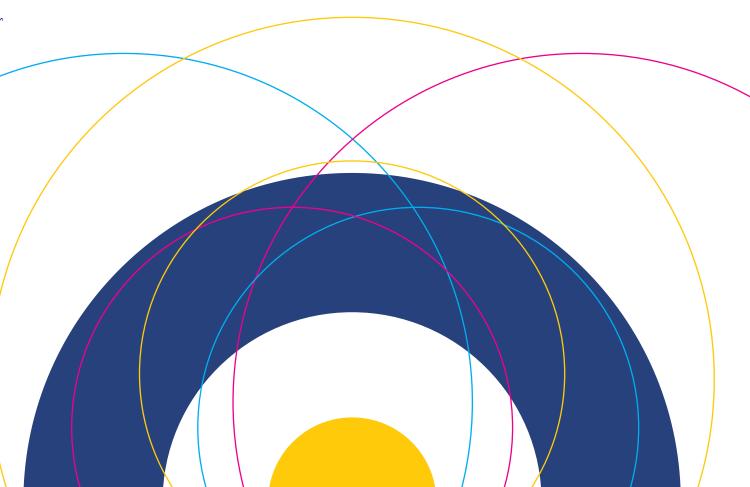


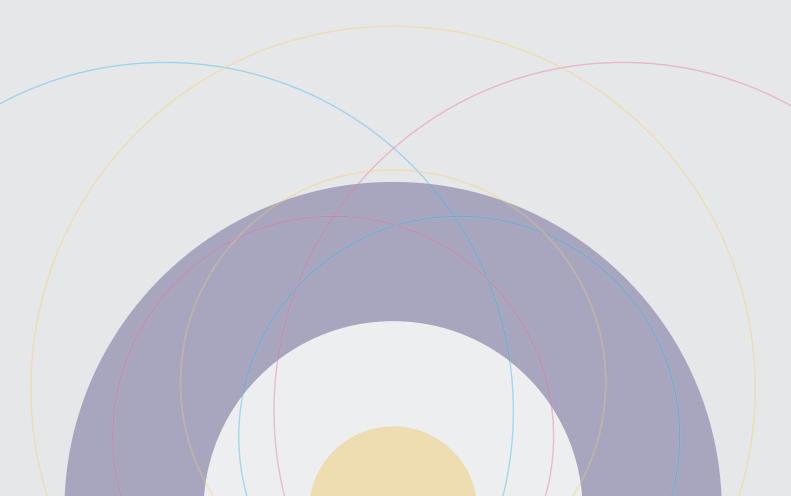
# Anuário & Análise Setorial 2015

Inclui pesquisa Datafolha sobre impressos promocionais





# Anuário & Análise Setorial 2015



#### **Índice de Anunciantes**

Abril Gráfica	06
ABTG Certificadora	
Agfa	12
Art Laser	16
Coan Gráfica	22
D'Arthy Gráfica	26
Efi Metrics	
Edigráfica	32
Esdeva	
Flint Group	40
Goss Internatinonal	44
Gráfica Santa Marta	46

Groupwork	48
Huber Group	50
IBF	52
Kodak	54
Log & Print	56
Oceano	60
Pisa	62
Plural	64
Posigraf Gráfica e Editora	66
RR Donnelley	68
Sun Chemical	74

#### ANUÁRIO & ANALISE SETORIAL DA ABRO 2015

#### Versão reduzida para entrega no Summit de Comunicação 4x4 A Força da Mídia Impressa

Publicação de circulação interna da ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS COM ROTATIVA OFFSET - ABRO

Rua do Paraíso, 529

04103-000, Paraíso São Paulo SP

Tel.: +55 11 27976726 Fax: +55 11 27976716

Email. abro@portalabro.org.br

www.portalabro.org.br

#### Elaboração do Panorama de Mercado e Índice de Precos Setorial

AMSG Consultoria em Negócios e Mercado.

