



7.1. Comportamento do Mercado

Apesar de depender do "ciclo virtuoso" da economia, a expectativa das empresas (otimistas) que imprimem livros e revistas projetam aumento de até 30% no faturamento para este ano, em comparação com 2000. Além de exceder – e muito – a previsão de crescimento da economia nacional, esse percentual reflete a trajetória ascendente do setor, surpreendendo com bons volumes de encomendas em 2000, após todas as dificuldades enfrentadas com a desvalorização no ano anterior.

As gráficas especializadas em livros didáticos têm um motivo a mais para comemorar: este ano, o governo adquiriu, além das obras tradicionais do PNLD, 20 milhões de mini-dicionários, que estão sendo distribuídos na rede pública de ensino. Com essa encomenda, realizada pelo maior comprador individual do País, o primeiro semestre, período historicamente fraco, vem se mostrando aquecido.

Vários fatores explicam o bom desempenho do setor no último ano:

- a. a estabilidade econômica;
- b. os fortes investimentos em maquinário;
- c. o aumento da profissionalização;
- d. a busca crescente pela segmentação, e
- e. a mudança na forma de produzir, com o fim do estoque.

Segundo balanço anual divulgado recentemente pela ABIGRAF, a impressão de livros, revistas e fascículos movimentou R\$ 3,07 bilhões em 2000, o que significou aumento de 34% em comparação com 1999.

7.1.1. Produção

Dos fatores que estão influenciando o modo de produzir livros e revistas, o mais significativo, na avaliação dos empresários do setor, é a eliminação dos estoques. As grandes encomendas sazonais foram gradualmente substituídas por compras mais regulares, em menores volumes. Como reflexo, as gráficas passaram a planejar melhor a produção e a eliminar o trabalho excedente, ou seja, reduziram as

horas extras, que segundo os empresários, dificilmente são repassadas para o custo do livro ou revista. Além disso, há forte tendência de segmentação, com o crescimento de pequenas tiragens. Em um primeiro momento, o processo fica mais caro, porque as editoras trabalham com tiragens menores, mas, no conjunto, o preço compensa, porque o custo de estocagem do produto final vem sendo eliminado. Essa forma de produzir também é positiva para as editoras que não precisam investir pesado em um só título. No passado o ciclo de um livro (impressão, distribuição e venda) levava 2 anos para ser esgotado, sendo que hoje são necessários apenas 6 meses.

A maior velocidade de consumo das obras impressas faz com que se projete um crescimento de 15% no volume de encomendas para o ano de 2001. O primeiro trimestre já acena que esse percentual é factível.

O início de 2001 está muito aquecido, porque as editoras estão produzindo, agora, livros que serão consumidos pelas escolas particulares. Embora não sejam grandes, essas tiragens são significativas para manter o ritmo de produção.

7.1.2. Fusões e Aquisições

O aumento das encomendas é um sinalizador de que há espaço para o setor gráfico se expandir. Mas o indicador de que ainda há muito para avançar é o movimento de fusões e aquisições entre empresas estrangeiras e nacionais, que sacudiu o mercado nos últimos tempos. Entre as mais significativas trocas de controle acionário estão a compra da Hamburg e do Círculo do Livro pela Donnelley Cochrane Gráfica, a aquisição da Gráfica Melhoramentos pelo Quebecor Group, do Canadá, a compra da Parâmetro pela Prol e, mais recentemente, a venda da W. Roth para a Bandeirantes.

Mas o interesse das grandes empresas estrangeiras é visto com cautela pelo setor. A grande preocupação dos empresários da indústria gráfica é a ameaça de concentração no segmento, a exemplo do que vem ocorrendo na área bancária e, mais especificamente, no varejo.

As aquisições concentram-se nas empresas que possuem pelo menos 3% de participação no segmento em que atuam. A estratégia de comprar um parque gráfico já em operação é muito vantajosa para os estrangeiros, porque de uma só vez eles levam as instalações, os funcionários, a carteira de clientes e a cultura do mercado nacional, nem sempre bem conhecida pelos investidores internacionais.

De modo geral, as médias empresas realmente são as que mais despertam o interesse dos grupos estrangeiros, até porque o Brasil

não tem um número expressivo de gráficas de grande porte. Aqui, uma grande fatia do mercado fica nas mãos das editoras que mantêm suas próprias gráficas (a impressão das revistas News Week e Business Week é terceirizada, coisa que não ocorre no Brasil, a exemplo das revistas Veja, Época e Isto É, impressas por suas respectivas editoras).

Desta forma, as empresas nacionais devem buscar formas de união para não perderem fatias nem valor de mercado.