

Dólar  
R\$ 1,728Euro  
R\$ 2,492Poupança  
0,5%Ouro  
R\$ 62,70Selic  
8,75%Inflação  
0,41%

Editor: Freddy Charlson [freddy@jornaldebrasil.com.br], Redator: Cláudio Caxito [claudio.caxito@jornaldebrasil.com.br], Fone: 3343-8047

## GRÁFICAS

## Este é o ano da retomada

■ **Setor abalado pela crise financeira no ano passado confia na recuperação**

Lara Cristina

lara.cristina@jornaldebrasil.com.br

Depois de amargar uma forte queda nos faturamentos do ano passado, ao sofrer com os impactos causados pela crise financeira mundial, o setor de indústrias gráficas está otimista quanto a 2010. O segmento foi um dos que apresentaram baixas mais acentuadas na pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com queda de 3,5% da produção da indústria gráfica brasileira no período de outubro de 2008 a setembro de 2009, e queda de 4,5% na produção nos nove primeiros meses de 2009 em relação ao mesmo período do ano anterior. Mas as expectativas dos empresários do segmento para 2010 são de, no mínimo, recuperar o que foi perdido, e ainda, buscar crescimento.

O empresário Isidro Gonçalves, proprietário da Gráfica e Editora Positiva, por exemplo, estima um crescimento de, pelo menos, 8% nos negócios em 2010. Para ele, 2009 foi um ano muito difícil que exigiu estratégias de reforço para manter estabilizadas as finanças da empresa. "Em função da crise, não foi um ano bom. Tivemos uma redução da demanda, entre 12% e 15%", revela.

Entre as medidas tomadas para conseguir manter a empresa, Isidro ampliou os investimentos em marketing, refez planejamentos e estratégias de vendas e, também, reduziu custos. Além disso, a gráfica – mais voltada para a fabricação de linhas de agendas – ampliou a carteira de produtos, oferecendo variedade aos clientes e preços mais competitivos.

## FATURAMENTO

De acordo com o presidente de comunicação social do Sindicato das Indústrias Gráficas do Distrito Federal (Sindigraf-DF), Ubirajara Alves Costa, ainda não é possível estimar os números para o segmento em 2009, mas a entidade estima faturamentos superiores ao ano anterior.

"Partimos de um patamar muito difícil, com alcances nulos e quedas", observa Ubirajara.

Entre os fatores que podem contribuir para a retomada do segmento, é que 2010 irá contar com uma série de eventos importantes, como a Copa do Mundo de Futebol e as eleições. "A Copa deverá movimentar o setor, com vendas de bandeirinhas e principalmente, das tabelas de marcação dos jogos", revela Ubirajara.

Mas, segundo ele, o que trará mais movimentação às indústrias gráficas este ano, são as eleições. Os tradicionais "santinhos" são os principais produtos fabricados, seguidos de panfletos, adesivos, folders, cartazes, banners, pequenos jornais e faixas. "Por um lado, esta crise política no Distrito Federal trará um maior número de trabalhos para o setor, pois agora a concorrência entre os candidatos estará mais movimentada, e, consequentemente, deve gerar mais oportunidades para a gente", observa Ubirajara.

Outro evento que virá cheio de demandas para as indústrias gráficas é o cinquentenário de Brasília que já tem prevista uma série de publicações. Muitas regiões administrativas estão preparando seu próprio material sobre a cidade.

## ELEIÇÕES

O diretor da editora gráfica Ipiranga, Leonardo Batista Novas afirma que a empresa – há 37 anos no ramo e que sempre atuou durante o período de eleições – está otimista. A expectativa é de aumento entre 30% e 35% (com possibilidades de atingir até 50%) no volume de demandas e produção, em função das eleições.

"Temos muita procura pelos santinhos, cartazes e adesivos, em especial nos dois últimos meses que antecedem a data das eleições", salienta. Leonardo observa, ainda, que desde as últimas eleições, em que as campanhas ficaram mais moderadas, houve pequena redução na produção de materiais para campanha.

Mas, por outro lado, segundo ele, certas exigências do Tribunal Regional Eleitoral, ofereceram mais garantias de pagamentos, evitando os recorrentes calotes. Isso porque os candidatos têm de prestar contas dos materiais de campanha e estes devem conter o número do Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) da empresa que os produziu.

ANDRESSA ANHOLETE



O empresário Isidro Gonçalves, da Gráfica e Editora Positiva, espera crescimento de 8% nos negócios

## SAIBA +

No segundo semestre de 2010, com a proximidade das eleições, cresce a procura nas gráficas por materiais de campanhas eleitorais, como santinhos,

folhetos e cartazes.

No período de campanha eleitoral, muitas gráficas que atuam no ramo podem aumentar 30% no faturamento

da empresa.

Cartazes nos "pirulitos" só podem ser afixados 60 dias antes das eleições, conforme as leis eleitorais.

## Aposta na Copa do Mundo

O diretor da Editora Gráfica Ipiranga espera uma boa demanda por parte de publicações do Governo do Distrito Federal de publicações alusivas ao cinquentenário de Brasília. Além disso, Leonardo acredita que a Copa do Mundo também ajudará a movimentar o setor. "Não trabalha-

remos diretamente com produtos para a Copa, mas o alto astral e otimismo gerado acaba influenciando todo o mercado", comenta.

Leonardo diz que a empresa tem 55 funcionários e que no ano passado, em função da crise, foi necessário demitir dez pessoas, além de

renegociar dívidas em função de demandas canceladas. "Já tivemos um quadro de 80 trabalhadores e desde 2006 este número vem sendo reduzido", diz. Para os trabalhos referentes às eleições, a intenção é contratar de dez a 15 temporários para o prazo de dois a três meses.