Av. Odair da Silva Pinto, 3000

12945-755- Atibaia SP

Tel./Fax: +55 11 44111857

#### Elaboração da Pesquisa de Mercado sobre Impressos Promocionais

Datafolha Instituto de Pesquisas

Alameda Barão de Limeira, 425 – 7º andar

01202-900 - São Paulo - SP

Tel. +55 11 32242100 Fax: + 55 11 32242143

#### Executivo de Negócios

Tilson D. Casteluci



Criação da Capa e Editoração Eletrônica Pivot 08

#### Impressão

Log & Print Gráfica e Logística

#### DIRETORIA DA ABRO - 2015 a 2018

#### Diretoria executiva

Mauro Melli (Presidente / Edigráfica) Carlos Jacomine (Vice Presidente / Plural) Adhemur Pilar (Diretor de Marketing / Flint Group) Eduardo Costa (Diretor Técnico / Abril Gráfica) Gilberto Alves (Coordenador do Comitê Político/ Posigraf) Rodney Casadei (Membro Suplente / Log & Print)

#### Conselho fiscal

André Freitas Neves (Esdeva) Marcio Rocha (Art Laser)

Vitor Dragone (Goss)

vitor Dragone (doss)

Luiz Cansian (Membro Suplente / Sun Chemical)

#### Conselho de fornecedores

André Luis Uchôas Arantes (Papel / Pisa Indústria de Papéis)

Enio Zucchino (Insumos / Kodak)

Joaquim Dias (Tintas / Flint Group)

Vitor Dragone (Equipamentos de Impressão / Goss)

#### Conselho técnico

Eduardo Costa (Abril Gráfica)

Hamilton Cevada (RR Donnelley)

Marcelo Tobo (Abril Gráfica)

Rui Hilário de Almeida (Log & Print)

Silvio Nicola (Plural)

Silvio Tassinari (Abril Gráfica)

#### **Anuário & Análise Setorial - 2015**



Todos nós sabemos da importância de ter uma indústria gráfica com rotativas offset fortalecida para enfrentar os desafios e a turbulência econômica que estamos presenciando.

Além de concorrer com outros meios de informação, acabamos travando entre nós, gráficas, uma disputa comercial que tanto nos enfraquece diante dos riscos de ter ou manter negócios, seja qual for o resultado obtido.

Temos ainda a obrigação de manter e defender a igualdade da concorrência em produtos com papel não imune, bem como pela eliminação de qualquer ilegitimidade que possa prejudicar a competitividade, o emprego e a livre iniciativa daqueles que cumprem a lei.

Contra nós há o cambio, a energia elétrica e os sucessivos aumentos de insumos que reduzem nossas margens e impedem a manutenção da própria mão de obra que toca nosso negócio.

Não conseguimos os mesmos benefícios fiscais dos segmentos de jornais, revistas, editoras e de alguns fornecedores, por mais que nosso papel na cadeia produtiva seja tão importante quanto qualquer outro do meio de comunicação impressa.

O panorama econômico e a análise setorial da ABRO traçam o retrato de nosso passado e dão sinais de como será o futuro da indústria gráfica brasileira de rotativas offset.

Em nosso favor, temos a oportunidade de discutir e construir um roteiro de futuro mais alinhado com as expectativas reais do segmento de rotativas offset, dentro do contexto que se desenha o mercado brasileiro.

Também constitui nossa obrigação defender e valorizar a comunicação impressa, de forma sustentável e somar forças com todas as entidades que, por natureza, compartilhem de nossos valores.

Desta forma, o próximo passo para futuro é não deixa-lo parecer uma lembrança que em breve poderá nem ser parte do passado,

Carlos Jacomine. Vice Presidente da Associação Brasileira de Empresas com Rotativa Offset (ABRO) e coordenador do Anuário e Análise Setorial 2015









Atendimento personalizado, apoio técnico e flexibilidade em processos, tiragens, formatos e papéis. Tudo isso a Abril Gráfica oferece a você. Visite nosso site!

