



Câmara  
Brasileira  
do Livro

# Panorama do Consumo de Livros

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

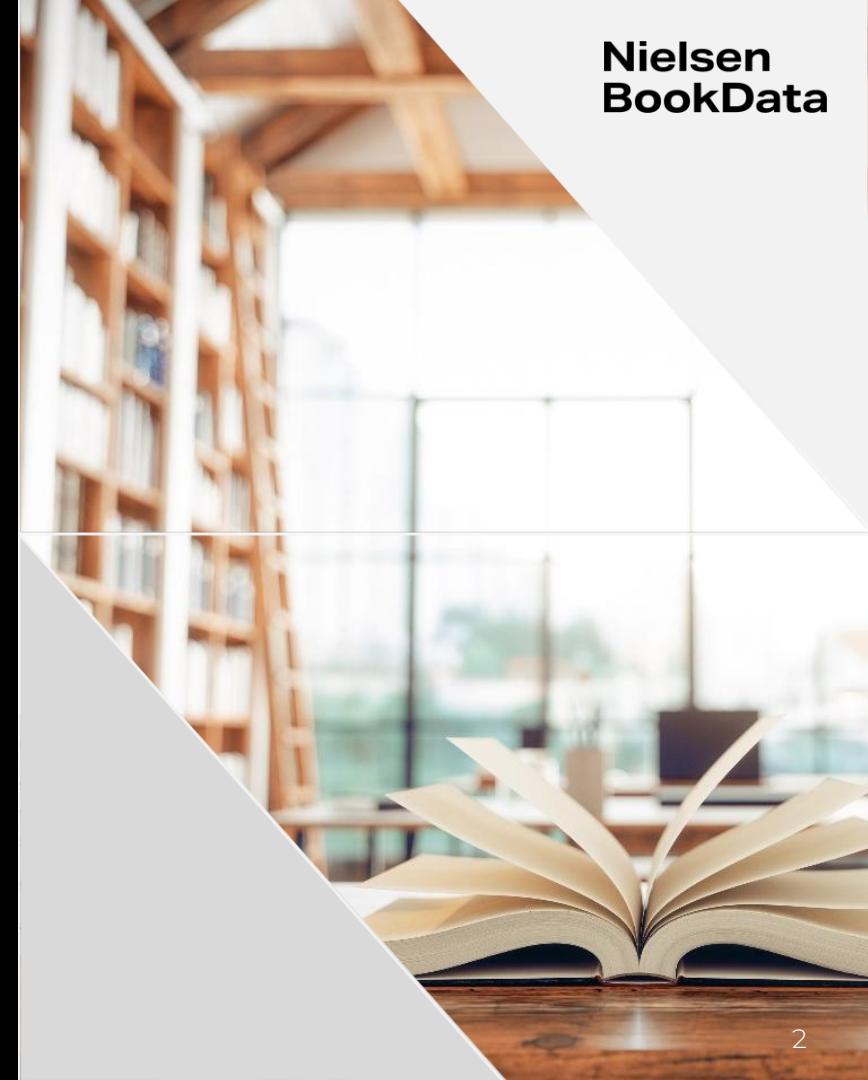
Janeiro, 2025

© 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.

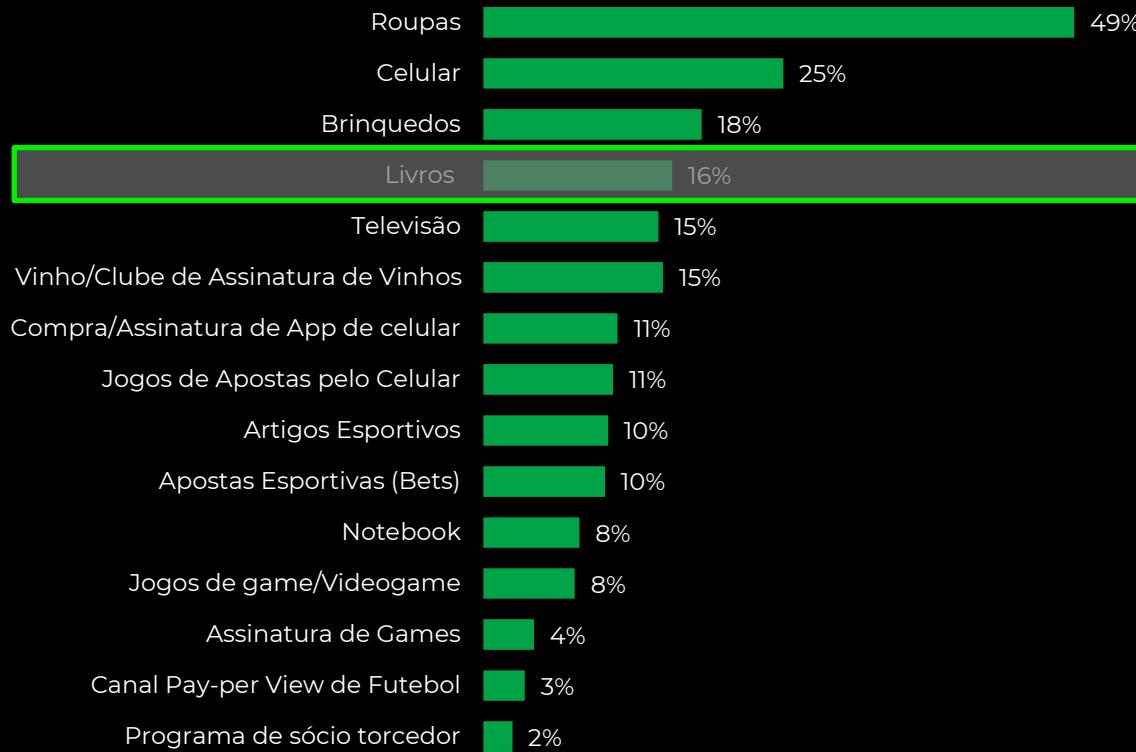
# Livro em comparação a outras categorias de consumo

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



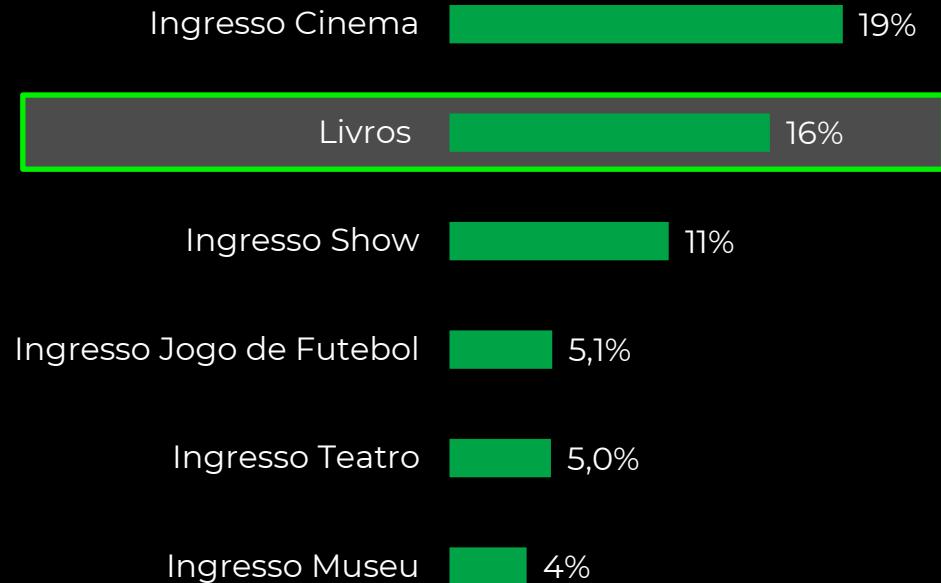
Câmara  
Brasileira  
do Livro

## 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**

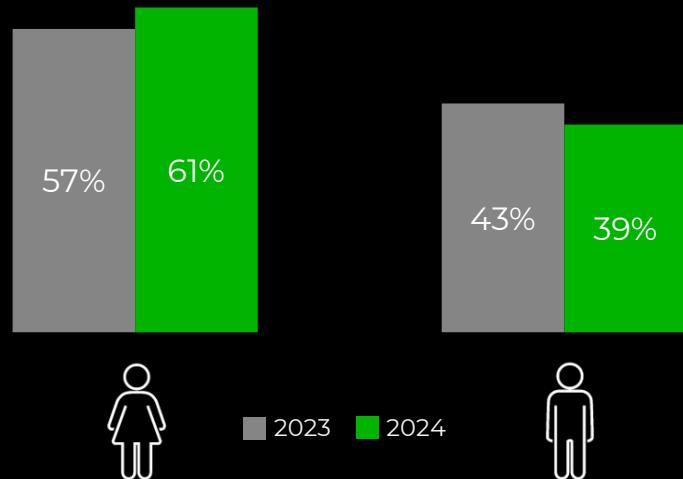
A woman with short dark hair, wearing a grey patterned sweater, is looking down at a book in a library. She is standing in front of a bookshelf filled with books. The background is blurred, showing more bookshelves.

# 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



■ 2023 ■ 2024

Apresentou Maior  
Crescimento:



Mulheres

Consumidoras  
na faixa:  
45-54



Apresentou Maior  
Decréscimo:



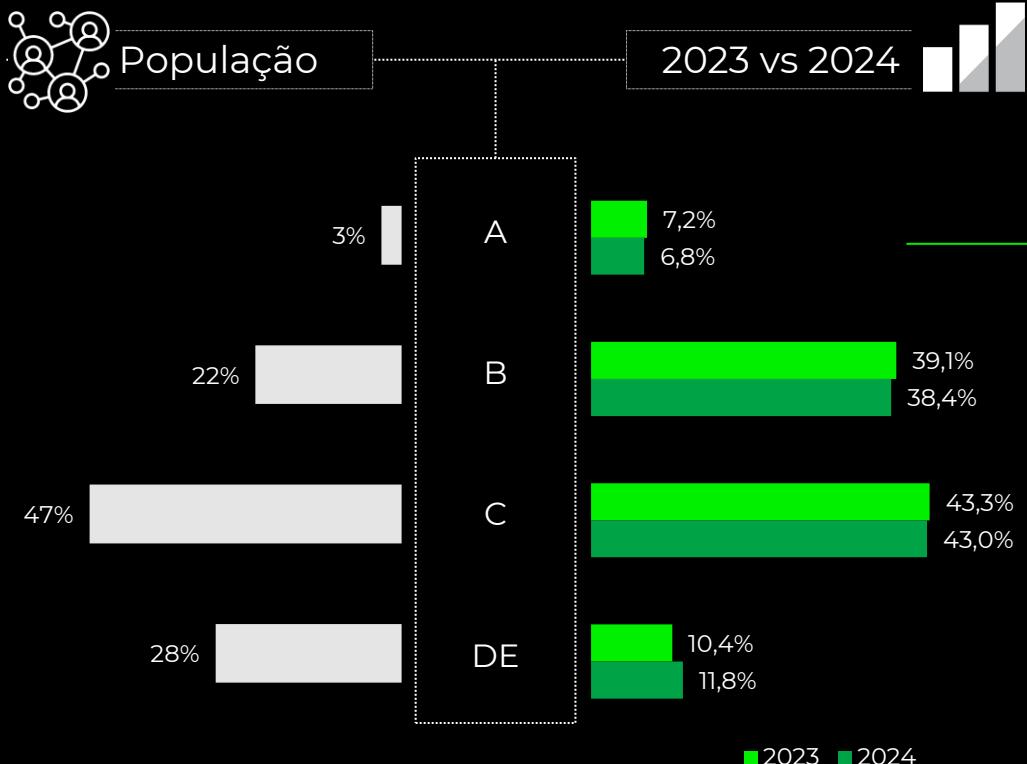
Mulheres

Homens

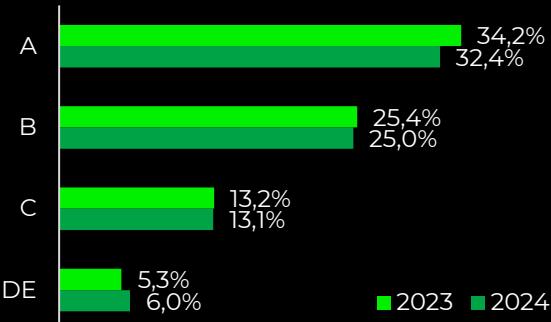
Consumidores  
na faixa:  
65+

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%)

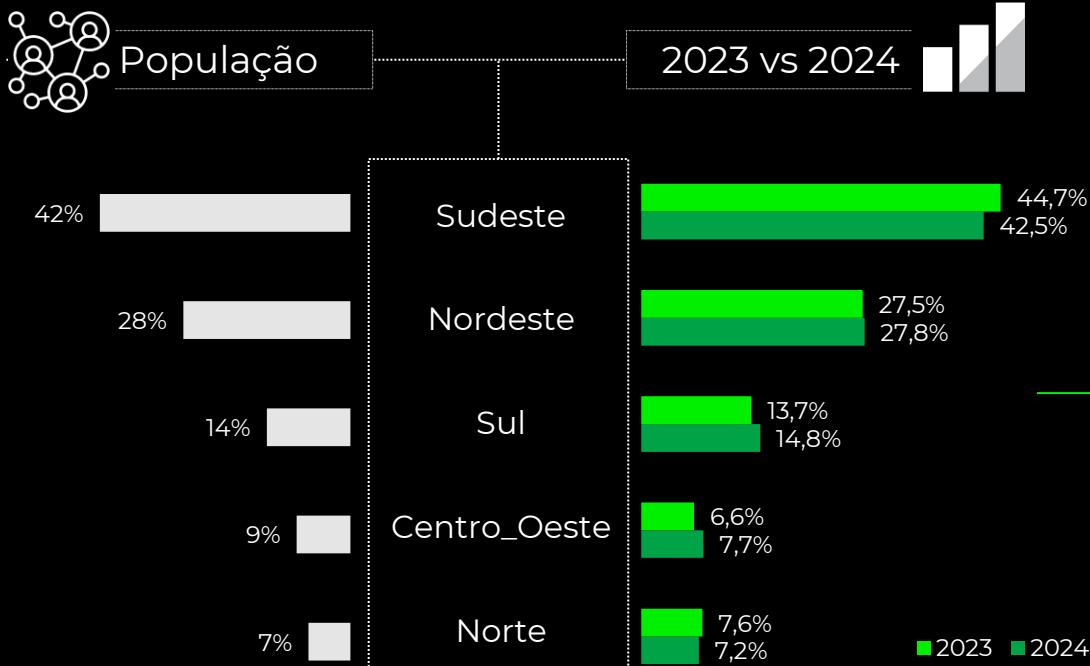


MULHERES das Classes C

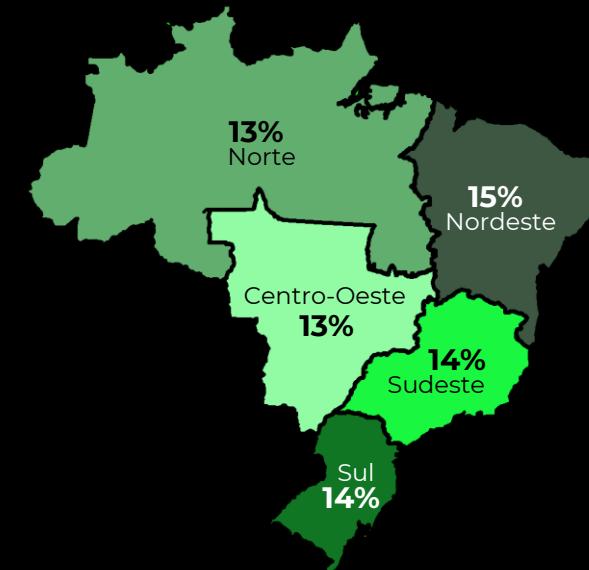
2023 - 25% do total dos consumidores  
2024 – 27% do total dos consumidores

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

## Consumidores de livros por Região



**Penetração de compradores** no total da população por **região**



# Consumidores de livros

Quantos livros você **comprou** nos **últimos 12 meses**?

