

# ESTUDO SETORIAL DA INDÚSTRIA GRÁFICA NO BRASIL



*Serviço Brasileiro de Apoio às  
Micro e Pequenas Empresas*



**ABIGRAF**  
NACIONAL

**ESTUDO SETORIAL DA INDÚSTRIA GRÁFICA NO BRASIL 2009**  
**ABIGRAF – Associação Brasileira da Indústria Gráfica**

Todos os direitos de edição reservados à Associação Brasileira da Indústria Gráfica.  
Nenhuma parte deste livro pode ser reproduzida, sob qualquer forma, sem a  
autorização expressa da ABIGRAF Nacional.

**PRIMEIRA EDIÇÃO: 2009**

**ESTUDO REALIZADO POR**

IEMI - Instituto de Estudos e Marketing Industrial

**CONSULTORIAS TÉCNICAS ENVOLVIDAS**

RESULT Gerenciamento e Organização da Informação Ltda.

WEBSETORIAL Consultoria Econômica Ltda.

**APOIO**

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE Nacional

Adelmir Santana – Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Paulo Okamoto – Diretor Presidente

Luiz Carlos Barboza – Diretor Técnico

Carlos Alberto dos Santos – Diretor de Administração e Finanças

Miriam Machado Zitz – Gerente da Unidade de Atendimento Coletivo – Indústria

Kelly Cristina Valadares de Pinho Sanches – Coordenadora Nacional da Carteira de Projetos do Setor Indústria Gráfica

**COORDENAÇÃO GERAL**

Sonia Regina Carboni – Diretora Executiva da ABIGRAF Nacional

**COLABORAÇÃO**

Raquel Mazer Presoto – Analista de Controladoria da Abigraf

Wagner José da Silva – Gerente da Abigraf

**EDITORAÇÃO E DIAGRAMAÇÃO**

Cesar Mangiacavalli – BrainStorm Design

**REVISÃO**

Ruth Figueiredo

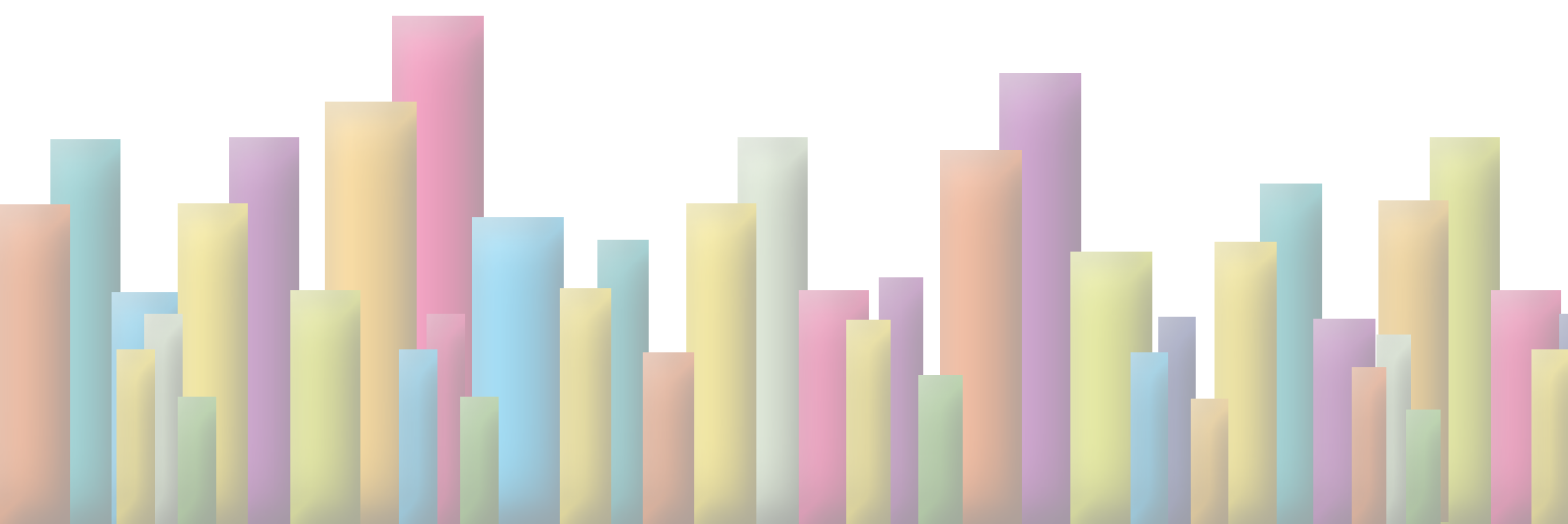
**IMPRESSÃO E ACABAMENTO**

Artes Gráficas e Editora Sesil Ltda.

Associação Brasileira da Indústria Gráfica.  
Estudo Setorial da Indústria Gráfica no Brasil.  
São Paulo, SP: ABIGRAF, 2009. 66p.

1. ABIGRAF. 2. Brasil – indústria gráfica.
3. Parque industrial gráfico. 4. Mão de obra
5. Estrutura produtiva-operacional. 6. Análises regionais.

# ESTUDO SETORIAL DA INDÚSTRIA GRÁFICA NO BRASIL



*Serviço Brasileiro de Apoio às  
Micro e Pequenas Empresas*





# INFORMAÇÃO A SERVIÇO DA INDÚSTRIA GRÁFICA

**O** *Estudo Setorial da Indústria Gráfica no Brasil, por sua magnitude, abrangência e nível de detalhamento, inclui-se, sem qualquer dúvida, entre os melhores trabalhos do gênero já realizados no país. É, ainda, um estudo inédito no setor, considerando que pesquisas anteriores, a despeito de sua inegável qualidade, tiveram cunho regional.*

*Conhecer uma atividade e as empresas que a executam de maneira mais profunda é uma ação relevante no sentido de promover o fomento dessa atividade. Informação, o bem mais precioso da presente era, é a essência de precisos diagnósticos micro e macroeconômicos, bem como do universo empresarial.*

*É justamente esse o escopo do conteúdo resultante do estudo setorial. Ao mesmo tempo em que ratifica a pujança do parque gráfico brasileiro, sua pirâmide estrutural com base constituída por pequenas e médias empresas e seu avanço de qualidade, o trabalho identifica as tendências e os desafios a ser vencidos. E não poderia ter sido mais oportuno o momento de sua realização. O mundo gráfico, como todos os segmentos, vive profundas e rápidas mudanças, em resposta às demandas dos clientes, às exigências do mercado e às possibilidades infinitas abertas pela tecnologia.*

*Cada vez mais, as gráficas convertem-se em provedoras de soluções completas para seus clientes, mesclando a impressão convencional à digital, num portfólio de serviços, diversificado e substantivo. O estudo promovido pela Abigraf Nacional contribui muito para melhor compreensão desse processo, da realidade do setor, de suas perspectivas para o presente e o futuro, e das tarefas a ser executadas para a constante busca do sucesso.*

*A realização com êxito de empreendimento de tal dimensão, incontestavelmente, é um passo expressivo para o desenvolvimento do negócio da impressão no Brasil.*

**Alfried Karl Plöger**

Presidente da ABIGRAF Nacional



# CONTEÚDO INDISPENSÁVEL PARA O DESENVOLVIMENTO

**O** primeiro passo para um trabalho eficiente junto a qualquer setor produtivo é, sem dúvida, conhecer as empresas, identificar suas potencialidades e dificuldades e saber onde estão os gargalos que devem ser corrigidos.

*Este Estudo Setorial da Indústria Gráfica no Brasil, resultado de parceria entre o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e a Associação Brasileira da Indústria Gráfica – Abigraf Nacional, é um marco importante para o desenvolvimento do setor, constituído massivamente de micro e pequenas empresas.*

*Os empreendimentos de micro e pequeno portes representam 88% das mais de 20 mil empresas gráficas no Brasil, empregam 32% da mão de obra e foram responsáveis por 21% do faturamento em 2008. Indicadores que, por si só, justificam políticas adequadas a ser desenvolvidas pelos poderes públicos e também ações específicas do Sebrae para melhorar o seu desempenho.*

*A tradição é outro aspecto relevante evidenciado por esse estudo. A idade média das empresas é de 18 anos, sendo que mais de 70% do parque gráfico brasileiro tem mais de 10 anos de atividade.*

*São características importantes que serão avaliadas para a elaboração de estratégias, projetos e programas para dinamizar o setor e tornar suas empresas mais competitivas. Um documento de grande utilidade para todos aqueles que atuam direta ou indiretamente no setor ou trabalham em prol do desenvolvimento do país.*

**Paulo Tarciso Okamoto**  
Presidente do Sebrae Nacional

**CONSIDERAÇÕES GERAIS E NOTAS METODOLÓGICAS**

1. Considerações gerais	pág. 15
2. Notas metodológicas	pág. 15
3. Sobre o censo nacional (fase 1 da pesquisa)	pág. 16
4. Sobre o estudo setorial (fase 2 da pesquisa)	pág. 17

**PANORAMA GERAL - OS GRANDES NÚMEROS DO SETOR**

1. Principais indicadores setoriais	pág. 19
1.1. Perfil das empresas	pág. 19
1.2. Parque de máquinas	pág. 19
1.3. Vendas	pág. 19
2. Importância do setor na indústria de transformação brasileira	pág. 19

**REPRESENTATIVIDADE DA ABIGRAF NACIONAL**

1. Dados: ABIGRAF Nacional	pág. 20
----------------------------	---------

**PERFIL E DIMENSÕES DO SETOR - INDÚSTRIA E MÃO DE OBRA**

1. Empresas em atividade	pág. 20
1.1. Matriz e filiais	pág. 20
1.2. Idade das empresas (média)	pág. 20
1.3. Área construída	pág. 21
1.4. Tipo de sede	pág. 21
1.4.1. Por região	pág. 21
1.4.2. Por porte	pág. 21
1.5. Evolução do número de unidades produtivas	pág. 21
1.6. Unidades instaladas	pág. 22
1.6.1. Por porte	pág. 22
1.6.2. Por região	pág. 22
1.6.3. Por segmentos e tipos de produtos (2008)	pág. 23
1.6.3.1 Por tipos de produtos	pág. 23
1.7. Classificação das gráficas	pág. 23
2. Mão de obra	pág. 24
2.1. Mão de obra empregada	pág. 24
2.1.1. Por porte	pág. 24
2.1.2. Por região	pág. 24
2.2. Evolução da mão de obra	pág. 24
2.3. Estrutura trabalhista	pág. 25
2.4. Número de turnos trabalhados	pág. 25
2.5. Média de turnos trabalhados por porte	pág. 25
2.6. Pessoal ocupado (2008)	pág. 26

**ESTRUTURA PRODUTIVA E OPERACIONAL**

1. Estrutura produtiva	pág. 26
1.1. Nível de utilização da capacidade instalada	pág. 26
1.2. Parque de máquinas	pág. 26
1.3. Equipamentos novos adquiridos nos últimos três anos	pág. 27
1.4. Processos de pré-impressão e acabamento	pág. 28
1.5. Terceirização dos processos de acabamento e beneficiamento	pág. 28
1.5.1. Por porte	pág. 28
1.5.2. Por região	pág. 28
1.6. Sistema de qualidade ou certificação ISO	pág. 29
2. Evolução do consumo de papel convertido (papel transformado)	pág. 29
2. 1. Papel convertido (papel transformado)	pág. 30
2.1.1. Por porte (em toneladas)	pág. 30
2.1.2. Por região (em toneladas)	pág. 30
2.1.3. Por processo de impressão (em %)	pág. 31



2.2. Segmentação do consumo por tipo de papel (em %)	pág. 31
2.2.1. Evolução do consumo por tipo de papel (em %)	pág. 31
3. Investimentos	pág. 32
3.1. Valor dos investimentos realizados	pág. 32
3.2. Evolução dos investimentos por destino dos recursos	pág. 32
3.3. Investimentos por região (em R\$ 1.000)	pág. 32
3.4. Taxa de investimentos por porte	pág. 33
3.5. Taxa de investidores por porte	pág. 33
<b>ESTRUTURA DE CUSTOS</b>	
1. Custo do papel (2008)	pág. 33
1.1. Participação do custo do papel na formação do preço do produto	pág. 33
2. Carga tributária (2008)	pág. 33
2.1. Certificado de entidade de fins filantrópicos	pág. 34
2.2. Isenção tributária	pág. 34
<b>PERFIL DAS RECEITAS E AÇÕES DE MARKETING E VENDAS</b>	
1. Faturamento	pág. 34
1.1. Evolução do faturamento	pág. 34
1.2. Por porte da empresa (R\$ 1.000)	pág. 35
1.3. Por região (R\$ 1.000)	pág. 35
1.4. Por segmento (2008)	pág. 35
1.5. Por tipo de cliente (2008)	pág. 36
1.6. Por porte dos clientes (2008)	pág. 36
2. Perfil de marketing e vendas	pág. 36
2.1. Ações para aumentar a participação nos clientes da empresa	pág. 36
2.2. Forma de comunicação interna nas empresas	pág. 37
2.3. Investimentos em ações de marketing (2008)	pág. 37
2.3.1. Por porte (2008)	pág. 38
2.3.2. Por região (2008)	pág. 38
2.4. Mark-up na formação de preço do produto acabado	pág. 38
3. Amplitude do mercado	pág. 39
3.1. Exportações	pág. 39
<b>COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO</b>	
1. Resultados da balança comercial	pág. 39
1.1. Resultados da balança comercial do setor gráfico	pág. 39
1.2. Produtos exportados	pág. 40
1.3. Produtos importados	pág. 40
1.4. Origem das importações e destino das exportações	pág. 41
<b>PROBLEMAS SETORIAIS</b>	
1. Os principais problemas do setor	pág. 43
<b>CONCLUSÕES</b>	
1. Características	pág. 43
2. Evolução	pág. 44
3. Mercado	pág. 44
4. Problemas	pág. 45
<b>RECOMENDAÇÕES</b>	
1. Sugestões das empresas	pág. 45
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	
1. Observações e comentários	pág. 46

**ANÁLISES REGIONAIS****REGIÃO NORTE**

1. Empresas	pág. 46
2. Mão de obra	pág. 47
2.1. Mão de obra por Estado	pág. 47
2.2. Estrutura trabalhista	pág. 47
2.3. Taxa de rotatividade	pág. 47
2.4. Número de turnos trabalhados	pág. 47
3. Faturamento (em R\$ 1.000)	pág. 48
4. Consumo de papel convertido (papel transformado) (em toneladas)	pág. 48
5. Nível de utilização da capacidade instalada	pág. 49
6. Mark-up na formação de preço do produto acabado	pág. 49
7. Investimentos (em R\$ 1.000)	pág. 49
7.1. Investimentos em ações de marketing	pág. 50

**REGIÃO NORDESTE**

1. Empresas	pág. 50
2. Mão de obra	pág. 50
2.1. Mão de obra por Estado	pág. 51
2.2. Estrutura trabalhista	pág. 51
2.3. Taxa de rotatividade	pág. 51
2.4. Número de turnos trabalhados	pág. 52
3. Faturamento (em R\$ 1.000)	pág. 52
4. Consumo de papel convertido (papel transformado) (em toneladas)	pág. 52
5. Nível de utilização da capacidade instalada	pág. 53
6. Mark-up na formação de preço do produto acabado	pág. 53
7. Investimentos (em R\$ 1.000)	pág. 54
7.1. Investimentos em ações de marketing	pág. 54

**REGIÃO SUDESTE**

1. Empresas	pág. 54
2. Mão de obra	pág. 55
2.1. Mão de obra por Estado	pág. 55
2.2. Estrutura trabalhista	pág. 55
2.3. Taxa de rotatividade	pág. 55
2.4. Número de turnos trabalhados	pág. 55
3. Faturamento (em R\$ 1.000)	pág. 56
4. Consumo de papel convertido (papel transformado) (em toneladas)	pág. 56
5. Nível de utilização da capacidade instalada	pág. 56
6. Mark-up na formação de preço do produto acabado	pág. 56
7. Investimentos (em R\$ 1.000)	pág. 57
7.1. Investimentos em ações de marketing	pág. 57

**REGIÃO SUL**

1. Empresas	pág. 57
2. Mão de obra	pág. 58
2.1. Mão de obra por Estado	pág. 58
2.2. Estrutura trabalhista	pág. 58
2.3. Taxa de rotatividade	pág. 58
2.4. Número de turnos trabalhados	pág. 58
3. Faturamento (em R\$ 1.000)	pág. 58
4. Consumo de papel convertido (papel transformado) (em toneladas)	pág. 59
5. Nível de utilização da capacidade instalada	pág. 59
6. Mark-up na formação de preço do produto acabado	pág. 59
7. Investimentos (em R\$ 1.000)	pág. 59
7.1. Investimentos em ações de marketing	pág. 60

## **REGIÃO CENTRO-OESTE**

1. Empresas	pág. 60
2. Mão de obra	pág. 60
2.1. Mão de obra por Estado	pág. 60
2.2. Estrutura trabalhista	pág. 61
2.3. Taxa de rotatividade	pág. 61
2.4. Número de turnos trabalhados	pág. 61
3. Faturamento (em R\$ 1.000)	pág. 61
4. Consumo de papel convertido (papel transformado) (em toneladas)	pág. 62
5. Nível de utilização da capacidade instalada	pág. 62
6. Mark-up na formação de preço do produto acabado	pág. 62
7. Investimentos (em R\$ 1.000)	pág. 63
7.1. Investimentos em ações de marketing	pág. 63



## CONSIDERAÇÕES GERAIS E NOTAS METODOLÓGICAS

### 1. CONSIDERAÇÕES GERAIS

Nestas considerações gerais, procuramos esclarecer os conceitos e os objetivos adotados na elaboração deste estudo, bem como a metodologia empregada nas diferentes fases de sua realização.

Objetivos – Este projeto tem o propósito de estudar as características de todos os grupos de empresas que compõem a população de indústrias gráficas do Brasil, em seus mais diferentes perfis, segmentos, portes e regiões geográficas, de forma a possibilitar a construção de indicadores relevantes para o acompanhamento de seu desenvolvimento econômico e mercadológico.

Para tanto, empregaram-se em sua realização técnicas de pesquisa primária, de perfil quantitativo descritivo (ou de “correlação”), que se prestam perfeitamente aos objetivos deste estudo. É preciso ressaltar, porém, que as pesquisas quantitativas descritivas requerem conhecimento prévio da população e do(s) problema(s) e hipóteses que se desejam medir. Neste caso não foi diferente e a solução adotada combinou as seguintes informações preliminares:

RAIS e CAGED – Estatísticas do universo de empresas e empregos descritos na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), atribuídos ao setor, conforme classificação do governo federal do Brasil, utilizados como uma das referências para os modelos de projeção estatística.

Órgãos governamentais e institutos de pesquisa – Outras importantes fontes de informações preliminares foram devidamente checadas e analisadas na construção dos modelos de amostragem e na ponderação dos resultados projetados por este trabalho e que merecem ser aqui destacados, dentre eles: os dados da Pesquisa Industrial Anual (PIA), do IBGE, as estatísticas da Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), do Banco Central do Brasil (BACEN), do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), e outros.

Estudos anteriores – Informações sobre o perfil das empresas do setor gráfico brasileiro, obtidas em diferentes estudos já realizados pelo Instituto de Estudos e Marketing Industrial (IEMI) – hipóteses, estatísticas e perfis, ao longo dos últimos dez anos, e que compreenderam muitos dos principais segmentos empresariais que compõem a indústria gráfica nacional, como a impressão de formulários, de envelopes, impressos digitais, a impressão de dados variáveis, a impressão de rótulos e etiquetas, a fabricação e a impressão de livros, e outros.

No desenvolvimento deste estudo foi de fundamental importância o apoio técnico dos executivos da ABIGRAF Nacional e de suas unidades regionais, presentes em praticamente todos os Estados do país, que atuaram na divulgação prévia do trabalho, estimulando a participação de seus associados na pesquisa, na formulação dos temas a ser abordados e no suporte e acompanhamento dos trabalhos, durante todas as fases de sua realização.

