



websetorial
consultoria econômica

**BOLETIM
ECONÔMICO
Nº 10**



Associação dos Agentes de Fornecedores de
Equipamentos e Insumos para a Indústria Gráfica



DESEMPENHO GERAL DO SETOR

Em março de 2021 a produção industrial total teve um recuo de 2,4%, um exemplo dessa retração é a indústria de transformação que recuou 3,2% na comparação, com ajuste sazonal, em relação ao mês de fevereiro. Mesmo diante da referida contração, a indústria de transformação mostra seu nível de atividade 11,9% superior ao observado em março de 2020, o que faz acumular crescimento de 5,2% no primeiro trimestre de 2021 em relação ao mesmo trimestre de 2020. É necessário entender, no entanto, que de um lado o recuo do setor industrial em março em relação a fevereiro é relacionado à intensificação das medidas de combate à Covid-19 que provocaram a interrupção das jornadas de trabalho. Por outro, os resultados bastante positivos nas comparações com março de 2020 e para o trimestre se devem à base de comparação baixa e também ao efeito-calendário posto que, em 2021, o mês de março teve um dia útil a mais do que em 2020.

Nesse contexto, a atividade de impressão de jornais, revistas, livros, papel-moeda, etiquetas, rótulos, impressos publicitários e promocionais, inclusive em lona e vinil, bulas e manuais, em março de 2021, apresentou crescimento de 47,9% em relação a março de 2020 e acumula alta de 23,3% no primeiro trimestre. A atividade de fabricação de embalagem de papel, cartolina, papel-cartão e papelão ondulado mostrou também avanços de 2,3% em março de 2021, em relação ao mesmo mês de 2020 e de 5,7% no trimestre, com crescimento acumulado de 2,0% nos últimos 12 meses, contados de abril de 2020 a março de 2021, em relação aos doze meses anteriores.

Os resultados positivos nos setores que impulsionam a demanda por máquinas e equipamentos gráficos neste início de 2021 não foram suficientes para estimular as importações desses produtos, que ainda mostram retração de 15,0% no trimestre e de 23,4% em doze meses.



No mês de março de 2021 nota-se forte recuperação da atividade de impressão com crescimento de 69,9% na comparação com o mês de fevereiro (com ajuste sazonal), 47,9% em relação a março de 2020 e de 23,3% no trimestre. Entretanto, de abril de 2020 a março de 2021 a mesma atividade ainda se encontra retraída em 30,1% na comparação com os doze meses anteriores.



Fonte: IBGE

DESEMPENHO NA INDÚSTRIA, COMÉRCIO E SERVIÇOS

EM VARIAÇÃO (%) | ATÉ MARÇO DE 2021

TABELA 1

Categoria	Mês/ Mês ano anterior	Trimestre	Ano
	Mar. 21 / Mar. 20	Jan. a Mar. 21/ Jan. a Mar. 20/	Abr. 20 a Mar. 21/ Abr.19 a Mar. 20
Produção na indústria de transformação	11,9%	5,2%	-3,2%
Produtos diversos de papel, cartolina, papel-cartão e papelão ondulado	3,3%	-5,3%	-6,5%
Atividade de impressão*	47,9%	23,3%	-30,1%
Fabricação de tintas, vernizes, esmaltes, lacas e produtos afins	11,1%	12,0%	4,8%
Produção na indústria de embalagens			
Embalagens de papel, cartolina, papel-cartão e papelão ondulado	2,3%	5,7%	2,0%
Embalagens de vidro	7,6%	-4,8%	-17,1%
Embalagens de metal	11,0%	9,3%	1,5%
Embalagens de plástico	8,8%	7,2%	7,9%
Serviços (dados até fevereiro de 2021)			
Audiovisuais, de edição e agências de notícias	-13,7%	-18,1%	-20,3%
Comércio (volume de vendas)			
Livros, jornais, revistas e papelaria	-19,7%	-42,8%	-40,4%

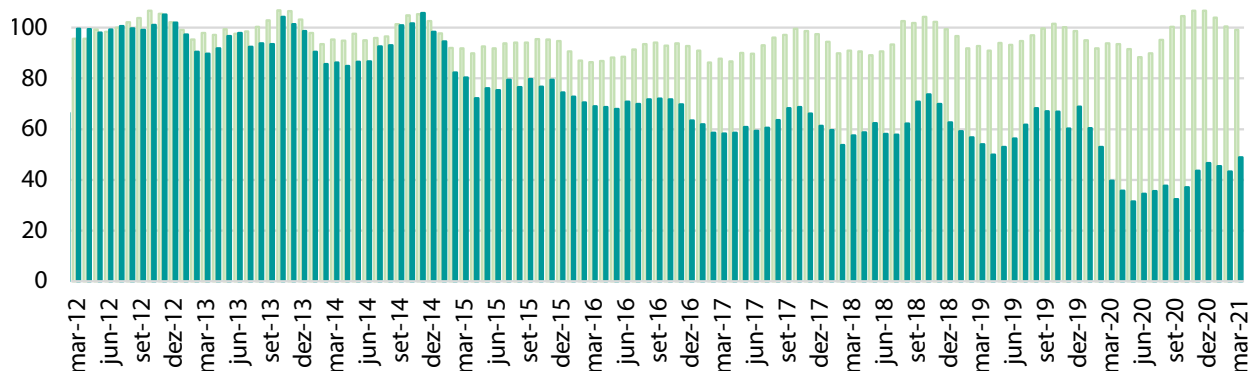
Fonte: PIM-PF/PMC/PMS -IBGE | Elaboração: Websetorial Desempenho geral do setor

*Impressão em jornais, revistas, livros, papel-moeda, etiquetas, rótulos, impressos publicitários e promocionais, inclusive em lona e vinil, bulas e manuais.