Entre 3 e 5  41,6%

Entre 1 e 2  27,3%

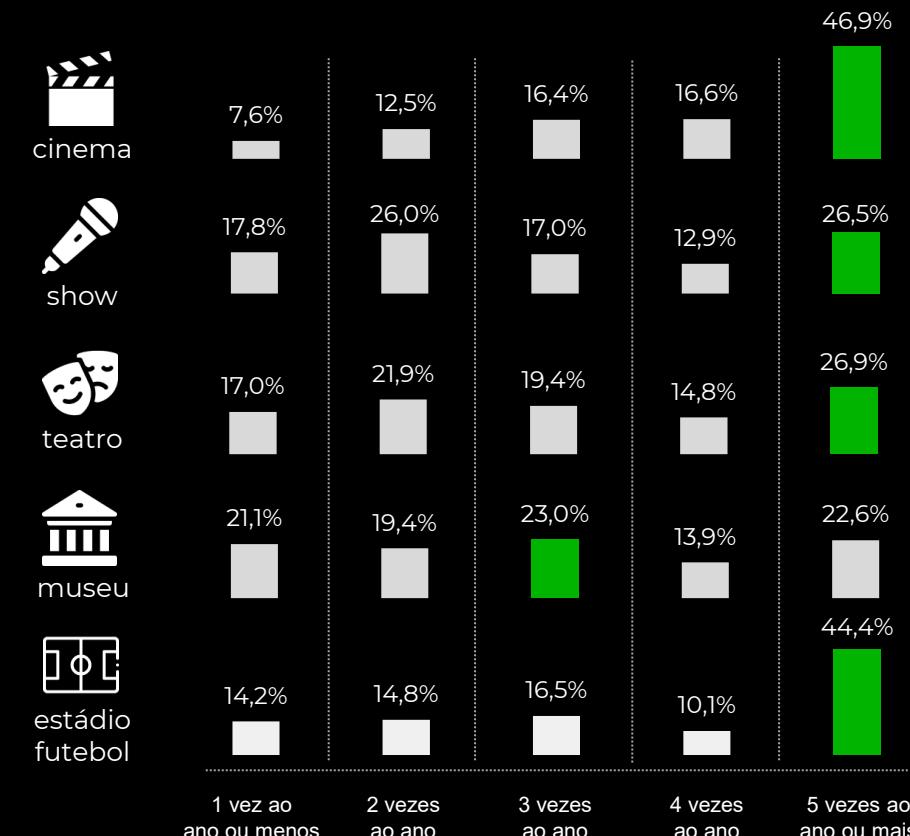
Entre 6 e 10  19,6%

Entre 11 e 15  5,2%

Mais de 20  4,6%

Entre 16 e 20  1,7%

Frequências do consumo de outros **bens culturais**

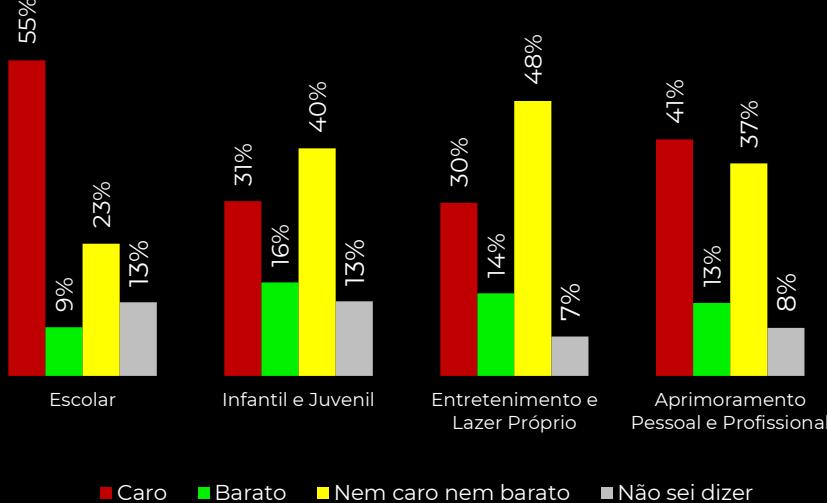


# Consumidores de livros

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

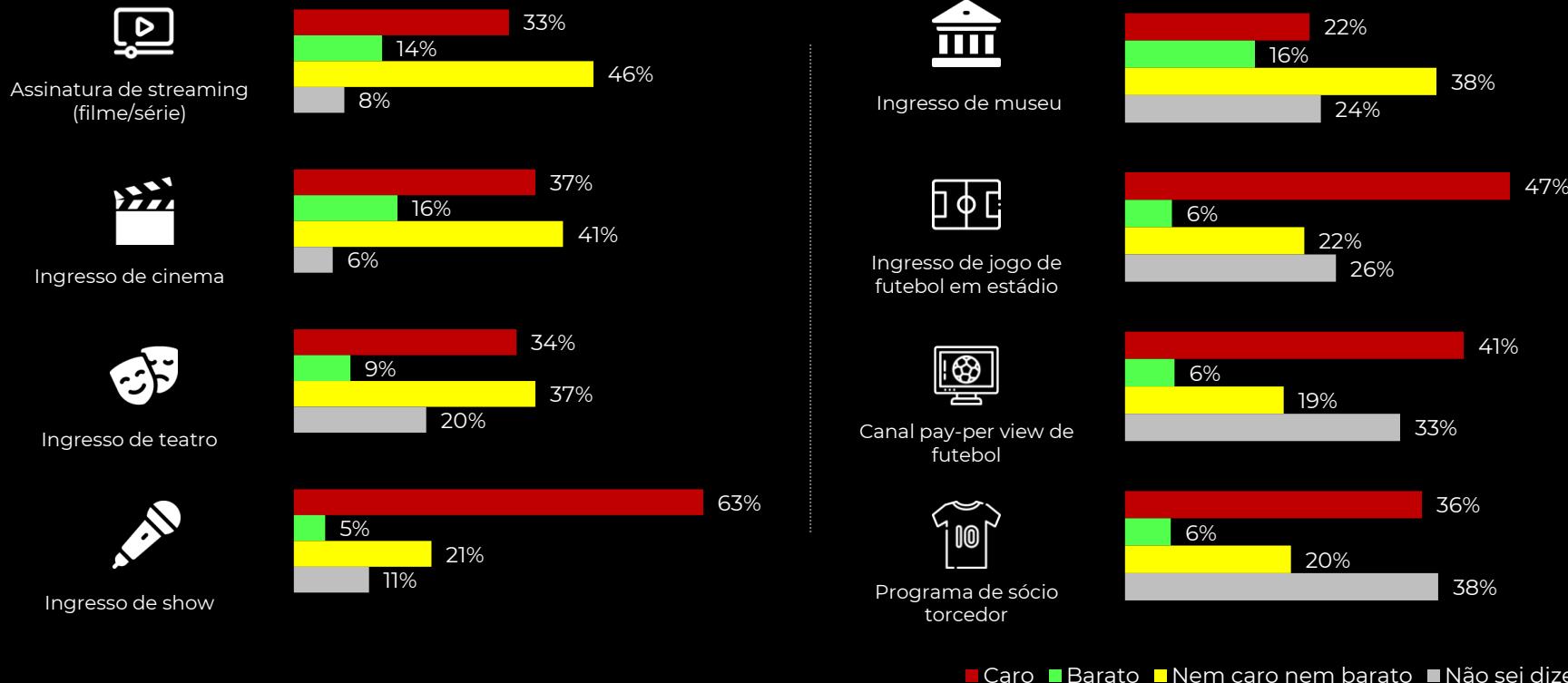


O que você acha do **preço dos livros**?

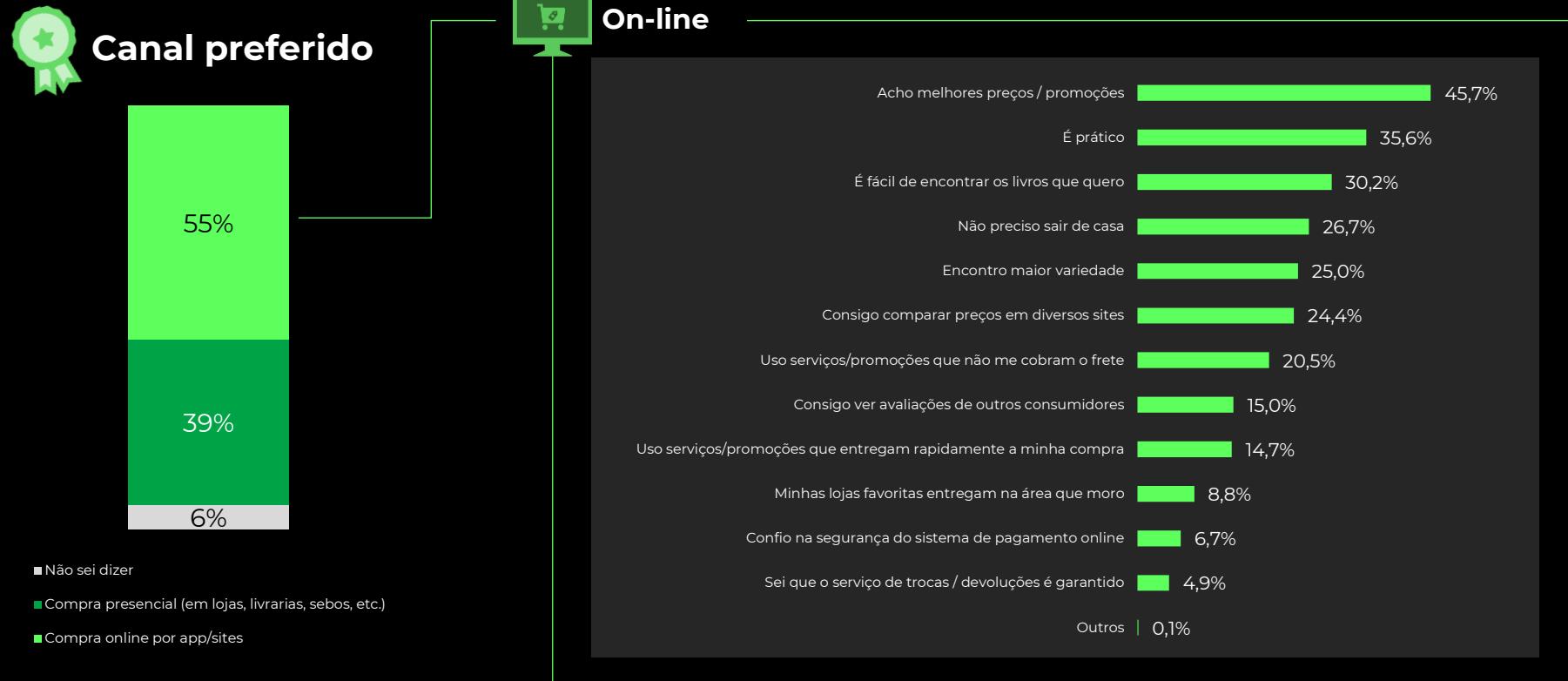


Não há diferença de percepção  
de preço por classe social

## Consumidores de livros - Percepção de preço de outros bens



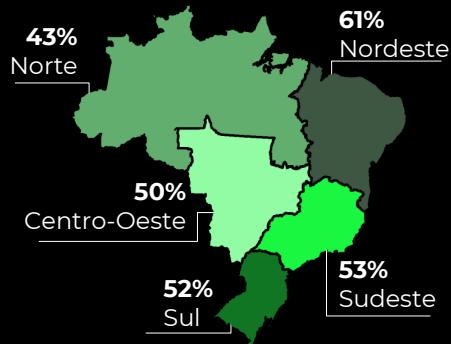
## Consumidores de livros – Canal de compras



# Consumidores de livros

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

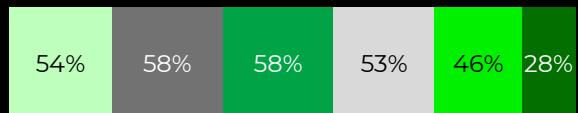
Por Região



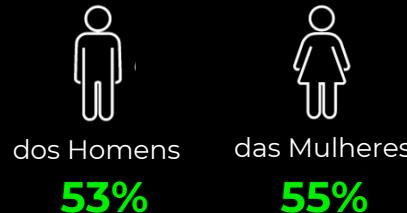
O nordeste é a região que concentra o maior percentual da população que prefere comprar on-line



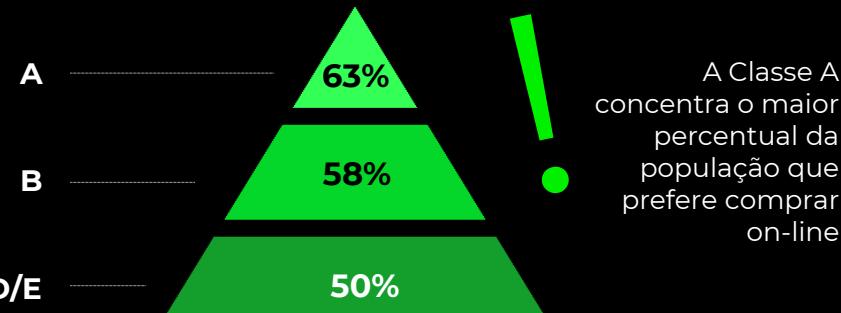
Por Idade



Por Gênero



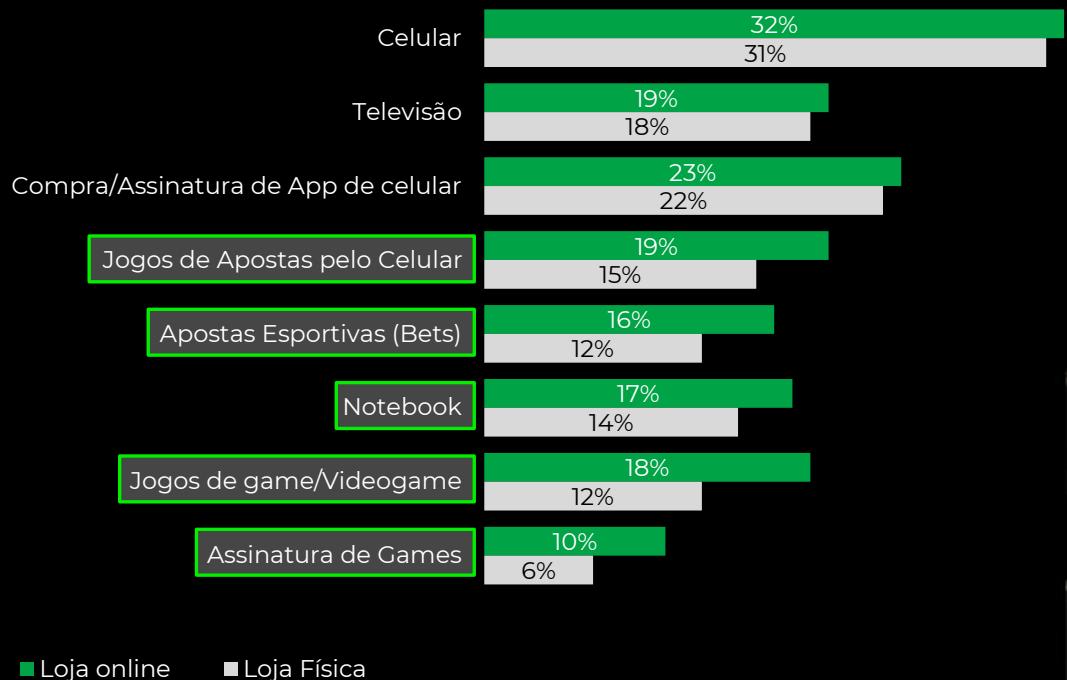
Por Classe



A Classe A concentra o maior percentual da população que prefere comprar on-line

55% da população prefere comprar Livros Impressos na Internet

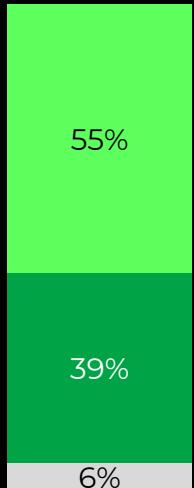
**Consumidores que preferem comprar livros on-line apresentam penetração de consumo maior para as categorias relacionadas a internet e tecnologia:**