Além desses, foi muito importante o suporte técnico de valiosos parceiros institucionais, como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae Nacional), o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai São Paulo), a Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica (ABTG), as consultorias Result e WebSetorial, que em muito contribuíram para a construção de toda a profundidade desta pesquisa e para a definição dos conceitos técnicos adotados em sua realização.

O conjunto de informações preliminares, o apoio das instituições e dos técnicos ligados ao segmento, e a soma das experiências adquiridas em estudos anteriores compuseram as principais referências utilizadas no planejamento deste estudo, que compila uma ampla gama de informações até então inéditas sobre a Indústria Gráfica Brasileira.

### 2. NOTAS METODOLÓGICAS

O universo desta pesquisa foi constituído pelas empresas que ofertam produtos e serviços identificados nos Códigos da Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), que compõem o setor gráfico, com destaque para as atividades de pré-impressão, impressão e acabamento, além da fabricação de artefatos e embalagens de papel, identificadas nos inúmeros cadastros disponíveis sobre esse setor, unificados e atualizados pelo IEMI, por ocasião deste estudo.

O quadro a seguir apresenta a relação das CNAEs (Classificação Nacional de Atividades Econômicas), consideradas na composição do Setor Gráfico Brasileiro, juntamente com o número de empresas ativas e com ao menos um funcionário registrado em carteira:

CNAE	DESCRIÇÃO	EMPRESAS ATIVAS
17311	Fabricação de embalagens de papel	747
17320	Fabricação de embalagens de cartolina e papel-cartão	194
17338	Fabricação de chapas e de embalagens de papelão ondulado	652
17419	Fabricação de produtos de papel, papel-cartão e papelão ondulado para uso comercial e de escritório	1.304
18113	Impressão de jornais, livros, revistas e outras publicações periódicas	829
18121	Impressão de material de segurança	202
18130	Impressão de materiais para outros usos	4.885
18211	Serviços de pré-impressão	2.346
18229	Serviços de acabamento gráfico	2.154
58212	Edição integrada à impressão de livros	639
58221	Edição integrada à impressão de jornais	1.098
58239	Edição integrada à impressão de revistas	311
58298	Edição integrada à impressão de cadastros, listas e outros produtos gráficos	3.312
<b>. Total de empresas gráficas ativas e com funcionários, no Brasil (RAIS)</b>		<b>18.673</b>

Fonte: RAIS, 2007.

Para o levantamento das informações utilizadas neste estudo foi desenvolvido um amplo esforço de pesquisa, dividido em duas etapas distintas. Na primeira fase, chamada de “Censo Nacional da Indústria Gráfica”, as entrevistas foram realizadas por telefone, nas quais se buscou qualificar o perfil das empresas em atividade no segmento e o estabelecimento de parâmetros para a estratificação dos grupos amostrais, que serviram de base para a pesquisa de profundidade da segunda fase.

Durante a segunda fase, de cunho amostral, foram realizadas entrevistas de profundidade, com um grupo de 1.200 empresas, distribuídas de forma proporcional, caracterizadas por porte, região e segmento, garantindo aos resultados da pesquisa uma representatividade estatística, com uma margem de segurança não inferior a 98%, em suas projeções e indicadores.

O levantamento das informações junto aos industriais gráficos se deu por meio de entrevistas diretas e individuais, orientadas por entrevistadores treinados especificamente para este estudo, munidos de instrumentos de coleta devidamente estruturados e aprovados em testes preliminares, realizados antes do início dos trabalhos de campo.

### 3. SOBRE O CENSO NACIONAL (FASE 1 DA PESQUISA)

Como já mencionado, a primeira fase do projeto foi composta por uma pesquisa de caráter censitário, onde se identificou e pesquisou o maior número possível de empresas ativas e formalmente registradas, junto aos diferentes segmentos de atividade do setor. Mais especificamente, o alvo dessa fase da pesquisa foi o conjunto de empresas conhecidas e previamente cadastradas, que dispunham de CNPJ e CNAE relacionado à atividade gráfica, com funcionários registrados em carteira, e que, evidentemente, concordassem em responder o questionário de levantamento de informações, objetivo deste estudo.

Para tanto, foi elaborado um cadastro geral, a partir do cruzamento de inúmeras fontes públicas e privadas, composto preliminarmente por mais de 17.600 empresas, supostamente em atividade no setor. Após a conclusão do censo (fase 1 da pesquisa), esse número foi reduzido para 16.844 empresas, responsáveis pela operação de nada menos que 17.184 unidades gráficas. Esses resultados foram alcançados após a eliminação de empresas já fechadas, ou que deixaram de atuar no setor gráfico, ou que simplesmente não foram localizadas.

A mera atualização e validação desse cadastro, que relaciona os CNPJs e as CNAEs do setor gráfico, por si só indica quais são as empresas presentes nas estatísticas do governo (RAIS), ou seja, quase a totalidade delas, ressaltando-se que nos registros da RAIS, incluindo matrizes e filiais, aparecem 18.673 empresas com CNPJ, com pelo menos um funcionário registrado em carteira.

A seguir é apresentado um quadro comparativo entre o número de empresas pertencentes às estatísticas oficiais do governo (RAIS) e o montante de unidades gráficas efetivamente identificadas e validadas na primeira fase desta pesquisa, segundo o número de funcionários empregados:

PORTE POR FUNCIONÁRIOS	UNIVERSO (RAIS)	PART. %	CADASTRO (IEMI)	PART. %
De 1 a 4 funcionários	9.855	52,8%	9.062	52,7%
De 5 a 9 funcionários	3.930	21,0%	3.614	21,0%
De 10 a 19 funcionários	2.592	13,9%	2.385	13,9%
De 20 a 49 funcionários	1.419	7,6%	1.305	7,6%
De 50 a 99 funcionários	477	2,6%	439	2,6%
De 100 a 249 funcionários	260	1,4%	239	1,4%
De 250 a 499 funcionários	98	0,5%	98	0,6%
De 500 a 999 funcionários	34	0,2%	34	0,2%
Acima de 1.000 funcionários	8	0,0%	8	0,0%
<b>. Universo gráfico</b>	<b>18.673</b>	<b>100,0%</b>	<b>17.184</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: RAIS, 2007/IEMI, 2009.

Em virtude das limitações de tempo e dos recursos disponíveis para este estudo, as consultas por telefone, internet e fax foram os únicos meios utilizados para o desenvolvimento das entrevistas, ou para a verificação da existência e da atividade dessas empresas, no país.

Pelo telefone foi possível conversar pessoal e individualmente com 9.766 empresas, sendo que dessas, 8.278 se dispuseram a fornecer as informações solicitadas pelos entrevistadores do IEMI (conforme formulário estruturado para essa fase da pesquisa).

Outras 7.078 empresas não puderam ser encontradas pelos meios disponíveis, obrigando a equipe do IEMI a pesquisar no site da receita federal ([www.receita.gov.br](http://www.receita.gov.br)) e verificar cada empresa, para validar se as mesmas permaneciam ativas e se seus dados cadastrais (CNAE, CNPJ e endereço) coincidiam com os registros oficiais.

Esse enorme esforço de pesquisa, realizado sob a coordenação da ABIGRAF Nacional e o suporte técnico da consultoria Result, se justificou não só pelo ineditismo do trabalho como também pela necessidade em se obter parâmetros confiáveis para a construção de indicadores estatísticos de medição e acompanhamento do setor e, ainda, pela oportunidade de se criar um “*mailing*” suficientemente amplo e consistente, que pudesse ser utilizado como um “canal direto” de comunicação com as empresas do setor, fundamental para a difusão de políticas setoriais de fomento e para a troca de informações entre as entidades e suas representadas, visando à identificação e ao atendimento de demandas específicas das empresas de menor porte, atuantes nos diferentes segmentos da indústria gráfica e regiões do país.

#### 4. SOBRE O ESTUDO SETORIAL (FASE 2 DA PESQUISA)

O primeiro estudo setorial da indústria gráfica brasileira, cujos resultados encontram-se apresentados nos capítulos que se seguem a estas notas preliminares, foi elaborado com base em uma ampla pesquisa amostral, composta por entrevistas quantitativas de maior profundidade, junto a 1.200 empresas gráficas de todos os Estados do país. Essa amostra foi pré-selecionada segundo critérios estatísticos de representatividade, em que foram considerados aspectos como a sua localização geográfica, porte e segmento de atividade. Parâmetros esses, extraídos dos resultados preliminares obtidos junto aos levantamentos realizados durante a primeira fase desta pesquisa, aqui chamada de Censo Nacional.

A esse grupo de empresas foi aplicado um formulário extenso e detalhado, que visou à investigação de suas características econômicas, estrutura operacional, produtos e serviços oferecidos, dimensões das empresas, perfil comercial, dentre outras questões de grande relevância para o aprofundamento dos conhecimentos disponíveis sobre o setor gráfico no país e o seu acompanhamento futuro.

Na composição desse grupo de empresas, teve-se, ainda, a preocupação de privilegiar as empresas que tivessem na comercialização de serviços de impressão a sua principal atividade econômica.

A seguir, é apresentado um quadro comparativo da distribuição regional das empresas pesquisadas, com o universo de empresas registradas pela RAIS, nos Códigos de Atividade Econômica (CNAEs) relacionados ao setor.

. REGIÃO/ESTADO	COBERTURA DA RAIS	COBERTURA DA AMOSTRA
. Norte	3,0%	2,9%
Rondônia	0,6%	0,5%
Acre	0,1%	0,1%
Amazonas	0,7%	0,9%
Roraima	0,1%	0,2%
Pará	0,9%	0,8%
Amapá	0,1%	0,1%
Tocantins	0,4%	0,3%
. Nordeste	12,6%	11,7%
Maranhão	0,9%	0,5%
Piauí	0,6%	0,7%
Ceará	2,4%	2,3%
Rio Grande do Norte	1,0%	1,0%
Paraíba	1,0%	1,1%
Pernambuco	2,3%	2,2%
Alagoas	0,5%	0,4%
Sergipe	0,6%	0,3%
Bahia	3,4%	3,2%
. Sudeste	54,2%	53,4%
Minas Gerais	10,5%	13,6%
Espírito Santo	1,7%	3,5%
Rio de Janeiro	8,0%	7,2%
São Paulo	34,0%	29,2%
. Sul	22,9%	22,4%
Paraná	8,2%	7,5%
Santa Catarina	6,1%	7,9%
Rio Grande do Sul	8,6%	7,0%
. Centro-Oeste	7,3%	9,6%
Mato Grosso do Sul	1,3%	0,9%
Mato Grosso	1,2%	1,2%
Goiás	2,8%	3,3%
Distrito Federal	2,0%	4,3%
. Total Brasil	100,0%	100,0%

Fonte: RAIS, 2007/IEMI, 2009.

Para as projeções deste estudo utilizamos como universo de empresas do setor gráfico, as estatísticas oficiais do Ministério do Trabalho e Emprego.

Os dados coligidos nessa etapa da pesquisa foram criticados e tabulados por meio de sistemas informatizados, próprios para o tratamento de dados estatísticos quantitativos e qualitativos. As projeções dos resultados, análises e comentários foram elaboradas pelos consultores do IEMI, especializados no desenvolvimento de estudos setoriais e pesquisas de mercado.

Todos os resultados dessa etapa do estudo encontram-se compilados e analisados neste relatório, apresentados a seguir.

## PANORAMA GERAL - GRANDES NÚMEROS DO SETOR

Antes de se iniciarem as análises mais detalhadas do setor gráfico brasileiro, considera-se oportuna a apresentação de alguns dos seus principais indicadores, projetados com base nos resultados desta ampla pesquisa, os quais demonstram a indubitável relevância econômica e social desse importante setor da indústria nacional.



## 1. PRINCIPAIS INDICADORES SETORIAIS

Conforme dados da RAIS, o setor gráfico é formado por 20.295 empresas gráficas, formalmente constituídas, proporcionando quase 277 mil empregos diretos, ou 315 mil, quando considerado o total de pessoal ocupado (diretos e indiretos).

A operação dessas empresas, em 2008, absorveu cerca de 6,5 milhões de toneladas de papel, nas operações de fabricação de artefatos e serviços de impressão, proporcionando às suas empresas uma receita bruta com vendas da ordem de R\$ 23,1 bilhões. Desse montante, o equivalente a R\$ 1,6 bilhão foi investido no ano passado na modernização e/ou ampliação do seu parque produtivo, valor que representa o equivalente a 7% do faturamento total do setor, nesse mesmo ano.

INDICADORES 2008	RESULTADOS PROJETADOS PARA O SETOR
Unidades produtivas (31/12/2007)	20.295
Mão de obra direta	276.731
Pessoal ocupado (direto e indireto)	315.338
Consumo de papel	6,52 milhões de toneladas
Faturamento	R\$ 23,1 bilhões
Investimentos	R\$ 1,6 bilhão
Exportações	US\$ 258,8 milhões
Importações	US\$ 370,4 milhões

### 1.1. PERFIL DAS EMPRESAS

O setor é constituído em sua maioria por empresas de micro e pequeno portes, que representam 88% do número total de empresas atuantes e que foram responsáveis por 32% da mão de obra empregada e 21% do faturamento de 2008. No geral, o setor trabalha com uma média de 16 funcionários por empresa, operando unidades industriais com médias de 1.211 m<sup>2</sup> e 18 anos de fundação.

Cerca de 77% delas trabalham em um único turno de 8 horas/dia, 17% em dois turnos e 6% em 3 turnos, o que garante um nível de utilização da capacidade instalada de produção da ordem de 80%.

### 1.2. PARQUE DE MÁQUINAS

O setor mantém um grande e diversificado parque de máquinas, com idade média bastante baixa para os padrões brasileiros. É assim que o parque de impressão, com 71 mil máquinas, tem idade média em torno de cinco anos, enquanto o parque de acabamento e beneficiamento conta com mais 51 mil máquinas, com média de sete anos.

### 1.3. VENDAS

Os chamados clientes diretos responderam por 82% das receitas obtidas em 2008, com destaque para as empresas industriais (35%) e o comércio varejista (26%). A impressão de jornais, livros, revistas, apostilas e manuais foi a principal fonte das receitas, com 31% do total do faturamento de 2008.

## 2. IMPORTÂNCIA DO SETOR NA INDÚSTRIA DE TRANSFORMAÇÃO BRASILEIRA

Com base nos indicadores apresentados e em estimativas aproximadas para a indústria de transformação no Brasil, pode-se estimar que a participação da Indústria Gráfica se aproxime de 1,5% do faturamento total da indústria de transformação nacional. Essa participação é ainda mais significativa, quando se compara a mão de obra diretamente empregada pelo segmento, alcançando um percentual próximo a 2,8%.

RECEITA BRUTA 2008 (R\$ BI)	PESSOAL OCUPADO 2008 (MIL FUNCIONÁRIOS)		
Setor gráfico	23,1	Setor gráfico	276,7
Faturamento ind. transf. (1)	1.584,6	Emprego ind. transf. (1)	9.892,4
Participação %	1,5	Participação %	2,8

Fonte: IEMI/IBGE, 2009.

Nota: (1) Não inclui indústria extrativa mineral e construção civil. Dados estimados.

## REPRESENTATIVIDADE DA ABIGRAF NACIONAL

### 1. DADOS: ABIGRAF NACIONAL

Comparando os dados do setor gráfico com os dados da Abigraf, observamos diferenças, pois a Abigraf não representa as empresas que estão classificadas nas CNAEs - 17338 Fabricação de chapas e de embalagens de papelão ondulado e 58221 - Edição integrada à impressão de jornais, pois essas empresas estão associadas a entidades específicas.

. INDICADORES 2008	DADOS: ABIGRAF NACIONAL
Unidades produtivas (2007)	18.415
Mão de obra direta	209.675
Pessoal ocupado (direto e indireto)	235.133
Faturamento	R\$ 21,5 bilhões
Exportações	US\$ 255,6 milhões
Importações	US\$ 369,8 milhões

Fonte: Decon / Abigraf, 2008.

## PERFIL E DIMENSÕES DO SETOR - INDÚSTRIA E MÃO DE OBRA

### 1. EMPRESAS EM ATIVIDADE

O parque gráfico nacional conta com um número bastante expressivo de unidades produtivas em atividade e que, embora tenha sofrido uma pequena redução em 2008, após a revisão realizada por causa deste estudo, continua a ser um dos mais importantes setores industriais brasileiros, não só pela quantidade de empresas, mas também, pelo volume de mão de obra empregada e receitas geradas pela atividade.

#### 1.1. MATRIZ E FILIAIS

Devido às poucas barreiras de entrada, este é um setor extremamente pulverizado, com uma grande quantidade de micro e pequenas empresas (17.999 empresas), operando quase invariavelmente, apenas uma unidade produtiva, concorrendo no mercado com as médias e grandes empresas. Neste último grupo, apenas uma parcela menor opera mais de uma unidade produtiva, o que resulta em uma média geral para o setor de 1,02 unidade fabril por empresa.

. DESCRIÇÃO	UNIVERSO ESTIMADO
Número de unidades fabris (1) (2)	20.295
Média de unidades fabris por empresa	1,02
Número de empresas	19.897

Fonte: RAIS, 2007 IEMI, 2009.

Nota: (1) Foram consideradas as empresas com zero funcionário.  
(2) Dados de 31/12/2007.

#### 1.2. IDADE DAS EMPRESAS (MÉDIA)

Tomando-se por base o ano de fundação das empresas, a idade média de existência (atividade) das empresas é relativamente alta neste setor, por volta de 18 anos; o que reflete a longa tradição dessa indústria no Brasil. Ainda assim, 32% das empresas em atividade no segmento, possuem menos de 10 anos de operação.

. FAIXA DE IDADE	PARTICIPAÇÃO (%)	IDADE MÉDIA
Até 5 anos	11,1%	3,6
De 6 a 10 anos	21,0%	8,2
De 11 a 20 anos	34,4%	14,8
De 21 a 30 anos	17,0%	25,0
De 31 a 50 anos	13,9%	37,4
Acima de 50 anos	2,6%	62,8
. Total	100,00%	18,3

Fonte: IEMI, 2009.

### 1.3. ÁREA CONSTRUÍDA

Com relação às dimensões das instalações fabris, 58% das empresas possuem área construída igual ou inferior a 500 metros quadrados. Ainda assim, nessa faixa, a maior parcela (35%) conta com espaços ainda menores, entre 51 e 100 m<sup>2</sup>. Entre 501 e 1000 m<sup>2</sup> encontram-se 23% das empresas, enquanto 15% possuem áreas de 1.001 a 5.000 metros quadrados. Restando menos de 4% das empresas com áreas superiores a 5.000 m<sup>2</sup>.

ÁREA (EM M <sup>2</sup> )	PARTICIPAÇÃO (%)	TAMANHO MÉDIO
Até 50	13,2%	38,8
De 51 a 100	35,1%	84,2
De 101 a 500	9,5%	261,6
De 501 a 1.000	23,3%	765,0
De 1.001 a 5.000	15,2%	2.211,3
De 5.001 a 20.000	2,9%	9.085,7
Acima de 20.000	0,9%	43.755,6
. Total	100,0%	1.211,3

Fonte: IEMI, 2009.

### 1.4. TIPO DE SEDE

A maioria das empresas possui sede própria (53,6%), enquanto 46,4% trabalham em construções alugadas, não havendo grande diferença nessas proporções quando se examina esse parâmetro por região. O que se nota é que, à medida que cresce o porte das empresas, a proporção das que operam em sedes próprias também aumenta.