DESEMPENHO DA PRODUÇÃO NA INDÚSTRIA

NÚMERO ÍNDICE (BASE 2012 = 100) - MÉDIA MÓVEL TRIMESTRAL | ATÉ MARÇO DE 2021

GRÁFICO 1



■ 17.3 Fabricação de embalagens de papel, cartolina, papel-cartão e papelão ondulado ■ 18.1 Atividade de impressão



DESEMPENHO DO EMPREGO NO SETOR

Segundo os dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), do Ministério da Economia, no acumulado de janeiro a março de 2021, houve a abertura de 2.762 vagas na atividade que contempla, entre outras, a fabricação nacional de máquinas e equipamentos gráficos no Brasil, totalizando o contingente de 98.336 trabalhadores. No comércio desses produtos, foram abertas 932 vagas. Já no mercado consumidor de M&E Gráficos, destaca-se a abertura de 2.108 vagas na indústria gráfica brasileira no ano, totalizando, em março de 2021, o contingente de 211.335 trabalhadores, com geração de 2.108 vagas (+ 1%), todos na comparação de março de 2021 com dezembro de 2020. (Tabela 2)



EVOLUÇÃO DO EMPREGO NO SETOR

EM NÚMERO DE TRABALHADORES E VARIAÇÃO (%) | ATÉ MARÇO DE 2021

TABELA 2

Categoria	Mar. 21	Dez. 20	Saldo (%)	Variação %
Indústria de M&Eq Gráficos	98.336	95.574	2.762	2,9%
Insumos *	42.813	42.038	775	1,8%
Indústria de M&E Gráfico**	55.523	53.536	1.987	3,7%
Comércio de M&E Gráfico***	28.712	27.780	932	3,4%
Gráficas rápidas	109.486	104.454	5.032	4,8%
Indústria Gráfica	211.335	209.227	2.108	1,0%
Embalagens	36.469	36.220	249	0,7%
Editorial	44.799	45.411	-612	-1,3%
Material de segurança: cédulas, talões de cheques e Ingressos	66.303	65.424	879	1,3%
Etiquetas, cadernos, impressos comerciais e publicitários	40.916	38.728	2.188	5,6%
Pré-Impressão	14.834	15.612	-778	-5,0%
Acabamentos Gráficos	8.014	7.832	182	2,3%

Fonte: Caged/MTE e Rais 2018 | Elaboração Websetorial - Tabela 2. **Comércio atacadista dos produtos da CNAE 28.69-1 *CNAE 20.72 - 0 Fabricação de tintas de impressão, 20.99-1 Fabricação de produtos químicos não especificados anteriormente, que inclui chapas, filmes, papéis e outros materiais e produtos químicos para fotografia. **CNAE 28.69-1 Fabricação de máquinas e equipamentos para uso industrial específico, não especificados anteriormente, que inclui M&E para a indústria gráfica (máquinas impressoras, máquinas para litografia, etc), para encadernação, mas também para as indústrias do vidro, borracha, cerâmica e refino de petróleo.



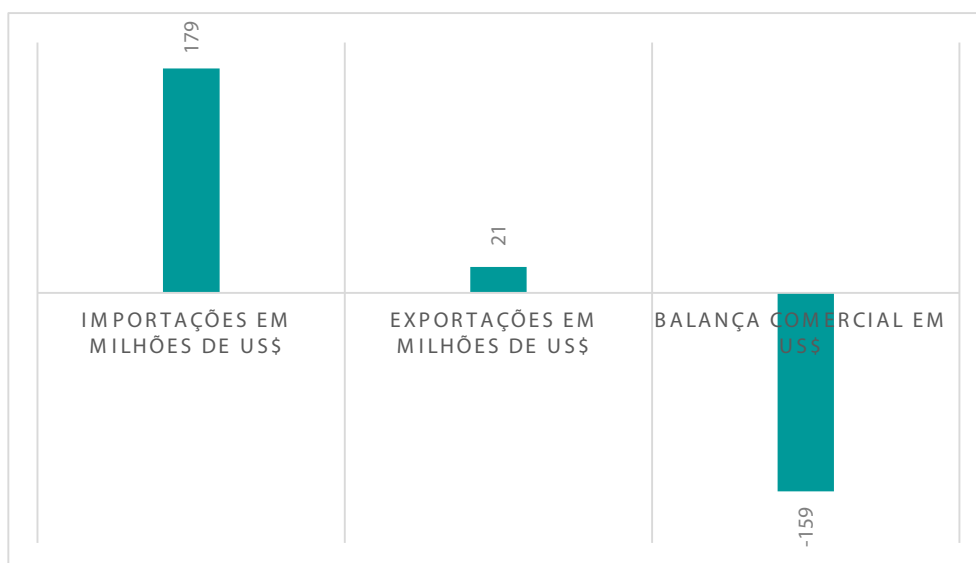
COMÉRCIO INTERNACIONAL

No acumulado de janeiro a março de 2021, as importações de máquinas e equipamentos gráficos totalizaram US\$ 179,3 milhões, o que representou recuo de 15%, em relação ao mesmo período de 2020. Destacam-se nesse contexto, as importações de equipamentos para “Acabamentos” gráficos com crescimento de 9,5%, e de equipamentos “Diversos” com crescimento de 6,2%, na contramão das importações de produtos dos demais segmentos do setor que apresentaram decréscimos no período em questão. (Tabela 3) Por outro lado, apesar de em menor valor, as exportações de máquinas e equipamentos gráficos apresentaram incremento de 57,3% no período em questão. Em valor, totalizaram US\$ 21 milhões no primeiro trimestre de 2021, ante US\$ 13 milhões no mesmo período de 2020. Nesse contexto, destacam as exportações da NCM 84439922 - Outras cabeças de impressão para mecanismos de impressão por jato de tinta (Tabela 4).