## Consumidores de livros – Canal de compras



### Canal preferido



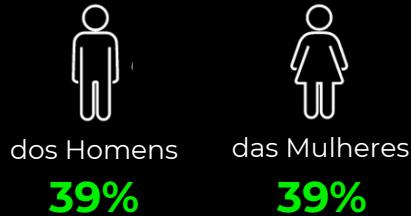
### Offline



# Consumidores de livros

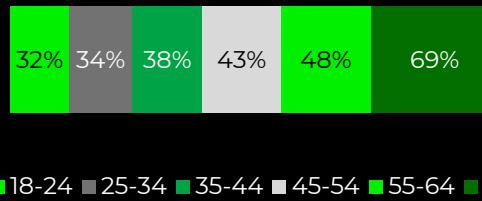
**39% da população prefere comprar Livros Impressos em lojas físicas:**

Por Gênero



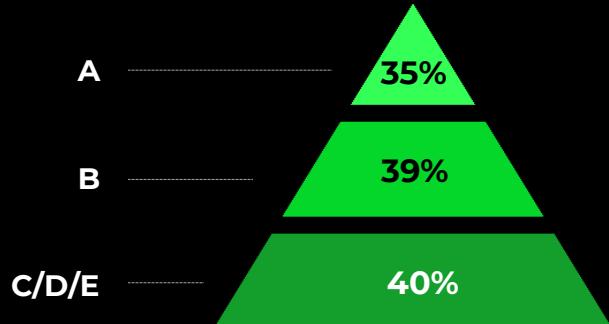
Não há diferença  
por gênero na  
preferência por  
loja física

Por Idade

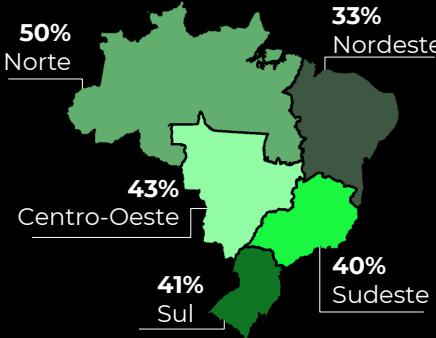


A preferência  
por loja física  
tem uma  
forte relação  
faixa etária

Por Classe



Por Região



**39% da população prefere comprar Livros Impressos em Lojas Físicas**

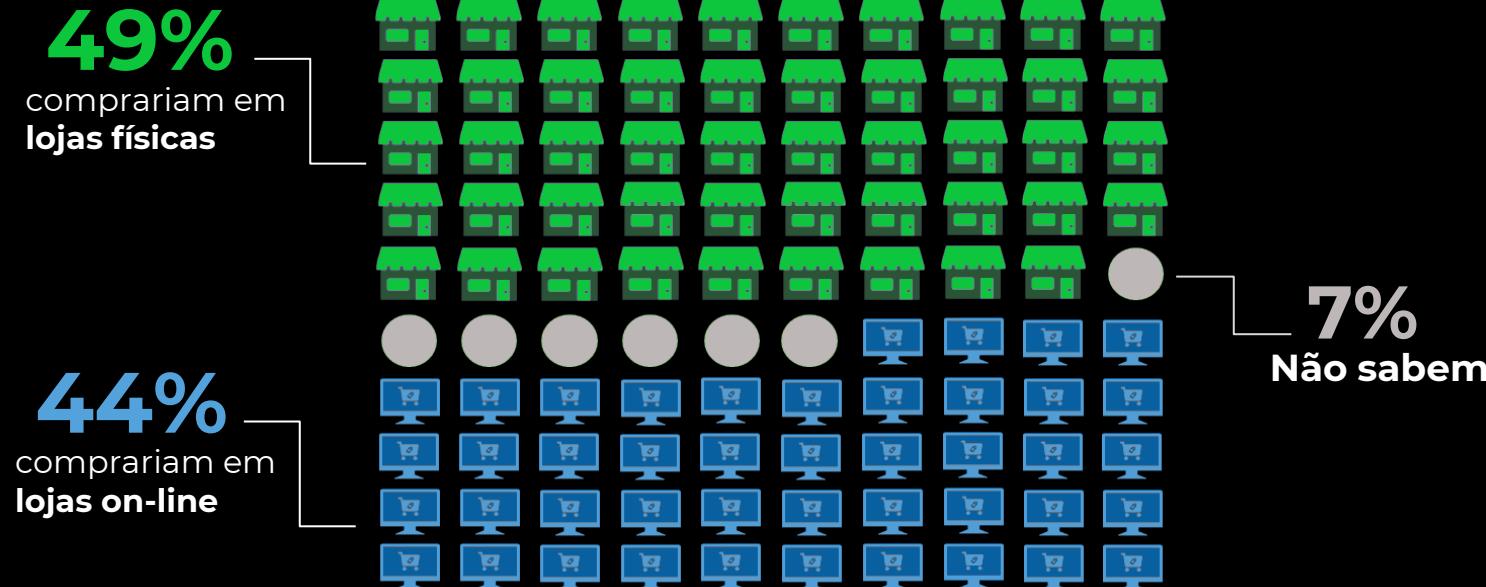
**Consumidores que preferem comprar livros em lojas físicas  
apresentam penetração de consumo maior para as categorias  
relacionadas a outros bens culturais:**



■ Loja Física ■ Loja online

## Consumidores de livros

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



## Consumidores de livros

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



 **44%** das **Mulheres** são da **Classe B**



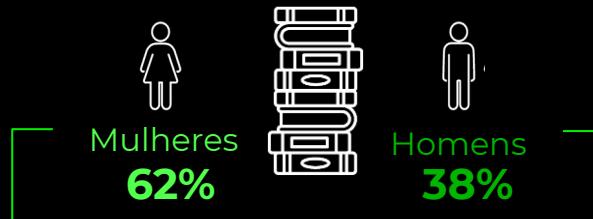
**41%** das **Mulheres** da **Classe B** vivem na região **Sudeste**

**63%** delas preferem comprar on-line



# 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:

 Vs   
 Mulheres  
**67%** Homens  
**33%**

### Classe C:

 Vs   
 Mulheres  
**68%** Homens  
**32%**



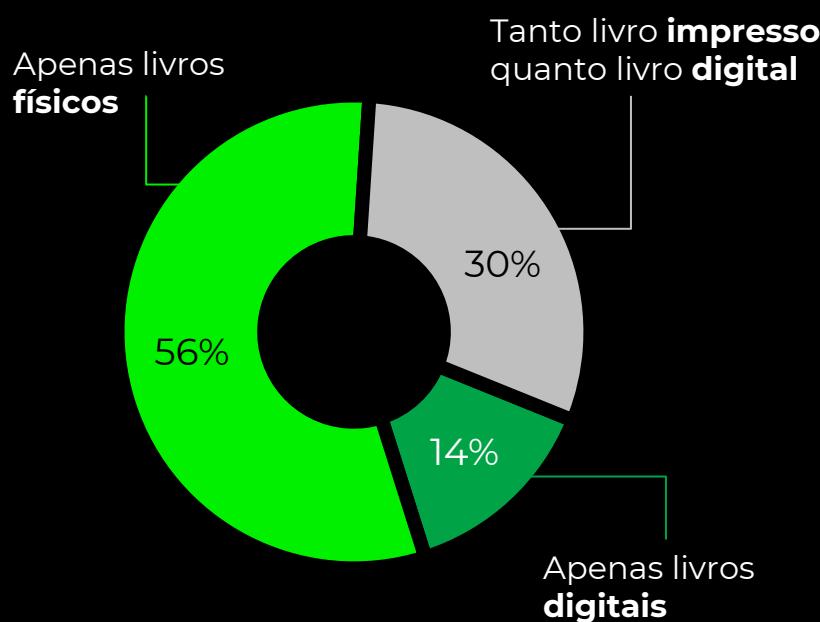
**40%** das  
**Mulheres** da  
**Classe B**  
 vivem na  
 região  
**Nordeste**



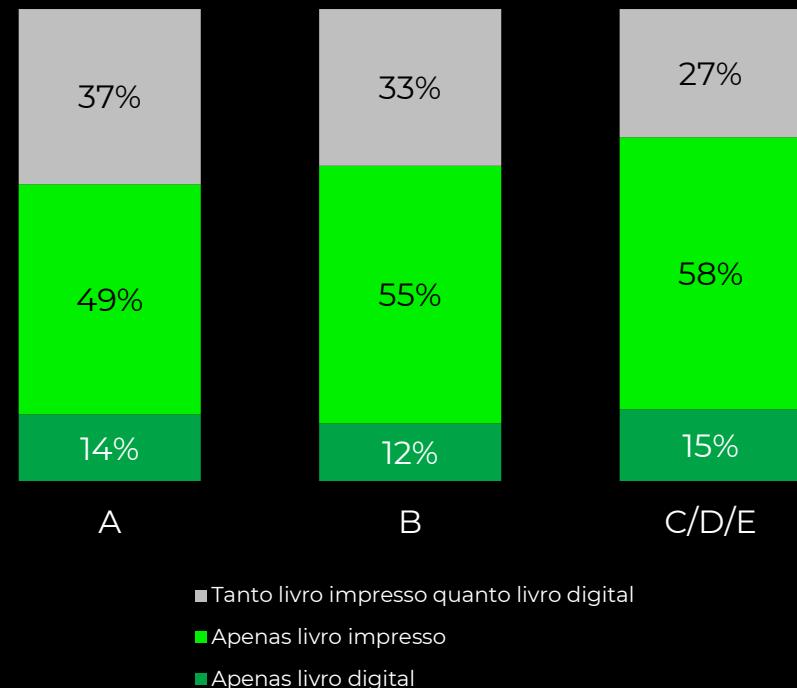
**38%** das  
**Mulheres** da  
**Classe C**  
 vivem na  
 região  
**Sudeste**

## Consumidores de livros

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

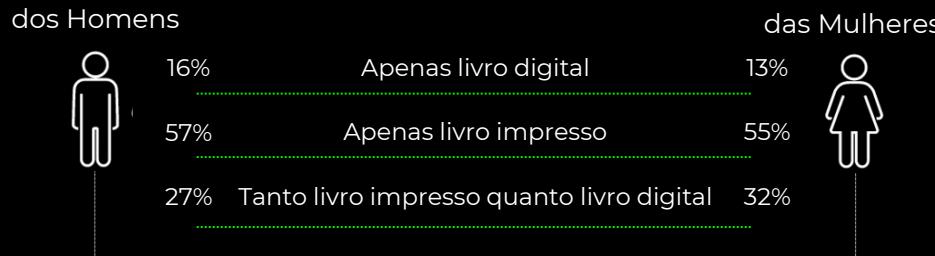


Importância dos formatos por classe social

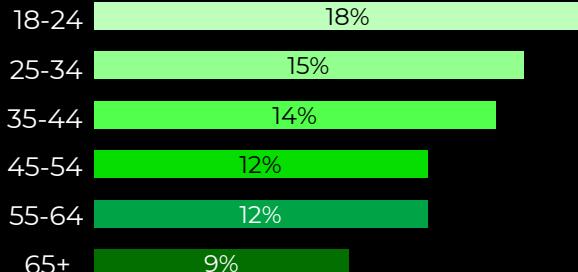


# Consumidores de livros

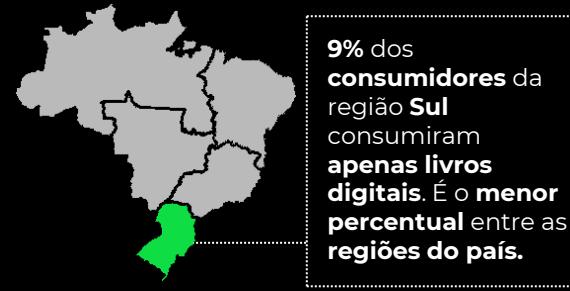
## Quais os **formatos** dos livros que você **comprou**?



### Formato por faixa etária - Consumiram apenas livros digitais



O formato tem  
forte relação  
com faixa etária

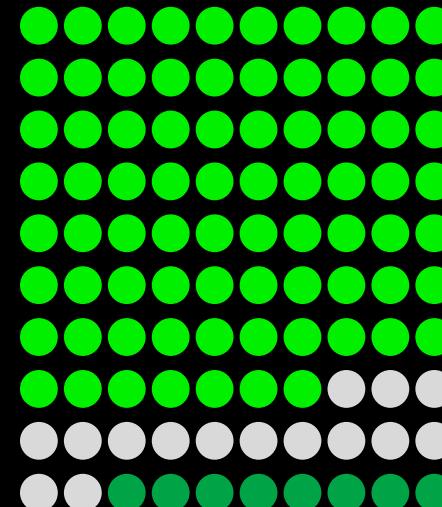




## Consumidores de livros

### 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**

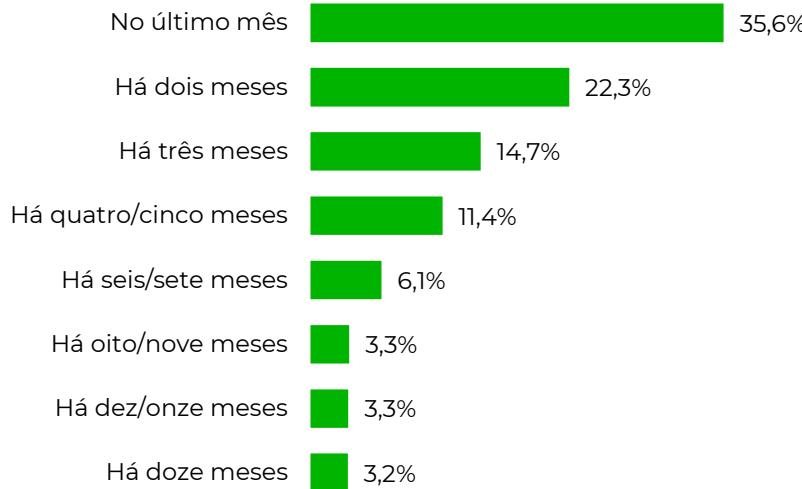
(- 9 p.p em relação a 2023)