#### 1.4.1. Por região

REGIÃO	PRÓPRIA	ALUGADA	TOTAL
Norte	64,3%	35,7%	100,0%
Nordeste	60,2%	39,8%	100,0%
Sudeste	50,1%	49,9%	100,0%
Sul	57,0%	43,0%	100,0%
Centro-Oeste	56,7%	43,3%	100,0%
. Total Brasil	53,6%	46,4%	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

#### 1.4.2. Por porte

PORTE POR FUNCIONÁRIOS	PRÓPRIA	ALUGADA	TOTAL
De 1 a 4	47,2%	52,8%	100,0%
De 5 a 9	51,7%	48,3%	100,0%
De 10 a 19	54,3%	45,7%	100,0%
De 20 a 49	61,2%	38,8%	100,0%
De 50 a 99	61,3%	38,7%	100,0%
De 100 a 249	73,9%	26,1%	100,0%
De 250 a 499	79,6%	20,4%	100,0%
De 500 a 999	76,5%	23,5%	100,0%
Acima de 1.000	100,0%	0,0%	100,0%
. Total	53,6%	46,4%	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

### 1.5. EVOLUÇÃO DO NÚMERO DE UNIDADES PRODUTIVAS

Em 2007, houve crescimento de 3,0% no número de unidades produtivas em atividade no setor gráfico brasileiro, segundo os dados registrados pela RAIS.

PERÍODO	EMPRESAS (1)	EVOLUÇÃO
2005	18.964	100,0%
2006	19.712	103,9%
2007(2)	20.295	107,0%

Fonte: RAIS, 2007 IEMI, 2009.

Nota: (1) Foram consideradas as empresas com zero funcionário.

(2) Dados de 31/12/2007.

## 1.6. UNIDADES INSTALADAS

Quase 57% das unidades produtivas possuem entre zero e quatro funcionários. Outras 19% têm entre cinco e nove empregados. Entre dez e 19 empregados, são 13% das unidades. Isso significa que apenas 11% das unidades gráficas em operação no setor, empregam mais de 19 funcionários (mão de obra diretamente empregada e formalmente registrada). Segundo esse levantamento, somente oito unidades produtivas empregam diretamente mais de 1.000 funcionários.

### 1.6.1. Por porte

As micro e pequenas empresas, consideradas aquelas que têm entre zero e 19 funcionários, representam 88,7% do contingente empresarial gráfico e por 32,2% dos empregos gerados pelo setor. Por ser o grupo de empresas preponderantes no parque gráfico, sua evolução no período estudado (de 2005 a 2007) segue a mesma tendência de crescimento (6,6%) verificada no número total de empresas gráficas ativas.

. PORTE POR FUNCIONÁRIOS (1)	2005	2006	2007(2)
Com zero funcionário	1.402	1.504	1.622
De 1 a 4 funcionários	9.448	9.668	9.855
De 5 a 9 funcionários	3.666	3.813	3.930
De 10 a 19 funcionários	2.371	2.491	2.592
De 20 a 49 funcionários	1.285	1.386	1.419
De 50 a 99 funcionários	423	472	477
De 100 a 249 funcionários	237	247	260
De 250 a 499 funcionários	96	93	98
De 500 a 999 funcionários	27	29	34
Acima de 1.000 funcionários	9	9	8
. Total Brasil (1)	18.964	19.712	20.295

Fonte: RAIS, 2007 IEMI, 2009.

Nota: (1) Foram consideradas as empresas com zero funcionário.

(2) Dados de 31/12/2007.

### 1.6.2. Por região

Onde houver demanda por produtos gráficos, lá se instalará uma empresa gráfica. Com baixas barreiras à entrada no mercado, as indústrias gráficas têm como uma de suas principais características a endemia, ou seja, a possibilidade de surgir por via de pequenos empreendedores, com foco no atendimento de uma demanda regionalizada. Poucas são as empresas de atuação nacional.

Na Região Sudeste se concentra o maior número de unidades produtivas (53,8%), seguida da Região Sul, com 23,3%, Região Nordeste, com 12,5%, Centro-Oeste, com 7,4%, e Norte, com 3,0% das unidades instaladas no setor.

. REGIÃO (1)	2005	2006	2007(2)
Norte	570	565	606
Nordeste	2.339	2.396	2.547
Sudeste	10.327	10.682	10.921
Sul	4.330	4.614	4.722
Centro-Oeste	1.398	1.455	1.499
. Total Brasil	18.964	19.712	20.295

Fonte: RAIS, 2007 IEMI, 2009.

Nota: (1) Foram consideradas as empresas com zero funcionário.

(2) Dados de 31/12/2007.

### 1.6.3. Por segmentos e tipos de produtos (2008)

Geralmente, as empresas gráficas atuam em diferentes áreas de impressão, na média em pelo menos quatro áreas entre as especificadas abaixo. Muitas empresas atuam em quase todos os segmentos. Ter um perfil generalista é outra característica marcante das empresas do setor, conforme se verifica na tabela a seguir, podendo-se observar que o maior número de empresas atua na fabricação de impressos promocionais e comerciais, seguidas pela impressão de rótulos e etiquetas e impressos fiscais. Cerca de 8% das empresas atuam na fabricação de embalagens impressas, enquanto 12% restringem-se a prestar serviços de acabamento gráfico às outras gráficas.

. SEGMENTO (1)	EMPRESAS (2)	PARTICIPAÇÃO (%)
Pré-impressão	2.551	12,6%
Impressão	15.334	75,5%
Acabamento	2.410	11,9%
. Total	20.295	100,0%

Fonte: RAIS, 2007 IEMI, 2009.

Nota: (1) Foram consideradas as empresas com zero funcionário.

(2) Dados de 31/12/2007.

#### 1.6.3.1 Por tipos de produtos

. PRODUTOS (1)	EMPRESAS (2)	FREQÜÊNCIA (%)
. Impressos	13.638	67,2%
Fabricação de impressos promocionais	10.897	53,7%
Fabricação de impressos comerciais	7.058	34,8%
Fabricação de impressos fiscais	6.113	30,1%
Impressão de livros/revistas/apostilas/manuais	5.611	27,6%
Impressão de rótulos/etiquetas	3.278	16,2%
Impressão de jornais	3.263	16,1%
Fabricação de cartões impressos	2.776	13,7%
Fabricação de cadernos/blocos/agendas	2.584	12,7%
Fabricação de envelopes impressos	1.875	9,2%
Formulários	1.299	6,4%
Impressão de mídia exterior	915	4,5%
Fabricação de sacolas	768	3,8%
Impressão de dados variáveis	546	2,7%
Fabricação de impressos de segurança(3)	310	1,5%
. Embalagens impressas	1.696	8,4%
. Serviços de acabamentos gráficos	2.410	11,9%
. Serviços de pré-impressão	2.551	12,6%
. Total	20.295	100,0%

Fonte: RAIS, 2007 IEMI, 2009.

Nota: (1) Foram consideradas as empresas com zero funcionário.

(2) Dados de 31/12/2007. (3) São impressões que têm a função de dificultar a falsificação ou a alteração das informações, seja pelas características especiais do papel, da tinta, seja de elementos do desenho. Exemplos: passe de metrô e ingresso de show.

### 1.7. CLASSIFICAÇÃO DAS GRÁFICAS

Em termos de classificação segundo sua principal área de atuação, verificamos que 98,2% das empresas podem ser consideradas gráficas comerciais, outras 0,7% como religiosa, 0,6% como sindical e 0,5% pública ou oficial.

. TIPO DE GRÁFICA (1)	EMPRESAS (2)	PARTICIPAÇÃO (%)
Gráfica comercial	19.930	98,2%
Gráfica religiosa	142	0,7%
Gráfica sindical	122	0,6%
Gráfica pública/oficial	101	0,5%
. Total	20.295	100,00%

Nota: (1) Foram consideradas as empresas com zero funcionário.

(2) Dados de 31/12/2007.

## 2. MÃO DE OBRA

### 2.1. MÃO DE OBRA EMPREGADA

No período analisado, de 2006 a 2008, o volume de emprego formal na indústria gráfica brasileira, avançou 7,4% (mão de obra direta). Ressalte-se, porém, que, no grupo de empresas considerado como de micro e pequenas (de um a 19 funcionários), esse crescimento foi de 12%.

Analisando-se a evolução do emprego por faixa de porte das empresas, verifica-se que, na faixa de um a quatro empregados, ocorreu a maior elevação de contratações no período (+35,4%), a uma taxa cinco vezes maior que a média do setor, como um todo. Certamente, essa diferença reflete os efeitos das políticas de incentivos às pequenas empresas, em especial a lei de enquadramento no SIMPLES, que desonera sobremaneira os encargos sociais da folha de pagamentos das pequenas empresas. O segundo grupo com maior taxa de avanço no emprego foi o das empresas situadas na faixa entre 500 e 999 funcionários (+18%). Os demais grupos apresentam variações entre 2,5% e 6,9% positivos, com exceção do grupo de mais de 1.000 empregados, que acabou por reduzir seu pessoal empregado em torno de 10,3%.

Essa mesma variável, em termos de região geográfica, se verifica na tabela abaixo, onde na Região Norte houve um maior aumento nos empregos formais (+14,9%), seguido pela Região Nordeste, com +11,6%, a Região Sul, com +9,5%, e a Região Sudeste, com +6,3%. Na Região Centro-Oeste, houve uma queda no número de empregos diretos da ordem de -0,6%.

#### 2.1.1. Por porte

. PORTE POR FUNCIONÁRIOS	2006	2007	2008
De 1 a 4	20.625	20.914	27.916
De 5 a 9	25.230	25.941	26.186
De 10 a 19	33.785	35.003	35.125
De 20 a 49	41.736	42.808	43.603
De 50 a 99	32.486	33.259	33.301
De 100 a 249	39.158	41.161	41.856
De 250 a 499	31.347	33.076	33.303
De 500 a 999	19.469	23.268	22.983
Acima de 1.000	13.883	11.810	12.458
. Total de funcionários	257.719	267.240	276.731

Fonte: IEMI, 2009/RAIS, 2007/CAGED, 2009.

#### 2.1.2. Por região

. REGIÃO	2006	2007	2008
Norte	5.859	6.492	6.730
Nordeste	24.292	25.788	27.108
Sudeste	157.154	161.200	167.097
Sul	57.187	60.827	62.638
Centro-Oeste	13.227	12.933	13.158
. Total de funcionários	257.719	267.240	276.731

Fonte: IEMI, 2009/RAIS, 2007/CAGED, 2009.

### 2.2. EVOLUÇÃO DA MÃO DE OBRA

ANO	MÃO DE OBRA (DIRETA)	EVOLUÇÃO
2006	257.719	100,00%
2007	267.240	103,7%
2008	276.731	107,4%

Fonte: IEMI, 2009/RAIS, 2007/CAGED, 2009.

### 2.3. ESTRUTURA TRABALHISTA

Assim como em diversos outros setores industriais, a rotatividade de pessoal na indústria gráfica é bastante alta, chegando a uma taxa de 37,9%, considerado o período de janeiro a dezembro de 2008. Para se ter uma idéia, nesse período, para um total de 106 mil contratações, houve 97 mil demissões.

Na Região Norte foi onde se verificou a mais alta taxa de rotatividade dentro do setor (46,1%), seguida pela Região Sul, com 45,2%, a Região Centro-Oeste, com 42%, e a Sudeste, com 35,4%. A menor taxa (32,6%) ficou com a Região Nordeste.

. ESTRUTURA TRABALHISTA	2006	2007	2008
Mão de obra direta	257.719	267.240	276.731
Contratações	95.895	93.130	106.111
Dispensas	85.475	84.122	96.620
. Taxa rotatividade	36,6%	34,4%	37,9%

Fonte: IEMI, 2009.

. TAXA DE ROTATIVIDADE	2006	2007	2008
Norte	36,5%	42,5%	46,1%
Nordeste	30,6%	27,6%	32,6%
Sudeste	34,1%	32,3%	35,4%
Sul	44,3%	42,3%	45,2%
Centro-Oeste	42,6%	34,4%	42,0%
. Total Brasil	36,6%	34,4%	37,9%

Fonte: IEMI, 2009.

### 2.4. NÚMERO DE TURNOS TRABALHADOS

Mais de 2/3 das empresas (76,9%), dentre as quais se enquadra a maioria das micro e pequenas, operam em um único turno de trabalho, com cerca de 8 horas por dia. Outros 17,1% operam com dois turnos de trabalho, enquanto apenas 6% das empresas funcionaram em 2008 em três turnos. Naturalmente, o número de turnos de trabalho cresce à medida que aumenta o porte das empresas.

. Nº DE TURNOS (DE 8 HORAS)	2006	2007	2008
1 turno	78,8%	78,3%	76,9%
2 turnos	15,6%	16,0%	17,1%
3 turnos	5,6%	5,7%	6,0%
. Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

### 2.5. MÉDIA DE TURNOS TRABALHADOS POR PORTE

. PORTE POR FUNCIONÁRIOS	2006	2007	2008
De 1 a 4	1,0	1,0	1,0
De 5 a 9	1,0	1,0	1,0
De 10 a 19	1,1	1,1	1,1
De 20 a 49	1,3	1,3	1,3
De 50 a 99	1,6	1,7	1,7
De 100 a 249	2,0	2,0	2,0
De 250 a 499	2,2	2,2	2,2
De 500 a 999	2,6	2,6	2,7
Acima de 1.000	2,5	2,5	2,5
. Total	1,3	1,3	1,3

Fonte: IEMI, 2009.

## 2.6. PESSOAL OCUPADO (2008)

As indústrias gráficas empregam diretamente 276 mil funcionários registrados (formais). Todavia, quando considerado todo o pessoal ocupado pelo setor (registrados, não registrados, terceirizados, autônomos etc.), o número total de postos de trabalho oferecidos pelo setor supera a casa dos 315 mil, como observado em 2008. É interessante notar ainda que as micro e pequenas empresas (de um a 19 funcionários) apresentam um acréscimo de 23,5% entre o pessoal ocupado e os empregos diretos, enquanto no total do setor esse aumento é de 14%. Na tabela a seguir, quantifica-se o número de pessoas ocupadas pelo porte das empresas.

. PORTE	MÃO DE OBRA DIRETA	PESSOAL OCUPADO
De 1 a 4	27.916	39.222
De 5 a 9	26.186	31.849
De 10 a 19	35.125	39.166
De 20 a 49	43.603	47.415
De 50 a 99	33.301	36.166
De 100 a 249	41.856	45.479
De 250 a 499	33.303	37.439
De 500 a 999	22.983	24.272
Acima de 1.000	12.458	14.329
. Total	276.731	315.338

Fonte: IEMI, 2009.

## ESTRUTURA PRODUTIVA E OPERACIONAL

### 1. ESTRUTURA PRODUTIVA

Neste capítulo é analisada a estrutura produtiva e operacional do setor gráfico, partindo-se do nível de utilização da capacidade instalada, parque de máquinas, sistemas de qualidade e certificação e consumo de papel.

#### 1.1. NÍVEL DE UTILIZAÇÃO DA CAPACIDADE INSTALADA

Apesar dos elevados investimentos realizados em 2008, a utilização da capacidade instalada chegou a 80%, o que pode ser considerado um bom nível, equivalente ao de outros setores industriais do país. Esse índice demonstra ainda que o setor deverá manter o ritmo de investimentos nos próximos anos, a fim de acompanhar a demanda existente e que ela não seja reprimida pela crise mundial instalada no final de 2008.

. REGIÃO	2006	2007	2008
Norte	63,5%	63,6%	70,4%
Nordeste	77,2%	75,6%	77,4%
Sudeste	76,6%	77,1%	79,3%
Sul	74,0%	78,5%	82,5%
Centro-Oeste	67,8%	68,9%	70,4%
. Total Brasil	75,1%	77,0%	79,9%

Fonte: IEMI, 2009.

#### 1.2. PARQUE DE MÁQUINAS

O parque gráfico brasileiro dispõe de 71 mil máquinas de impressão, com uma média próxima a quatro impressoras por unidade produtiva. Conta ainda com 92 mil máquinas e equipamentos de acabamento e beneficiamento de produtos gráficos, totalizando mais de 163 mil máquinas instaladas na produção.

Nos últimos três anos foram adquiridas 21 mil novas máquinas de impressão, o que equivale a quase 30% do parque instalado, explicando a baixa idade média dos equipamentos em operação nas empresas, nas quais 36% do parque de máquinas contam com menos de cinco anos de uso.

Nesse mesmo período, outras 27 mil máquinas e equipamentos de acabamento foram adquiridos, perfazendo uma compra total pelas empresas do setor, estimada em mais de 38 mil equipamentos de produção.

O parque de máquinas de acabamento apresenta uma taxa de renovação semelhante à observada nas impressoras, registrando um número igualmente elevado de equipamentos com menos de cinco anos de uso (36,5%).



EQUIPAMENTOS DE IMPRESSÃO						
. TIPO	2008	ATÉ 2	DE 3 A 5	DE 6 A 10	ACIMA DE 10	TOTAL
Off-set plana	34.701	10,3%	16,5%	29,9%	43,3%	100,0%
Off-set rotativa	3.141	7,5%	19,0%	24,8%	48,8%	100,0%
Flexográfica	6.244	17,4%	37,6%	27,6%	17,4%	100,0%
Serigráfica plana	2.518	10,4%	30,2%	45,6%	13,9%	100,0%
Serigráfica de bobina	564	41,7%	8,3%	16,7%	33,3%	100,0%
Rotogravura	232	15,8%	0,0%	42,1%	42,1%	100,0%
Tipográfica	10.646	0,3%	6,0%	15,6%	78,1%	100,0%
Tampográfica	45	16,7%	66,7%	0,0%	16,7%	100,0%
Hot stamping (bobina)	564	23,0%	35,1%	24,3%	17,6%	100,0%
Hot stamping (plana)	1.241	7,5%	32,5%	22,5%	37,5%	100,0%
Letterpress (rotativa)	93	7,7%	46,2%	23,1%	23,1%	100,0%
Letterpress (plana)	15	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Termotransferência	506	24,3%	64,9%	10,8%	0,0%	100,0%
Impressão digital	8.119	51,6%	36,5%	10,6%	1,2%	100,0%
Plotagem para sinalização	849	52,2%	30,4%	15,2%	2,2%	100,0%
Conversão de embalagem	236	19,0%	19,0%	0,0%	61,9%	100,0%
Outras	1.499	30,7%	25,0%	17,0%	27,4%	100,0%
. Total	71.214	15,4%	20,8%	24,7%	39,1%	100,0%
Editorial	31.621	11,8%	26,0%	36,6%	25,6%	100,0%
Promocional	46.785	12,6%	23,2%	32,5%	31,7%	100,0%
Embalagem	13.523	10,9%	24,5%	30,9%	33,7%	100,0%
. Total acabamento	91.928	12,1%	24,4%	33,7%	29,9%	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

### 1.3. EQUIPAMENTOS NOVOS ADQUIRIDOS NOS ÚLTIMOS TRÊS ANOS

. TIPO DE EQUIPAMENTO	2006	2007	2008
Pré-impressão	492	497	1.154
Impressão off-set plana	2.010	2.194	3.442
Impressão off-set rotativa	530	341	933
Metalgrafia	4	0	6
Impressão flexográfica banda larga	185	358	771
Impressão flexográfica banda estreita	533	642	1.127
Impressão serigráfica	263	307	953
Impressão em rotogravura	0	0	25
Impressão digital colorida	667	512	2.265
Impressão digital branco e preta	338	115	307
Plotagem para sinalização	16	20	288
Outros tipos de impressão	150	419	1.019
Conversão de embalagens	0	6	26
Acabamento	7.667	8.178	11.437
. Total de máquinas	12.856	13.591	23.754

Fonte: IEMI, 2009.

#### 1.4. PROCESSOS DE PRÉ-IMPRESSÃO E ACABAMENTO

Aproximadamente 28% da produção das indústrias gráficas têm seu processo de pré-imprensa realizado por elas próprias.

. PRÉ-IMPRESSÃO INTERNA	PARTICIPAÇÃO NA PRODUÇÃO	EVOLUÇÃO
2006	28,5%	100,0%
2007	28,4%	99,6%
2008	28,3%	99,5%

Fonte: IEMI, 2009.

De todo o material impresso que sai das indústrias gráficas, 62% recebem acabamento.