A balança comercial de máquinas e equipamentos gráficos, no período em questão apresentou déficit de US\$ 159 milhões (Gráfico 2)

BALANÇA COMERCIAL DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS GRÁFICOS EM MILHÕES DE DÓLARES | ACUMULADO DE JANEIRO A MARÇO DE 2021

GRÁFICO 2



Fonte: Comex Stat | Elaboração: Websetorial



IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS DA INDÚSTRIA GRÁFICA

IMPORTAÇÕES DE PRODUTOS, INSUMOS E EQUIPAMENTOS GRÁFICOS

EM MILHÕES DE DÓLARES E VARIAÇÃO (%) | ATÉ MARÇO DE 2021

TABELA 3

Segmentos	Ac. Ano		12 meses		Variação %	
	Jan. a Mar. 21	Jan. a Mar. 20	Abr. 20 a Mar. 21	Abr. 19 a Mar. 20	Jan. a Mar. 21/ Jan. a Mar. 20/	Abr. 20 a Mar. 21/ Abr. 19 a Mar. 20
Indústria gráfica	50,5	60,3	192,5	270,6	-16,2%	-28,9%
Cadernos	0,6	1,3	2,8	5,2	-49,8%	-45,3%
Cartões impressos	4,4	10,9	18,2	63,8	-60,0%	-71,5%
Editorial - Livros e revistas	18,0	24,4	73,5	102,5	-26,0%	-28,3%
Embalagens Impressas	14,1	12,8	49,0	52,6	10,5%	-6,9%
Envelopes	0,0	0,0	0,1	0,1	71,8%	-6,7%
Etiquetas Impressas	7,9	6,8	29,8	25,3	16,8%	17,8%
Impressos Promocional e Comercial	5,4	4,1	19,2	21,1	30,5%	-9,2%
Máquinas e equipamentos gráficos	179,3	210,9	656,3	856,6	-15,0%	-23,4%
Acabamentos	17,5	16,0	65,4	90,0	9,5%	-27,3%
Diversos	28,3	26,6	106,6	114,2	6,2%	-6,7%
Floxografia	31,7	39,8	101,3	146,3	-20,4%	-30,7%
Impressão Digital	55,6	74,2	196,0	277,4	-25,0%	-29,3%
OFF Set Plana	18,0	30,9	75,0	128,4	-41,7%	-41,6%
OFF Set rotativa	19,5	26,0	71,3	98,2	-24,9%	-27,4%
Outras impressões	1,4	5,6	11,0	30,0	-74,6%	-63,2%
Pré-impressão	52,0	54,3	197,1	228,3	-4,3%	-13,7%
Tipografia rotativa e plana	3,4	4,1	14,6	16,3	-15,9%	-10,3%
Total de insumos exceto papel	61,8	54,5	192,7	218,8	13,4%	-11,9%
Chapas	9,5	11,2	34,9	48,5	-15,0%	-28,1%
Filmes	1,2	1,0	4,0	4,9	20,5%	-20,0%
Outras chapas	4,6	2,8	15,1	14,5	63,5%	4,2%
Tintas	46,6	39,6	138,8	150,8	17,7%	-8,0%
Papel	63,1	63,9	210,7	337,2	-1,2%	-37,5%

EXPORTAÇÕES DE PRODUTOS, INSUMOS E EQUIPAMENTOS GRÁFICOS

EM MILHÕES DE DÓLARES E VARIAÇÃO (%) | ATÉ MARÇO DE 2021

TABELA 4

Segmentos	Ac. Ano		12 meses		Variação %	
	Jan. a Mar. 21	Jan. a Mar. 20	Abr. 20 a Mar. 21	Abr. 19 a Mar. 20	Jan. a Mar. 21/ Jan. a Mar. 20/	Abr. 20 a Mar. 21/ Abr. 19 a Mar. 20
Indústria gráfica	42,5	52,4	175,4	258,5	-18,9%	-32,1%
Cadernos	2,1	5,4	15,5	27,0	-60,6%	-42,6%
Cartões impressos	0,0	1,8	0,5	35,8	-97,4%	-98,5%
Editorial - Livros e revistas	3,4	10,2	14,7	28,5	-66,3%	-48,7%
Embalagens Impressas	31,9	30,0	122,9	143,2	6,3%	-14,2%
Envelopes	0,0	0,0	0,1	0,1	230,6%	-9,6%
Etiquetas Impressas	2,6	2,1	10,7	8,4	22,7%	27,6%
Impressos Promocional e Comercial	2,3	2,8	11,1	15,1	-16,0%	-26,8%
Máquinas e equipamentos gráficos	20,6	13,1	82,4	79,2	57,3%	4,0%
Acabamentos	5,1	3,5	15,3	11,4	45,1%	33,9%
Diversos	1,4	0,3	2,0	1,5	434,2%	38,3%
Floxografia	3,9	2,2	16,2	12,3	73,5%	31,5%
Impressão Digital	4,2	2,6	20,3	16,8	59,5%	20,3%
OFF Set Plana	2,4	1,9	16,6	11,8	26,5%	40,5%
OFF Set rotativa	1,4	0,7	9,8	7,8	110,8%	25,5%
Outras impressões	1,0	1,2	6,3	5,9	-22,6%	7,8%
Pré-impressão	10,4	6,9	33,5	40,8	49,6%	-17,7%
Tipografia rotativa e plana	0,0	0,0	0,3	0,2	-88,8%	106,9%
Total de insumos exceto papel	13,5	12,8	51,3	60,6	5,1%	-15,4%
Chapas	4,9	4,6	15,5	21,7	5,9%	-28,7%
Filmes	0,2	0,1	0,4	0,8	59,3%	-55,9%
Outras chapas	5,4	5,1	22,6	26,4	6,5%	-14,3%
Tintas	3,0	3,0	12,8	11,7	-0,3%	9,3%
Papel	162,1	200,3	671,8	868,4	-19,1%	-22,6%