Impressão com consciência e sustentabilidade









#### Índice



Panorama Econômico e de Mercado10
Índice de Preços Setorial da ABRO - Resultados 201434
Índice de Preços Setorial da Abro - Resultados
Junho e 1º Sem/ 201558
Pesquisa Datafolha 76



A ABTG Certificadora é a única certificadora brasileira especializada no segmento de tecnologia gráfica. Contando com um conjunto abrangente de certificações para o setor - incluindo certificações acreditadas pela CGCRE - e um quadro de auditores qualificados em diversas normas vigentes no mercado, a ABTG Certificadora oferece uma ampla categoria de serviços de certificação, atendendo sempre as principais demandas da Indústria Gráfica.

O QUE A ABTG
CERTIFICADORA
PODE FAZER PELA
SUA GRÁFICA?

Serviços de Certificação de Sistemas de Gestão da Qualidade

Serviços de Certificação Ambiental

Serviços de Certificação de Processo e/ou Produto Gráfico

Segurança Empresarial

Responsabilidade Social

Cursos voltados para a área gráfica e de normalizações.

INFORMAÇÕES SOBRE CERTIFICAÇÕES E NOSSOS CURSOS:

certificacao@abtgcertificadora.org.br cursos@abtgcertificadora.org.br

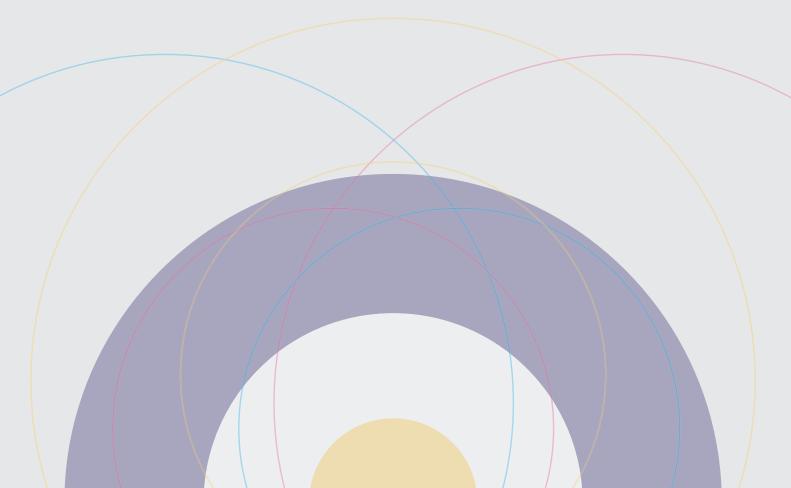
Tel.: 11 2618 2024



### PANORAMA DE MERCADO

## Indústria Brasileira de Gráficas com Rotativas Offset

Ano base 2014



Em 2014 a atividade econômica global apresentou crescimento moderado, com destaque para o desempenho das economias maduras, em especial a dos EUA e a retomada do crescimento na Área do Euro. As economias emergentes sofreram forte desaceleração no período.

As forças complexas que influenciaram a atividade econômica mundial em 2014 seguem moldando as perspectivas. Entre elas cabe mencionar algumas tendências de médio e longo prazo, como o envelhecimento da população e conseqüente declive do potencial de crescimento; a queda de preços do petróleo; e muitos fatores específicos relativos a países ou regiões em virtude ainda dos impactos da crise financeira e decorrentes de ajustes e flutuações de juros e câmbio provenientes de suas políticas monetárias.

As perspectivas de médio prazo são neste momento menos otimistas para as economias avançadas e especialmente desfavoráveis para os mercados emergentes, cuja atividade econômica vem esfriando desde 2010. Entretanto, a distribuição dos fatores de risco envolvendo o crescimento mundial está mais equilibrada.

Neste momento as tensões geopolíticas têm se acentuado. Em princípio, seus efeitos macroeconômicos parecem estar restritos as regiões envolvidas, porém há riscos tangíveis de desdobramentos mais generalizados.

Desafios de médio prazo presentes no cenário pré-crise financeira, como o impacto do envelhecimento da população na força de trabalho e o fraco crescimento da produtividade

estão retornando às prioridades e necessitam ser enfrentados. Estes fatores se refletem em baixo potencial de crescimento para as economias avançadas, o que pode estar afetando no ritmo de recuperação atual, e uma redução do potencial de crescimento dos mercados emergentes.