. ACABAMENTO	PARTICIPAÇÃO NA PRODUÇÃO	EVOLUÇÃO
2006	61,5%	100,0%
2007	62,2%	101,1%
2008	62,4%	101,4%

Fonte: IEMI, 2009.

#### 1.5. TERCEIRIZAÇÃO DOS PROCESSOS DE ACABAMENTO E BENEFICIAMENTO

Há hoje uma gama tão vasta de recursos técnicos à disposição das empresas gráficas no que se refere aos processos de acabamento e beneficiamento de impressos que um grupo crescente de empresas do setor tem se especializado em prestar esse tipo de serviço a terceiros (3,6% das indústrias gráficas atuam estritamente na prestação de serviços de acabamento e beneficiamento dos produtos impressos).

O uso desses novos recursos, por meio da terceirização dos processos de acabamento e beneficiamento, ainda é, porém, uma prática restrita à maioria das indústrias gráficas. Na média geral, apenas 1,9% das empresas do setor terceiriza parte dos processos de acabamento que utiliza, enquanto 4,6% delas terceirizam parte dos processos de beneficiamento. Esses índices são bem mais representativos, na Região Sudeste. Nas empresas menores é maior a taxa de terceirização dos processos de acabamento, mas as taxas de terceirização dos processos de beneficiamento seguem a média do setor.

##### 1.5.1. Por porte

. PORTE POR FUNCIONÁRIO	ACABAMENTO	BENEFICIAMENTO
De 1 a 4	4,6%	4,6%
De 5 a 9	3,3%	3,5%
De 10 a 19	5,5%	5,3%
De 20 a 49	2,8%	2,4%
De 50 a 99	3,0%	4,8%
De 100 a 249	9,8%	6,1%
De 250 a 499	2,0%	3,5%
De 500 a 999	0,0%	7,3%
Acima de 1.000	0,0%	0,0%
. Total	1,9%	4,6%

Fonte: IEMI, 2009.

##### 1.5.2. Por região

. REGIÃO	ACABAMENTO	BENEFICIAMENTO
Norte	0,4%	0,8%
Nordeste	1,0%	1,0%
Sudeste	2,9%	8,4%
Sul	0,7%	0,4%
Centro-Oeste	1,8%	2,2%
. Total	1,9%	4,6%

Fonte: IEMI, 2009.

## 1.6. SISTEMA DE QUALIDADE OU CERTIFICAÇÃO ISO

Os projetos ligados a Sistemas de Qualidade, como os certificados pelas normas da ISO, deverão ter seu processo de implantação acelerado dentro do setor, nos próximos anos. Se até o final de 2008, dentro do grupo pesquisado, apenas 7,2% das empresas eram certificadas, até o final de 2014 esse número deverá dobrar, com a certificação de empresas que se encontram em fase de implantação desses sistemas.

. SISTEMA ISO	PARTICIPAÇÃO
Não possui e não há previsão para obtenção	83,1%
Não tem, mas pretende obter até 2014	7,4%
Possui ISO 9000 e 14000	5,8%
Possui somente ISO 9000	1,4%
Possui outro sistema de certificação (ver quadro a seguir)	1,7%
Não informaram	0,7%
. Total	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

Quando as empresas mencionam possuir outros sistemas de certificação, foram citados os seguintes sistemas:

. OUTROS PROCESSOS	PARTICIPAÇÃO
Qualidade (Sebrae)	40,0%
5 S - House Keeping	20,0%
GMP - Good Manufacturing Practices	20,0%
PRODFOR - Programa Integrado de Desenvolvimento de Fornecedores	10,0%
Cadeia de Custódia (qualidade e rastreamento de matéria-prima)	5,0%
VCP - Olho na qualidade	5,0%
. Total	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

## 2. EVOLUÇÃO DO CONSUMO DE PAPEL CONVERTIDO (PAPEL TRANSFORMADO)

A indústria gráfica brasileira converteu nada menos que 6,5 milhões de toneladas de papel, no ano de 2008; um volume 4,8% superior ao registrado no ano de 2007 e 8,8% ao volume convertido em 2006. Esse montante equivale a mais de 70% de todo o papel disponível no mercado brasileiro, segundo os dados publicados pela Bracelpa, para 2007.

Considerando-se que o faturamento total estimado neste estudo para o Setor Gráfico Nacional, foi de R\$ 23,1 bilhões, em 2008, e que o volume de papel convertido nesse mesmo ano pelas empresas do segmento foi de 6,5 milhões de toneladas, podemos estimar que a receita média de venda, gerada pelas gráficas brasileiras, ficou na casa dos R\$ 3,55 por quilo de papel. Entretanto, se desconsiderarmos os volumes e as receitas referentes à impressão de periódicos em papel jornal e embalagens de papelão, essa média sobe para R\$ 5,24 por quilo de papel convertido.

ANO	CONSUMO PAPEL (TONELADA)	EVOLUÇÃO
2006	5.994.191	100,0%
2007	6.223.991	103,8%
2008	6.520.224	108,8%

Fonte: IEMI, 2009.

## 2.1. PAPEL CONVERTIDO (PAPEL TRANSFORMADO)

### 2.1.1. Por porte (em toneladas)

O grupo de indústrias inseridas na faixa de 500 a 999 empregados é o que mais se destaca pelo volume de papel consumido, alcançando uma participação próxima a 39% do total, em 2008. É justamente nesse grupo que ocorre a maior incidência de gráficas rotativas, dedicadas principalmente à impressão de jornais e revistas, e produtores de embalagens impressas em papelão.

Embora quase 89% das unidades gráficas se encontrem dentro do grupo de empresas com menos de 20 funcionários empregados, a participação dessas empresas sobre o montante de papel convertido (transformado) pelo setor não chega a 11% do volume total.

. PORTE POR FUNCIONÁRIOS	2006	2007	2008
De 1 a 4	142.169	146.281	175.639
De 5 a 9	141.275	145.328	168.876
De 10 a 19	323.988	328.058	353.842
De 20 a 49	532.965	557.579	588.853
De 50 a 99	519.840	549.187	625.603
De 100 a 249	584.235	596.856	678.956
De 250 a 499	647.222	664.737	711.871
De 500 a 999	2.335.151	2.457.401	2.525.301
Acima de 1.000	767.345	778.563	691.284
. Total do consumo	5.994.191	6.223.991	6.520.224

Fonte: IEMI, 2009.

### 2.1.2. Por região (em toneladas)

Quando distribuído o consumo de papel por região, novamente o maior destaque fica com a Região Sudeste, com uma participação de 71% sobre o total consumido no país; participação superior à obtida pela região, no montante de empresas em atividade no setor (58%).

. REGIÃO	2006	2007	2008
Norte	81.914	94.659	94.186
Nordeste	306.555	321.240	344.487
Sudeste	4.234.117	4.410.224	4.631.160
Sul	1.187.843	1.207.079	1.235.761
Centro-Oeste	183.762	190.789	214.631
. Total Brasil	5.994.191	6.223.991	6.520.224

Fonte: IEMI, 2009.

. REGIÃO	2006	2007	2008
Norte	1,4%	1,5%	1,4%
Nordeste	5,1%	5,2%	5,3%
Sudeste	70,6%	70,9%	71,0%
Sul	19,8%	19,4%	19,0%
Centro-Oeste	3,1%	3,1%	3,3%
. Total Brasil	100,00%	100,00%	100,00%

Fonte: IEMI, 2009.

### 2.1.3. Por processo de impressão (em %)

. PROCESSOS DE PRODUÇÃO	2006	2007	2008
Impressão off-set plana	37,7%	38,0%	38,8%
Impressão off-set rotativa	32,5%	31,9%	31,4%
Impressão flexográfica banda larga	19,0%	19,2%	18,9%
Impressão flexográfica banda estreita	3,8%	3,8%	4,0%
Conversão de embalagens	2,0%	1,9%	1,7%
Impressão serigráfica	1,8%	1,9%	1,7%
Outros processos de impressão	1,6%	1,6%	1,4%
Impressão digital colorida	0,8%	0,9%	1,4%
Impressão digital branco e preto	0,3%	0,4%	0,5%
Plotagem para sinalização	0,3%	0,3%	0,2%
Impressão em rotogravura	0,1%	0,2%	0,1%
. Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

### 2.2. SEGMENTAÇÃO DO CONSUMO POR TIPO DE PAPEL (EM %)

Apesar de o papelão e o micro-ondulado representarem a maior participação relativa dentre os diferentes tipos de papel consumido, isso decorre em razão da desproporção de seu peso (gramatura por m<sup>2</sup>) em relação aos outros tipos de papel. Afora esses dois produtos, o papel off-set é o principal insumo do setor, respondendo por nada menos que 16,3% do volume total consumido em 2008. Porém, o maior crescimento relativo do período estudado foi o de papel-cartão, com crescimento de 15,5%.

. TIPO DE PAPEL	2006	2007	2008
Off-set	16,4%	16,2%	16,3%
Couché	7,1%	6,8%	7,0%
Outros papéis	5,8%	5,6%	5,9%
Papel jornal	9,0%	8,8%	8,6%
Cartão	7,6%	7,7%	8,0%
Micro-ondulado	17,7%	18,4%	18,4%
Papelão	32,4%	32,2%	31,4%
Autoadesivo	1,9%	1,8%	1,8%
Substratos	2,3%	2,4%	2,6%
. Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

#### 2.2.1. Evolução do consumo por tipo de papel (em %)

. TIPO DE PAPEL	2006	2007	2008
Off-set	100,0%	102,6%	107,8%
Couché	100,0%	100,1%	108,3%
Outros papéis	100,0%	100,8%	109,8%
Papel jornal	100,0%	101,7%	104,7%
Cartão	100,0%	106,4%	115,5%
Micro-ondulado	100,0%	108,1%	113,5%
Papelão	100,0%	103,3%	105,4%
Autoadesivo	100,0%	103,1%	105,6%
Substratos	100,0%	107,3%	122,4%
. Total	100,0%	103,8%	108,8%

Fonte: IEMI, 2009.

### 3. INVESTIMENTOS

Por este estudo foi possível constatar que a indústria gráfica vem apresentando fortes aportes em sua modernização e capacitação. Em 2008, um valor próximo a R\$ 1,6 bilhão foi aplicado em novas máquinas e equipamentos, em recursos humanos e em instalações, o que representou nada menos que 6,8% do faturamento total estimado para o setor no ano.

No período examinado (de 2006 a 2008), os investimentos promovidos pelas indústrias do setor cresceram 2,6 vezes, estimulados fortemente pela expansão da demanda interna, puxada pelo aquecimento observado na economia brasileira durante os dois últimos anos; interrompido com a chegada da crise internacional, no último trimestre de 2008.

Do volume de recursos investidos em 2008, mais de 88% foram destinados à aquisição de máquinas e equipamentos.

Examinando-se a evolução dos investimentos por região, verifica-se que os montantes aplicados nos Estados da Região Norte foram 8,8 vezes maiores em 2008, do que os valores registrados em 2006. Na Região Nordeste, o crescimento foi de 4,2 vezes, na Região Centro-Oeste de 3,6 vezes, na Sudeste 3,1 vezes, ficando a Região Sul com a menor taxa de crescimento nesse indicador, com 2,0 vezes.

Com relação aos investimentos segundo o porte das empresas, verifica-se que os grupos de indústrias menores apresentam taxas de investimentos superiores às taxas das empresas maiores.

#### 3.1 VALOR DOS INVESTIMENTOS REALIZADOS

ANO	INVESTIMENTO (R\$ 1.000)	EVOLUÇÃO
2006	592.078	100,0%
2007	991.803	167,5%
2008	1.566.425	264,6%

Fonte: IEMI, 2009.

#### 3.2. EVOLUÇÃO DOS INVESTIMENTOS POR DESTINO DOS RECURSOS

. DESTINO DOS INVESTIMENTOS (EM R\$ 1.000)	2006	2007	2008
Investimentos em máquinas e equipamentos	475.254	792.256	1.383.874
Investimentos em recursos humanos	30.153	39.461	63.823
Outros investimentos	86.671	160.085	118.729
. Total dos investimentos	592.078	991.803	1.566.425

Fonte: IEMI, 2009.

#### 3.3. INVESTIMENTOS POR REGIÃO (EM R\$ 1.000)

. REGIÃO	2006	2007	2008
Norte	8.088	16.172	71.498
Nordeste	36.785	79.232	153.458
Sudeste	307.851	581.481	814.810
Sul	215.955	253.663	441.345
Centro-Oeste	23.399	61.255	85.315
. Brasil	592.078	991.803	1.566.425

Fonte: IEMI, 2009.

### 3.4. TAXA DE INVESTIMENTOS POR PORTE

. PORTE POR FUNCIONÁRIOS	2006	2007	2008
De 1 a 4	3,0%	4,3%	8,7%
De 5 a 9	4,3%	5,7%	8,1%
De 10 a 19	2,9%	6,4%	8,9%
De 20 a 49	4,2%	5,5%	9,6%
De 50 a 99	2,6%	6,9%	9,8%
De 100 a 249	3,0%	2,2%	4,7%
De 250 a 499	1,7%	4,2%	4,9%
De 500 a 999	2,9%	3,0%	4,6%
Mais de 1.000	4,1%	3,9%	5,7%
. Total de investimentos	2,8%	4,5%	6,8%

Fonte: IEMI, 2009.

### 3.5. TAXA DE INVESTIDORES POR PORTE

. PORTE POR FUNCIONÁRIOS	2006	2007	2008
De 1 a 4	0,2%	0,2%	0,4%
De 5 a 9	1,1%	1,0%	1,5%
De 10 a 19	4,9%	7,1%	9,4%
De 20 a 49	9,5%	10,9%	16,8%
De 50 a 99	9,5%	14,5%	18,7%
De 100 a 249	8,5%	10,8%	13,4%
De 250 a 499	11,8%	18,4%	24,5%
De 500 a 999	17,2%	17,6%	20,6%
Acima de 1.000	22,2%	25,0%	25,0%
. Total	2,2%	2,8%	3,9%

Fonte: IEMI, 2009.

## ESTRUTURA DE CUSTOS

### 1. CUSTO DO PAPEL (2008)

#### 1.1 PARTICIPAÇÃO DO CUSTO DO PAPEL NA FORMAÇÃO DO PREÇO DO PRODUTO

Para quase 40% das empresas do setor, o papel representa de 41% a 50% do preço do produto gráfico, mas para 26% delas ele representa mais de 50%. Outras 17% das empresas informaram que o papel responde por parcela equivalente a 31% até 40% do preço, enquanto para 18% das empresas ele não passa de 30%.

. CUSTO DO PAPEL	EMPRESAS	PARTICIPAÇÃO (%)
Até 20%	1.948	9,6%
De 21% a 30%	1.644	8,1%
De 31% a 40%	3.430	16,9%
De 41% a 50%	8.057	39,7%
Acima de 50%	5.196	25,6%
. Total	20.295	100,0%
. Média do custo do papel	-	41,2%

Fonte: IEMI, 2009.

### 2. CARGA TRIBUTÁRIA (2008)

A maioria das empresas gráficas (45,8%) calcula que a carga tributária do setor está entre 5% e 10%. De 10% a 15%, é o peso dos tributos para 26,3% das empresas. De 15% a 20%, para 13,2% das empresas, e acima de 20%, para 11% das empresas. Uma minoria, apenas 3,8% das empresas, diz que a carga tributária do setor vai até 5%.

. CARGA TRIBUTÁRIA	EMPRESAS	PARTICIPAÇÃO (%)
Até 5%	771	3,8%
De 5% a 10%	9.295	45,8%
De 10% a 15%	5.338	26,3%
De 15% a 20%	2.679	13,2%
Acima de 20%	2.232	11,0%
. Total	20.295	100,0%
. Média da carga tributária	-	11,9%

### 2.1. CERTIFICADO DE ENTIDADE DE FINS FILANTRÓPICOS

Apenas 2,5% das empresas do setor possuem certificado de entidade de fins filantrópicos. Dessas empresas que têm o certificado, 29,2% informaram que seus produtos gozam de isenção tributária.

. CERTIFICADO DE ENTIDADE DE FINS FILANTRÓPICOS	PARTICIPAÇÃO (%)
Não	97,5%
Sim	2,5%
. Total	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

### 2.2. ISENÇÃO TRIBUTÁRIA

. ISENÇÃO TRIBUTÁRIA	PARTICIPAÇÃO (%)
Não	70,8%
Sim	29,2%
. Total	100,0%

Fonte: IEMI, 2009

## PERFIL DAS RECEITAS E AÇÕES DE MARKETING E VENDAS

### 1. FATURAMENTO

O faturamento da indústria gráfica atingiu R\$ 23,1 bilhões em 2008, o que significa um crescimento nominal de 3,9% sobre 2007. Nos últimos dois anos, o crescimento acumulado foi de 9,6% (sem descontar a inflação), registrando uma taxa média anual de 4,7% para o período.

Da mesma forma que o observado no consumo de papel convertido (papel transformado), a grande massa de unidades gráficas inseridas no grupo com menos de 20 funcionários, equivalente a 88% do total das empresas, contribuiu com apenas 21% das receitas brutas de venda, geradas pelo setor. Porém, o faturamento desse grupo cresceu 11,5%, ou seja, quase 2 pontos percentuais acima da média do setor.

A Região Sudeste, onde se encontram 58% das gráficas em atividade no país, contribuiu com 63% desse total. Outros 20% foram obtidos pelas gráficas da Região Sul, ficando os restantes 17% distribuídos pelas demais regiões do país.

#### 1.1. EVOLUÇÃO DO FATURAMENTO

ANO	FATURAMENTO (R\$ 1.000)	EVOLUÇÃO
2006	21.090.826	100,0%
2007	22.248.456	105,5%
2008	23.119.960	109,6%

Fonte: IEMI, 2009.



### 1.2. POR PORTE DA EMPRESA (R\$ 1.000)

. PORTE POR FUNCIONÁRIOS	2006	2007	2008
De 1 a 4	926.011	977.807	1.054.835
De 5 a 9	1.510.785	1.498.322	1.536.384
De 10 a 19	1.964.475	2.116.469	2.315.043
De 20 a 49	3.050.927	3.263.513	3.387.178
De 50 a 99	2.532.400	2.765.325	2.979.833
De 100 a 249	3.267.967	3.529.134	3.664.501
De 250 a 499	3.772.676	3.869.749	3.675.387
De 500 a 999	2.322.577	2.460.152	2.989.457
Acima de 1.000	1.743.010	1.767.986	1.517.341
<b>. Total do faturamento</b>	<b>21.090.826</b>	<b>22.248.456</b>	<b>23.119.960</b>

Fonte: IEMI, 2009.

### 1.3. POR REGIÃO (R\$ 1.000)

. REGIÃO	2006	2007	2008
Norte	503.745	533.233	572.584
Nordeste	1.486.912	1.571.297	1.734.904
Sudeste	13.631.792	14.216.271	14.658.810
Sul	4.271.883	4.581.462	4.697.893
Centro-Oeste	1.196.494	1.346.193	1.455.769
<b>. Total do faturamento</b>	<b>21.090.826</b>	<b>22.248.456</b>	<b>23.119.960</b>

Fonte: IEMI, 2009.

### 1.4. POR SEGMENTO (2008)

São analisadas aqui as receitas obtidas com a venda de produtos e serviços gráficos em 2008, em que é possível verificar a importância dos serviços de impressão de jornais, livros, revistas, apostilas e manuais, sobre o montante gerado pelo setor (31,1% do total). A fabricação de impressos promocionais e comerciais (30,4%) corresponde a outros dois segmentos de grande relevância no setor. O segmento de Cadernos, quando incorporados os impressos de segurança, chega a 6,3% de todo o setor gráfico.

A fabricação de embalagens impressas representou 27,9% das receitas totais geradas, apesar de concentrar pouco mais de 8% das empresas em atividade no segmento.

Os serviços de pré-impressão e os de acabamento/beneficiamento representam juntos não mais que 2% do total faturado pelas indústrias gráficas.