Fonte: Comex Stat | Elaboração: Websetorial

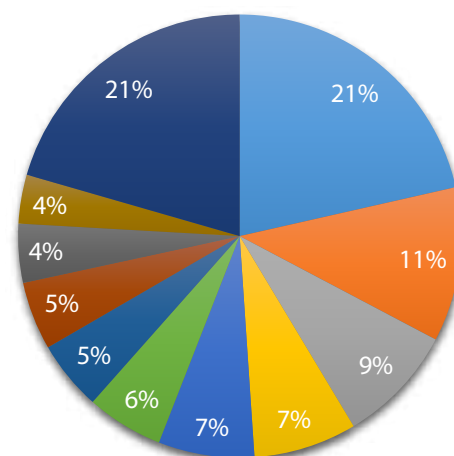


ORIGEM DAS IMPORTAÇÕES DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

No acumulado de janeiro a março de 2021, a China foi o principal país exportador de máquinas e equipamentos gráficos para o Brasil, totalizando o valor de US\$ 38,5 milhões, o que representou 21,5% de todas as importações de máquinas e equipamentos gráficos brasileiros (Tabela 05).

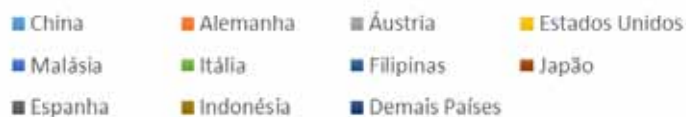
A Alemanha ocupou o segundo lugar, com importações brasileiras totais no valor de US\$ 20 milhões, ocupando a fatia de 11% deste mercado de máquinas e equipamentos gráficos importados pelo Brasil no período em questão. (Gráfico 03)

GRÁFICO 3



PAÍSES DE ORIGEM DAS IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS GRÁFICOS

EM MILHÕES DE DÓLARES | AC. JAN A MAR 2021



ORIGEM DAS IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS

EM MILHÕES DE DÓLARES E PARTICIPAÇÃO (%) | ACUMULADO DE JANEIRO A MARÇO 2021

TABELA 5

Segmentos	Total importado em US\$	Principal país de origem das importações	Valor importado do principal parceiro	Participação do parceiro no total (%)
Máquinas e equipamentos gráficos	179,3	China	38,5	21,5%
OFF Set rotativa	19,5	Alemanha	4,5	22,9%
Tipografia rotativa e plana	3,4	China	1,1	31,0%
Outras impressões	1,4	Alemanha	0,6	43,7%
Diversos	28,3	China	8,2	29,1%
Flexografia	31,7	China	15,5	48,9%
Pré-impressão	52,0	Itália	15,4	29,6%
Acabamentos	17,5	China	4,6	26,2%
OFF Set Plana	18,0	Alemanha	7,3	40,3%
Impressão digital	55,6	Malásia	12,9	23,3%

ANÁLISE DE MERCADO

EMBALAGENS

PREÇOS

Na China, os preços da celulose de fibra curta caminham para alcançar níveis recorde, menos de um ano após terem alcançado a mínima histórica. Os preços estão alavancados pela demanda aquecida, pelos estoques limitados ao longo do sistema, pelo frete mais caro e pela substituição da fibra longa, matéria-prima mais cara, cuja oferta de fábricas no Hemisfério Norte segue limitada. Em março de 2021, os preços praticados pelos produtores em todas as regiões vão de US\$ 90 a US\$ 120 por tonelada. Diante disso, desencadeou-se a revisão, para cima, das expectativas de preço da celulose para 2021. Segundo analistas que acompanham a indústria, o bom momento deve perdurar ao menos até meados deste ano. Já para Rafael Barcellos, analista do Santander, demanda mais forte, estoques inferiores e o dólar mais fraco podem sustentar a celulose em níveis mais elevados de preço. E o ciclo de alta pode ser ainda mais prolongado, podendo se estender até 2022, diante da relação entre oferta e demanda deficitária projetada para este ano.

SUZANO

Em 2020, a maior produtora mundial de celulose de eucalipto, a Suzano driblou os baixos preços da matéria-prima e encerrou o ano com resultados bem acima do exercício anterior.

