



O tempo passa, o tempo voa. Só com muitas mudanças sobreviveremos neste novo mercado

Algum gênio da propaganda dizia que o tempo passa, o tempo voa, mas a poupança Bamerindus continua numa boa. Já Lulu Santos cantava "tudo que se vê não é igual ao que a gente viu há um segundo, tudo muda o tempo todo no mundo". Fico com o Lulu Santos. Como vem ocorrendo desde a criação das primeiras impressoras de Gutenberg, a indústria gráfica está em constantes transformações, mas não tenho dúvida de que este é o momento mais desafiador que presencio nestes meus 45 anos de gráfica.

Em um recente encontro de gráficas do Rio Grande do Sul, com o objetivo de trocar ideias sobre o mercado promocional/editorial e levantar sugestões para a valorização da impressão gráfica, senti um pessimismo realista, preocupante e desafiador para todos nós. Segundo um levantamento informal feito com um grupo de 30 gráficas, 60% delas tiveram neste primeiro semestre seu faturamento reduzido se comparado com o primeiro semestre de 2012. A grande maioria, 73,35%, respondeu que seu lucro diminuiu ou se manteve estável neste semestre e apenas 20% do grupo teve um retorno sobre o patrimônio líquido, na minha opinião, aceitável. Não tenho a pretensão de considerar estes números como realidade da grande indústria nacional. Foi uma pequena amostra de importantes gráficas do Rio Grande do Sul. Mas pelas conversas com colegas de outras regiões e grandes fornecedores nacionais, acredito que estes números não sejam muito melhores no restante do País.

Se analisarmos recente publicação da revista Exame na edição de julho de 2013, Melhores e maiores empresas do Brasil, também veremos uma diminuição dos lucros em todos os setores (no geral caíram quase 50%). Mesmo assim, a rentabilidade do patrimônio foi de 9% na mediana dos dezoito setores analisados. As melhores empresas conseguem trabalhar com 20 a 30% de rentabilidade. A realidade da indústria gráfica está bem pior do que estes últimos números. O empresário gráfico, quando investe seu capital e corre todos os riscos de mercado, deveria ter uma rentabilidade superior aos juros de mercado. Mas, infelizmente, nossa realidade não tem sido esta.

Por isso, é importante uma reação já das nossas gráficas. Não existe uma fórmula mágica, cada gráfica deverá achar o seu caminho, que deverá ser único. Não temos mais mercado para tantas gráficas. Deveríamos ter hoje metade do número de gráficas. Acredito muito no processo de fusões. Somente com a busca de produtividade, máquinas modernas, gestão qualificada e controles de desperdícios teremos nossa rentabilidade de volta. A inovação, novos serviços, encantamento do cliente trarão de volta à nossa última linha do balanço a cor azul.

Deveremos empenhar-nos sempre na maior divulgação possível da campanha de valorização do papel impresso. Todos nós dependemos do papel e confio ainda muito no futuro deste importante meio de comunicação. A era digital é uma realidade, mas não vai acabar com a impressão. O desafio é enorme, mas eu creio no nosso futuro sustentável, com uma justa rentabilidade e criando dezenas de milhares de empregos em nosso país. Só depende de nós e, claro, de uma ajudinha do mercado.

.....
angelo@impresul.com.br



Angelo Garbariski

Presidente da Associação Brasileira da Indústria Gráfica Regional Rio Grande do Sul (Abigraf-RS)