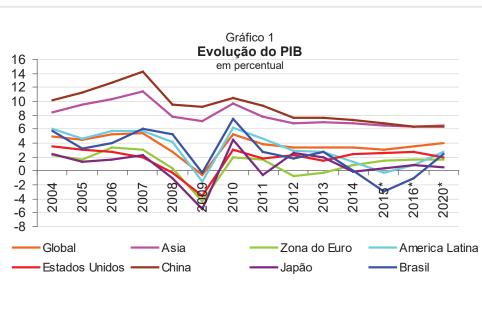
As projeções consideram que as principais iniciativas que tem sustentado a recuperação das economias avançadas continuem sendo conduzidas de forma efetiva, tanto no âmbito dos ajustes fiscais, quanto das políticas monetárias acomodatícias. Contemplam da mesma forma a redução das tensões geopolíticas, o que contribuiria para a recuperação das economias afetadas.

As projeções consideram perspectivas de crescimento bastante heterogêneas. Entre as economias avançadas se projeta a retomada dos níveis de crescimento. Mais lento para o Japão e países da Zona do Euro, e em ritmo maior para EUA e demais regiões. Entre os mercados emergentes se prevê um crescimento mais elevado em especial para as economias emergentes asiáticas, com leve desaceleração da China, um maior avanço da Índia, mas que de certa forma será atenuado pelo crescimento mais fraco previsto

para Brasil e Rússia.

Em contexto geral é essencial a manutenção da condução de reformas estruturais tanto nas economias avançadas, como em mercados emergentes, de forma a sustentar um ritmo de crescimento mais forte e, ao mesmo tempo sustentável.

Após crescimento de 3,3% em 2013, o FMI registrou leve aceleração da economia global em 2014, que encerrou o período com um crescimento de 3,4%. As projeções são moderadas para o próximo biênio. Em 2015 o crescimento deve ocorrer em níveis de 3,1%, apresentando nova aceleração em 2016 com a expansão da economia global prevista em 3,6%. As previsões apontam para uma elevação gradual das taxas de crescimento alcançando 4,0% em 2020.



Fonte: FMI - out/2015

\*Valores estimados- 2015, 2016 e 2020.

No caso das economias desenvolvidas, os números registram um crescimento de 1,8% para o ano de 2014, resultado inferior à média global. As taxas de crescimento previstas para 2015 e 2016 são de respectivamente 2,0% e 2,2%.

Os Estados Unidos apresentaram crescimento do PIB de 2,4% em 2014. As previsões de evolução para a economia americana para 2015 e 2016 situam-se respectivamente em 2,6% e 2,8%.

# Os gráficos escolhem Agfa Graphics.

Para garantir status de excelência no funcionamento de sua gráfica, com economia, segurança e cuidados com o meio ambiente, a Agfa Graphics oferece soluções completas para você.



#### :CtP

A família de CtP's mais completa do mercado, tecnologia térmica e violeta para diversos formatos, desde o 1/4 de folha até o VLF, diferentes níveis de automação e velocidade de produção de 11 até 300 chapas/hora.

#### :Apogee (Software/Workflow)

Gerenciamento de cores que garante economia e redução de custos. Workflow mais utilizado e conhecido do mercado gráfico, com conectividade total e único 100% em português.

Confira o novo :Apogee StoreFront (web-to-print) e diferencie-se da concorrência através da venda via web!

No Brasil, única empresa provedora da indústria gráfica com os certificados:

ISO 9001, ISO 14001, ISO 50001 e OHSAS 18001

#### :Chapas Digitais (Térmica, Violeta e Analógica)

Segurança e Qualidade Agfa Graphics, com fabricação nacional e total garantia de entrega para todo o Brasil. :Azura TS - A chapa "verde" mais aceita no setor gráfico, com mais de 750 instalações apenas na América Latina.