A Suzano ainda deu sequência aos esforços de preparação de seu balanço para um novo ciclo de crescimento em celulose, que deve ser iniciado com a construção de uma fábrica em Mato Grosso do Sul. No mercado, crescem as apostas de que o anúncio pode ocorrer já no primeiro semestre e encerraram a captura de sinergias com a Fibria, que foram superiores ao estimado. A companhia teve receita líquida de R\$ 8 bilhões, com alta de 14%, de outubro a dezembro na comparação anual. No acumulado de 2020, o crescimento foi de 17%, para R\$ 30,5 bilhões. O resultado operacional, medido pelo Ebitda, saltou 61% no trimestre, para R\$ 3,97 bilhões, com margem Ebitda de 49%.

KLABIN

A Klabin foi a única empresa brasileira convidada a integrar o grupo formado por dez executivos da iniciativa privada – o COP26 Business Leaders, evento que ocorrerá em novembro. A empresa será responsável por difundir as metas da economia de baixo carbono na América Latina. Ao mesmo tempo, a Klabin assumiu a missão de engajar empresas e governos no programa global “Race to Zero”, cujo objetivo é zerar as emissões líquidas de gases do efeito estufa até 2050. As condições de mercado no início de 2021 seguirão beneficiando os negócios da Klabin, cuja exposição a setores de bens de primeira necessidade também tem garantido bom desempenho em tempos de covid-19. Depois de longo período de baixa, os preços da celulose, assim como os do kraftliner, estão em recuperação, e a demanda aquecida por embalagens se manteve, segundo o diretor-financeiro Marcos Ivo. Para 2021, a empresa pretende investir R\$ 3,6 bilhões, dos quais R\$ 2,4 bilhões em Puma II, que consiste na implantação de uma linha de celulose integrada a duas máquinas de papel em Ortigueira (PR).

PAPER EXCELLENCE (PE)

A Paper Excellence (PE) venceu a arbitragem contra a J&F pelo controle da Eldorado Brasil. A disputa vinha em curso há mais de dois anos. Portanto, a PE deverá liberar todas as garantias prestadas pela *holding* dos Batista em dívidas da produtora de celulose e consumir a aquisição de 100% de seu capital, retornando à etapa que azedou a relação entre as sócias e a própria transação, em meados de 2018.

Segundo as demonstrações financeiras do terceiro trimestre de 2021 da Eldorado, a sócia minoritária deve pagar cerca de R\$ 1,7 bilhão em dívidas para liberar todas as garantias da J&F. Além disso, há o pagamento pela fatia dos Batista, estimada entre R\$ 4,6 bilhões e R\$ 4,7 bilhões a partir dos valores iniciais da transação, totalizando um desembolso de até R\$ 6,4 bilhões para fechar a transação. Esses recursos já estão disponíveis.



ANÁLISE DE MERCADO

DEMANDA DE PAPEL- CARTÃO

Segundo a Indústria Brasileira de Árvores (IBÁ), em 12 meses até fevereiro, a demanda de papel-cartão no país alcançou 657 mil toneladas, um crescimento de 9,4% em comparação com os 12 meses anteriores. Ao mesmo tempo, a produção nacional somou 770 mil toneladas nesse período, que somada à importação de 52 mil toneladas totaliza uma oferta de 822 mil toneladas.

Em nota, a IBÁ disse que “não há falta de papel para o mercado de embalagens, especialmente o papel-cartão, voltado para *e-commerce* e *delivery*” e as empresas trabalham para se adequar à forte demanda, com produção acima dos níveis pré-pandemia.

EMBALAGENS

PRODUÇÃO DE EMBALAGEM:

A produção física de embalagens cresceu 0,5% no país em 2020, na contramão do PIB, confirmando a contribuição relevante do pagamento do auxílio emergencial na sustentação do consumo e em diferentes setores da economia, após o início da pandemia da covid-19. Cerca de 70% da produção de embalagens, considerando-se os diferentes tipos de materiais, é destinada a bens de abastecimento, com destaque para alimentos.

As principais indústrias usuárias de embalagens – de alimentos, farmacêuticos e limpeza e perfumaria – apresentaram crescimento no ano passado, conforme aponta estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getulio Vargas (IBRE/FGV) para a Associação Brasileira de Embalagem (Abre). Segundo o presidente da Abre, Marcos Antônio de Barros, na pandemia o auxílio emergencial foi o pilar central da possibilidade de consumo e trouxe para o mercado aqueles que estavam na margem e não consomem regularmente. Diante disso, a chegada dessa “nova” classe ao consumo, a substituição das refeições fora de casa por alimentos comprados no varejo tradicional e a aceleração do comércio eletrônico refletiram em maior demanda ao setor.

O pagamento de novo auxílio em 2021, segundo Marcos Antônio, mesmo que menor, deve ter o mesmo efeito positivo sobre o consumo das famílias, ainda mais concentrado em alimentação.

A produção de embalagens de papel e papelão cresceu 1% em 2020, as de plástico 6,8%, mas as de vidro caiu 16,4% em 2020, influenciada pelo fechamento de bares e restaurantes.

O ritmo de produção se mantém forte no início de 2021 e os estoques ao longo da cadeia de valor ainda não foram totalmente reconstituídos.

EMBALAGENS DE PAPEL ONDULADO

Em 2020, a indústria de papelão ondulado viveu seu melhor ano, enquanto o Produto Interno Bruto (PIB) nacional encolheu 4,1%. Segundo as projeções mais recentes, as expedições de caixas, chapas e acessórios cresceram 5,5%, para 3,8 milhões de toneladas, segundo a Associação Brasileira de Embalagens em Papel (Empapel).