# Sobre a última compra de livros?

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

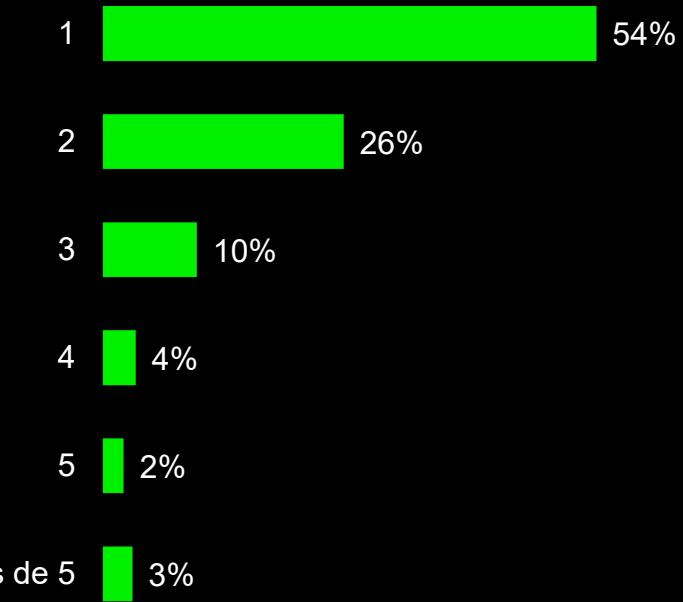
## Consumidores de livros

### Quando foi sua última compra de livros?



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

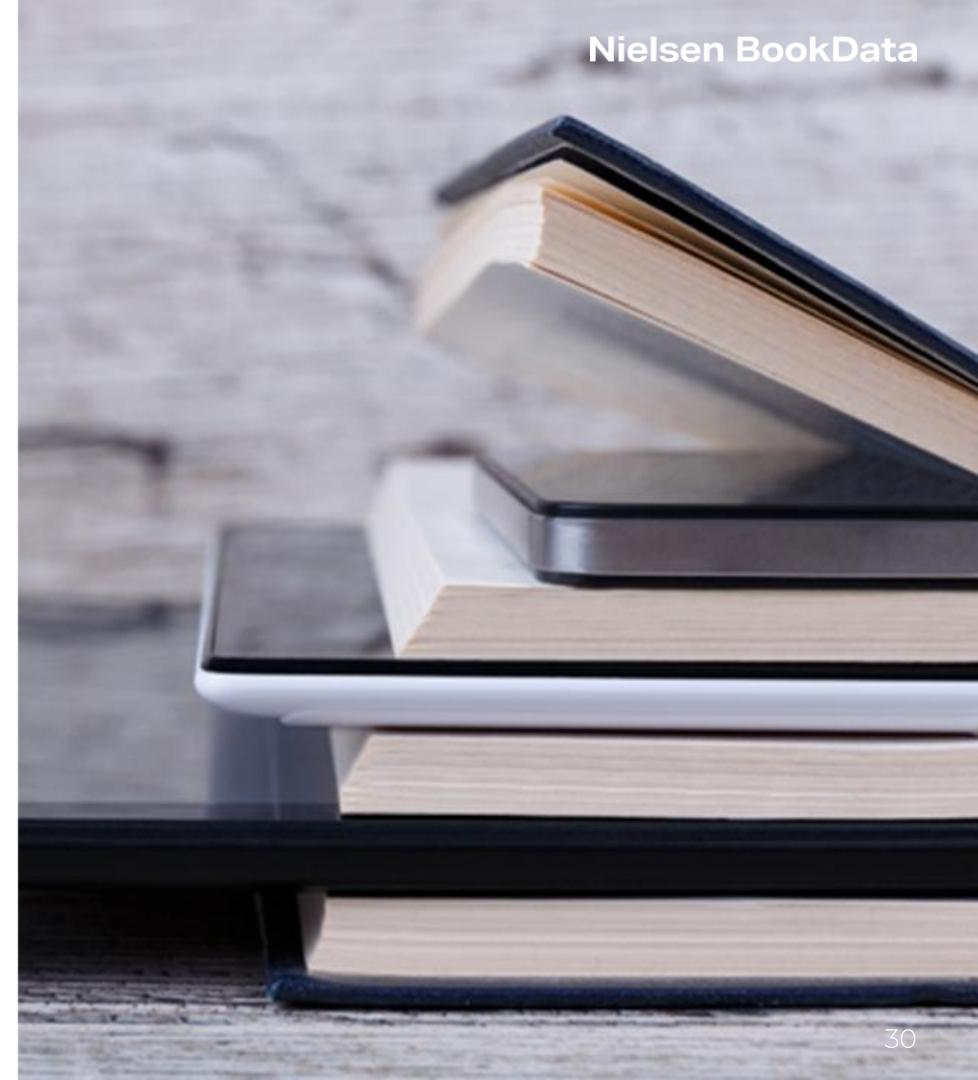
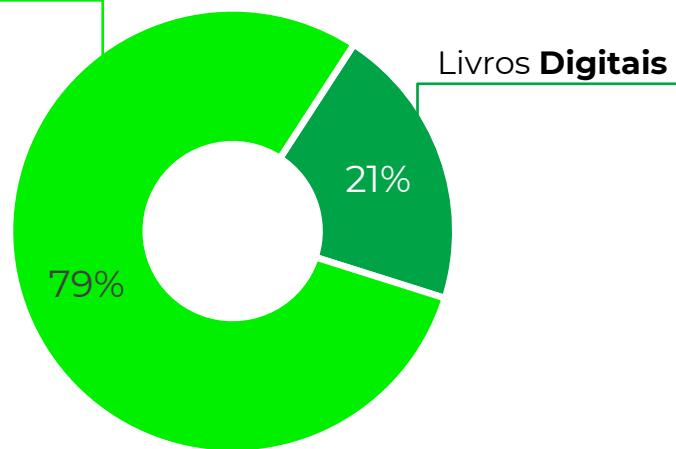
### Quantos livros você comprou na última compra?



## Consumidores de livros

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

**Livros Impressos**



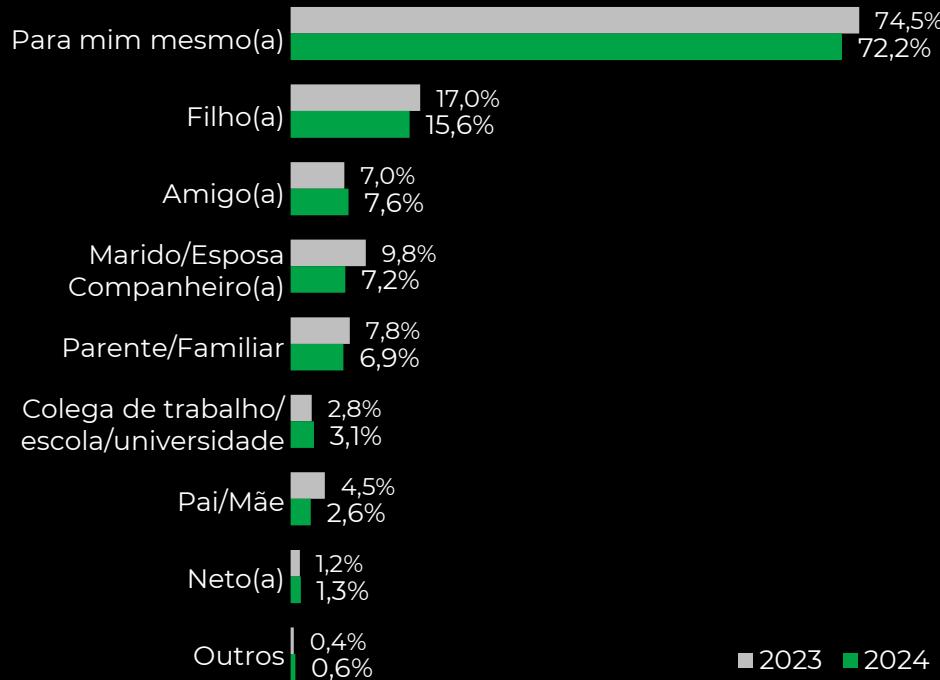
The background of the slide is a photograph of a stack of books in the foreground, with a bookshelf filled with books in the background. An open book is positioned in the center-left of the frame, with its pages fanned out. The books in the background are slightly blurred.

# 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?



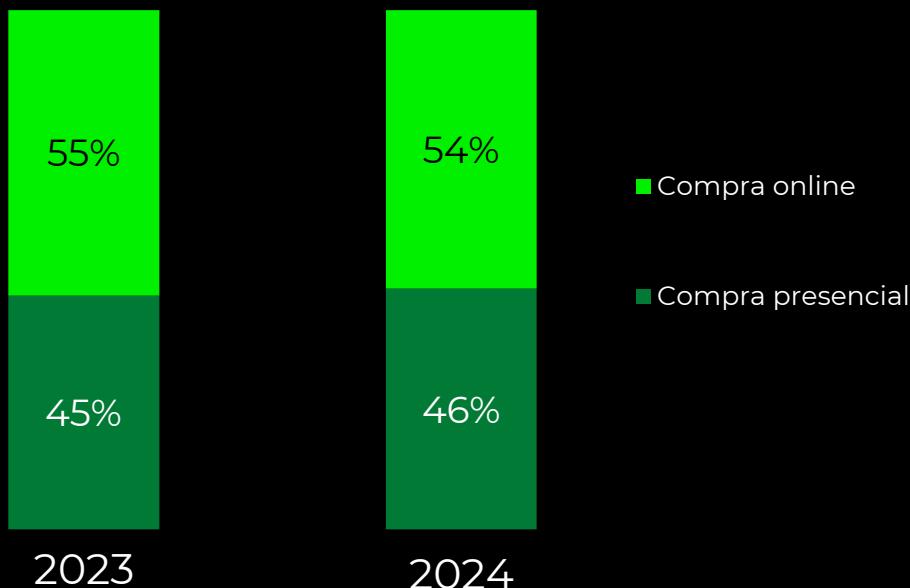
■ 2023 ■ 2024



# Consumidores de livros

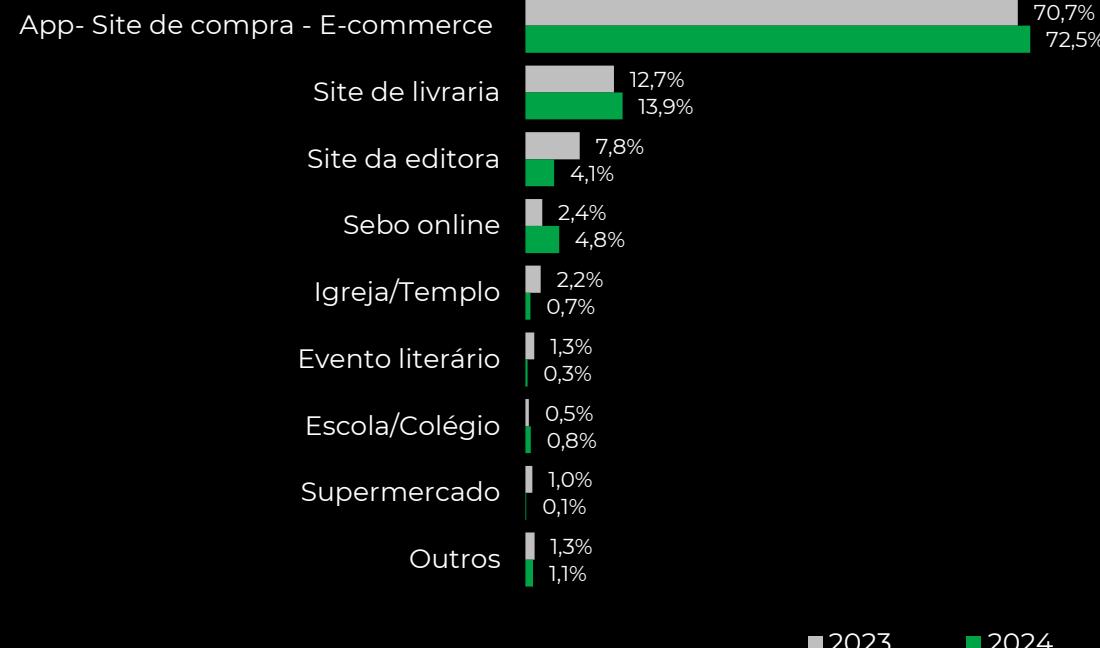
## Última compra de Livros Impressos

Como você fez a sua **última compra** de **livros impressos**?



## Consumidores de livros - Última compra de Livros Impressos

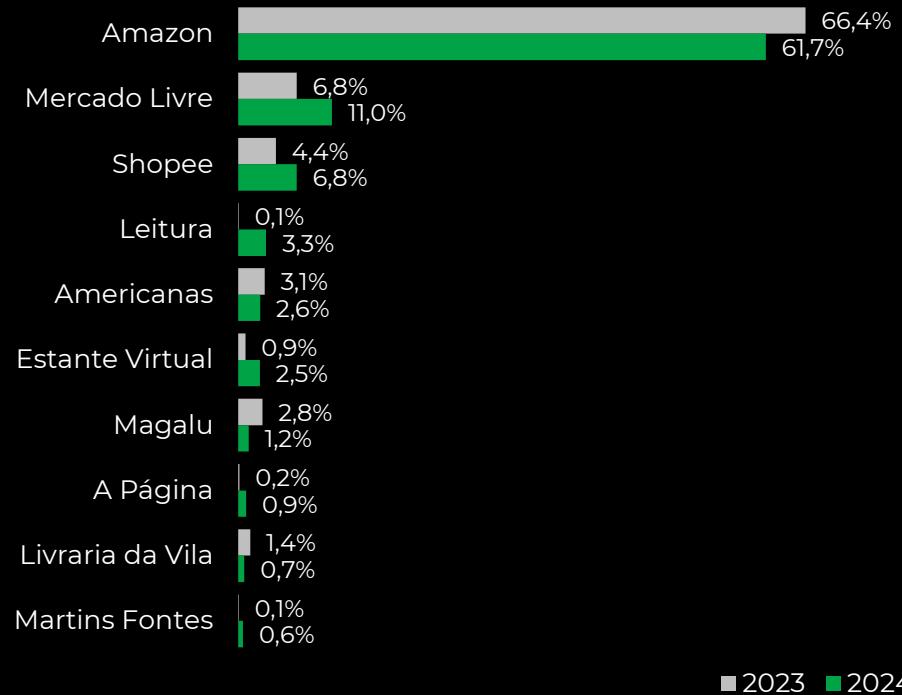
Onde você fez a sua **ÚLTIMA COMPRA on-line** de **LIVROS IMPRESSOS**?





## Consumidores de livros - Última compra de Livros Impressos

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



# 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	%
1 Amazon	61,7%
2 Mercado Livre	11,0%
3 Shopee	6,8%
4 Leitura	3,3%
5 Americanas	2,6%
6 Estante Virtual	2,5%
7 Magalu	1,2%
8 A Página	0,9%
9 Livraria da Vila	0,7%
10 Martins Fontes	0,6%
11 Livrarias Curitiba	0,5%

Livraria/App/Site	%
12 Dois Pontos	0,5%
13 Hotmart	0,3%
14 Casas Bahia	0,3%
15 Travessa	0,3%
16 Minha Biblioteca Católica	0,2%
17 Submarino	0,2%
18 Escariz	0,2%
19 Dark Side	0,2%
20 Disal	0,1%
21 Não lembra	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:**