Agfa Graphics marketinggs.br@agfa.com Tel.: 11 5188.6400 www.agfagraphics.com.br



No caso das economias desenvolvidas, os números registram um crescimento de 1,8% para o ano de 2014, resultado inferior à média global. As taxas de crescimento previstas para 2015 e 2016 são de respectivamente 2,0% e 2,2%.

Os Estados Unidos apresentaram crescimento do PIB de 2,4% em 2014. As previsões de evolução para a economia americana para 2015 e 2016 situam-se respectivamente em 2,6% e 2,8%.

Com relação às projeções para os países emergentes da Ásia, é previsto um crescimento em torno de 6,5% em 2015 e 6,4% em 2016. A China, que alcançou um crescimento de 7,3% em 2014, deverá sofrer leve desaceleração com avanço médio de 6,5% para os próximos dois anos, enquanto a Índia gradualmente recupera ritmo com taxas de crescimento previstas em respectivos 7,3% e 7,5% ano.

Na Zona do Euro a economia voltou a apresentar crescimento com um avanço de 0,9% em 2014. A previsão é retomada de crescimento na região em 1,5% para 2015 e 1,6% em 2016.

As projeções para o mercado da América Latina apontam queda de 0,3% para 2015, e frágil retornada em 2016 com crescimento de 0,8%. Os resultados deste mercado em 2014 registraram um avanço de 1,3%. Espera-se para os próximos 5 anos crescimento com variações anuais positivas atingindo 2,8% em 2020.

A economia brasileira em 2014 apresentou um crescimento anual do PIB de 0,1%, atingindo R\$ 5,52 trilhões. A taxa de crescimento anual aferida em 2014 foi a menor desde 2009, quando o PIB brasileiro retraiu 0,2% no auge da crise econômica mundial. Em 2013 o resultado acumulado do ano foi de 2,7%.

O ambiente econômico permaneceu frágil em 2014. A demanda externa em lenta recuperação refletiu nas exportações que recuaram em 1,1% no ano. A demanda interna, que de certa forma vinha sustentando algum resultado econômico, desacelerou no período registrando um crescimento de 0,9% no consumo das famílias, frente aos 2,9% em 2013. Apesar do crescimento da massa salarial em 4,1% no período, fatores como o endividamento das famílias, a restrição do crédito e a elevação das taxas de juros desestimularam o consumo.

O resultado do PIB refletiu o fraco desempenho dos setores agropecuário e de serviços que avançaram respectivamente em 0,4% e 0,7%, mas principalmente a queda de 1,2% no setor industrial. Além dos aspectos negativos da demanda interna e do baixo índice de exportações em virtude da crise internacional e dos baixos preços das commodities, o ambiente de insegurança foi acentuado pelo período de eleições presidenciais. Com a diminuição da confiança, os investimentos recuaram em 2,1% no período fechando o ano em 19,7% do PIB.

Considerando os próximos dois anos, as expectativas para a economia brasileira são de manutenção de um ambiente de recessão, com PIB apresentando taxas negativas de 3,15% ao ano para 2015 e 2,01% para 2016. As estimativas de deterioração da economia para o período consideram fatores como a queda no preço do petróleo, até a redução de demanda da China, o principal parceiro comercial do Brasil. O país terá de lidar ainda com os desequilíbrios macroeconômicos e com os excessos de políticas que levaram a um cenário de baixo crescimento e inflação em alta.

A taxa Selic em viés de alta partiu dos estáveis 7,25% em 2012 para 10% em 2013. Em 2014 a taxa fechou o ano em 11,70%. As previsões do Banco Central apontam para uma taxa de 14,25% ao final de 2015, recuando para 13,75% ao longo de 2016.

Segundo o Banco Central, a inflação medida pelo IPCA fechou 2014 em 6,41%, ficando acima da marca de 5,91% registrada em 2013. A inflação é prevista em 10,3% para 2015, devendo recuar aos patamares de 6,6% em 2016. A taxa de câmbio fechou 2014 em R\$2,64. Em 2015 a taxa de câmbio deve fechar o período em R\$ 3,95, enquanto para o ano de 2016 a projeção é de elevação com cotação que deve atingir R\$4,20.