. SEGMENTO	FATURAMENTO (R\$ 1.000)	PARTICIPAÇÃO (%)
1. Editorial (1)	7.186.884	31,1%
2. Promocionais/Comerciais	7.022.028	30,4%
3. Embalagens (2)	6.445.885	27,9%
4. Cadernos	911.355	3,9%
5. Impressos de segurança (3)	559.450	2,4%
6. Pré-impressão e Acabamento	447.048	1,9%
7. Outros	547.309	2,4%
<b>Total faturamento</b>	<b>23.119.959</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: IEMI, 2009.

Notas: (1) Inclui a impressão de jornais sem o valor das receitas de mídia.

(2) Não inclui a confecção de embalagens sem impressão.

(3) São impressões que têm a função de dificultar a falsificação ou a alteração das informações, seja pelas características especiais do papel, da tinta, seja de elementos do desenho. Exemplo: passe de metrô e ingresso de show.

### 1.5. POR TIPO DE CLIENTE (2008)

Os chamados clientes diretos respondem por 82% das receitas obtidas com vendas pelas indústrias gráficas brasileiras, com destaque para as empresas industriais (35%) e o comércio varejista (26%). Os clientes indiretos, como agências de propaganda, editoras, agências de eventos, designers etc. respondem juntos por 17,5% das receitas geradas.

Os grandes clientes, por sua vez, respondem por mais de 50% do faturamento obtido pelas indústrias gráficas, ficando os clientes de médio porte com uma participação de 29% das vendas e os pequenos com 20%.

. TIPO DE CLIENTE	FATURAMENTO (R\$ 1.000)	PARTICIPAÇÃO (%)
<b>. Clientes indiretos</b>	4.040.337	17,5%
Agência de propaganda	2.114.914	9,1%
Editoras	1.572.617	6,8%
Agência de eventos	154.411	0,7%
Designers	70.539	0,3%
Outros indiretos	127.855	0,6%
<b>. Clientes diretos</b>	19.079.624	82,5%
Indústria	8.034.432	34,8%
Varejo	5.977.953	25,9%
Governo	1.655.040	7,2%
Bancos/Financeiras	872.621	3,8%
Profissionais liberais	810.004	3,5%
Escolas/Faculdades	659.174	2,9%
Outros diretos	1.070.400	4,6%
<b>. Total</b>	23.119.960	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

### 1.6. POR PORTE DOS CLIENTES (2008)

. PORTE DOS CLIENTES	FATURAMENTO (R\$ 1.000)	PARTICIPAÇÃO (%)
<b>Grande</b>	11.761.736	50,9%
<b>Médio</b>	6.728.704	29,1%
<b>Pequeno</b>	4.629.520	20,0%
<b>. Total</b>	23.119.960	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

## 2. PERFIL DE MARKETING E VENDAS

### 2.1. AÇÕES PARA AUMENTAR A PARTICIPAÇÃO NOS CLIENTES DA EMPRESA

A seguir, são relacionadas as ações mais importantes na opinião dos empresários consultados, para aumentar a participação da empresa no consumo de serviços gráficos de seus clientes e/ou na conquista de novos clientes.

OPINIÃO	SIM, ACHO IMPORTANTE	NÃO ACHO IMPORTANTE	ESTÁ SENDO IMPLANTADO	TOTAL
Aumento da qualidade do atendimento	90,8%	2,4%	6,8%	100,0%
Aumento da qualidade do produto	89,8%	3,2%	7,0%	100,0%
Oferecer serviços diferenciados, que, além de gerar impressos, pudessem aumentar a rentabilidade e o sucesso do próprio cliente	88,5%	8,0%	3,5%	100,0%
Parque gráfico com soluções mais completas de impressão, tanto para baixas como para médias e altas tiragens	79,3%	15,8%	4,9%	100,0%
Oferecer serviços diferenciados de impressão e acabamento em formatos e gramaturas diferenciadas	79,0%	15,9%	5,1%	100,0%
Redução do prazo de entrega de pedidos	78,5%	10,8%	10,7%	100,0%
Aumento da verticalização do parque gráfico (investir em pré-impressão e acabamento)	75,4%	17,1%	7,5%	100,0%
Domínio da tecnologia digital (pré-impressão, CTP, impressão digital)	69,3%	23,8%	6,8%	100,0%
Ganho de escala para altas tiragens	57,2%	40,6%	2,3%	100,0%
Redução do preço para tiragens curtas	56,5%	42,4%	1,1%	100,0%
Outros serviços adicionais	3,9%	96,1%	0,0%	100,0%
. Total	69,8%	25,1%	5,1%	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

Dentre os “outros serviços adicionais” mencionados, merecem destaque:

- ◆ Serviços de pós-venda ◆ Capacitação/Treinamento de pessoal ◆ Logística (prazo de entrega e pontualidade)
- ◆ Mudança do tipo de produto ◆ Inovação de produto ◆ Condições comerciais ◆ Redução dos custos

## 2.2. FORMA DE COMUNICAÇÃO INTERNA NAS EMPRESAS

A comunicação pessoal ainda é a melhor forma de repassar informações nas empresas, sendo utilizada por 29,3% delas. A ela, segue-se a comunicação “mural”, utilizada por 24% das empresas, por e-mail (18,9%), telefone (9,8%), intranet (7,6%), boletins informativos internos (5,9%), reuniões (4%) e memorandos (0,4%).

FORMA DE COMUNICAÇÃO INTERNA	FREQÜÊNCIA (%)
Pessoal	29,3%
Mural	24,0%
E-mail	18,9%
Telefone	9,8%
Intranet	7,6%
Boletim impresso	5,9%
Reuniões	4,0%
Memorando	0,4%
. Total	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

## 2.3. INVESTIMENTOS EM AÇÕES DE MARKETING (2008)

Uma parcela significativa das empresas gráficas (45%) não faz nenhum tipo de investimento em marketing e comunicação, voltado ao desenvolvimento de seus clientes, ou mesmo na prospecção de novos. A maior parte (55%), porém, despense parte de seus recursos em ações de marketing, embora para a maioria delas (44%) esses gastos sejam inferiores a R\$ 2.000 mensais. É preciso ressaltar, entretanto, que o setor é composto principalmente por pequenas empresas, nas quais esse tipo de ação costuma ser bastante raro. Nas empresas maiores, os investimentos em marketing e vendas tornam-se mais recorrentes e também mais elevados.

. VALOR INVESTIDO MENSALMENTE	PARTICIPAÇÃO (%)
Até R\$ 2.000 mensais	44,0%
De R\$ 2.001 a R\$ 5.000 mensais	7,0%
De R\$ 5.000 a R\$ 10.000 mensais	2,6%
Acima de R\$ 10.000 mensais	1,8%
Não faz investimentos em ações de marketing	44,6%
. Total	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

### 2.3.1. Por porte (2008)

. PORTE	ATÉ R\$ 2.000 MENSAIS	DE R\$ 2.001 A R\$ 5.000 MENSAIS	DE R\$ 5.001 A R\$ 10.000 MENSAIS	ACIMA DE R\$ 10.000 MENSAIS	NÃO FAZ INVESTIMENTOS
De 1 a 4	38,4%	2,0%	0,0%	0,0%	59,6%
De 5 a 9	57,9%	0,9%	0,0%	0,0%	41,2%
De 10 a 19	48,5%	3,3%	0,2%	0,2%	47,7%
De 20 a 49	42,3%	10,5%	1,2%	0,0%	46,1%
De 50 a 99	35,5%	16,5%	13,2%	2,5%	32,2%
De 100 a 249	45,1%	13,7%	5,9%	13,7%	21,6%
De 250 a 499	9,7%	3,2%	19,4%	22,6%	45,2%
De 500 a 999	30,0%	20,0%	10,0%	20,0%	20,0%
Acima de 1.000	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%
. Total	44,0%	7,0%	2,6%	1,8%	44,6%

Fonte: IEMI, 2009.

### 2.3.2. Por região (2008)

. REGIÃO	ATÉ R\$ 2.000 MENSAIS	DE R\$ 2.001 A R\$ 5.000 MENSAIS	DE R\$ 5.001 A R\$ 10.000 MENSAIS	ACIMA DE R\$ 10.000 MENSAIS	NÃO FAZ INVESTIMENTOS
Norte	45,5%	12,1%	0,0%	3,0%	39,4%
Nordeste	48,1%	10,4%	3,7%	2,2%	35,6%
Sudeste	39,3%	6,1%	2,5%	1,9%	50,2%
Sul	50,9%	6,3%	2,2%	1,5%	39,0%
Centro-Oeste	49,1%	7,9%	3,5%	0,9%	38,6%
. Brasil	44,0%	7,0%	2,6%	1,8%	44,6%

Fonte: IEMI, 2009.

### 2.4. MARK-UP NA FORMAÇÃO DE PREÇO DO PRODUTO ACABADO

Solicitados a informar o valor adicionado ao custo das matérias-primas básicas empregadas no processo de impressão (papel, tinta, chapas, facas e outros consumíveis), na formação dos preços de venda dos produtos gráficos, os empresários do setor estimaram que, em média, são acrescidos cerca de 60% ao custo total dessas matérias-primas, ou o equivalente a um “mark-up” médio de 1,6 vez.

. REGIÃO	CUSTO DA MATÉRIA-PRIMA	PREÇO NA INDÚSTRIA
Norte	100,00	161,39
Nordeste	100,00	159,55
Sudeste	100,00	161,65
Sul	100,00	159,04
Centro-Oeste	100,00	158,40
. Brasil	100,00	160,71

Fonte: IEMI, 2009.

### 3. AMPLITUDE DO MERCADO

Quase 34% das empresas do setor desenvolvem suas atividades apenas na localidade em que estão instaladas. Cerca de 45% delas têm atuação regional, atendendo cidades próximas de suas bases. Outras 19,3% têm atuação nacional e, apenas 2,1% delas atuam também no exterior.

. MERCADO	PARTICIPAÇÃO (%)
Local	33,7%
Regional	44,9%
Nacional	19,3%
Internacional	2,1%
. Total	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

#### 3.1. EXPORTAÇÕES

Das empresas que têm atuação internacional, dois terços delas realizam vendas esporádicas ao exterior, enquanto um terço exporta frequentemente. Para aquelas que normalmente realizam operações internacionais, as receitas obtidas nessa atividade representam 5,8% da receita total.

. EXPORTAÇÃO	PARTICIPAÇÃO (%)	% SOBRE RECEITAS
Exportação esporádica	66,4%	-
Exportação frequente	33,6%	5,8%
. Total	100,0%	-

Fonte: IEMI, 2009.

## COMÉRCIO EXTERIOR BRASILEIRO

### 1. RESULTADOS DA BALANÇA COMERCIAL

Neste capítulo são analisados os resultados do comércio exterior do Setor Gráfico brasileiro, nos quais é possível observar que as exportações de 2008 chegaram a US\$ 255,7 milhões, enquanto as importações somaram US\$ 370,1 milhões.

Com esses resultados, o setor acabou por apresentar um déficit em sua balança comercial de US\$ 114,5 milhões. O detalhamento e a evolução desses números, bem como os principais países de origem das importações e de destino das exportações brasileiras encontram-se descritos nas tabelas a seguir.

#### 1.1 RESULTADOS DA BALANÇA COMERCIAL DO SETOR GRÁFICO

. COMÉRCIO EXTERIOR	2006	2007	2008
Exportação	277.107	279.101	255.683
Importação	212.474	319.495	370.142
. Saldo	64.633	-40.394	-114.459

Fonte: IEMI/SECEX, 2009.

### 1.2 PRODUTOS EXPORTADOS

Com relação às exportações brasileiras de produtos gráficos, entre 2006 e 2008, em valores (dólares), houve redução de 8%. Os principais produtos exportados em 2008 foram embalagens, cadernos e cartões impressos, que juntos representam 70% dos valores exportados.

. PRODUTOS	2006		2007		2008	
	US\$ 1.000	%	US\$ 1.000	%	US\$ 1.000	%
Embalagens	73.978	26,7%	88.596	31,7%	90.304	35,3%
Cadernos	82.522	29,8%	63.804	22,9%	46.989	18,4%
Cartões impressos	41.671	15,0%	45.657	16,4%	41.310	16,2%
Livros	37.671	13,6%	41.183	14,8%	36.867	14,4%
Promocional	26.791	9,7%	24.003	8,6%	21.813	8,5%
Etiquetas	8.988	3,2%	10.987	3,9%	13.149	5,1%
Fiscais	3.268	1,2%	3.348	1,2%	2.929	1,1%
Formulários contínuos	1.685	0,6%	971	0,3%	1.970	0,8%
Envelopes	534	0,2%	552	0,2%	351	0,1%
. Total das exportações	277.107	100,0%	279.101	100,0%	255.683	100,0%

Fonte: IEMI/SECEX, 2009.

### 1.3 PRODUTOS IMPORTADOS

As importações de produtos gráficos, de 2006 a 2008, em valores (dólares), cresceram 1,7 vez. Livros, cartões impressos e embalagens representam 77% dos valores importados.

. PRODUTO	2006		2007		2008	
	US\$ 1.000	%	US\$ 1.000	%	US\$ 1.000	%
Livros	96.178	45,3%	133.457	41,8%	141.916	38,3%
Cartões impressos	31.064	14,6%	71.129	22,3%	73.620	19,9%
Embalagens	28.012	13,2%	47.957	15,0%	71.434	19,3%
Promocional	28.262	13,3%	37.484	11,7%	48.640	13,1%
Etiquetas	20.168	9,5%	18.864	5,9%	20.062	5,4%
Fiscais	5.499	2,6%	6.307	2,0%	7.790	2,1%
Cadernos	2.267	1,1%	3.260	1,0%	5.104	1,4%
Formulários contínuos	735	0,3%	657	0,2%	937	0,3%
Envelopes	288	0,1%	381	0,1%	639	0,2%
. Total das importações	212.474	100,0%	319.495	100,0%	370.142	100,0%

Fonte: IEMI/SECEX, 2009.

#### 1.4 ORIGEM DAS IMPORTAÇÕES E DESTINO DAS EXPORTAÇÕES

Dentre os principais países de origem das importações brasileiras de artigos gráficos em 2008, destacam-se a China, com 14,8% do valor total adquirido pelo país no exterior, seguido dos Estados Unidos, com 14,7%, e Espanha com 10,0%.

. PAÍS DE ORIGEM	2006		2007		2008	
	US\$ 1.000	%	US\$ 1.000	%	US\$ 1.000	%
China	11.894	5,6%	29.447	9,2%	54.703	14,8%
Estados Unidos	40.917	19,3%	52.214	16,3%	54.444	14,7%
Espanha	26.992	12,7%	45.808	14,3%	37.089	10,0%
Reino Unido	17.042	8,0%	23.345	7,3%	29.174	7,9%
Argentina	24.630	11,6%	21.209	6,6%	22.326	6,0%
Alemanha	9.147	4,3%	20.196	6,3%	22.320	6,0%
Taiwan	3.516	1,7%	8.804	2,8%	20.835	5,6%
Suíça	9.702	4,6%	18.848	5,9%	17.306	4,7%
Hong Kong	6.473	3,0%	14.594	4,6%	17.030	4,6%
Itália	14.752	6,9%	22.386	7,0%	16.642	4,5%
Áustria	251	0,1%	1.513	0,5%	10.819	2,9%
Canadá	461	0,2%	2.989	0,9%	7.793	2,1%
Japão	5.780	2,7%	8.356	2,6%	7.281	2,0%
França	9.877	4,6%	8.416	2,6%	7.116	1,9%
Costa Rica	1.395	0,7%	5.325	1,7%	4.552	1,2%
África do Sul	3.202	1,5%	3.157	1,0%	4.168	1,1%
Chile	1.454	0,7%	1.674	0,5%	4.166	1,1%
Portugal	2.754	1,3%	3.817	1,2%	3.689	1,0%
México	2.879	1,4%	4.583	1,4%	3.628	1,0%
Coreia do Sul	3.851	1,8%	1.697	0,5%	3.346	0,9%
Demais países	15.506	7,3%	21.116	6,6%	21.715	5,9%
. Total das importações	212.474	100,0%	319.495	100,0%	370.142	100,0%

Fonte: IEMI/SECEX, 2009.

Para as exportações brasileiras, os Estados Unidos foram o principal mercado, absorvendo 18,6% das vendas externas de 2008. A Argentina é o segundo país, com 13,6%, e a Venezuela, o terceiro, com 9,7%.

. PAÍS DE DESTINO	2006		2007		2008	
	US\$ 1.000	%	US\$ 1.000	%	US\$ 1.000	%
<b>Estados Unidos</b>	98.064	35,4%	79.917	28,6%	48.100	18,8%
<b>Argentina</b>	35.948	13,0%	43.131	15,5%	33.948	13,3%
<b>Venezuela</b>	15.501	5,6%	23.712	8,5%	25.220	9,9%
<b>Portugal</b>	14.815	5,3%	13.227	4,7%	13.725	5,4%
<b>Uruguai</b>	9.715	3,5%	11.060	4,0%	11.294	4,4%
<b>Paraguai</b>	8.848	3,2%	9.152	3,3%	10.240	4,0%
<b>México</b>	11.193	4,0%	12.750	4,6%	10.179	4,0%
<b>Peru</b>	4.648	1,7%	5.170	1,9%	10.059	3,9%
<b>República Dominicana</b>	9.519	3,4%	9.017	3,2%	9.216	3,6%
<b>Chile</b>	15.122	5,5%	9.080	3,3%	7.236	2,8%
<b>Colômbia</b>	7.872	2,8%	6.110	2,2%	6.722	2,6%
<b>Gana</b>	1.888	0,7%	5.972	2,1%	6.376	2,5%
<b>Porto Rico</b>	4.587	1,7%	5.052	1,8%	6.127	2,4%
<b>Bolívia</b>	5.939	2,1%	4.431	1,6%	5.577	2,2%
<b>Angola</b>	3.394	1,2%	3.002	1,1%	4.851	1,9%
<b>Equador</b>	2.408	0,9%	3.361	1,2%	3.787	1,5%
<b>Japão</b>	3.313	1,2%	3.700	1,3%	3.724	1,5%
<b>Benin</b>	1.923	0,7%	2.742	1,0%	3.561	1,4%
<b>Países Baixos</b>	63	0,0%	1.133	0,4%	3.242	1,3%
<b>Haiti</b>	1.821	0,7%	1.714	0,6%	2.683	1,0%
<b>Demais países</b>	20.527	7,4%	25.669	9,2%	29.817	11,7%
<b>. Total das exportações</b>	277.107	100,0%	279.101	100,0%	255.683	100,0%

Fonte: IEMI/SECEX, 2009.



## PROBLEMAS SETORIAIS

### 1. OS PRINCIPAIS PROBLEMAS DO SETOR

A concorrência praticada pelas gráficas informais é o principal problema do setor para 22,4% das empresas pesquisadas. Em segundo lugar, para 18,9% das empresas, vem a dificuldade para a quitação dos impostos que oneram o setor. A escassez de mão de obra qualificada é um problema para 15,5%, enquanto os aumentos de preços dos insumos também são problema para 11,4%, e a inadimplência afeta outras 10,9%. Em menor escala, outros problemas apontados foram: dificuldade para a manutenção dos equipamentos, endividamento, ações trabalhistas, legislação ambiental e produtos defeituosos.