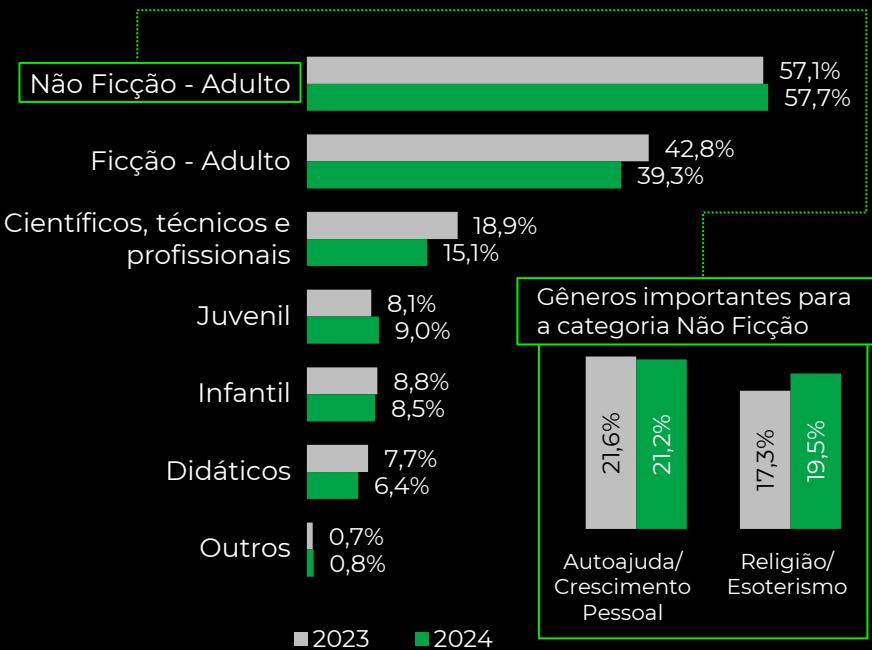


■ 2023 ■ 2024

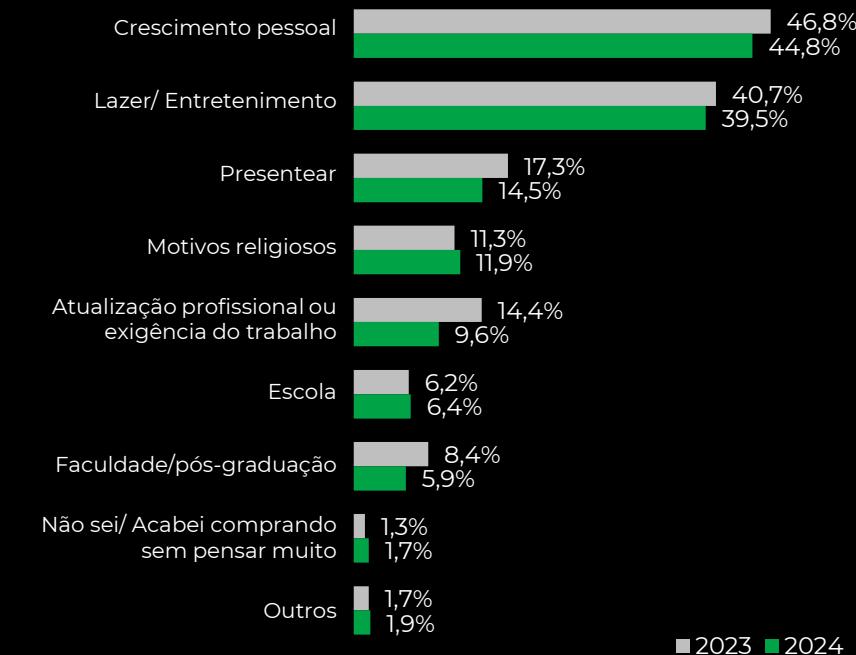


# Consumidores de livros – Última compra de livros impressos

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%

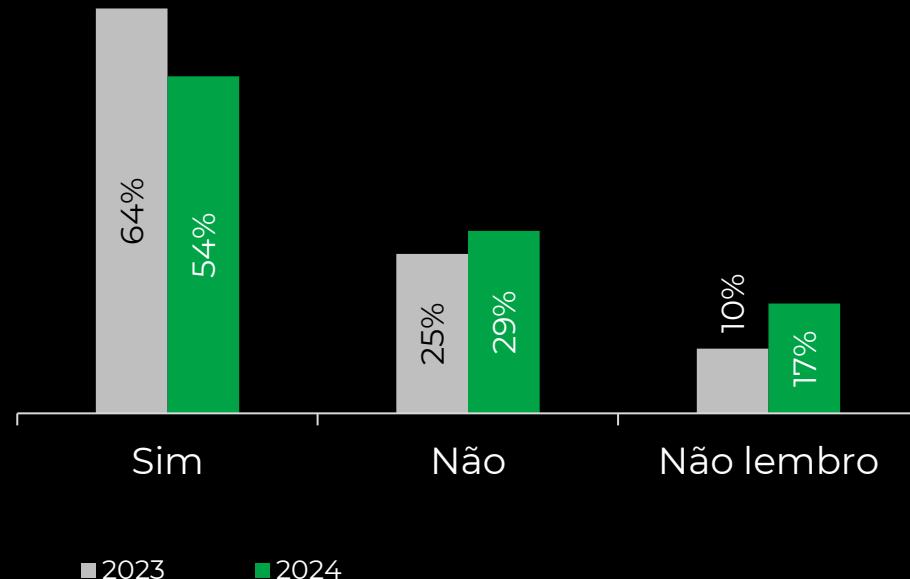
\*Leitura obrigatória - exigência do trabalho, escola, faculdade ou pós-graduação

\*\* 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**?

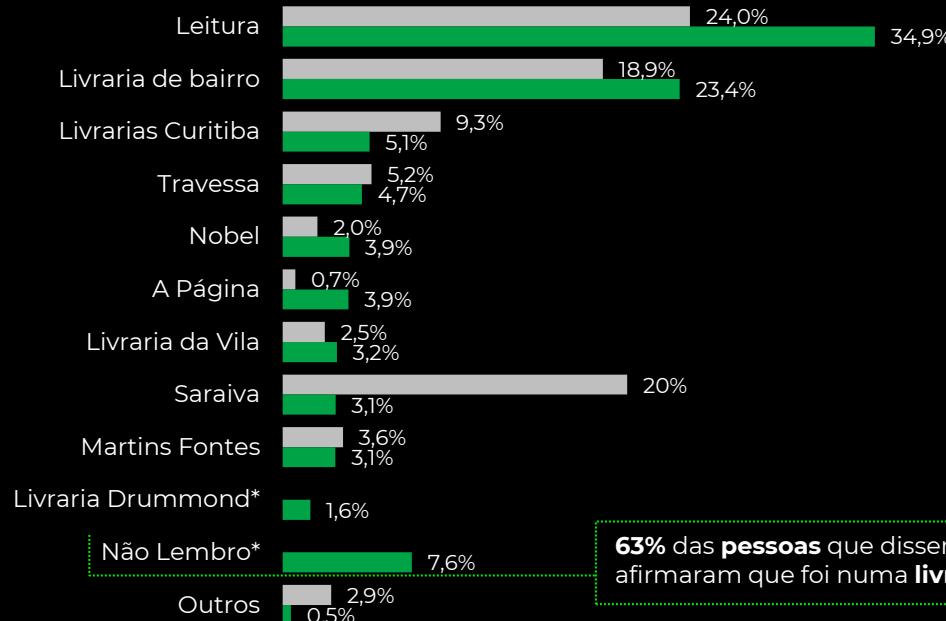


\*Evento literário (ex: Feira do livro de faculdade, Bienal, etc.)



## Consumidores de livros - Última compra de Livros Impressos

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



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

\*categorias com baixa citação e compuseram a categoria  
“outros” em 2023

■ 2023 ■ 2024



# Consumidores de livros – Última compra de livros impressos

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

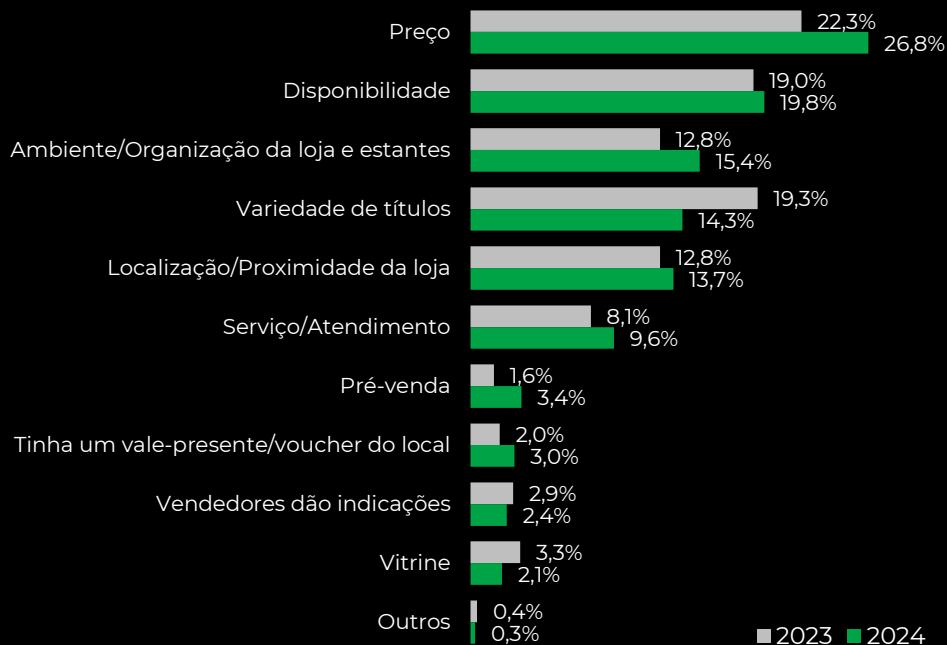
Livraria Física	%
<b>1</b> Leitura	34,9%
<b>2</b> Livraria de bairro	23,4%
<b>3</b> Livrarias Curitiba	5,1%
<b>4</b> Travessa	4,7%
<b>5</b> Nobel	3,9%
<b>6</b> A Página	3,9%
<b>7</b> Livraria da Vila	3,2%
<b>8</b> Saraiva	3,1%
<b>9</b> Martins Fontes	3,1%
<b>10</b> Livraria Drummond	1,6%

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



## Consumidores de livros – Última compra de livros impressos

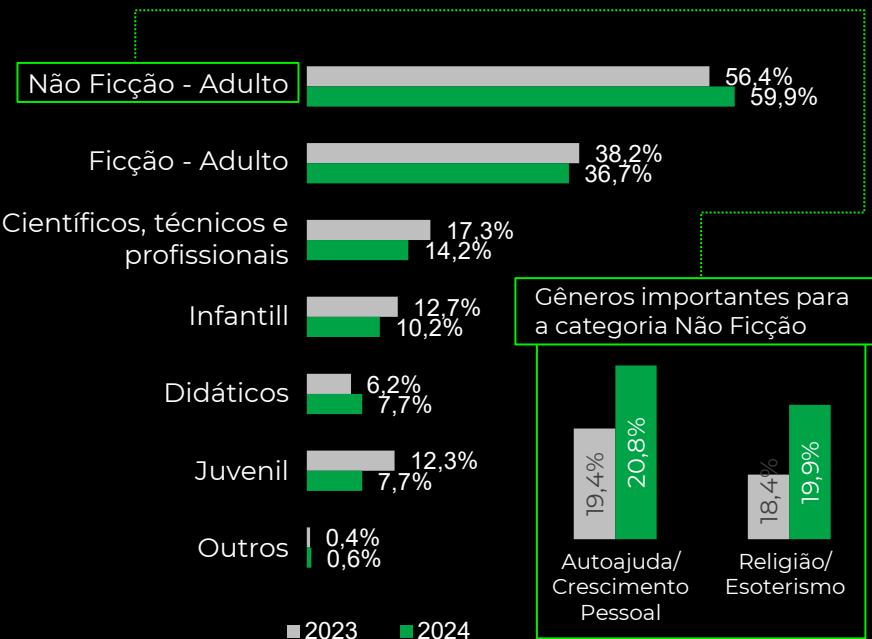
**Motivos para a escolha do local **PRESENCIAL** da última compra de livros impressos:**



■ 2023 ■ 2024

# 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**?



\*Foi identificada uma inconsistência, e o gráfico foi devidamente substituído.

# 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%

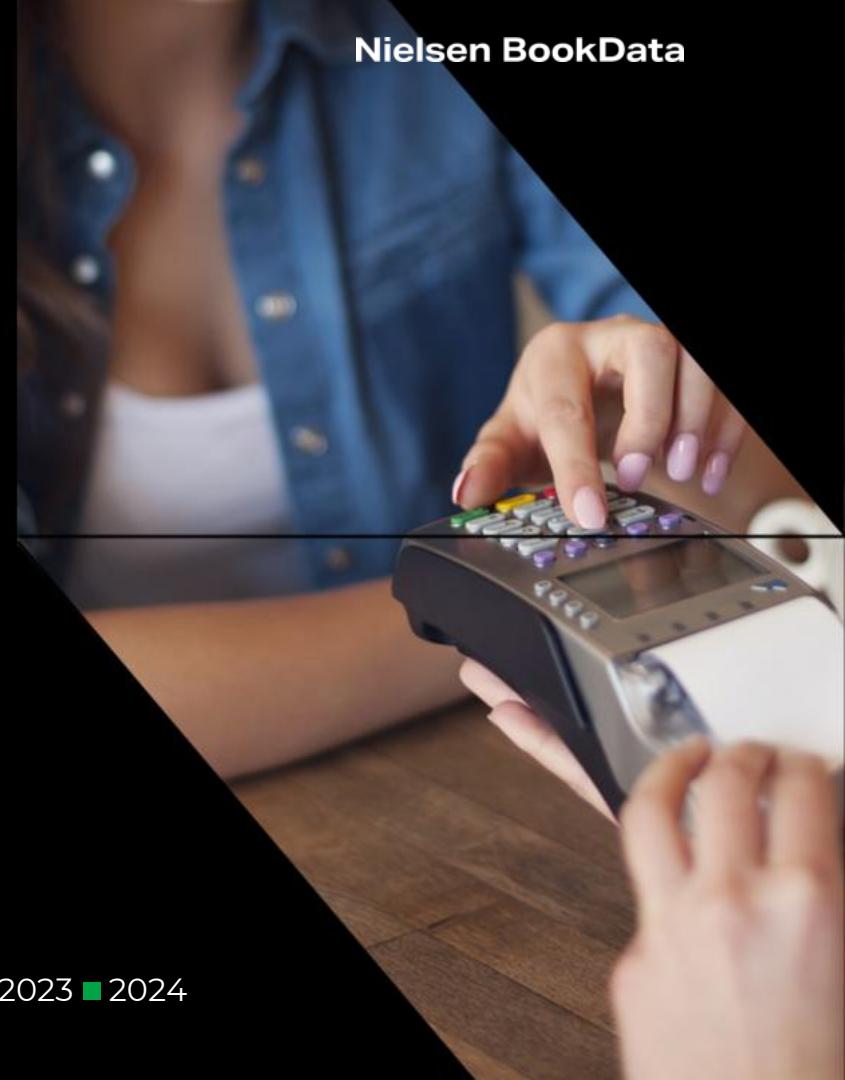
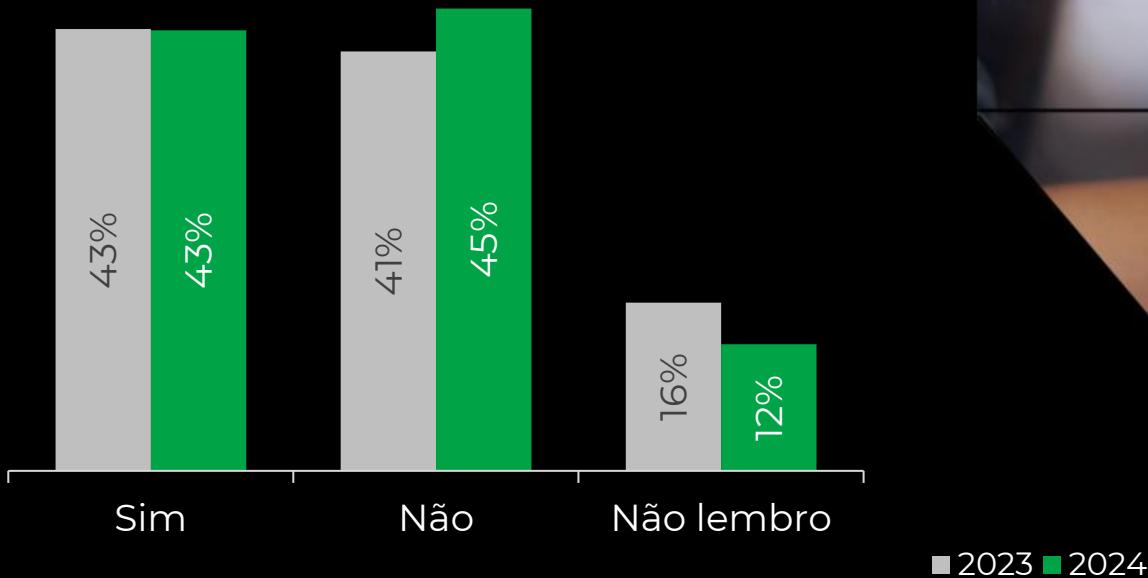
	2023	2024
Leitura obrigatória**	3,5%	4,5%
Indicação de um influenciador digital do Youtube	4,9%	4,3%
Exposição e organização dentro da Loja	4,9%	4,0%
Recomendação de líder religioso	4,1%	3,9%
Vitrine da loja	4,0%	3,7%
Recomendação do vendedor, livreiro	8,2%	3,5%
Indicação de um influenciador digital 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** ?