O ambiente econômico impacta de forma direta os principais mercados de atuação do setor gráfico, influenciando diretamente seus resultados no Brasil e no mundo.

O mercado gráfico mundial foi afetado de forma significativa pela recessão econômica no período de 2008 e 2009 e o setor chegou a apresentar retração da ordem de 3,8% em 2009, voltando a crescer em níveis de 1% em 2010.

Após o forte período de recessão este mercado começa a se recuperar, mas o processo de retomada do setor gráfico em nível mundial ocorre de forma lenta.

Segundo o relatório World-wide market for print o mercado deve apresentar um crescimento de 8% ao longo do período de 2011 e 2017. De acordo com o relatório o crescimento deve ser impulsionado pelo segmento de embalagens que deve avançar em níveis de 4,2% ao ano. O segmento deverá representar 43% do mercado global de impressão até 2017.

Estudo realizado pela Smithers Pira prevê crescimento de 2% ao ano para o mercado gráfico global até 2018.

No período expandido até 2020, nota-se uma expansão de 2,2% ao ano para o mercado global de impressões. Dentro deste cenário o segmento de impressões editoriais deve encolher em torno de 1,7% ao ano, enquanto os segmentos de impressões comerciais e embalagens avançam respectivamente em 1,4% e 4,1% ao ano.

A recuperação deste mercado considera a consolidação da retomada do crescimento da economia em nível global e consequente elevação do nível de consumo, em especial nas economias emergentes, crescimento populacional, elevação no nível de alfabetização e avanço das tecnologias digitais.



Estima-se que os segmentos de livros, revistas e propaganda, que somam cerca de 30% do faturamento gráfico mundial, voltem a apresentar ligeira queda em 2015, porém mantendo-se estáveis. As expectativas para 2016 sinalizam crescimento moderado. Os incrementos previstos para o setor devem ser sustentados principalmente pelo segmento de embalagens.

Dentre os mercados mais expressivos em termos de faturamento em nível mundial vale destacar o desempenho da Ásia e América do Norte, que juntos representam cerca de 60% do faturamento global do setor. As projeções indicam que a China deve se tornar o maior mercado gráfico em nível mundial em 2017, ultrapassando o mercado dos EUA.

O mercado europeu, que ocupa a terceira posição em termos de participação global com 26% de todo o mercado gráfico, apresentou queda da ordem de 2,8% em 2011. Este mercado deve acumular perdas de pelo menos 6% no período entre 2011 e 2016.

# Art Laser Soluções Gráficas Inteligentes

#### A EMPRESA

Uma das melhores gráficas especializadas em folhetos promocionais do país.



#### GERADORES DE ENERGIA

Garantem a continuidade de trabalho e a pontualidade na entrega.



#### FROTA PRÓPRIA



#### **SEGURANÇA**

Profissionais de confiança e softwares com senha asseguram o sigilo dos trabalhos.



MÁQUINAS Impressoras rotativas de última geração.



PACOTES SELADOS (SHRINK)



QUALIDADE Equipamento CTP.



**78%** 

dos consumidores compram algum produto com base nos tablóides de ofertas.

Fonte: Pesquisa ACNielsen. CBPA/Latam

Tablóides de ofertas são associados a preços baixos pelos consumidores. O consumidor e seus hábitos - América Latina "Me baseio nos folhetos de ofertas para comprar



A força do Tablóide de Ofertas
O consumidor e seus hábitos - América Latina

"Busco nos jornais
ofertas e descontos e
compro em função deles"