O cenário foi turbinado pelo avanço do comércio eletrônico, que cresceu ainda mais com a pandemia da covid-19 e fortaleceu o consumo da chamada “embalagem de embalagem”. E o ritmo de expansão se manteve na virada para 2021.

O consumo teve uma rápida recuperação após a chegada da pandemia ao país e fez com que a demanda de embalagens crescesse bem acima do esperado. A produção de embalagens é feita sob encomenda e novos pedidos praticamente cessaram entre o fim de março e abril, primeiro momento da crise desencadeada pela covid-19. Isso se refletiu na dilatação dos prazos de entrega, que permanecem distantes dos níveis normais. Se antes os pedidos eram atendidos diariamente ou em até 30 dias, hoje o prazo mínimo está em 30 dias e não há previsão de normalização antes do segundo trimestre.

Segundo a Empapel, os estoques de produtos acabados na indústria e no varejo seguem abaixo dos níveis desejáveis, um indicativo de que a demanda seguirá aquecida a curtíssimo prazo. Por outro lado, a pandemia trouxe pressão nos custos, cerca de 70% da fibra utilizada nas embalagens de papel é reciclada e as medidas de distanciamento social interromperam a coleta seletiva e afetaram a atividade de catadores e aparistas. Houve retomada da operação nessas áreas, mas ainda não no ritmo da pré-covid-19.

Como resultado, o preço das aparas disparou.

As fabricantes de embalagem, no entanto, estão repassando o

aumento de custos, mas com defasagem, há pressão ainda do câmbio e da valorização das *commodities*. O amido de milho, por exemplo, é usado na produção de cola para embalagens. O crescimento orgânico do mercado e a substituição de materiais de origem fóssil também contribuem para as perspectivas positivas do setor. Usado no passado como embalagem de produtos da linha branca, o papelão perdeu espaço para o plástico e o EPS (Isopor) ao longo do tempo, mas está recuperando mercado – o papel já é usado para embalar refrigeradores, por exemplo.

A Empapel projeta para 2021 expansão de 4,9% nas expedições de papelão ondulado, no cenário moderado, com altas de 5,2% no primeiro trimestre e de 13,9% no trimestre seguinte, segundo estudo da entidade em parceria com a Fundação Getulio Vargas (FGV) e o Instituto Brasileiro de Economia (IBRE).

ESCASSEZ DE EMBALAGENS DE PAPEL

Os fabricantes de papéis e embalagens têm estendido o prazo de entrega por causa da desorganização na cadeia de suprimentos e da baixa disponibilidade de aparas de papel, desde o início da pandemia do coronavírus. Com as incertezas lançadas na economia pela covid-19 e pelo isolamento social, no segundo trimestre de 2020, a demanda voltou a crescer abruptamente e a níveis superiores aos vistos antes da pandemia, o que levou ao desequilíbrio do mercado. Já, no fim do ano, a situação se agravou e hoje não há papel-cartão e maculatura em volume suficiente para atender às necessidades domésticas.

Segundo Flávio Marques Ferreira, dono da Embalagens Santa Inês, uma das maiores gráficas brasileiras do setor de embalagens, comprar alguns tipos de papéis tem sido um sacrifício, e, para driblar a escassez de caixas usadas no embarque de produtos já embalados, a solução tem sido pedir ao cliente a devolução da caixa para reutilização. A escassez de papéis usados em embalagens no país tem afetado a indústria gráfica brasileira, o que levou o setor a pleitear a redução emergencial do imposto de importação de quatro tipos de papéis. A Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf Nacional) pede que as alíquotas de importação sejam zeradas ou reduzidas a até 2%, ante tarifas de 5% a 20% atualmente, “de forma a evitar o desabastecimento de produtos de diversos segmentos (farmacêutico, alimentício, higiene, bebidas, eletrônicos, cosméticos etc.”.

O crescimento da demanda de papéis contribuiu para a forte alta de preços nos últimos meses, além da valorização da celulose, a disparada das aparas de papel também justifica os reajustes aplicados pelos fabricantes desde meados do ano passado. No caso do papel maculatura, usado também no miolo de rolos de papel higiênico, a alta supera 80%.

Segundo o presidente da Abigraf Nacional, Levi Ceregado, a solução mais rápida para a equalização da oferta é a redução temporária do imposto.

Os fabricantes de papéis reconhecem que a oferta se tornou justa a partir do segundo semestre, quando a demanda doméstica, sobretudo de cartões, cresceu acima do esperado. Klabin, Suzano e Ibema, que tem a Suzano entre seus acionistas, são as três maiores fornecedoras de papel-cartão no país e já estariam direcionando volumes maiores de produção para o mercado interno. Ainda assim, pedidos adicionais têm entrado na fila de espera, segundo as gráficas.

Além da dificuldade de acesso a determinados tipos de embalagem, os preços subiram 29,1% em 12 meses até fevereiro, refletindo o encarecimento de matérias-primas, o real desvalorizado e a procura muito acima da média desde meados do ano passado, de acordo com a Associação Brasileira de Embalagem (Abre). A depender do material, o aumento foi ainda maior.