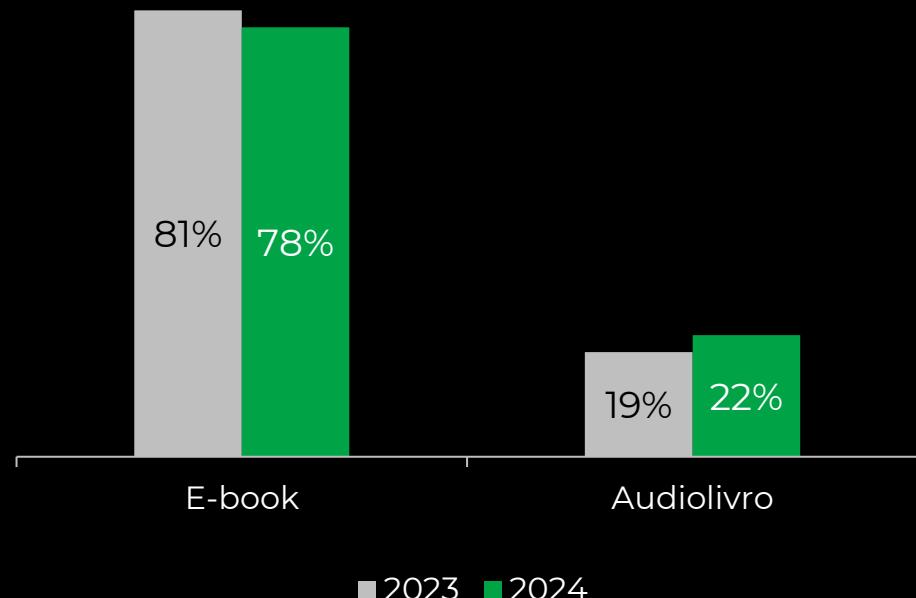
# última compra de livros DIGITAIS

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



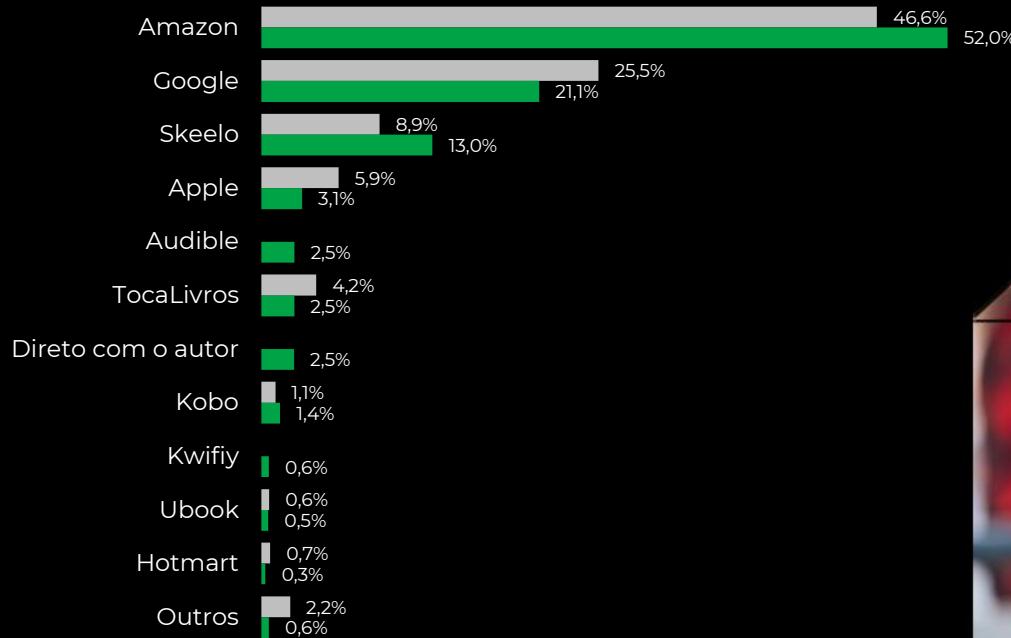
## Consumidores de livros – Última compra de **livros digitais**

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

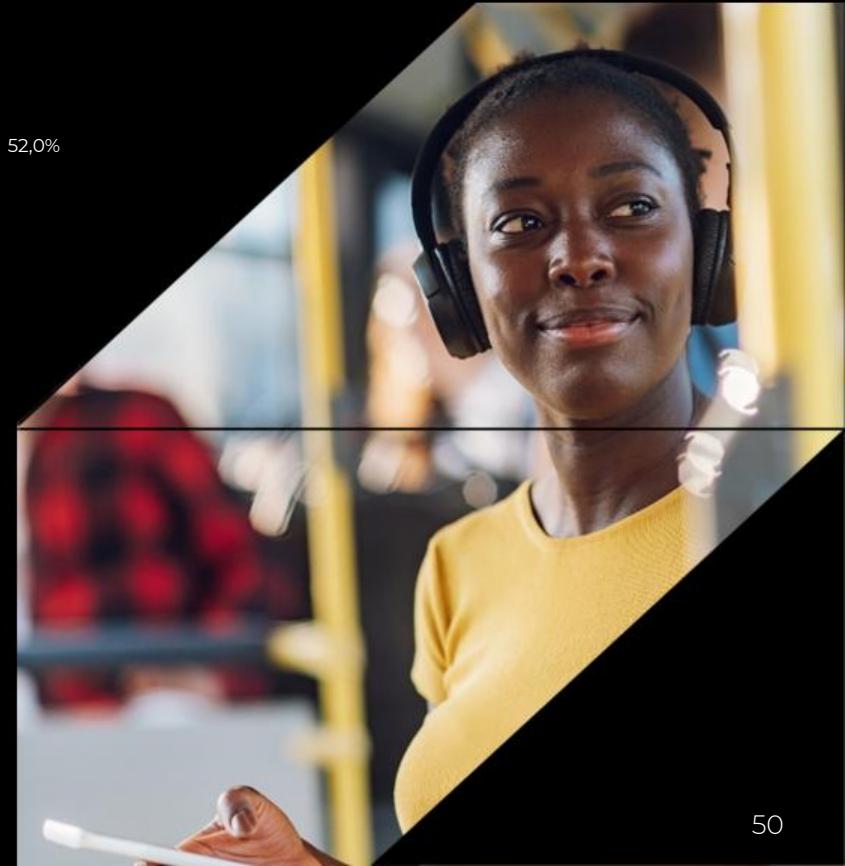


## Consumidores de livros – Última compra de livros digitais

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

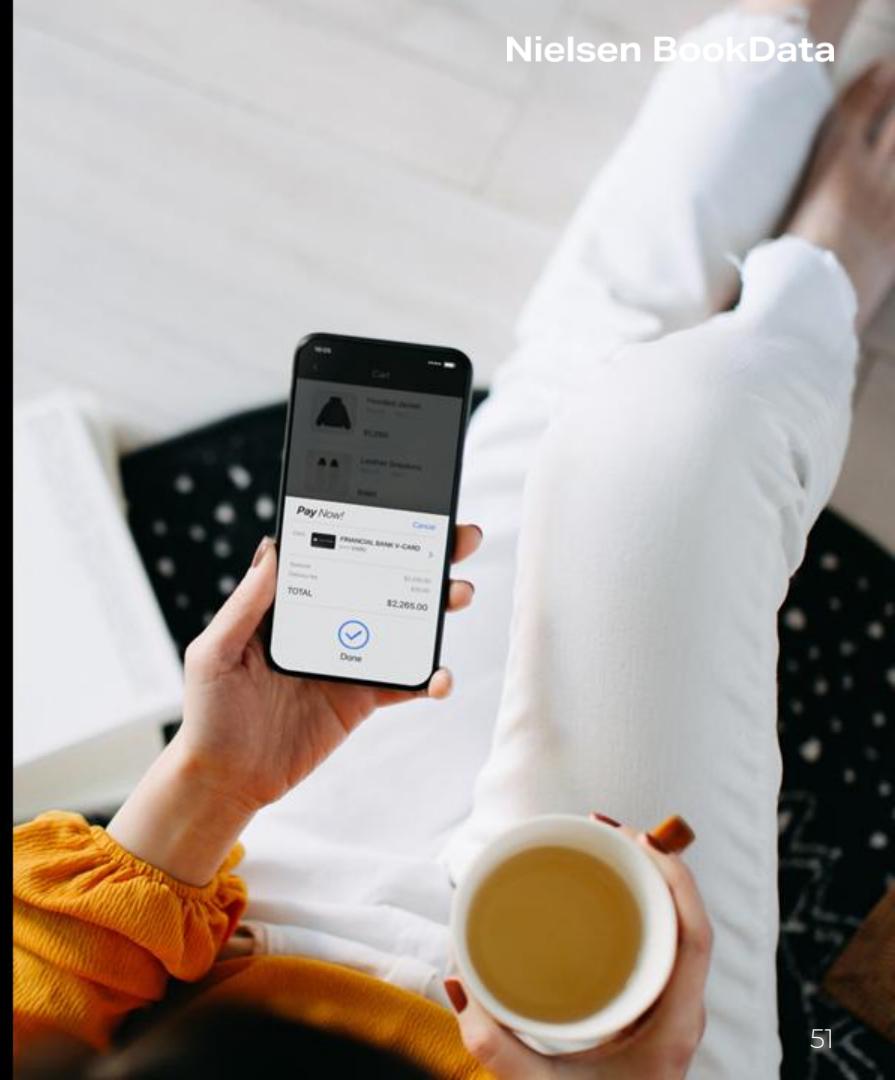


■ 2023 ■ 2024



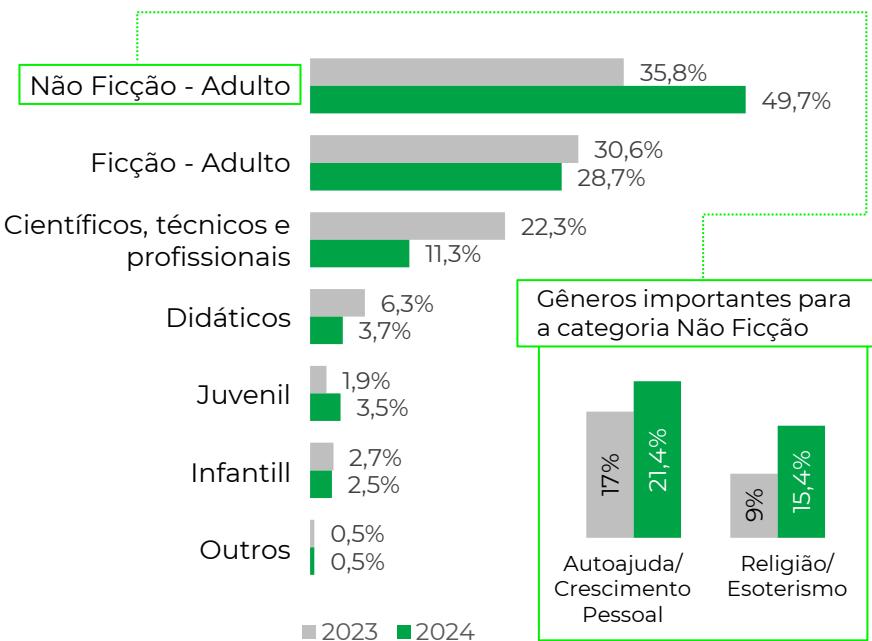
## Consumidores de livros – Última compra de livros digitais

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

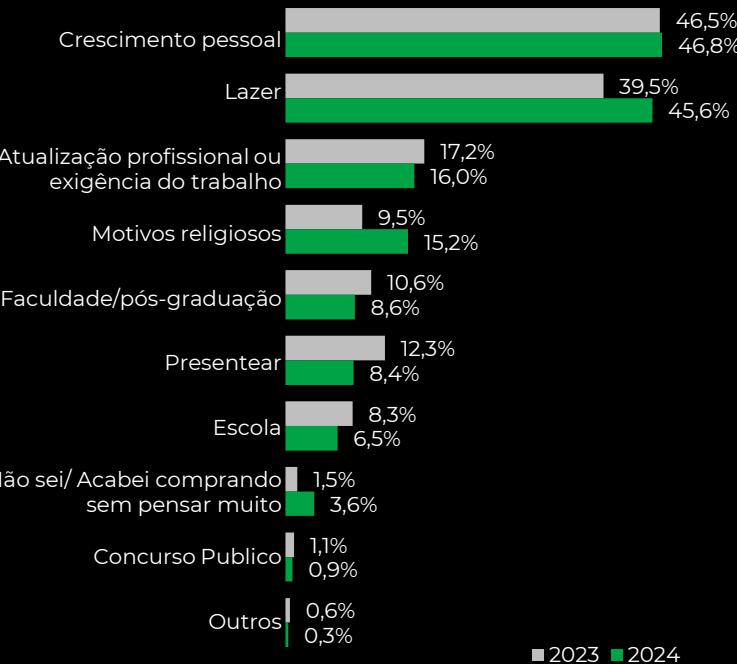


# Consumidores de livros – Última compra de livros digitais

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

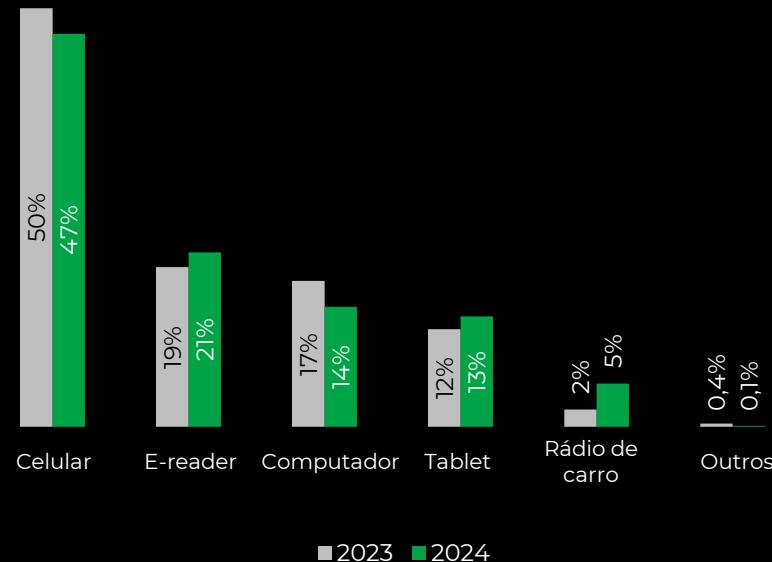


**Para qual finalidade** você comprou **LIVRO DIGITAL** em sua **última compra**?

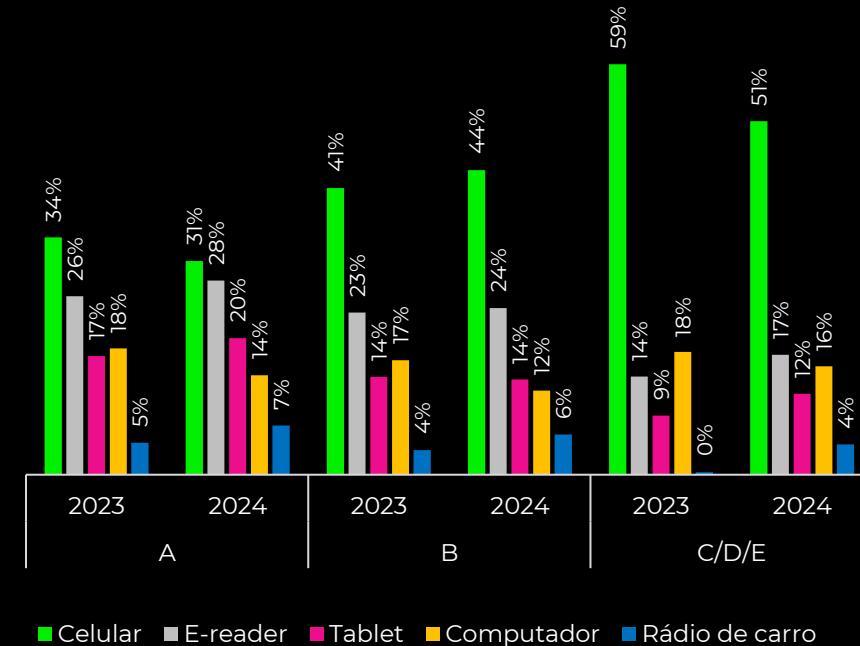


# Consumidores de livros – Última compra de livros digitais

**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

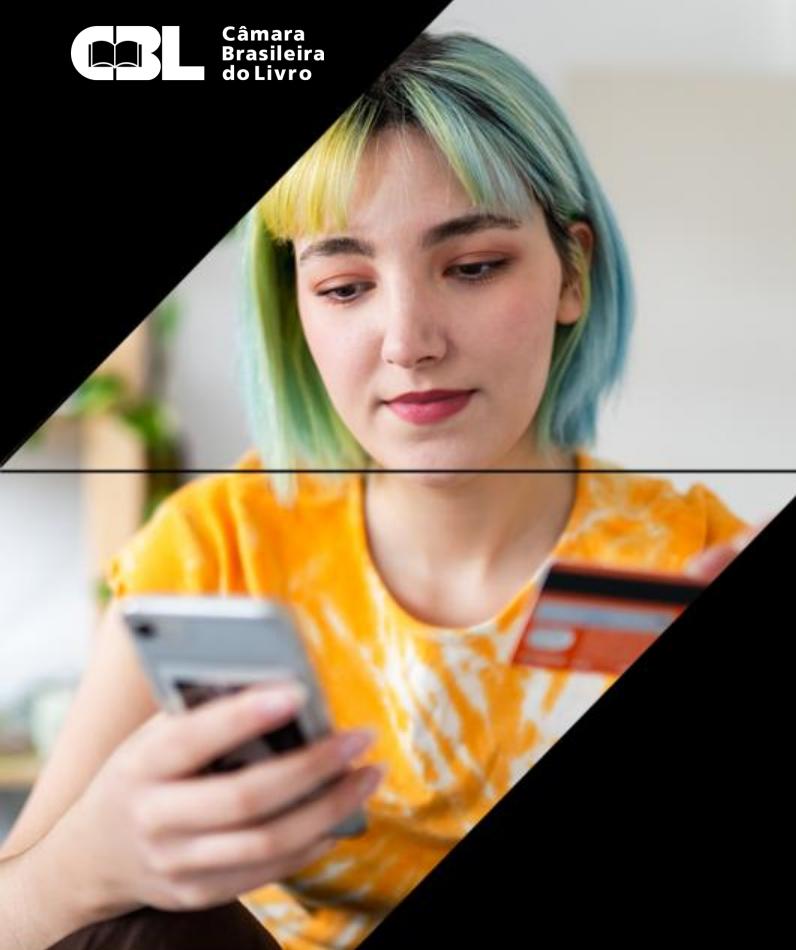
## Quais fatores te influenciaram na escolha do **livro digital** em sua **última compra?**