PROBLEMA	MAIS IMPORTANTE	IMPORTANTE	MENOS IMPORTANTE	TOTAL	PARTICIPAÇÃO (%)
Concorrências das gráficas Informais	48,8%	23,3%	27,9%	100,0%	22,4%
Dificuldade para pagamento dos impostos	39,4%	34,0%	26,6%	100,0%	18,9%
Ausência de mão de obra qualificada	32,1%	38,2%	29,8%	100,0%	15,5%
Reajuste dos preços dos Insumos	20,6%	41,4%	38,0%	100,0%	11,4%
Inadimplência dos clientes	29,4%	37,2%	33,4%	100,0%	10,9%
Dificuldade para manutenção de máquinas e equipamentos	22,5%	41,2%	36,3%	100,0%	8,1%
Endividamento	44,1%	26,0%	30,0%	100,0%	6,5%
Ações trabalhistas	18,6%	31,1%	50,3%	100,0%	2,5%
Cumprimento da legislação referente ao meio ambiente	21,8%	35,2%	43,0%	100,0%	2,2%
Rejeição de produtos com defeito	20,6%	40,3%	39,1%	100,0%	1,6%
. Total	34,9%	33,5%	31,6%	100,0%	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

## CONCLUSÕES

### 1. CARACTERÍSTICAS

A indústria gráfica encontra-se disseminada por todos os Estados do país e seus produtos e serviços, de tão extensos e diversificados, se tornaram indispensáveis para o cotidiano das pessoas, das empresas e das instituições, demonstrando a transversalidade desse importante setor industrial.

Setor que hoje exerce no país um papel de destaque na economia, com uma receita bruta superior a R\$ 23 bilhões anuais, empregando e ocupando nada menos que 315 mil pessoas.

Nesse mercado, as barreiras econômicas e tecnológicas são baixas, tornando-o um setor aberto à entrada de novos competidores, o que explica, em parte, o extenso número de empresas registradas no setor (20,3 mil) e a presença maciça de micro e pequenos produtores: 88% das indústrias do setor empregam menos de 20 funcionários (diretos). Ainda assim, essas pequenas empresas, por meio de sua criatividade e prestação de serviços customizados aos clientes, conseguem participar de 21% das receitas geradas pelo setor e ocupar 32% da mão de obra nele empregada.

A facilidade com que novas empresas entram no mercado garante ao setor um elevado grau de concorrência para a maioria dos seus nichos de mercado, nos quais nem sempre a escala mais elevada garante vantagem competitiva suficiente para se impor ao mercado. Salvo em áreas como a da impressão em sistemas rotativos, ou de embalagens de papelão, grandes e médios competidores se veem obrigados a competir em condições acirradas, com prestativos e ágeis produtores de pequeno porte.

Talvez essa seja uma das razões para a longevidade das empresas do setor, que apresentam uma idade média aproximada de 18 anos de atividade.

O custo médio do papel convertido (consumido no processo de impressão ou fabricação de produtos gráficos) sobre o preço do produto final é de 41%, em média, enquanto os tributos variam conforme o porte, o enquadramento fiscal e os incentivos fiscais obtidos na respectiva localidade da empresa. De maneira geral, variam de 5% a 30% da receita bruta, com uma média geral de 12% para o setor como um todo.

## 2. EVOLUÇÃO

Nos últimos dois anos, os indicadores do setor apresentaram uma evolução bastante positiva, demonstrando que a indústria gráfica soube tirar proveito do bom momento econômico vivido pelo país, nesse período.

Em termos nominais, a evolução das receitas brutas foi de 9,6%, de 2006 a 2008, alinhada com a evolução do consumo de papel, que avançou 9%, alcançando 6,5 milhões de toneladas em 2008.

Nos empregos o avanço foi de 7,4% nos últimos dois anos, com crescimento mais acelerado nas regiões Norte e Nordeste, onde há uma menor densidade de empresas.

Uma questão que chama atenção, porém, é a elevada rotatividade da mão de obra, na casa dos 38% do número total de funcionários registrados no setor. Possivelmente, resultado de uma oscilação elevada e frequente nos níveis de ocupação das empresas e de uma política salarial que procura evitar o encarecimento da folha de pagamentos e dos custos indenizatórios.

O parque de máquinas é extenso, diversificado e relativamente moderno, no qual mais de 60% dos equipamentos contam com menos de dez anos de uso. Neste momento, chama atenção a elevada taxa de renovação do parque, em torno de 14% no último ano. Um esforço financiado por investimentos da ordem de R\$ 1,6 bilhão, valor 2,6 vezes maior do que o apurado em 2005. Ressalte-se que, desse valor, ao menos 4% foram destinados à qualificação dos recursos humanos necessários à incorporação das novas tecnologias adquiridas.

## 3. MERCADO

Além do bom momento econômico do país, a elevada taxa de renovação do parque de máquinas, sugere um setor em nítida transformação, em busca de flexibilidade e de soluções mais completas e customizadas para seus clientes.

Ainda assim, até o momento, apenas 9% das empresas contam com algum Sistema de Certificação, com destaque para as certificações ISO (9000 e/ou 14000), presentes em 7% das empresas do setor. Outros 7% pretendem obter certificações até o ano de 2014, o que corrobora para a percepção de que o setor vem aumentando sua preocupação com a qualidade.

A linha de produtos e serviços que mais contribuiu para as receitas do setor foi a de impressos editoriais, com uma participação de 31% sobre o total, seguido de perto pelos impressos promocionais e comerciais, com outros 30%, e as embalagens, com 28%.

As indústrias em geral são o principal tipo de cliente dos produtos e serviços gráficos ofertados no país, respondendo por 35% das receitas do setor, seguido pelo varejo, com 26%; agências de propaganda, com 9%; o governo, com 7%; e as editoras, com 6,8%.

Para crescer junto aos clientes, as empresas gráficas relacionaram uma série de ações que retratam, de maneira geral, o foco de suas principais estratégias e preocupações. A seguir, encontram-se destacadas as que se encontram em implantação nas empresas, por ordem de ocorrência:

- ◆ Redução no prazo de entrega dos pedidos (10,7% das empresas)
- ◆ Aumento da verticalização na pré-impressão e no acabamento (7,5%)
- ◆ Melhoria da qualidade do produto e do atendimento (7%)
- ◆ Domínio da tecnologia digital na pré-impressão e na impressão (6,8%)
- ◆ Diversificação de soluções de alta, média e baixa tiragens (4,9%)
- ◆ Serviços diferenciados de impressão, em formato e em gramatura (5,1%)

Nessa área, outro dado relevante é o aumento dos esforços de marketing, ainda modestos, perto de alguns segmentos mais afeitos a esse tipo de investimento, mas já suficiente para surpreender quem acompanha o setor há mais tempo. No geral, nada menos que 55% das empresas alegam fazer investimentos em marketing. Dentre essas, as verbas destinadas ao marketing representam algo em torno de 1,6% do faturamento bruto, ou o equivalente a R\$ 224 milhões por ano, para o setor como um todo. Entretanto, a imensa maioria das empresas gráficas (45%) ainda desenvolve suas ações comerciais apenas regionalmente ou, ainda, na própria localidade em que se encontram instaladas (34%). Ou seja, apenas 21% das empresas afirmam atuar comercialmente em todo o território nacional.

A ocorrência de empresas exportadoras, por sua vez, é ainda pouco significativa e não vai além de 2,1% das empresas. Pior, dessas, apenas 0,7% atua nas exportações regularmente. Para essas empresas, as receitas com exportação representam menos de 6% do seu faturamento total.

O setor como um todo obtém com a exportação de produtos e serviços gráficos não mais que 2,0% de sua receita agregada. Nesse quesito, o setor gráfico tem grandes desafios a enfrentar, conjuntural e estruturalmente. Em termos conjunturais, a posição atual do câmbio e a crise internacional limitam muito as possibilidades de crescer com as exportações no curto prazo. Estruturalmente, a baixa ocorrência de empresas com porte e estrutura para desenvolver mercados no exterior impõe limites estreitos à internacionalização das operações do segmento.

Por outro lado, as importações de produtos e serviços gráficos respondem por não mais que 3% do suprimento da demanda interna, reservando uma participação bastante elevada para a indústria nacional.

#### **4. PROBLEMAS**

Dentre os principais problemas enfrentados pelas indústrias gráficas, na percepção de seus empresários e gestores, podem ser destacados:

- ◆ A concorrência proporcionada pelas gráficas “informais” (22% das empresas);
- ◆ As dificuldades para pagamento dos impostos (19% das empresas);
- ◆ A ausência de mão de obra qualificada (16%);
- ◆ Os reajustes dos preços dos insumos (11%);
- ◆ A inadimplência dos clientes.

Tais problemas são inerentes à grande maioria dos setores industriais do país e, com exceção à qualificação da mão de obra, demandam soluções que dependem muito mais de fatores externos ao setor do que internos. Ainda assim, vale a pena verificar as recomendações feitas pelos empresários do setor, apresentadas nos itens a seguir.

## **RECOMENDAÇÕES**

### **1. SUGESTÕES DAS EMPRESAS**

As empresas gráficas tiveram a oportunidade de manifestar sua opinião durante a realização dessa pesquisa e de encaminharem sugestões à Abigraf, ao Sebrae e às instituições em geral, no sentido de orientar possíveis ações em benefício do setor. Para facilitar a avaliação, organizamos tais sugestões em temas, segundo sua ordem de importância:

#### Tributação

- ◆ Extinguir a lei do papel imune
- ◆ Fiscalizar melhor quem utiliza papel imune (por causa da concorrência desleal)
- ◆ Fiscalizar e combater as gráficas clandestinas
- ◆ Combater a informalidade
- ◆ Lutar pela diminuição da carga tributária

#### Qualificação de pessoal

- ◆ Ampliar a oferta de cursos direcionados ao setor (capacitação, qualificação, gestão)
- ◆ Desconcentrar a oferta de cursos (levá-los para mais perto das empresas)
- ◆ Oferecer cursos on-line (videoconferência)
- ◆ Implantar cursos específicos para micro e pequenas empresas
- ◆ Melhorar a divulgação dos cursos oferecidos

#### Mercado

- ◆ Divulgar melhor as tendências do mercado
- ◆ Divulgar novas tecnologias
- ◆ Maior apoio para as feiras e eventos do setor
- ◆ Oferecer palestras em todas as regiões do Brasil (não apenas no Sudeste)
- ◆ Fomentar ações em outros nichos, que não apenas nas gráficas convencionais
- ◆ Divulgar novos fornecedores de insumos
- ◆ Auxiliar na negociação dos insumos com os grandes fornecedores
- ◆ Orientar e assessorar o desenvolvimento da exportação

#### Financiamentos

- ◆ Maior apoio no financiamento das micro e pequenas empresas
- ◆ Melhorar o financiamento de equipamentos e maquinário
- ◆ Facilitar acesso ao crédito para compra de equipamentos
- ◆ Facilitar o acesso ao BNDES

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

### 1. OBSERVAÇÕES E COMENTÁRIOS

Com base nos indicadores setoriais e nos resultados apresentados neste estudo, podemos atribuir ao setor gráfico brasileiro algumas qualidades que consideramos oportuno relacionar:

*Grande* – Pelas dimensões de seus números e por sua relevância econômica e social;

*Onipresente* – Por sua forte ocorrência em todos os Estados da federação;

*Endêmico* – Pela imensa predominância de empresas de origem nacional e de atuação regional;

*Indispensável* – Por sua quase inesgotável gama de produtos e serviços, com aplicações nos mais diferentes campos de atuação das empresas, instituições e, principalmente, no dia a dia das pessoas;

*Resistente* – Pela longevidade de suas indústrias, em que se destaca um significativo grupo de decagenários, incluindo um pequeno número de empresas centenárias;

*Aberto* – Povoado por empresas de todos os portes e formatos, sem impor barreiras relevantes à entrada de novos competidores;

*Concorrido* – Apresenta grandes e médias empresas, competindo com micro e pequenos produtores, na maioria dos segmentos clientes do setor;

*Em transformação* – Com elevadas taxas de investimento e um renovado parque de máquinas, as empresas do setor vêm demonstrando disposição em inovar, tanto em processos quanto em produtos e serviços para os clientes, buscando soluções mais completas e diferenciação para agregar valor ao negócio.

A descrição acima condiz plenamente com os resultados apurados neste estudo, embora possa surpreender alguns que ainda possuam uma percepção mais atrelada a um passado não muito distante desse setor.

Este estudo mostra que as indústrias gráficas brasileiras, que até bem pouco tempo estavam acostumadas a ser demandadas por seus clientes, vêm fazendo investimentos relevantes em inovação, qualificação e marketing, ainda desprezíveis nos micro e pequenos produtores, mas que começam a se disseminar e a se tornar recorrentes nas médias e grandes empresas do setor.

As tendências aqui observadas mostram um futuro no qual as empresas gráficas, munidas de melhor capacitação gerencial e soluções tecnológicas muito mais flexíveis e completas, tenderão a atuar cada vez mais próximas dos clientes, oferecendo produtos e serviços inovadores, que possam agregar qualidade e eficiência ao negócio, além de prover as oportunidades para satisfazer os clientes de seus clientes.

## ANÁLISES REGIONAIS

### ↑ REGIÃO NORTE

Embora concentrada nas regiões Sudeste e Sul do país, a indústria gráfica está disseminada por todos os Estados brasileiros, crescendo em sua importância, conforme o grau de desenvolvimento alcançado pela economia de cada Estado ou região. Nas páginas a seguir, são examinados os principais indicadores do setor, por região e em seus respectivos Estados.

#### 1. EMPRESAS

Na Região Norte, os Estados do Pará, Amazonas e Rondônia são aqueles que abrigam o maior contingente de empresas gráficas. Nesses três Estados estão localizadas 74% das 606 empresas da região.

. ESTADO (1)	2005	2006	2007(2)
Rondônia	116	123	128
Acre	31	22	20
Amazonas	122	129	131
Roraima	14	12	17
Pará	187	172	187
Amapá	20	19	30
Tocantins	80	88	93
. Norte	570	565	606

Fonte: RAIS, 2007 IEMI, 2009.

Nota: (1) Foram consideradas as empresas com zero funcionário.

(2) Dados de 31/12/2007.

## 2. MÃO DE OBRA

Em volume de mão de obra empregada, o Amazonas se destaca dos demais Estados, gerando mais de 50% do volume total de empregos da região, apesar de contar com apenas 25% das empresas. Em termos de rotatividade da mão de obra, a média dos Estados do Norte é superior àquela verificada em nível nacional.

### 2.1. MÃO DE OBRA POR ESTADO

. ESTADO	2006	2007	2008
Rondônia	884	856	799
Acre	131	137	140
Amazonas	3.205	3.379	3.395
Roraima	86	143	147
Pará	1.108	1.306	1.446
Amapá	126	210	331
Tocantins	319	461	472
. Norte	5.859	6.492	6.730

Fonte: IEMI, 2009.

### 2.2. ESTRUTURA TRABALHISTA

. NORTE	2006	2007	2008
Mão de obra	5.859	6.492	6.730
Contratações	2.567	2.563	3.112
Dispensas	2.328	2.419	2.874
Taxa de rotatividade	36,5%	42,5%	46,1%

Fonte: IEMI, 2009.

### 2.3. TAXA DE ROTATIVIDADE

. ESTADO	2006	2007	2008
Rondônia	46,8%	40,3%	38,6%
Acre	18,2%	28,2%	15,7%
Amazonas	39,9%	43,1%	52,3%
Roraima	21,3%	45,3%	43,4%
Pará	29,1%	39,4%	37,6%
Amapá	15,1%	41,3%	56,9%
Tocantins	32,8%	59,7%	43,9%
. Norte	36,5%	42,5%	46,1%

Fonte: IEMI, 2009.

### 2.4. NÚMERO DE TURNOS TRABALHADOS

Com exceção do Amazonas, onde a média é de 1,3 turno de 8 horas/dia, e do Pará, com média de 1,1 turno, em todos os demais Estados da região a indústria gráfica, trabalha em apenas um turno.

. ESTADO	2006	2007	2008
Rondônia	1,0	1,0	1,0
Acre	1,0	1,0	1,0
Amazonas	1,3	1,4	1,3
Roraima	1,0	1,0	1,0
Pará	1,1	1,1	1,1
Amapá	1,0	1,0	1,0
Tocantins	1,0	1,0	1,0
. Norte	1,1	1,2	1,1

Fonte: IEMI, 2009.

**3. FATURAMENTO (EM R\$ 1.000)**

O Amazonas responde por 67% do faturamento e por 85% do volume de papel consumido na região. Na segunda posição, o Estado do Pará participa com 12% do faturamento e 5% do papel consumido. Os demais Estados, juntos, representam 21% do faturamento e 10% do consumo de papel.

. ESTADO	2006	2007	2008
Rondônia	22.606	23.614	24.599
Acre	9.170	9.552	10.151
Amazonas	342.550	363.022	383.483
Roraima	52.914	55.782	64.001
Pará	55.012	58.229	66.369
Amapá	4.455	4.603	5.083
Tocantins	17.038	18.431	18.897
. Norte	503.745	533.233	572.584

Fonte: IEMI, 2009.

**4. CONSUMO DE PAPEL CONVERTIDO (PAPEL TRANSFORMADO) (EM TONELADAS)**

. ESTADO	2006	2007	2008
Rondônia	1.991	2.098	2.176
Acre	212	212	240
Amazonas	69.015	80.458	80.149
Roraima	5.445	5.410	5.453
Pará	3.826	4.929	4.452
Amapá	302	425	600
Tocantins	1.123	1.126	1.115
. Norte	81.914	94.659	94.186

Fonte: IEMI, 2009.

. ESTADO	2006	2007	2008
Rondônia	2,4%	2,2%	2,3%
Acre	0,3%	0,2%	0,3%
Amazonas	84,3%	85,0%	85,1%
Roraima	6,6%	5,7%	5,8%
Pará	4,7%	5,2%	4,7%
Amapá	0,4%	0,4%	0,6%
Tocantins	1,4%	1,2%	1,2%
. Norte	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

## 5. NÍVEL DE UTILIZAÇÃO DA CAPACIDADE INSTALADA

Na Região Norte, a taxa de utilização da capacidade instalada é inferior à média nacional. Todavia, no Estado de Roraima, a utilização de 80% supera a média nacional que foi de 79,9%, em 2008.

. ESTADO	2006	2007	2008
Rondônia	69,2%	69,6%	70,0%
Acre	70,0%	70,0%	70,0%
Amazonas	62,1%	62,1%	70,2%
Roraima	80,0%	79,3%	80,0%
Pará	68,6%	71,0%	65,4%
Amapá	40,0%	60,0%	60,0%
Tocantins	76,6%	73,8%	66,4%
. Norte	63,5%	63,6%	70,4%

Fonte: IEMI, 2009.

## 6. MARK-UP NA FORMAÇÃO DE PREÇO DO PRODUTO ACABADO

As empresas instaladas no Estado do Acre conseguiram adicionar 120% do custo da matéria-prima aos preços dos artigos produzidos, enquanto a média da região fica em 61,4%, muito próximo da nacional, que foi de 60,7%.

. ESTADO	CUSTO DA MATÉRIA-PRIMA	PREÇO NA INDÚSTRIA
Rondônia	100,00	184,80
Acre	100,00	220,00
Amazonas	100,00	171,20
Roraima	100,00	122,43
Pará	100,00	147,23
Amapá	100,00	135,00
Tocantins	100,00	161,11
. Norte	100,00	161,39

Fonte: IEMI, 2009.

## 7. INVESTIMENTOS (EM R\$ 1.000)

O crescimento relativo dos investimentos realizados na Região Norte foi maior do que o verificado em outras regiões, ou seja, 784% no Norte ante 164% em nível nacional. Merece destaque também o crescimento do investimento na formação de recursos humanos da região, cujo aumento foi ainda maior.

. VALOR DOS INVESTIMENTOS (R\$ 1.000)	2006	2007	2008
Investimentos em máquinas e equipamentos	7.528	12.568	53.506
Investimentos em recursos humanos	252	224	16.279
Outros investimentos	307	3.379	1.713
. Investimento total	8.088	16.172	71.498

Fonte: IEMI, 2009

### 7.1. INVESTIMENTOS EM AÇÕES DE MARKETING

Somente algumas empresas amazonenses investem mais de R\$ 10 mil mensais em ações de marketing. A maioria das empresas da Região Norte (45,5%) investe até R\$ 2 mil mensais, mas 39,4% delas não realizam nenhum investimento nessa área.