Brasil
México

Fonte: Pesquisa ACNielsen. CBPA/Latam



R. Bruno Fiori, 130 - Distrito Industrial III - Araras - SP CEP 13.602-103 - Fone/Fax: (19) 3541-6417

www.artlaser.com.br

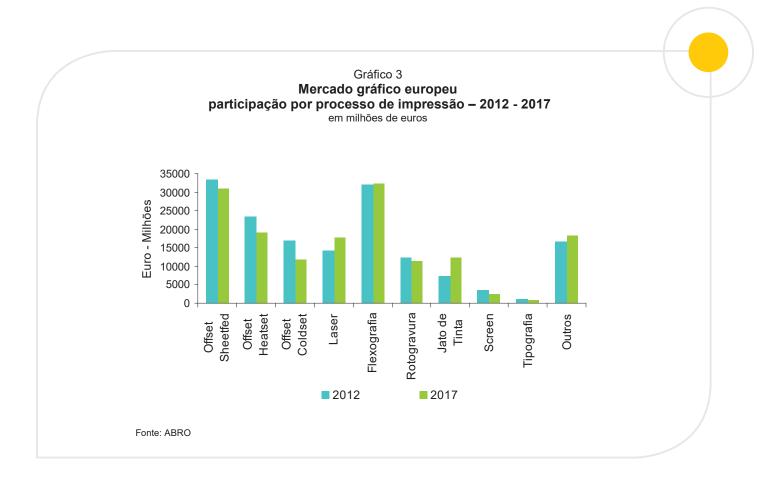


SC Sociary 2003151 Associação Brissieira de Empresas con Rotalina Cin



FSC www.fsc.org

A merce do manejo



Em termos de processo de impressão, a tecnologia offset permanece na liderança com uma participação 46%, seguida da flexografia com 20%. Vale destacar os processos de impressão digital que ganham participação a cada ano, tanto em volume produzido, como em faturamento.

O desempenho do setor gráfico brasileiro possui forte correlação com os movimentos da economia. No segmento de impressões em rotativas offset esta influência não é diferente, contudo, este setor depende mais diretamente do desempenho de segmentos como: editorial - livros e revistas, propaganda e educação.

O mercado brasileiro de propaganda vem sustentando resultados positivos registrando crescimento médio anual da ordem de 7% nos últimos três anos, segundo dados divulgados pelo Projeto Inter-Meios, relatório de investimento em mídia coordenado pelo Grupo Meio & Mensagem em parceria com a auditoria PricewaterhouseCoopers (PwC).

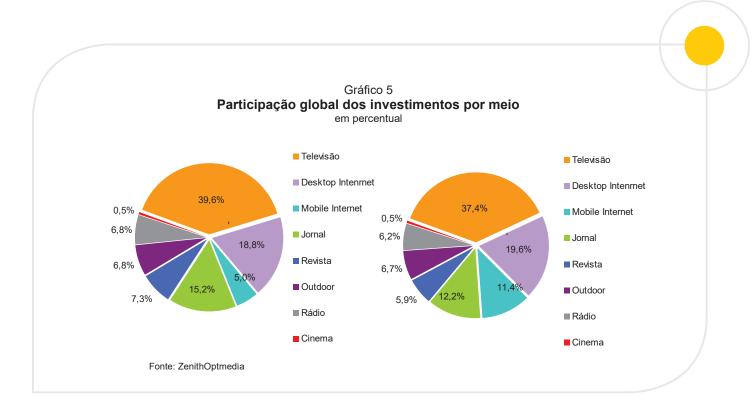


O mercado publicitário em 2014, no entanto, manteve-se praticamente estável, com um faturamento R\$ 46,36 bilhões. O resultado representa um crescimento de 1,5% em relação a 2013. Deste total, R\$ 39,97 bilhões representam os investimentos em mídia no período.

Vale ressaltar que a partir de 2014, o Inter-Meios apresenta um método diferente de extrapolação. De forma a preservar os parâmetros de comparação, o Inter-Meios recalculou os valores apurados em 2013, com investimento bruto nos meios de R\$ 39,38 bilhões e faturamento total de R\$ 45,69 bilhões.

Os investimentos brasileiros em mídia somaram o equivalente a US\$ 19,77 bilhões, colocando o Brasil na sexta posição do ranking global publicitário, ficando atrás de EUA, China, Japão, Alemanha e Reino Unido, segundo dados da ZenithOptimedia.