	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%

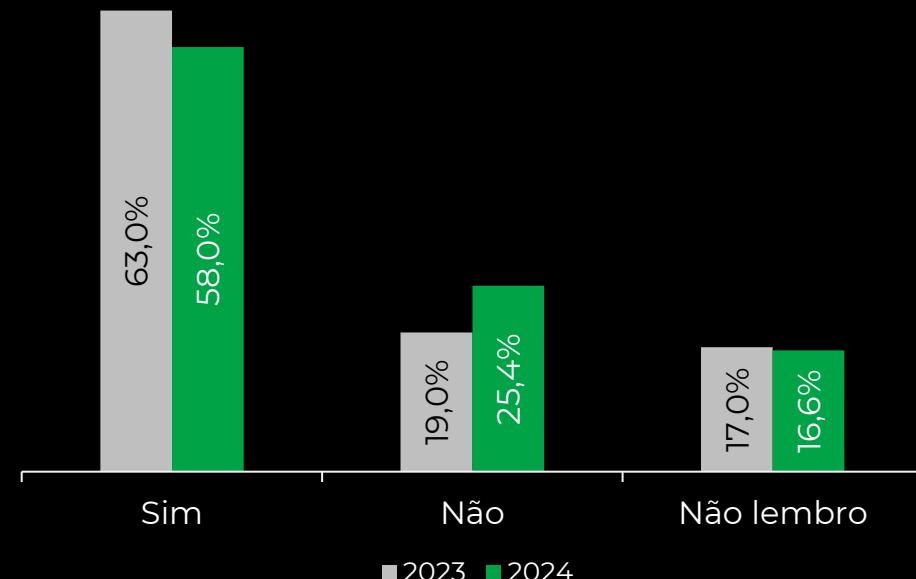
\*Leitura obrigatória - exigência do trabalho, escola, faculdade ou pós-graduação

\*\* 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**?

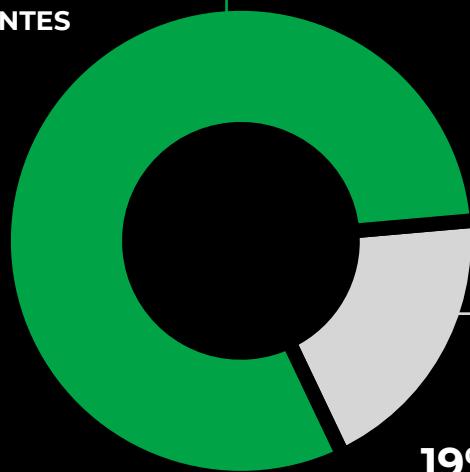


# Clube de assinatura de livros

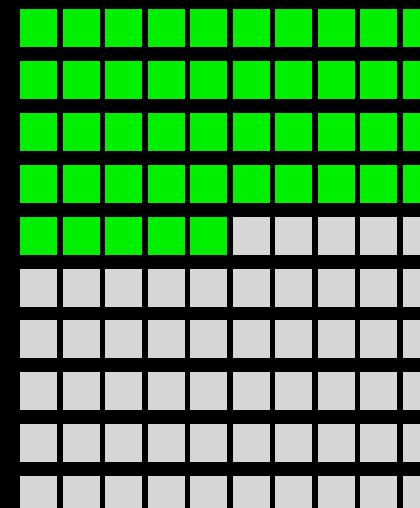
Respondentes que indicaram ter subscrito um clube de assinatura de livros nos últimos 12 meses

## Consumidores de livros – Clubes de assinaturas

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



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

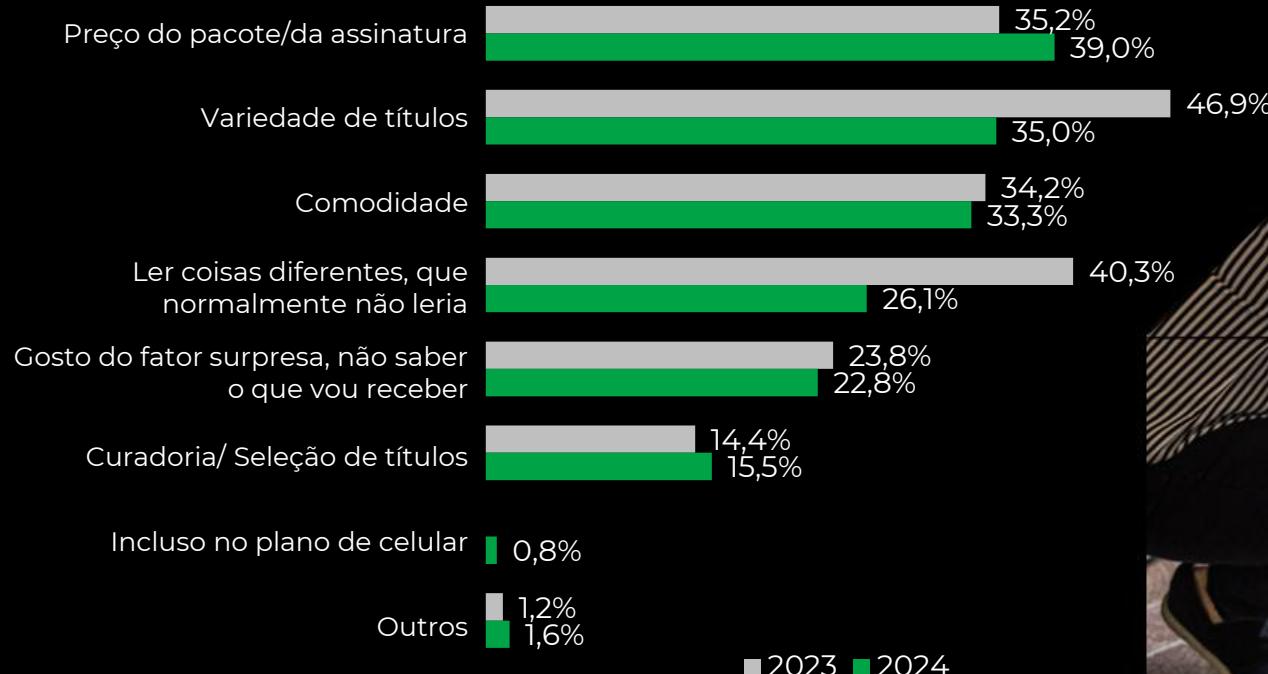


**45%**  
**Dos assinantes**, além  
de acessarem os livros  
das assinaturas,  
também **compraram**  
**livros**

**55%**  
**Acessam apenas os**  
**livros contemplados**  
**pelas assinaturas**

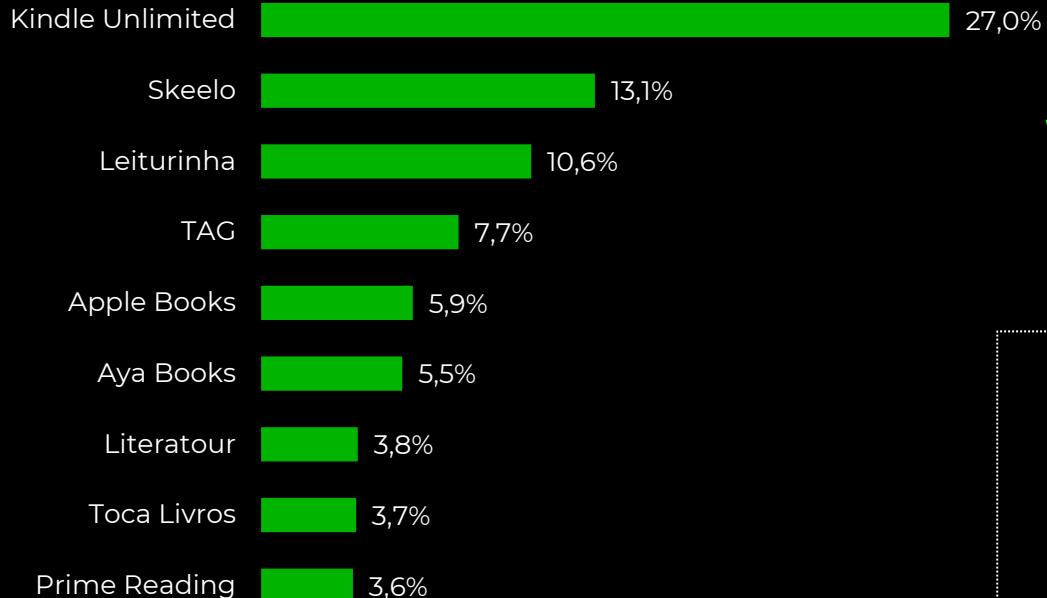
## Consumidores de livros – Clubes de assinaturas

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  
citararam algum desses clubes

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

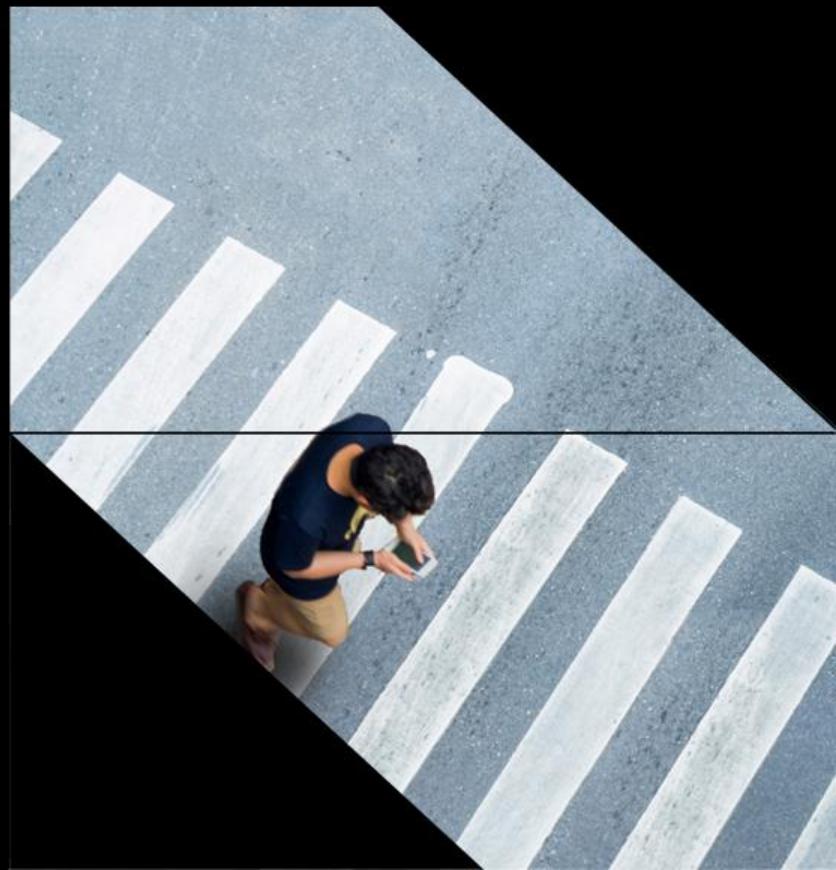
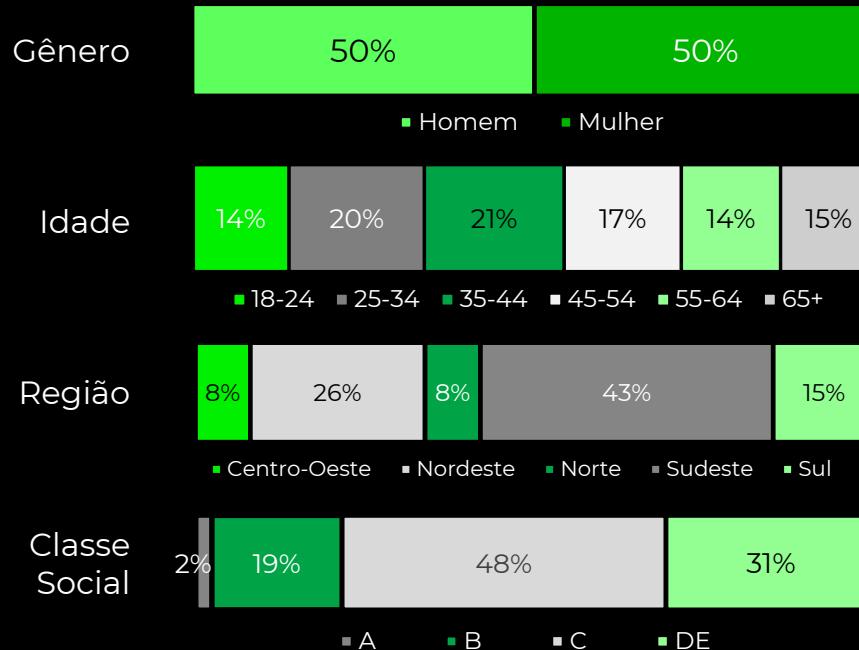
# Não consumidores de livros

