FOTOS: DIVULGAÇÃO

Dieter Brandt, presidente da Heidelberg do Brasil e da Afeigraf

EQUIPAMENTOS

O fator econômico

A crise econômica que atingiu vários países nos últimos anos atrapalhou mais a indústria gráfica do que a consolidação das mídias digitais. O consumo per capita de papel no Brasil ainda tem muito espaço para crescer, quando comparado com o de outros mercados, e a evolução dos equipamentos de impressão ajuda a alcançar esse objetivo. Presidente da Associação dos Agentes de Fornecedores de Equipamentos e Insumos para a Indústria Gráfica (Afeigraf) e da operação brasileira da Heidelberg, maior fabricante mundial de produtos para a indústria gráfica, **Dieter Brandt** prevê bons resultados a partir do segundo semestre.

CENÁRIO MUNDIAL

As dificuldades pelas quais a indústria gráfica está passando em todo o mundo têm mais a ver com a conjuntura da economia internacional do que com o surgimento das mídias digitais. Nos últimos anos, temos enfrentado crises nos Estados Unidos, na Europa e na Ásia. As pessoas de muitos países convivem com dificuldades, estão comprando menos. O mercado precisa se ajustar a essa realidade. Tem havido redução no consumo de produtos, nos gastos das empresas com marketing. A indústria está ajustando suas contas e isso também se reflete no nosso setor. As gráficas não investem como no passado na renovação das linhas de produção, na aquisição de equipamentos. Há um ciclo mais prolongado de vida das máquinas instaladas. Os clientes que continuam a investir são as maiores empresas, aquelas com interesse em se manter atualizadas em termos tecnológicos para permanecer na liderança.

CRISE DOS IMPRESSOS

O que ocorre hoje com a indústria gráfica e a popularização dos meios digitais é algo semelhante ao que aconteceu quando foi lançada a televisão. Na época, diziam que o rádio iria desaparecer. Isso acabou não acontecendo. Com o surgimento das mídias digitais, dizem que o papel vai acabar. Não acredito. Com o tempo, tudo se acomoda. A evolução da tecnologia ajuda o setor impresso. Grandes eventos organizados em todo o mundo têm apresentado ideias novas, excelentes equipamentos, soluções híbridas de impressão digital com offset. Surgem opções de máquinas com excelente desempenho para tiragens menores, a partir de 200 ou 300 cópias, mais adequadas aos dias atuais. Essas tecnologias causam impacto positivo para os campos promocional e editorial.

FATORES DE OTIMISMO

Com a inclusão de parcela importante da população na classe média, o número de títulos de revistas e jornais tem aumentado. Estão surgindo novas publicações sobre temas segmentados. O mercado de embalagens continua bem, é bastante estável. Os produtos precisam ser acondicionados, não é possível enviá-los por e-mail e há uma boa procura por máquinas para esse nicho de mercado. Temos muito para crescer. As perspectivas para o futuro da indústria de equipamentos no Brasil são boas.

INVESTIMENTOS

No ano passado, houve recuo de 14% na importação de máquinas e equipamentos pelo setor, totalizando US$ 1,2 bilhão, contra US$ 1,4 bilhão em 2011. A indústria como um todo não foi bem. Mas existem demandas importantes no mercado brasileiro. Da mesma forma que ocorre com outras atividades, o setor precisa aumentar sua infraestrutura. Existem mais de 20 mil gráficas no País, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria Gráfica (*Abigraf*). Muitas dessas empresas são familiares, mas começam a se modernizar. Existem as que não dominam bem seus orçamentos. No ano passado, por conta da retração de encomendas, muitas fecharam as portas. Outras entraram com força.

PERSPECTIVAS PARA 2013

Ao analisarmos os resultados das empresas brasileiras, notamos que houve pouco crescimento nas vendas e aumento importante dos custos no ano passado. As companhias estão trabalhando para melhorar seus rendimentos, querem se recuperar, e isso causa reflexos na indústria gráfica. Há demanda para modernizar a tecnologia, mas os empresários estão em dúvida sobre se devem investir. Acho que os primeiros meses do ano serão fracos, esperamos uma melhoria a partir do segundo semestre.

GRANDES EVENTOS

A realização da Copa do Mundo deve causar impulso positivo para o setor. Na Alemanha, quando foi realizada a Copa de 2006, houve crescimento do PIB bem acima da média. O evento atrai muitos turistas, aumenta a demanda por livros, jornais, revistas, folhetos para hotéis e outros impressos. No próximo ano também teremos eleições, outro fator de otimismo.

GARGALO

Em termos de hardware, as gráficas brasileiras utilizam a mesma tecnologia que a dos países mais avançados. Os equipamentos são os mesmos. Acho que deve haver maior avanço nas operações de acabamento. Esse é um nicho com grande potencial de crescimento. Por aqui ainda existem empresas que fazem acabamento de forma manual. Com o aumento forte do custo da mão de obra nos últimos anos, muitas estão pensando em investir em automatização.

LOGÍSTICA E FORMATOS

Uma dificuldade para as gráficas no Brasil é atender o mercado de outras regiões. Na Europa, uma gráfica consegue aceitar encomendas de impressão de um grande cliente voltada para todo o continente. Aqui é muito mais complicado, é difícil uma empresa da capital atender o Estado de São Paulo. Há problemas de logística, dificuldades de transporte. Outro problema é o hábito do cliente brasileiro de não utilizar os formatos standard. Por aqui as encomendas exigem formatos diferenciados, criativos. No exterior, essa é uma prática pouco comum. Quando não são usados os formatos standard, os custos dos trabalhos aumentam e os prazos de entrega são mais prolongados.

EDUCAÇÃO

A evolução da tecnologia dos equipamentos voltados para a indústria gráfica é muito rápida. Levar essas informações para os clientes é preocupação de cada membro da Afeigraf. Procuramos trazer tecnologia e conhecimento, organizar congressos e seminários. A realização no Brasil da Trends of Print Latin America 2012, conferência tecno-mercadológica que traz as novidades tecnológicas mundiais, e a organização da ExpoPrint Latin America 2014, são exemplos dessa preocupação. Na condição de presidente da Heidelberg, gostaria de citar a colaboração constante da nossa empresa com o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (*Senai*), que conta com um centro importante de formação de pessoal especializado.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.

Fonte: Meio & Mensagem, São Paulo, ano 35, n. 1559, p. 67, 13 maio 2013.