

EMPREGO

Há vagas nas livrarias

Grandes redes voltam a investir em novas unidades físicas. Em Brasília, a Leitura abriu loja no ParkShopping, e a Travessa inaugura, este mês, filial na CasaPark

» LAURA JOVCHELOVITCH NOLETO

A pesar da pandemia, o mercado editorial tem crescido em 2021. As pessoas passaram a comprar mais livros e, com a reabertura do comércio, as livrarias abriram novas lojas. Ao comparar os números do setor livreiro de 2021 com os de 2019, um ano sem impacto da pandemia, percebe-se uma variação positiva de 31% em volume e de 27% em valor, de acordo com os dados do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (Snel). A mesma pesquisa, feita pela Nielsen, comprovou que o hábito de leitura cresceu em 2021 e mostrou que, entre os dias 13 de setembro e 10 de outubro de 2021, foram vendidos 4 milhões de livros, o que representa um aumento de 26,4% em relação ao mesmo período do ano passado. No acumulado de 2021, foram vendidos 40,15 milhões de exemplares, um aumento de 37,5%. Mas como isso se reflete na prática?

Leandro Teles, 45 anos, sócio-diretor da rede de livrarias Leitura, conta que, nos quatro primeiros meses de 2021, houve uma queda bem acentuada na venda em livrarias físicas, em torno de 35% no Brasil, porque o fechamento do comércio na pandemia prejudicou as vendas. No entanto, esse número foi melhorando ao longo do ano. Em outubro, a realidade já era bem diferente. Nesse mês, houve crescimento nas vendas em torno de 8%. “À medida que as atividades foram sendo retomadas, conseguimos sair de uma queda grande para um crescimento real expressivo”, relata.

Ele explica que, tanto em 2020 quanto em 2021, as livrarias físicas sofreram muito com o comércio fechado. Contudo, grandes sites tiveram crescimento exponencial, porque as vendas de livros migraram para a internet e os sites das livrarias físicas não são os grandes

Arquivo pessoal



Leandro Teles: “O produto livro teve desempenho muito bom durante a pandemia. A tendência do mercado é abrir novas lojas”

revendedores. “Naturalmente, quem mais se beneficiou foi a Amazon, mas não apenas. Outros, como B2W e Magazine Luiza, também. Todos esses grandes sites se beneficiaram”, afirma.

Desempenho

Leandro acrescenta: “O produto livro teve um desempenho muito bom durante a pandemia, porque, seja em loja física, seja pela internet, o volume total de obras vendidas em 2021 teve crescimento grande”. Por isso, a tendência do mercado é de abrir novas lojas. A rede Leitura, por exemplo, pretende inaugurar 16 novas unidades, e tem a meta de terminar o ano com 94. Mas ele reforça que isso não é exclusivo da Leitura, outras redes estão seguindo os mesmos passos: “A Livraria da Vila abriu um número grande este ano; a Página, rede local do Paraná, e a Travessa, também. São redes que estão investindo em novas unidades, o que mostra que o mercado de livrarias físicas como um todo está animado”.

O movimento presencial nas lojas tem crescido de forma gradual, segundo Leandro Teles. Ele

diz que está muito satisfeito e otimista: “Em outubro de 2021, tivemos crescimento em relação a 2019. O movimento de vendas foi superior a antes da pandemia, o que foi uma grata surpresa. Acho que nós teremos um final de ano muito bom”. Parte desse otimismo vem do fato de que as livrarias físicas continuam sendo atraentes, pois os compradores podem conversar com vendedores que entendem do assunto e fazem uma curadoria, sugerindo livros de interesse. “É também nas lojas físicas que podemos fazer eventos, clube do livro, rodas de discussão”, observa.

O executivo explica que outro diferencial da livraria física são os eventos de lançamentos. Muitas vezes, acompanhados de sessão de autógrafos, esses eventos são responsáveis por 80% das vendas do livro lançado, e são uma oportunidade de os leitores conversarem com o autor. Leandro conta que as lojas físicas também estão se reinventando com a tendência de misturar produtos que conversem com os livros, como itens de papelaria, jogos e produtos de informática.