. ESTADO	ATÉ R\$ 2.000,00 MENSAIS	DE R\$ 2.001 A R\$ 5.000 MENSAIS	DE R\$ 5.001 A R\$ 10.000 MENSAIS	ACIMA DE R\$ 10.000 MENSAIS	NÃO FAZ INVESTIMENTOS
Rondônia	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	80,0%
Acre	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Amazonas	40,0%	10,0%	0,0%	10,0%	40,0%
Roraima	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Pará	70,0%	10,0%	0,0%	0,0%	20,0%
Amapá	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Tocantins	25,0%	25,0%	0,0%	0,0%	50,0%
. Norte	45,5%	12,1%	0,0%	3,0%	39,4%

Fonte: IEMI, 2009.



## REGIÃO NORDESTE

### 1. EMPRESAS

Os Estados de Bahia, Ceará e Pernambuco são os que concentram o maior número de indústrias gráficas da Região Nordeste. Nesses três Estados estão localizados 63% das empresas, 67% da mão de obra empregada e igualmente 67% do faturamento do setor obtido na região.

. ESTADO (1)	2005	2006	2007(2)
Maranhão	154	164	176
Piauí	108	110	114
Ceará	454	472	473
Rio Grande do Norte	171	185	196
Paraíba	166	178	205
Pernambuco	424	441	456
Alagoas	103	105	110
Sergipe	128	124	135
Bahia	631	617	682
. Nordeste	2.339	2.396	2.547

Fonte: RAIS, 2007 IEMI, 2009.

Nota: (1) Foram consideradas as empresas com zero funcionário.  
(2) Dados de 31/12/2007.

### 2. MÃO DE OBRA

No período analisado, de 2006 a 2008, o volume de pessoal empregado na indústria gráfica nordestina cresceu 11,6%, mais do que a média nacional que foi de 7,4%. A rotatividade da mão de obra na Região Nordeste é a menor do país, 32,6%, ante 37,9% nacional, embora no Estado do Ceará se pratique uma rotatividade maior do que a nacional.



## 2.1. MÃO DE OBRA POR ESTADO

. ESTADO	2006	2007	2008
Maranhão	1.347	1.396	1.525
Piauí	815	870	920
Ceará	5.252	5.634	5.950
Rio Grande do Norte	1.595	1.772	1.793
Paraíba	2.507	2.728	2.852
Pernambuco	5.871	5.812	6.207
Alagoas	690	714	752
Sergipe	990	1.050	1.029
Bahia	5.225	5.812	6.080
. Nordeste	24.292	25.788	27.108

Fonte: IEMI, 2009.

## 2.2. ESTRUTURA TRABALHISTA

. NORDESTE	2006	2007	2008
Mão de obra	24.292	25.788	27.108
Contratações	7.669	7.195	9.074
Dispensas	6.469	6.236	7.754
. Taxa de rotatividade	30,6%	27,6%	32,6%

Fonte: IEMI, 2009.

## 2.3. TAXA DE ROTATIVIDADE

. ESTADO	2006	2007	2008
Maranhão	26,5%	20,9%	30,1%
Piauí	18,6%	22,9%	23,4%
Ceará	36,2%	38,1%	41,9%
Rio Grande do Norte	29,7%	26,3%	28,5%
Paraíba	35,9%	20,9%	27,8%
Pernambuco	26,9%	23,1%	30,7%
Alagoas	19,4%	22,5%	23,0%
Sergipe	38,2%	35,1%	36,8%
Bahia	30,1%	27,6%	31,6%
. Nordeste	30,6%	27,6%	32,6%

Fonte: IEMI, 2009.

#### 2.4. NÚMERO DE TURNOS TRABALHADOS

Em termos de turnos de trabalho praticados pelas empresas nordestinas, somente no Maranhão e em Alagoas elas funcionam em apenas um turno de 8 horas/dia. Nos demais Estados, a média é de 1,2 a 1,5 turno.

. ESTADO	2006	2007	2008
Maranhão	1,0	1,0	1,0
Piauí	1,3	1,3	1,3
Ceará	1,2	1,2	1,2
Rio Grande do Norte	1,5	1,5	1,5
Paraíba	1,2	1,2	1,2
Pernambuco	1,1	1,1	1,2
Alagoas	1,0	1,0	1,0
Sergipe	1,3	1,3	1,3
Bahia	1,2	1,2	1,3
. Nordeste	1,2	1,2	1,2

Fonte: IEMI, 2009.

#### 3. FATURAMENTO (EM R\$ 1.000)

O faturamento na região cresceu 5,7% em 2007 e mais 10,4% em 2008, totalizando 16,7% no período, enquanto o consumo de papel no período aumentou 12,4%. Novamente, o destaque da região fica para os Estados de Ceará, Pernambuco e Bahia, ou seja, os Estados que têm atividade econômica mais pesada são também aqueles que têm uma indústria gráfica mais forte.

. ESTADO	2006	2007	2008
Maranhão	14.977	17.180	20.743
Piauí	27.508	28.920	36.773
Ceará	395.096	428.229	470.963
Rio Grande do Norte	133.255	136.094	150.825
Paraíba	223.426	235.873	258.737
Pernambuco	396.378	419.392	468.245
Alagoas	14.125	14.244	18.452
Sergipe	24.802	25.440	25.893
Bahia	257.345	265.924	284.273
. Nordeste	1.486.912	1.571.297	1.734.904

Fonte: IEMI, 2009.

#### 4. CONSUMO DE PAPEL CONVERTIDO (PAPEL TRANSFORMADO) (EM TONELADAS)

. ESTADO	2006	2007	2008
Maranhão	822	843	1.049
Piauí	1.219	1.253	2.771
Ceará	50.406	54.210	62.307
Rio Grande do Norte	17.045	17.105	17.056
Paraíba	22.523	25.870	27.836
Pernambuco	179.401	185.945	196.471
Alagoas	3.455	3.459	3.429
Sergipe	3.771	3.842	3.862
Bahia	27.912	28.712	29.706
. Nordeste	306.555	321.240	344.487

Fonte: IEMI, 2009.

. ESTADO	2006	2007	2008
Maranhão	0,3%	0,3%	0,3%
Piauí	0,4%	0,4%	0,8%
Ceará	16,4%	16,9%	18,1%
Rio Grande do Norte	5,6%	5,3%	5,0%
Paraíba	7,3%	8,1%	8,1%
Pernambuco	58,5%	57,9%	57,0%
Alagoas	1,1%	1,1%	1,0%
Sergipe	1,2%	1,2%	1,1%
Bahia	9,1%	8,9%	8,6%
. Nordeste	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

## 5. NÍVEL DE UTILIZAÇÃO DA CAPACIDADE INSTALADA

A utilização média da capacidade de produção instalada na região é de 77,4%, mas no Estado do Ceará ela atingiu 82,7% e em Alagoas 80,4%, portanto, acima da média nacional de 79,9%.

. ESTADO	2006	2007	2008
Maranhão	65,7%	67,0%	76,2%
Piauí	76,4%	72,4%	60,9%
Ceará	82,6%	83,4%	82,7%
Rio Grande do Norte	79,8%	79,5%	79,8%
Paraíba	64,2%	63,8%	68,2%
Pernambuco	79,6%	77,2%	79,1%
Alagoas	80,4%	80,3%	80,4%
Sergipe	79,6%	79,5%	79,3%
Bahia	65,8%	64,4%	67,0%
. Nordeste	77,2%	75,6%	77,4%

Fonte: IEMI, 2009.

## 6. MARK-UP NA FORMAÇÃO DE PREÇO DO PRODUTO ACABADO

Os preços, na indústria, dos produtos gráficos produzidos na Região Nordeste são acrescidos de 59,6% em relação ao custo de sua matéria-prima básica, pouco abaixo da média nacional que foi de 60,7%. No Estado da Bahia se verifica o menor valor adicionado (51,7%), enquanto em Alagoas se verifica o maior (85,9%).

. ESTADO	CUSTO DA MATÉRIA-PRIMA	PREÇO NA INDÚSTRIA
Maranhão	100,00	173,97
Piauí	100,00	185,34
Ceará	100,00	160,59
Rio Grande do Norte	100,00	163,40
Paraíba	100,00	155,45
Pernambuco	100,00	161,10
Alagoas	100,00	185,94
Sergipe	100,00	165,46
Bahia	100,00	151,72
. Nordeste	100,00	159,55

Fonte: IEMI, 2009.

## 7. INVESTIMENTOS (EM R\$ 1.000)

Na Região Nordeste foi onde se verificou o segundo maior crescimento relativo dos investimentos realizados em 2008 na indústria gráfica. Com crescimento de 317%, de 2006 a 2008, só ficou atrás do crescimento da Região Norte, conforme visto anteriormente.

Os investimentos em ações de marketing na região também são baixos, sendo que 48% das empresas investiram em 2008 até R\$ 2 mil mensais, em média; 10,4% das empresas investiram de R\$ 2 mil a R\$ 5 mil e 5,9%, acima de R\$ 5 mil. Mais de 35% das empresas não fizeram investimentos na área.

VALOR DOS INVESTIMENTOS (R\$ 1.000)	2006	2007	2008
Investimentos em máquinas e equipamentos	30.333	66.607	146.010
Investimentos em recursos humanos	1.178	1.561	1.282
Outros investimentos	5.275	11.064	6.167
Investimento total	36.785	79.232	153.458

Fonte: IEMI, 2009.

### 7.1. INVESTIMENTOS EM AÇÕES DE MARKETING

ESTADO	ATÉ R\$ 2.000 MENSALIS	DE R\$ 2.001 A R\$ 5.000 MENSALIS	DE R\$ 5.001 A R\$ 10.000 MENSALIS	ACIMA DE R\$ 10.000 MENSALIS	NÃO FAZ INVESTIMENTOS
Maranhão	66,7%	16,7%	0,0%	0,0%	16,7%
Piauí	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%
Ceará	44,4%	18,5%	3,7%	0,0%	33,3%
Rio Grande do Norte	54,5%	9,1%	9,1%	0,0%	27,3%
Paraíba	41,7%	8,3%	8,3%	16,7%	25,0%
Pernambuco	30,8%	7,7%	7,7%	3,8%	50,0%
Alagoas	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%
Sergipe	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%
Bahia	57,9%	10,5%	0,0%	0,0%	31,6%
Nordeste	48,1%	10,4%	3,7%	2,2%	35,6%

Fonte: IEMI, 2009.

## REGIÃO SUDESTE

### 1. EMPRESAS

Na Região Sudeste se concentram 54% das empresas, 60% da mão de obra e 62% do faturamento da indústria gráfica brasileira, sob a liderança do Estado de São Paulo. Em número de empresas, São Paulo predomina com 62,4% da região, seguido de Minas Gerais, com 19,7%, Rio de Janeiro, com 14,6%, e Espírito Santo, com 3,3%.

ESTADO (1)	2005	2006	2007(2)
Minas Gerais	1.952	2.022	2.156
Espírito Santo	302	316	352
Rio de Janeiro	1.553	1.540	1.596
São Paulo	6.520	6.804	6.817
Sudeste	10.327	10.682	10.921

Fonte: RAIS, 2007 IEMI, 2009.

Nota: (1) Foram consideradas as empresas com zero funcionário.  
(2) Dados de 31/12/2007.

## 2. MÃO DE OBRA

### 2.1. MÃO DE OBRA POR ESTADO

No período estudado, de 2006 a 2008, o volume de mão de obra empregada na região aumentou 6,3%. Porém, foi no Estado do Espírito Santo que mais cresceu, com 20,4%, seguido de Minas Gerais, com crescimento de 12,4%, São Paulo com 5,8% e Rio de Janeiro com apenas 1,5%.

. ESTADO	2006	2007	2008
Minas Gerais	20.373	21.859	22.903
Espírito Santo	3.079	3.450	3.706
Rio de Janeiro	23.393	23.344	23.742
São Paulo	110.309	112.547	116.746
. Sudeste	157.154	161.200	167.097

Fonte: IEMI, 2009.

### 2.2. ESTRUTURA TRABALHISTA

O nível de rotatividade na região ficou pouco abaixo da média nacional (35,4% na região) ante 37,9%, nacional. A maior rotatividade da mão de obra da região é realizada no Espírito Santo, enquanto a menor é no Rio de Janeiro.

. SUDESTE	2006	2007	2008
Mão de obra	157.154	161.200	167.097
Contratações	54.161	53.525	60.002
Dispensas	47.590	47.858	54.105
Taxa de rotatividade	34,1%	32,3%	35,4%

Fonte: IEMI, 2009.

### 2.3. TAXA DE ROTATIVIDADE

. ESTADO	2006	2007	2008
Minas Gerais	43,1%	41,3%	44,6%
Espírito Santo	44,8%	50,4%	51,4%
Rio de Janeiro	29,5%	25,1%	29,6%
São Paulo	33,2%	31,6%	34,3%
. Sudeste	34,1%	32,3%	35,4%

Fonte: IEMI, 2009.

### 2.4. NÚMERO DE TURNOS TRABALHADOS

Em todos os Estados da região se trabalha mais de um turno de 8 horas/dia, com média de 1,3 turno.

. ESTADO	2006	2007	2008
Minas Gerais	1,2	1,2	1,2
Espírito Santo	1,2	1,1	1,2
Rio de Janeiro	1,3	1,3	1,3
São Paulo	1,4	1,4	1,4
. Sudeste	1,3	1,3	1,3

Fonte: IEMI, 2009.

### 3. FATURAMENTO (EM R\$ 1.000)

O valor do faturamento obtido na região cresceu 7,5% no período. O Estado de São Paulo participa com quase três quartos do valor do faturamento da indústria gráfica da Região Sudeste e nada menos que 44,8% do total nacional.

. ESTADO	2006	2007	2008
Minas Gerais	1.721.566	1.806.020	1.831.096
Espírito Santo	373.093	406.511	462.794
Rio de Janeiro	1.845.521	1.948.724	2.013.360
São Paulo	9.691.612	10.055.017	10.351.560
. Sudeste	13.631.792	14.216.271	14.658.810

Fonte: IEMI, 2009.

### 4. CONSUMO DE PAPEL CONVERTIDO (PAPEL TRANSFORMADO) (EM TONELADAS)

O consumo de papel pelas gráficas da Região Sudeste cresceu 9,4% de 2006 a 2008, o que representa um aumento médio de 4,6% ao ano. Porém, no Espírito Santo, o crescimento foi de 20,1%, ficando Minas Gerais com 11,2%, São Paulo com 9,8% e Rio de Janeiro com crescimento de 2,5%.

. ESTADO	2006	2007	2008
Minas Gerais	277.146	282.647	308.029
Espírito Santo	36.635	39.254	44.015
Rio de Janeiro	368.668	371.138	377.752
São Paulo	3.551.669	3.717.185	3.901.364
. Sudeste	4.234.117	4.410.224	4.631.160

Fonte: IEMI, 2009.

. ESTADO	2006	2007	2008
Minas Gerais	6,5%	6,4%	6,7%
Espírito Santo	0,9%	0,9%	1,0%
Rio de Janeiro	8,7%	8,4%	8,2%
São Paulo	83,9%	84,3%	84,2%
. Sudeste	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

### 5. NÍVEL DE UTILIZAÇÃO DA CAPACIDADE INSTALADA

O nível de utilização da capacidade instalada na região é praticamente o mesmo do nacional, em face da preponderância dessa região no setor.

. ESTADO	2006	2007	2008
Minas Gerais	74,3%	74,4%	75,8%
Espírito Santo	78,7%	76,9%	81,8%
Rio de Janeiro	76,3%	75,4%	80,4%
São Paulo	76,9%	77,7%	79,6%
. Sudeste	76,6%	77,1%	79,3%

Fonte: IEMI, 2009.

### 6. MARK-UP NA FORMAÇÃO DE PREÇO DO PRODUTO ACABADO

Com exceção do Rio de Janeiro, que adiciona 56% ao custo de sua matéria-prima, abaixo da média nacional de 60,7%, os demais Estados da região agregam mais valor aos seus produtos.

. ESTADO	CUSTO DA MATÉRIA-PRIMA	PREÇO NA INDÚSTRIA
Minas Gerais	100,00	161,21
Espírito Santo	100,00	162,35
Rio de Janeiro	100,00	156,01
São Paulo	100,00	162,87
. Sudeste	100,00	161,65

Fonte: IEMI, 2009.

## 7. INVESTIMENTOS (EM R\$ 1.000)

Os valores investidos pela indústria gráfica da Região Sudeste atingiram a soma de R\$ 815 milhões em 2008, o que representa um crescimento de 165%, de 2006 a 2008, sendo que 88% desse valor foram aplicados na aquisição de novas máquinas e equipamentos. Para o treinamento de recursos humanos foram destinados 3,5% e para outros investimentos, 8%.

Quase 50% das empresas da região consultadas investiram em ações de marketing em 2008. Dessas, 39,3% aplicaram até R\$ 2 mil/mês; 6,1% de R\$ 2 mil a R\$ 5 mil; 2,5%, de R\$ 5 mil a R\$ 10 mil; e 1,9%, acima de R\$ 10 mil/mês. Outras 50,2% das empresas não fizeram investimentos em ações de marketing.

. VALOR DOS INVESTIMENTOS (R\$ 1.000)	2006	2007	2008
Investimentos em máquinas e equipamentos	227.916	475.421	720.688
Investimentos em recursos humanos	23.659	25.484	28.568
Outros investimentos	56.276	80.576	65.554
. Investimento total	307.851	581.481	814.810

Fonte: IEMI, 2009.

### 7.1. INVESTIMENTOS EM AÇÕES DE MARKETING

. ESTADO	ATÉ R\$ 2.000 MENSAIS	DE R\$ 2.001 A R\$ 5.000 MENSAIS	DE R\$ 5.001 A R\$ 10.000 MENSAIS	ACIMA DE R\$ 10.000 MENSAIS	NÃO FAZ INVESTIMENTOS
Minas Gerais	46,0%	2,5%	1,2%	1,2%	49,1%
Espírito Santo	57,1%	7,1%	4,8%	0,0%	31,0%
Rio de Janeiro	43,0%	4,7%	1,2%	3,5%	47,7%
São Paulo	33,1%	8,0%	3,1%	2,0%	53,7%
. Sudeste	39,3%	6,1%	2,5%	1,9%	50,2%

Fonte: IEMI, 2009.

## ↓ REGIÃO SUL

### 1. EMPRESAS

Na Região Sul são 4.722 empresas gráficas, gerando 62.638 empregos e R\$ 4,7 bilhões de faturamento em 2008. Em termos de sua importância no cenário nacional, são 23,3% das empresas em atividade, 22,6% dos empregos gerados no setor e 20,3% do faturamento total nacional do setor gráfico.

Nessa região, o Estado do Rio Grande do Sul é o líder em número de empresas, e também em volume de mão de obra empregado e em faturamento.

. ESTADO (1)	2005	2006	2007(2)
Paraná	1.559	1.683	1.692
Santa Catarina	1.115	1.205	1.281
Rio Grande do Sul	1.656	1.726	1.749
. Sul	4.330	4.614	4.722

Fonte: RAIS, 2007 IEMI, 2009.

Nota: (1) Foram consideradas as empresas com zero funcionário.

(2) Dados de 31/12/2007.

## 2. MÃO DE OBRA

### 2.1. MÃO DE OBRA POR ESTADO

. ESTADO	2006	2007	2008
Paraná	21.249	22.388	23.133
Santa Catarina	14.313	15.815	16.200
Rio Grande do Sul	21.625	22.624	23.305
. Sul	57.187	60.827	62.638

Fonte: IEMI, 2009.

### 2.2. ESTRUTURA TRABALHISTA

A rotatividade média da mão de obra na região é alta (45,2%), a qual supera a média nacional de 37,9%. No Estado do Paraná se pratica a mais alta rotatividade da região e no Rio Grande do Sul, a menor.