ESCASSEZ E ENCARECIMENTO DAS RESINAS TERMOPLÁSTICAS

A situação mais crítica está na cadeia do plástico, mais especificamente no polipropileno (PP), que tem diferentes aplicações além das embalagens flexíveis e rígidas. “Além do aumento dos preços, há falta de matéria-prima”, diz o presidente da Associação Brasileira da Indústria do Plástico (Abiplast), José Ricardo Roriz Coelho. Para reduzir o risco de desabastecimento de PP nos próximos meses, a Braskem propôs ao governo a adoção de cota de importação, com redução da alíquota de 14%, a exemplo do que ocorreu com o PVC – para essa resina, a alíquota foi reduzida a 4% por três meses, com cota de 160 mil toneladas.

As matérias-primas representam entre 60% e 70% do custo total das embalagens. Desde o início do ano passado, as principais resinas termoplásticas subiram mais de 100% no mercado doméstico, acompanhando as cotações internacionais e o câmbio. Nesse período, o polietileno de baixa densidade (PEBD, muito usado em alimentos) ficou R\$ 7.646 por tonelada mais caro, superando os R\$ 15.000 por tonelada. O PP, por sua vez, teve acréscimo de preço de R\$ 6.826 por tonelada, segundo índices das consultorias ICIS e Platts.



ANÁLISE DE MERCADO

IMPRESSORAS

MERCADO DE IMPRESSORAS

O mercado de impressoras foi afetado pelo fechamento dos escritórios. Segundo a consultoria IDC, as vendas caíram 28% de impressoras a laser, por unidades, em 2020 em relação a 2019. No entanto, a migração para o trabalho remoto deu impulso aos modelos de tanque de tinta, que avançaram 4% na projeção de 2020. Os modelos de jato de tinta, que usam cartuchos, encolheram 16%. Diante disso, as três maiores fabricantes do mercado global – HP, Canon e Epson – adaptaram fabricação e importação de impressoras no Brasil, priorizando os modelos a tinta. No ano passado, a Epson lançou quatro modelos mais acessíveis para pequenas empresas, e as vendas aumentaram 8% em relação a 2019. Segundo Reinaldo Sakis, gerente da IDC, o futuro está no segmento de serviços. Para este ano de 2021, a IDC prevê um faturamento de US\$ 580 milhões com aluguel, gestão e manutenção de impressoras no país.

SEGMENTO EDITORIAL

VENDAS DE LIVROS

Segundo o “Painel do Varejo de Livros no Brasil”, as vendas de livros em março de 2021, em relação a março de 2020 – quando eclodiu a pandemia no Brasil –, aumentaram 38,38% em número de exemplares e 28,46% em faturamento. Ao total, foram vendidas cerca de 3,91 milhões de obras, e o mercado faturou R\$165 milhões.

Os livros mais vendidos neste período foram os de não ficção especializada, seguidos por não ficção trade e infantil, juvenil e educacional. Os livros de ficção foram os menos vendidos do período.

No segundo semestre de 2020, o mercado editorial se recuperou do baque pandêmico, entretanto, em março do ano passado, o respeito ao

isolamento social nas grandes cidades atingiu um patamar que não se repetiu mais. As lojas ficaram fechadas e o público pisou no freio com as compras.

Por outro lado, a migração das vendas para a internet e o grande número de promoções (o desconto médio aplicado sobre os preços foi de 16,84% a 24,98% em um ano) fez com que o número de exemplares vendidos crescessem mais que o faturamento.

CONTEÚDO DIGITAL

As editoras tiveram de acelerar projetos de conteúdo digital para amenizar os prejuízos diante dos fechamentos do comércio no primeiro semestre do ano passado. Nesse cenário, parte da população aderiu às novas ferramentas disponíveis no mercado, sendo o *e-book* uma delas. Em alguns casos, a participação do livro digital nas receitas das editoras praticamente dobrou no ano passado, em comparação a 2019. A fatia ainda é pequena diante das vendas do livro em papel, mas o movimento foi importante para o setor. Segundo o diretor da Globo Livros, Mauro Palermo, no começo da pandemia, havia um medo de receber livros em casa e isso provocou uma migração imediata até junho e julho para os *e-books*. A participação dos *e-books* na editora subiu de algo em torno de 6%, em 2019, para 11%, no ano passado.

Na Companhia de Letras, ocorreu o mesmo e o *e-book* foi o canal para viabilizar o lançamento de títulos que tiveram de ser adiados no impresso. Com isso, a participação dos livros digitais nas receitas subiu de 6% para 10% no primeiro semestre, segundo a gerente de projetos digitais da empresa, Marina Pastore.

Fonte: BRAUN, Daniela. Covid mudaprodução global de impressoras. Valor Econômico, São Paulo, de 8 fev. 2021, B7. | MATTOS, Adriana. Os Garcia, donos da Kalunga, vendem Spirale e preparam IPO. Valor Econômico, São Paulo, 11 jan. 2021. Disponível em: <<https://valor.globo.com/impresso/noticia/2021/01/11/os-garcia-donos-da-kalunga-vendem-spiral-e-preparam-ipo.ghtml>>. Acesso em: 19 mar. 2021. | MATTOS, Adriana. Donos da Kalunga tentam reduzir dívida. Valor Econômico, São Paulo, 9, 10 e 11 jan. 2021, B8. | SARAIVA, Jacilio. Reciclagem avança com programas de entidades setoriais. Valor Econômico, São Paulo, 18 fev. 2021, F10. | CONTEÚDO digital avança com comércio fechado e medo de contágio pela covid. O Estado de S. Paulo, São Paulo, 3 mar. 2021. Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/geral/conteudo-digital-avanca-com-comercio-fechado-e-medo-de-contagio-pela-covid,70003634165>>. Acesso em: 19 mar. 2021. | G1. Após um ano de pandemia, março tem um milhão de livros vendidos, o mesmo que no período de 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2021/04/20/apos-um-ano-de-pandemia-marco-tem-um-milhao-de-livros-vendidos-a-mais-que-mesmo-periodo-de-2020.ghtml>>. Acesso em: 03 maio 2021.