O mercado de livrarias em Brasília, de acordo com Leandro, sempre foi extremamente competitivo, caracterizado pela presença de grandes redes: “A gente tinha umas sete Saraivas, duas Culturas, sete Leituras, Nobel, Laselva, Fnac. Todas as grandes redes tinham presença expressiva na capital do país”. Ele conta que, a partir da crise econômica de 2015 e 2016, grandes redes internacionais suspenderam as atividades no Brasil, como a Fnac, e algumas redes nacionais tiveram dificuldade e decretaram recuperação judicial. Casos da Saraiva e da Livraria Cultura, duas das maiores do mercado. Com isso, desde 2018, houve fechamento de unidades puxado pela Saraiva e Livraria Cultura: “Isso fez as pessoas terem a percepção de que o mercado do livro como um todo estava em declínio, mas os números de 2019 e, agora, em 2021, mostraram que o problema não era do setor, mas de duas grandes redes que não se adaptaram à crise financeira por que o Brasil passou, tanto é que outras redes estão ocupando o espaço deixado por elas”. Ele exemplifica que a Leitura abriu loja no ParkShopping e a Livraria da Vila vai abrir uma loja no Iguatemi.

Mais leitores

O mercado está reagindo, se autorregulando, abrindo novas lojas e continua ocupando os espaços, acreditando no modelo de livraria físicas. “Claro que vai ter que conviver com as vendas nos grandes sites, mas isso é uma tendência do mercado como um todo. O mais importante é que a venda do livro está crescendo. Em 2021, aumentou por todos os canais. A verdade é que a pandemia acabou sendo favorável para o livro. Ele acabou sendo um refúgio. As pessoas ficaram em casa mais tempo e recorreram à leitura”, analisa Leandro.

Rui Campos, 68 anos, sócio-diretor da Livraria da Travessa, concorda que o livro se valorizou

na pandemia. “Com o cansaço do eletrônico e da tela, as pessoas abraçaram o livro ainda mais. Ele é o contraponto, a fuga da velocidade.”

Sobre o mercado de Brasília, Rui afirma: “Com as mudanças do mercado e a saída de livrarias, abriu-se uma oportunidade para novas redes”. Ele conta que a Travessa vai abrir uma loja na capital em 27 de novembro, no Casa Park. Ela terá mil metros e, além dos livros, terá espaço para café, galeria de arte e auditório. Para isso, foi necessário contratar uma equipe. “A gente abriu uma loja em Niterói no final de 2020, duplicou o tamanho da loja em Pinheiros e, agora, está abrindo em Brasília. Tudo isso exige contratação”, comenta.

Ele destaca que a equipe de Brasília passou por diversas entrevistas. Nelas, a empatia dos candidatos foi um critério. “A gente está com a equipe contratada. Mais de uma dezena de contratações diretas, além das indiretas. Eu fui para Brasília para conversar com todos. Fiquei bastante satisfeito com as pessoas que a gente contratou”, diz. Entre os profissionais contratados, estão alguns livreiros. Rui observa que essa profissão é bastante sofisticada e exige conhecimento. Pensando nisso, a Travessa buscou pessoas que já tinham experiência no mercado. Apesar de a equipe de Brasília já estar toda contratada, Rui afirma que a Travessa vai adaptar a equipe conforme o movimento: “Espero aumentá-la.”

Uma tendência importante do mercado mundial, segundo Rui, é que o setor que mais cresce no mundo dos livros é o infantil e o infanto-juvenil. Isso, para ele, é motivo para ficar animado com o futuro. “O mundo dos jovens e das crianças é muito promissor. Então, vamos ter na loja de Brasília um belíssimo setor infantojuvenil”, afirma.

Estagiária sob a supervisão de Ana Sá