. SUL	2006	2007	2008
Mão de obra	57.187	60.827	62.638
Contratações	26.245	25.236	28.381
Dispensas	24.287	23.115	26.570
. Taxa de rotatividade	44,3%	42,3%	45,2%

Fonte: IEMI, 2009.

### 2.3. TAXA DE ROTATIVIDADE

. ESTADO	2006	2007	2008
Paraná	48,0%	37,1%	46,8%
Santa Catarina	46,7%	48,1%	45,8%
Rio Grande do Sul	39,8%	43,5%	43,1%
. Sul	44,3%	42,3%	45,2%

Fonte: IEMI, 2009.

### 2.4. NÚMERO DE TURNOS TRABALHADOS

Nos três Estados da região, as empresas operam em mais de um turno de 8 horas/dia. A média da região foi de 1,3 turno/dia, entretanto, no Estado do Paraná foi de 1,2 turno/dia, e em Santa Catarina, 1,4 turno/dia.

. ESTADO	2006	2007	2008
Paraná	1,2	1,2	1,2
Santa Catarina	1,4	1,4	1,4
Rio Grande do Sul	1,3	1,3	1,3
. Sul	1,3	1,3	1,3

Fonte: IEMI, 2009.

## 3. FATURAMENTO (EM R\$ 1.000)

Conforme comentado anteriormente, dentre os três Estados sulinos, o Rio Grande do Sul responde por 37,2% do faturamento regional. Santa Catarina, segundo colocado, responde por 34,8%, ficando o Paraná com 28%.

. ESTADO	2006	2007	2008
Paraná	1.208.519	1.277.395	1.314.362
Santa Catarina	1.396.311	1.500.029	1.632.636
Rio Grande do Sul	1.667.052	1.804.039	1.750.896
. Sul	4.271.883	4.581.462	4.697.893

Fonte: IEMI, 2009.



#### 4. CONSUMO DE PAPEL CONVERTIDO (PAPEL TRANSFORMADO) (EM TONELADAS)

No Rio Grande do Sul está também o maior consumo de papel pela indústria gráfica sulina, seguido de Santa Catarina em segundo, e o Paraná, em terceiro. No período analisado, de 2006 a 2008, o consumo total da região cresceu 4%, entretanto, no Paraná o aumento do consumo no período foi maior (+11,9%), ficando Santa Catarina com aumento de 5,9% e no Rio Grande do Sul quase não houve crescimento no consumo, apenas 0,3%.

. ESTADO	2006	2007	2008
Paraná	138.155	141.505	154.569
Santa Catarina	505.647	517.605	535.321
Rio Grande do Sul	544.042	547.969	545.871
. Sul	1.187.843	1.207.079	1.235.761

Fonte: IEMI, 2009.

. ESTADO	2006	2007	2008
Paraná	11,6%	11,7%	12,5%
Santa Catarina	42,6%	42,9%	43,3%
Rio Grande do Sul	45,8%	45,4%	44,2%
. Sul	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

#### 5. NÍVEL DE UTILIZAÇÃO DA CAPACIDADE INSTALADA

A Região Sul apresenta a maior taxa de ocupação da capacidade produtiva (82,5%) e no Rio Grande do Sul, o nível chega próximo de 90%, o melhor índice de utilização da capacidade instalada dentre todos os Estados brasileiros. Santa Catarina está próximo da média nacional e o Paraná, abaixo.

. ESTADO	2006	2007	2008
Paraná	70,1%	70,7%	68,1%
Santa Catarina	62,6%	70,6%	79,1%
Rio Grande do Sul	87,8%	87,7%	87,9%
. Sul	74,0%	78,5%	82,5%

Fonte: IEMI, 2009.

#### 6. MARK-UP NA FORMAÇÃO DE PREÇO DO PRODUTO ACABADO

Com relação ao valor adicionado à matéria-prima básica para a formação dos preços dos produtos gráficos ofertados ao mercado, a média dos Estados do Sul está pouco abaixo da média nacional (60,7%), mas o Rio Grande do Sul está acima.

. ESTADO	CUSTO DA MATÉRIA-PRIMA	PREÇO NA INDÚSTRIA
Paraná	100,00	158,26
Santa Catarina	100,00	151,62
Rio Grande do Sul	100,00	166,25
. Sul	100,00	159,04

Fonte: IEMI, 2009.

#### 7. INVESTIMENTOS (EM R\$ 1.000)

Na Região Sul, verificou-se a menor taxa de expansão dos investimentos no período analisado (104%), ante 165% no Sudeste, 265% no Centro-Oeste, 317% no Nordeste e 784% no Norte. Os valores investidos em máquinas e equipamentos representaram 87% do total. Em recursos humanos foram 3,9% e, em outros investimentos, 9,2%. Quase 51% das empresas do Sul investiram em ações de marketing em 2008, mas 39% delas não realizaram nenhum investimento na área.

. VALOR DOS INVESTIMENTOS (R\$ 1.000)	2006	2007	2008
Investimentos em máquinas e equipamentos	190.707	182.208	383.610
Investimentos em recursos humanos	3.660	10.268	17.162
Outros investimentos	21.587	61.186	40.573
. Investimento total	215.955	253.663	441.345

Fonte: IEMI, 2009.

### 7.1. INVESTIMENTOS EM AÇÕES DE MARKETING

. ESTADO	ATÉ R\$ 2.000 MENSAIS	DE R\$ 2.001 A R\$ 5.000 MENSAIS	DE R\$ 5.001 A R\$ 10.000 MENSAIS	ACIMA DE R\$ 10.000 MENSAIS	NÃO FAZ INVESTIMENTOS
Paraná	54,4%	8,9%	0,0%	0,0%	36,7%
Santa Catarina	51,6%	5,3%	3,2%	1,1%	38,9%
Rio Grande do Sul	46,4%	4,8%	3,6%	3,6%	41,7%
. Sul	50,9%	6,3%	2,2%	1,5%	39,0%

Fonte: IEMI, 2009.

## ← REGIÃO CENTRO-OESTE

### 1. EMPRESAS

Na Região Centro-Oeste se localizam 7,4% das empresas gráficas do país, sendo que Goiás e Distrito Federal, juntos, têm 65% delas. Mato Grosso do Sul participa com 21% da quantidade de empresas sediadas na região, ficando o restante de 16% com Mato Grosso.

. ESTADO (1)	2005	2006	2007(2)
Mato Grosso do Sul	256	257	270
Mato Grosso	242	250	251
Goiás	549	566	576
Distrito Federal	351	382	402
. Centro-Oeste	1.398	1.455	1.499

Fonte: RAIS, 2007 IEMI, 2009.

Nota: (1) Foram consideradas as empresas com zero funcionário.  
(2) Dados de 31/12/2007.

### 2. MÃO DE OBRA

Em termos de volume de mão de obra empregada na região, com exceção do Distrito Federal que reduziu em 5,5% seu pessoal, os demais Estados aumentaram o volume. Em Mato Grosso do Sul houve crescimento de 2,7%; em Mato Grosso, o aumento foi de 3,4% e em Goiás, de 0,7%.

A taxa média de rotatividade da mão de obra da região também é alta (42%), ante uma taxa nacional de 37,9%. Em Mato Grosso foi praticada a maior rotatividade, com 49,2% da mão de obra empregada, e no Distrito Federal, a menor, com 32,9%. Mato Grosso do Sul e Goiás ficaram com 40,7% e 46,6%, respectivamente.

#### 2.1. MÃO DE OBRA POR ESTADO

. ESTADO	2006	2007	2008
Mato Grosso do Sul	1.892	1.911	1.943
Mato Grosso	1.657	1.641	1.713
Goiás	5.727	5.564	5.769
Distrito Federal	3.951	3.817	3.733
. Centro-Oeste	13.227	12.933	13.158

Fonte: IEMI, 2009.

## 2.2. ESTRUTURA TRABALHISTA

. CENTRO-OESTE	2006	2007	2008
Mão de obra	13.227	12.933	13.158
Contratações	5.253	4.611	5.542
Dispensas	4.801	4.494	5.317
. Taxa de rotatividade	42,6%	34,4%	42,0%

Fonte: IEMI, 2009.

## 2.3. TAXA DE ROTATIVIDADE

. ESTADO	2006	2007	2008
Mato Grosso do Sul	53,2%	36,2%	40,7%
Mato Grosso	32,9%	41,8%	49,2%
Goiás	52,2%	38,3%	46,6%
Distrito Federal	28,3%	24,8%	32,9%
. Centro-Oeste	42,6%	34,4%	42,0%

Fonte: IEMI, 2009.

## 2.4. NÚMERO DE TURNOS TRABALHADOS

As empresas da Região Centro-Oeste trabalham, em média, 1,3 turno de 8 horas/dia, entretanto, em Mato Grosso do Sul e no Distrito Federal, a média é de 1,4 turno/dia.

. ESTADO	2006	2007	2008
Mato Grosso do Sul	1,4	1,4	1,4
Mato Grosso	1,1	1,1	1,1
Goiás	1,2	1,2	1,2
Distrito Federal	1,3	1,3	1,4
. Centro-Oeste	1,2	1,2	1,3

Fonte: IEMI, 2009.

## 3. FATURAMENTO (EM R\$ 1.000)

A Região Centro-Oeste é responsável por 7,7% das empresas do setor, 4,8% do volume de empregos e 6,3% do faturamento nacional da indústria gráfica. No período de 2006 a 2008, a receita do setor na região cresceu 21,6%, entretanto, foi em Mato Grosso que ela apresentou o maior crescimento no período, com 45%, ante 24,2% em Goiás, 18,3% no Distrito Federal e 17,1% em Mato Grosso do Sul.

. ESTADO	2006	2007	2008
Mato Grosso do Sul	132.680	153.270	155.421
Mato Grosso	56.310	72.547	81.682
Goiás	449.641	503.758	558.585
Distrito Federal	557.862	616.618	660.081
. Centro-Oeste	1.196.494	1.346.193	1.455.769

Fonte: IEMI, 2009.

#### 4. CONSUMO DE PAPEL CONVERTIDO (PAPEL TRANSFORMADO) (EM TONELADAS)

No mesmo período, o consumo de papel na região cresceu 16,8%. Todavia, o maior crescimento se deu em Goiás, com 39%, seguido de Mato Grosso, com 29%, e Mato Grosso do Sul, com 7,5%. No Distrito Federal houve queda de 1,4% no consumo.

ESTADO	2006	2007	2008
Mato Grosso do Sul	9.513	9.945	10.231
Mato Grosso	6.160	7.147	7.973
Goiás	75.173	90.975	104.837
Distrito Federal	92.916	82.722	91.590
Centro-Oeste	183.762	190.789	214.631

Fonte: IEMI, 2009.

ESTADO	2006	2007	2008
Mato Grosso do Sul	5,2%	5,2%	4,8%
Mato Grosso	3,4%	3,7%	3,7%
Goiás	40,9%	47,7%	48,8%
Distrito Federal	50,6%	43,4%	42,7%
Centro-Oeste	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: IEMI, 2009.

#### 5. NÍVEL DE UTILIZAÇÃO DA CAPACIDADE INSTALADA

Na Região Centro-Oeste se verifica a menor taxa de utilização da capacidade instalada do país (70,4%). O Estado de Goiás tem a maior capacidade ociosa da região e a segunda maior do país, tendo à sua frente somente o Estado do Piauí, com nível de utilização da capacidade instalada de 60,9%.

ESTADO	2006	2007	2008
Mato Grosso do Sul	75,5%	75,7%	77,9%
Mato Grosso	72,8%	73,6%	78,1%
Goiás	60,8%	62,6%	63,8%
Distrito Federal	73,6%	76,0%	78,1%
Centro-Oeste	67,8%	68,9%	70,4%

Fonte: IEMI, 2009.

#### 6. MARK-UP NA FORMAÇÃO DE PREÇO DO PRODUTO ACABADO

As empresas da Região Centro-Oeste agregam 58,4% ao custo da matéria-prima na formação do preço de seus produtos, menos que a taxa média nacional de 60,7%, entretanto, Goiás e Mato Grosso estão acima da média nacional.

ESTADO	CUSTO DA MATÉRIA-PRIMA	PREÇO NA INDÚSTRIA
Mato Grosso do Sul	100,00	138,45
Mato Grosso	100,00	163,33
Goiás	100,00	167,24
Distrito Federal	100,00	156,14
Centro-Oeste	100,00	158,40

Fonte: IEMI, 2009.

## 7. INVESTIMENTOS (EM R\$ 1.000)

Os investimentos na região cresceram 265%, de 2006 a 2008, e quase 94% desse valor foram aplicados em máquinas e equipamentos. Os recursos investidos em capacitação caíram 62,1%, enquanto outros investimentos cresceram 46%. Mais de 61% das empresas da região declararam que também investiram em ações de marketing em 2008. Porém, 39% delas não realizaram qualquer aplicação com essa finalidade.

. VALOR DOS INVESTIMENTOS (R\$ 1.000)	2006	2007	2008
Investimentos em máquinas e equipamentos	18.769	55.452	80.060
Investimentos em recursos humanos	1.403	1.924	532
Outros investimentos	3.227	3.879	4.722
<b>. Investimento total</b>	<b>23.399</b>	<b>61.255</b>	<b>85.315</b>

Fonte: IEMI, 2009.

### 7.1. INVESTIMENTOS EM AÇÕES DE MARKETING

. ESTADO	ATÉ R\$ 2.000 MENSAIS	DE R\$ 2.001 A R\$ 5.000 MENSAIS	DE R\$ 5.001 A R\$ 10.000 MENSAIS	ACIMA DE R\$ 10.000 MENSAIS	NÃO FAZ INVESTIMENTOS
Mato Grosso do Sul	50,0%	20,0%	10,0%	0,0%	20,0%
Mato Grosso	64,3%	0,0%	0,0%	0,0%	35,7%
Goiás	46,2%	7,7%	5,1%	0,0%	41,0%
Distrito Federal	47,1%	7,8%	2,0%	2,0%	41,2%
<b>. Centro-Oeste</b>	<b>49,1%</b>	<b>7,9%</b>	<b>3,5%</b>	<b>0,9%</b>	<b>38,6%</b>



## AGRADECIMENTOS

*A elaboração deste “Estudo Setorial da Indústria Gráfica no Brasil” não seria possível sem a qualificada parceria do Sebrae Nacional, sem a participação de todas as empresas que responderam os questionários, e sem o empenho e a competência dos diretores, executivos e colaboradores de nossa Entidade e das Abigraf Regional, cujo engajamento no projeto, por meio de seus respectivos Presidentes, foi decisivo para o resultado alcançado, motivo pelo qual são citados a seguir:*

**Abigraf Regional Alagoas**

Presidente: Floriano Alves da Silva Junior

**Abigraf Regional Amazonas**

Presidente: Roberto de Lima Caminha Filho

**Abigraf Regional Bahia**

Presidente: Josair Santos Bastos

**Abigraf Regional Ceará**

Presidente: Luiz Francisco Juaçaba Esteves

**Abigraf Regional Distrito Federal**

Presidente: João Ferreira dos Santos

**Abigraf Regional Espírito Santo**

Presidente: Tullio Samorini

**Abigraf Regional Estado de Goiás**

Presidente: Antônio de Sousa Almeida

**Abigraf Regional Mato Grosso do Sul**

Presidente: Julião Flaves Gaúna

**Abigraf Regional Minas Gerais**

Presidente: Rodrigo Velloso de Almeida

**Abigraf Regional Pará**

Presidente: Carlos Jorge da Silva Lima

**Abigraf Regional Paraíba**

Presidente: Marcone Tarradt Rocha

**Abigraf Regional Paraná**

Presidente: Sidney Paciornik

**Abigraf Regional Pernambuco**

Presidente: Valdezio Bezerra de Figueiredo

**Abigraf Regional Piauí**

Presidente: James Hermes dos Santos

**Abigraf Regional Rio De Janeiro**

Presidente: Rui Klatt †

**Abigraf Regional Rio Grande do Norte**

Presidente: Alexandre Firmino Melo Filho

**Abigraf Regional Rio Grande do Sul**

Presidente: Paulo Roberto Borgatti Coutinho

**Abigraf Regional Santa Catarina**

Presidente: José Fernando da Silva Rocha

**Abigraf Regional São Paulo**

Presidente: Fabio Arruda Mortara

**Abigraf Regional Sergipe**

Presidente: Paulo Roberto Garcez Vieira

**EM CASO DE DÚVIDA LOCALIZE O SEBRAE MAIS PRÓXIMO DE VOCÊ!  
VEJA OS ENDEREÇOS DO SEBRAE EM TODOS OS ESTADOS BRASILEIROS.**

**SEBRAE/AC**

Rua Rio Grande do Sul, 109 - Centro  
69903-420 RIO BRANCO - AC

**SEBRAE/AL**

Rua Dr. Marinho de Gusmão, 46 - Centro  
57020-560 MACEIÓ - AL

**SEBRAE/AM**

Rua Leonardo Malcher, 924 - Centro  
69010-170 MANAUS - AM

**SEBRAE/AP**

Av. Ernestino Borges, 740 Laguinho  
68906-010 MACAPÁ - AP

**SEBRAE/BA**

Travessa Horácio César, 64  
Largo dos Aflitos - Centro  
40060-350 SALVADOR - BA

**SEBRAE/CE**

Avenida Monsenhor Tabosa, 777 Praia de Iracema  
60165-010 FORTALEZA - CE

**SEBRAE/DF**

SIA Trecho 3, Lote 1580  
71200-030 BRASÍLIA - DF

**SEBRAE/ES**

Rua Jerônimo Monteiro, 935 - Centro  
29010-003 VITÓRIA - ES

**SEBRAE/GO**

Av. T-3, Nº 1000 - Setor Bueno  
74210-240 GOIÂNIA - GO

**SEBRAE/MA**

Av. Prof. Carlos Cunha, s/nº Bairro Jaracaty  
65.076-820 SÃO LUIZ - MA

**SEBRAE/MG**

Avenida Barão Homem de Melo, 329  
Nova Suíça  
30460-090 BELO HORIZONTE - MG

**SEBRAE/MS**

Av. Mato Grosso, 1661 - Centro  
79002-950 CAMPO GRANDE - MS

**SEBRAE/MT**

Av. Rubens de Mendonça, 3999 - CPA  
78055-500 CUIABÁ - MT

**SEBRAE/PA**

Rua Municipalidade, 1461 - Umarizal  
60050-350 BELÉM - PA

**SEBRAE/PB**

Av. Maranhão, 983 - Bairro dos Estados  
58030-261 JOÃO PESSOA - PB

**SEBRAE/PE**

Rua Tabaiães, 360 - Ilha do Retiro  
50750-230 RECIFE - PE

**SEBRAE/PI**

Avenida Campos Salles, 1046 Centro  
64000-300 TERESINA - PI

**SEBRAE/PR**

Rua Caeté, 150 - Prado Velho  
80220-300 CURITIBA - PR

**SEBRAE/RJ**

Rua Santa Luzia, 685 6 a 9º andar  
20030-070 RIO DE JANEIRO - RJ

**SEBRAE/RN**

Avenida Lima e Silva, 76 Lagoa Nova  
59075-970 NATAL - RN

**SEBRAE/RO**

Avenida Campos Sales, 3421 - Olaria  
Caixa Postal 1372  
78902-080 PORTO VELHO - RO

**SEBRAE/RR**

Avenida Major Williams, 1018 São Pedro  
69301-110 BOA VISTA - RR

**SEBRAE/RS**

Rua Sete de Setembro, 555  
90010-190 PORTO ALEGRE - RS

**SEBRAE/SC**

Avenida Rio Branco, 611 Centro  
88015-203 FLORIANÓPOLIS - SC

**SEBRAE/SE**

Avenida Tancredo Neves, 50500  
Bairro América  
49080-4700 ARACAJU - SE

**SEBRAE/SP**

Rua Vergueiro, 1117 - Paraíso  
01504-001 SÃO PAULO - SP

**SEBRAE/TO**

ACSU-NE-10 Conjunto 2 Lote 1,  
Av. LO4 Centro  
77054-970 PALMAS - TO