Respondentes que não compraram livros nos últimos 12 meses

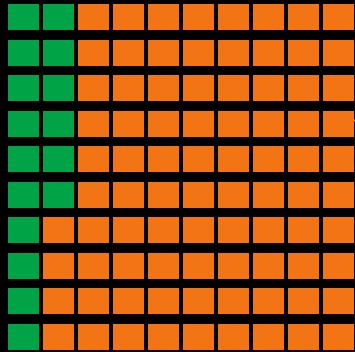


## NÃO CONSUMIDORES de livros

Daqueles que não Compram livros:  
*total da população*

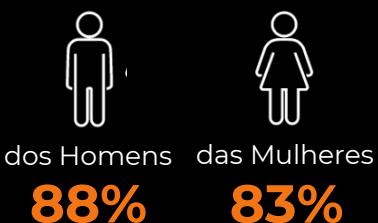


# NÃO CONSUMIDORES de livros

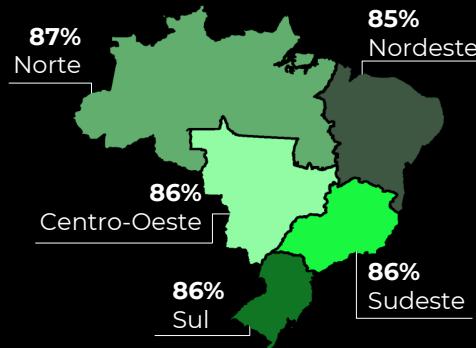


**84%** da população **NÃO**  
**comprou** livros nos últimos 12 meses

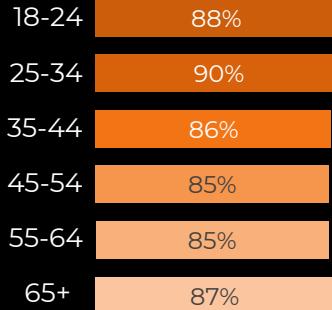
## Por Gênero



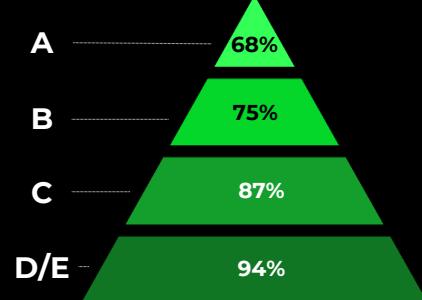
## Por Região



## 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)

Muito importante  61%

Importante  23%

Nem muito, nem pouco importante  8%

Pouco importante  2%

Nada importante  6%

A maioria tem intenção de ler livros com uma frequência maior

Sim, porém ainda não tenho uma data definida  34%  31%

Sim, considero uma meta aumentar a frequência de leitura ainda este ano  30%  28%

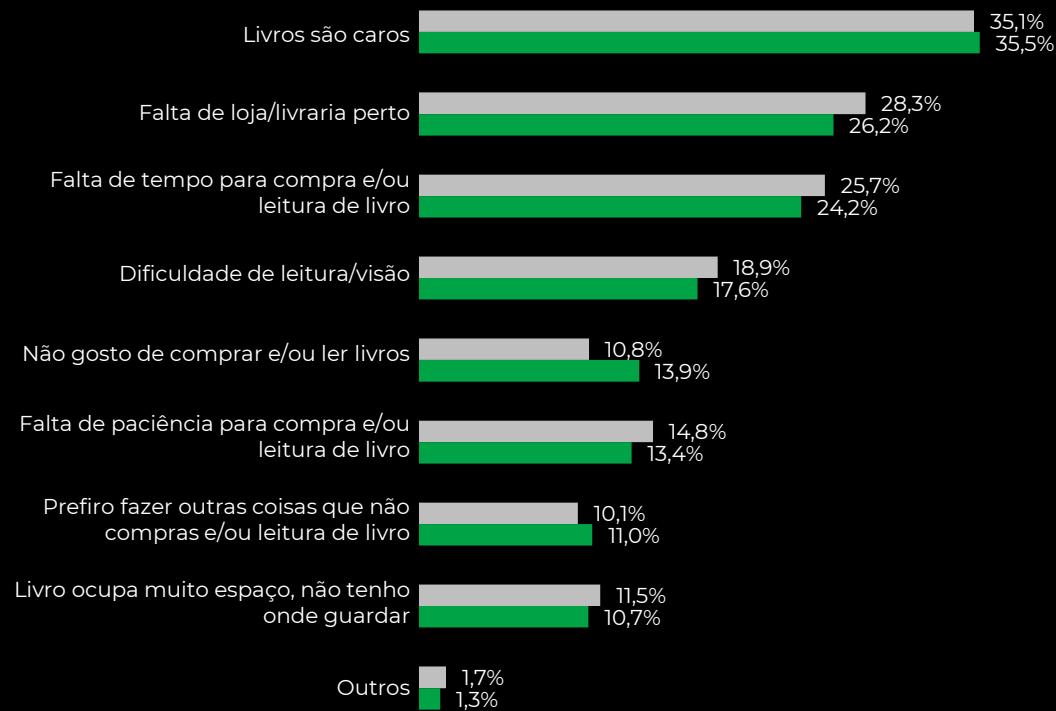
Não  19%  20%

Não sei  17%  20%

■ 2023 ■ 2024

# NÃO CONSUMIDORES de livros

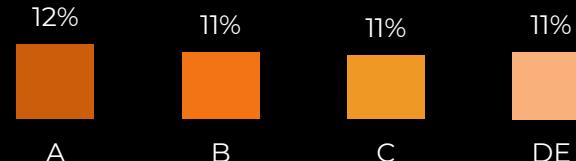
O que te desmotiva comprar livros?



■ 2023 ■ 2024

## Por Classe

Prefere fazer outra coisa:



Não tem tempo pra ler:

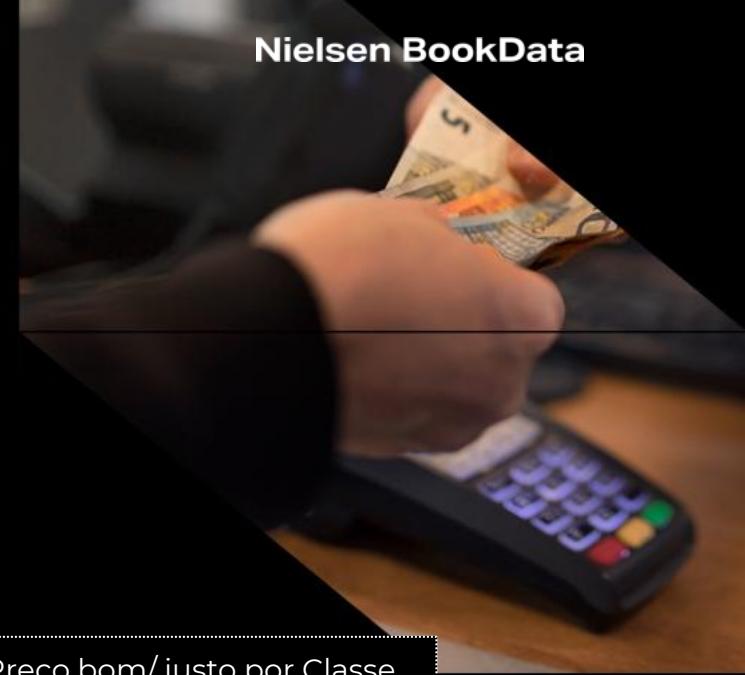


Não gosta/Não tem Paciência:

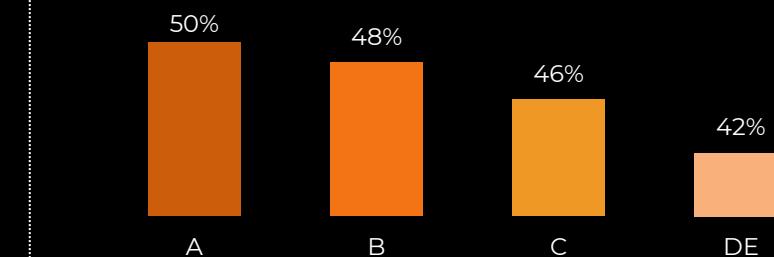


# NÃO CONSUMIDORES de livros

O que te motiva/motivaría comprar livros?

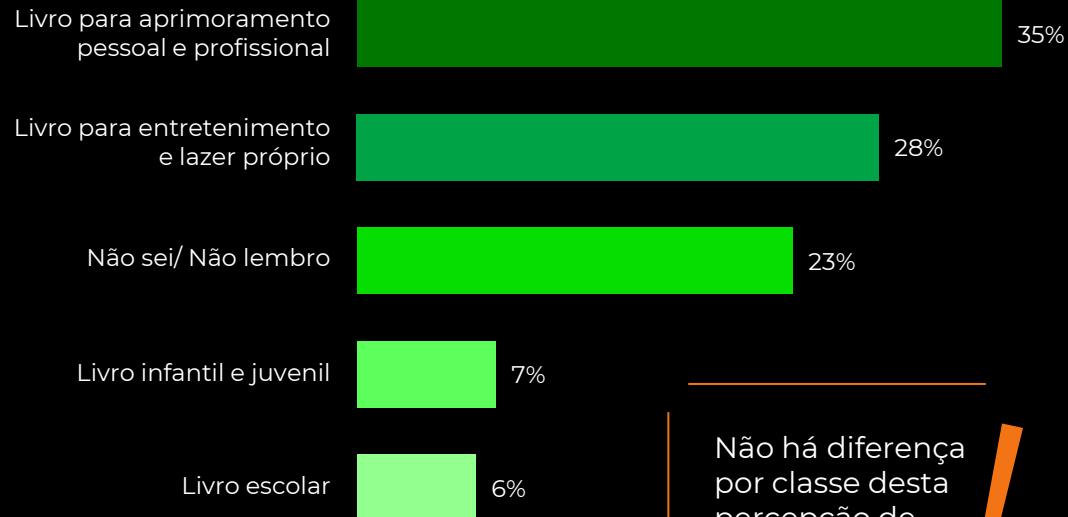


Preço bom/justo por Classe

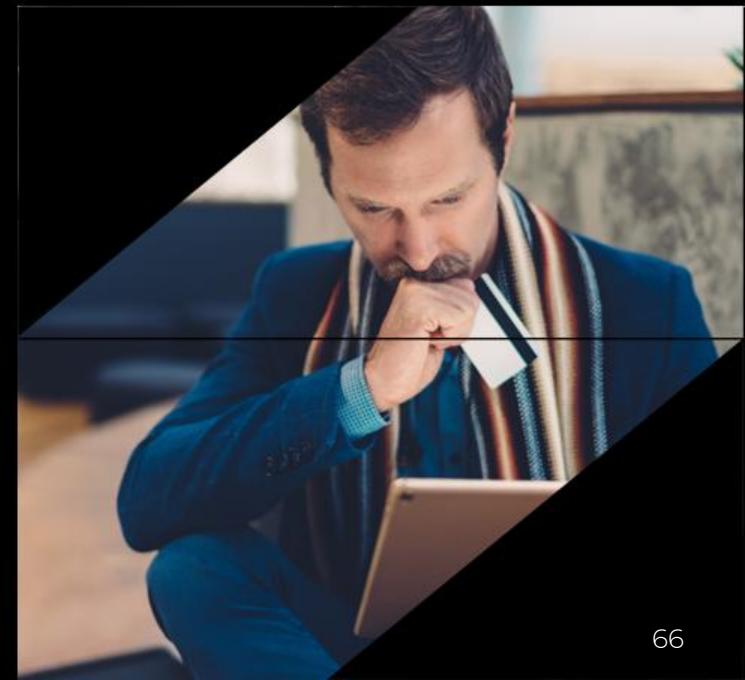


## NÃO CONSUMIDORES de livros

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

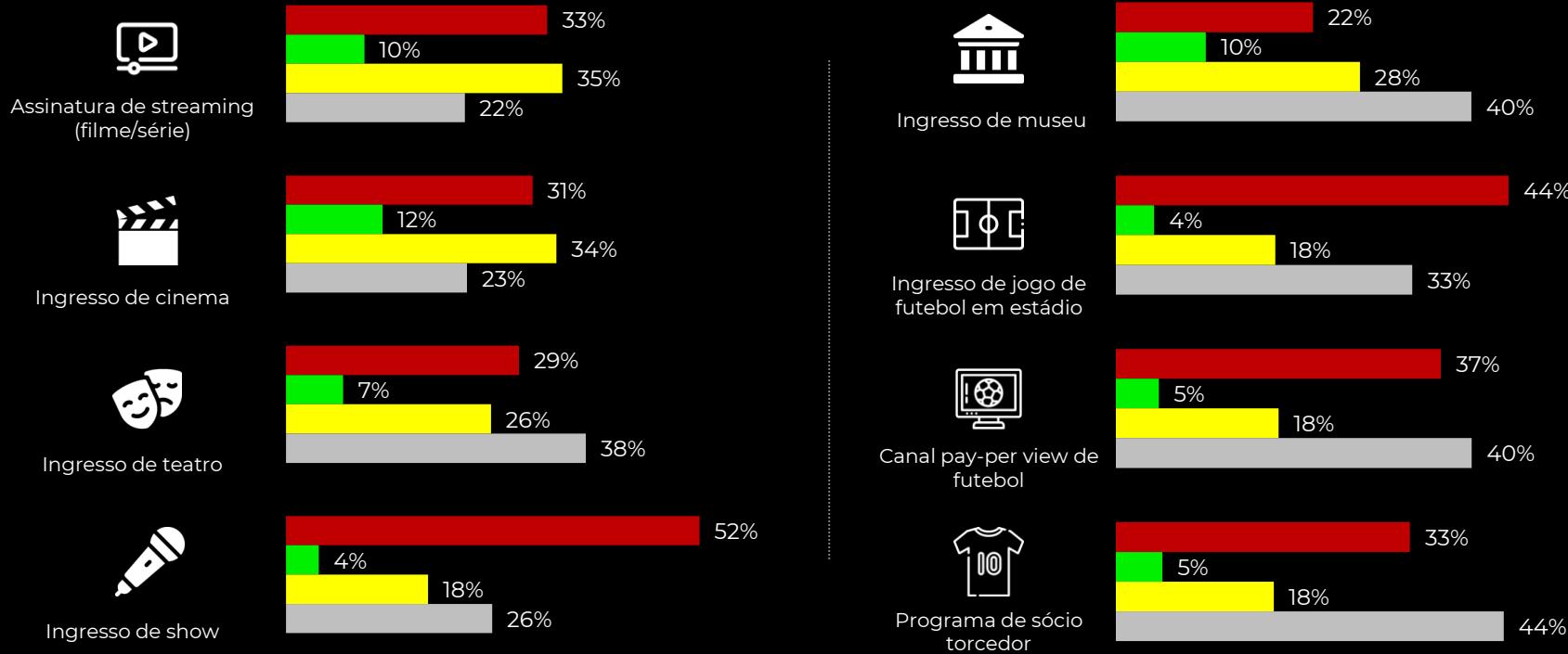


! Não há diferença por classe desta percepção de preço



# NÃO CONSUMIDORES de livros

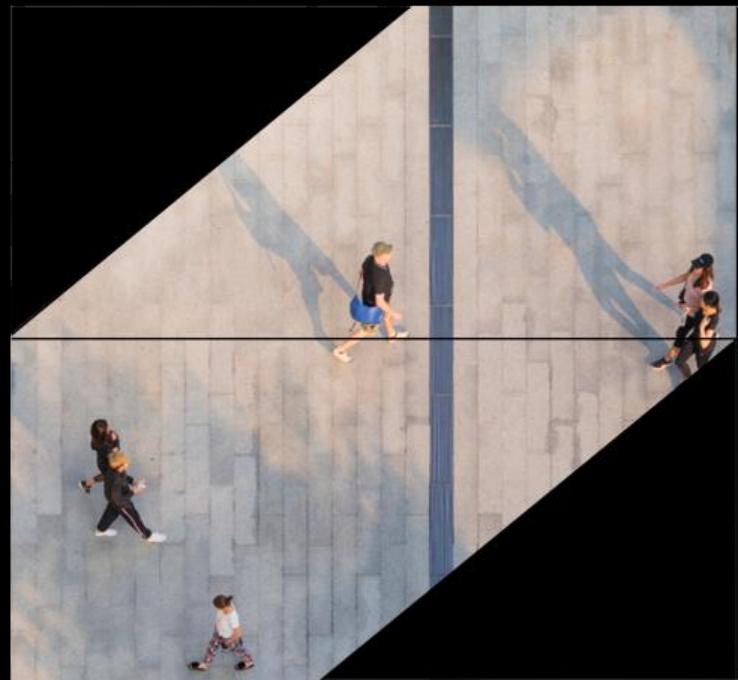
## Percepção de **preço** de outros bens



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

# 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%

## 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

## 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

## Perfis

Comprador de livros

Não comprador de livros

Contato:

Mariana Bueno  
[mariana.bueno.consultant@nielseniq.com](mailto:mariana.bueno.consultant@nielseniq.com)  
Coordenadora de Pesquisa – Nielsen  
BookData

Jacira Silva  
[jacira.silva@nielseniq.com](mailto:jacira.silva@nielseniq.com)  
SR Market Analyst - Brazil