Associação dos Agentes de Fornecedores de Equipamentos e Insumos para a Indústria Gráfica

2021

ANO DE VIRAR A PÁGINA E CONQUISTAR NOVOS OBJETIVOS



trendsolprint





BOLETIM
ECONÔMICO

ASSOCIADOS AFEIGRAF

HEIDELBERG

SunChemical
a member of the DIC group 
Color & Comfort

hubergroup 

 **technotrans**

KOENIG & BAUER

groupwork

CreativeINX

MÜLLER MARTINI 

ROTATEK
Brasil

 **BOBST**

AGFA 


GRUPO **FURNAX**
A Melhor Solução Para o Seu Negócio

Canon

alphaprint

PROLAM
TERMOLAMINAÇÃO

 **comprint**


Ferrostaal


CONTIWEB

 **APOLO**
Sistemas Gráficos

 solugraph

 **DIMA**
GRAPHICS



OPORTUNIDADES NA CRISE

LUDWIG ALLGOEWER, PRESIDENTE DA AFEIGRAF, ANALISA O IMPACTO DA PANDEMIA NAS INDÚSTRIAS GRÁFICA BRASILEIRA E EUROPEIA

Sim, o tombo foi grande. A indústria gráfica sentiu o golpe desferido pela Covid-19 e está se desdobrando para não sucumbir. Mas, apesar de todos os pesares, o setor mostra força e resiliência, conseguindo se descolar da espiral negativa provocada pela pandemia.

Segundo Ludwig Allgoewer, presidente da Afeigraf e responsável global pelas áreas de vendas e marketing da Heidelberg Druckmaschinen AG, mesmo diante da terceira onda da doença, as gráficas europeias estão retomando os investimentos. “A demanda por equipamentos e insumos, como tintas e chapas subiu significativamente nos últimos quatro meses”, comenta o executivo. “E a pressão pelo reinvestimento está sendo sentida tanto pelas empresas que estão rodando 24 horas, sete dias por semana, quanto pelas gráficas que enxergam uma oportunidade estratégica de ampliar a capacidade diante do fechamento de concorrentes”.

No Brasil e no Exterior, esse movimento é liderado pelos fabricantes de embalagem. Por aqui, de acordo com o 9º Boletim Econômico da Afeigraf, o segmento de fabricação de embalagens de papel acompanhou a dinâmica de recuperação de vários setores relacionados ao consumo e mostrou avanço de 13,2% em dezembro de 2020, na comparação com dezembro de 2019, e aumento de 1% no acumulado de janeiro a dezembro de 2020, frente ao ano anterior. “O e-commerce explodiu. Houve também um maior consumo de embalagens fracionadas, de menor volume, em função do fechamento de bares e restaurantes, impulsionando igualmente o segmento de rótulos”, diz Ludwig. E, para aproveitar as

oportunidades abertas pelas mudanças nos hábitos de consumo, foi preciso alta capacidade de adaptação por parte dos convertedores.

Outro setor que conseguiu superar os obstáculos foi o varejo de livros. Pesquisa da consultoria GfK para a Associação Nacional de Livrarias, ANL, mostrou que a venda de livros no Brasil fechou 2020 com crescimento de 2% no faturamento em relação ao mesmo período de 2019. Com volume de R\$ 2,1 bilhões, o resultado foi impulsionado principalmente pelo comércio eletrônico. Houve, ainda, expansão de 4% em volume de venda no varejo. Na Alemanha, como conta o presidente da Afeigraf, o setor foi favorecido pelo fato de as livrarias terem sido incluídas na lista de serviços essenciais, com funcionamento permitindo enquanto o comércio em geral permanecia fechado.

A adaptação, como ressalta o executivo, está acontecendo também entre os fornecedores de equipamentos, sistemas e insumos. Ludwig lembra que cada nova crise funciona como combustível para o processo de consolidação. “Os clientes estão ficando ainda mais focados, automatizados, digitalizados e temos de estar preparados para atendê-los da melhor forma”. Isso inclui, como enfatiza o executivo, o apoio dos detentores da tecnologia ao movimento de migração para outros nichos de mercado. “Na Heidelberg, por exemplo, estamos oferecendo cursos para as gráficas que querem começar a imprimir em cartão, ajudando-as a converter máquinas dedicadas à impressão de papéis de menor gramatura”.

5 a 9 de abril de 2022
Expo Center Norte | SP

expoprint.com.br

Inscreva-se
agora mesmo!



O GRANDE ENCONTRO DA INDÚSTRIA DE IMPRESSÃO ESTÁ CHEGANDO!

ExpoPrint & ConverExpo Latin America 2022 será o palco para **demonstração dos lançamentos** mais relevantes do mercado.

SEJA EXPOSITOR E SIGA A EVOLUÇÃO

Saiba como estar ao lado dos grandes players da indústria e mostrar o que sua empresa oferece de melhor no mercado de impressão!

Para mais informações, ligue: **(11) 4013-7979**

#SigaaEvolucao

REALIZAÇÃO, ORGANIZAÇÃO E PROMOÇÃO

