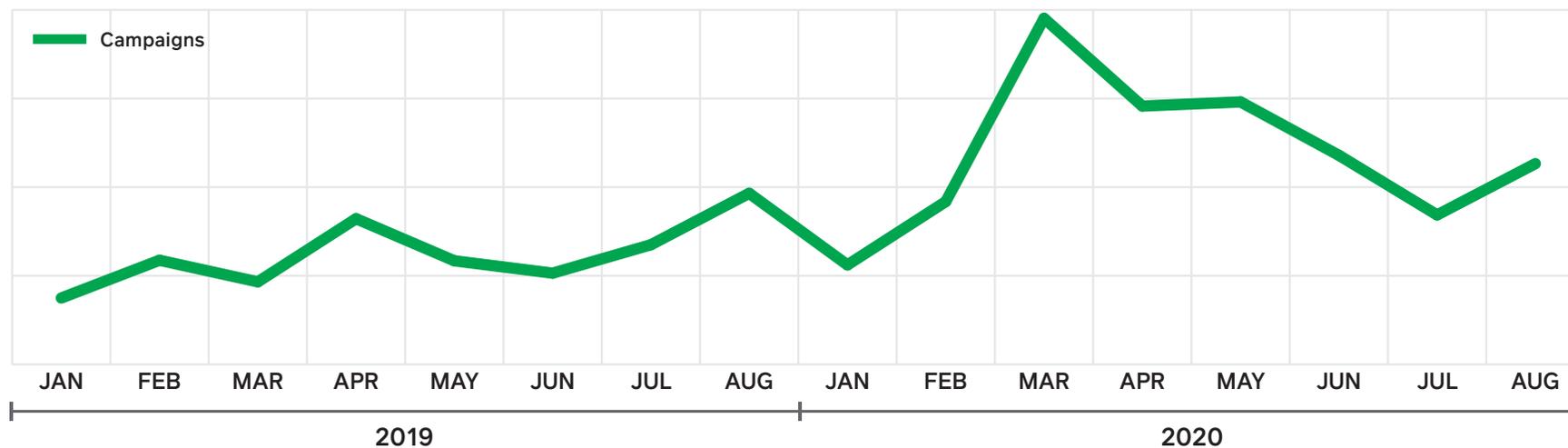


IMPACTO DAS CAMPANHAS DE MARKETING NAS VENDAS

Unidades vendidas (colunas vermelhas) e o impacto de campanhas de marketing dedicadas em 2020



Número de campanhas de marketing por mês em 2019 e em 2020



Fontes

Todos os dados de vendas, tanto para o Brasil como para Alemanha + Áustria + Suíça, foram fornecidos pela Bookwire
(www.bookwire.de & www.bookwire.com.br)

Linha do tempo da OMS com a evolução do novo coronavírus:
<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/interactive-timeline/>

Panorama da pandemia e especialmente dos níveis de isolamento no Brasil:
<https://mapabrasileirodacovid.inloco.com.br/pt/>

Série Barômetro Digital de Livros ao Consumidor:
www.global-ebook.com

A Edição Especial Covid-19 Brasil do Barômetro Digital de Livros ao Consumidor representa e analisa os dados fornecidos pela Bookwire (www.bookwire.de) e Bookwire Brasil (www.bookwire.com.br) sobre o consumo de livros eletrônicos no Brasil entre janeiro e meados de agosto de 2020, com o objetivo de acompanhar o impacto direto do isolamento social em reação à crise da Covid-19, bem como de campanhas de marketing dedicadas que coincidem com estes desenvolvimentos.

A análise foi conduzida em setembro e outubro de 2020 entre as equipes da Bookwire e da Content and Consulting.

Todos os direitos sobre os dados detidos pela Bookwire,
todos os direitos sobre a análise detidos pela Content and Consulting.

Contato:

Rüdiger Wischenbart para Content and Consulting: ruediger@wischenbart.com

Bookwire Brasil: isadora.cal@bookwire.com.br

marcelo.gioia@bookwire.com.br

Bookwire Alemanha: melissa.schaefer@bookwire.com

Bookwire