De acordo com a ZenithOptimedia o total de investimentos globais em publicidade deve atingir US\$ 531 bilhões em 2015. A previsão aponta um crescimento de 4,2% no ano, com recuo quando comparado ao incremento de 5,1% registrado em 2013. A perspectiva é que as taxas de crescimento atinjam em 2016 níveis não vistos desde o início da crise financeira com um avanço de 5,6%. Para 2017 as estimativas são de crescimento em 5,2%.



Com relação à evolução dos investimentos previstos para a América Latina, prevê-se um avanço médio de 10% ao ano até 2017, com leve desaceleração se comparado ao incremento médio de 13% obtido nos anos de 2013 e 2014. Ainda assim, a taxa de crescimento prevista para a região representa quase o dobro do estimado para o avanço global dos investimentos. Para 2016 estima-se um crescimento em torno de 12% impulsionado principalmente pelo advento das Olimpíadas no Brasil.

Segundo a Magna Global os investimentos publicitários brasileiros devem avançar em 4,4% em 2015. Os resultados aferidos pelo IBOPE para o primeiro semestre do ano, registram alta de 0,8%, se comparado ao mesmo período do ano anterior. Entretanto, vale lembrar que no primeiro semestre de 2014 o mercado contava com certo aquecimento em virtude da Copa do Mundo. Se o momento econômico brasileiro inspira cautela por parte dos anunciantes, algumas categorias registram crescimento nos investimentos de mídia, dentre as quais os setores de carnes, higiene pessoal e limpeza e farmacêuticos.

Com relação aos investimentos publicitários por meio em 2014, a TV por assinatura apresentou destaque, conquistando R\$ 2,13 bilhões e aumento de 28% em comparação a 2013. As empresas de mídia exterior tiveram investimentos de R\$ 2,24 bilhões, com um crescimento de 21,1% comparado ao ano anterior.

O mercado editorial brasileiro de revistas apresentou queda em 2014, segundo a ANER – Associação Nacional dos Editores de Revista. Após avanço de 4,8% em 2010 registrando um total de 443,5 milhões de exemplares, o mercado de revistas recua pelo quarto ano consecutivo. Com perdas da ordem de 11,9% em 2014, fechou o ano com 333 milhões de exemplares vendidos.

A maior queda no faturamento foi registrada para o segmento de vendas avulsas, com 172 milhões de exemplares vendidos em 2014 e recuo de 17,7% quando comparado a 2013. Em vendas por assinatura a retração foi de 5,8%, com um total de 160 milhões de exemplares vendidos.

O crescente número de edições digitais das revistas têm contribuído para alavancar o segmento. O crescimento das edições digitais atingiu em 2014 o patamar de 42,3% em relação a 2013.

Conforme o Instituto Verificador de Comunicação (IVC Brasil), a modalidade representa 5% da circulação total do meio e, em 2014, contribuiu para a recuperação da audiência de revistas nas vendas avulsas e de assinaturas. A alta, de acordo com o levantamento, foi registrada a partir de agosto do mesmo ano.

Em termos de número de títulos, após o crescimento expressivo de 22,3% ocorrido em 2011, o ritmo de expansão vem perdendo vigor e apresentou ligeira queda de 2% em 2013, fechando o ano em 5.801 títulos, número inferior em 112 títulos quando comparado

a 2012. Os dados de 2014 não foram divulgados pela ANER, que inicialmente deve descontinuar a monitoração e publicação da informação.

As perspectivas de médio prazo, por sua vez, são otimistas. A PwC estima alta de 4,8% no mercado de revistas no Brasil entre 2014 e 2018. Como comparação, a média mundial de crescimento para o mercado de revistas é de 0,3% durante o mesmo período.

Os números apresentados no estudo do setor livreiro realizado pela Câmara Brasileira do Livro (CBL), Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e FIPE apontam que o mercado editorial no Brasil recuou em 2014. O faturamento do mercado editorial apresentou crescimento nominal de 0,92% em 2014 alcançando R\$ 5,41 bilhões, o que representou um crescimento negativo real de 5,16%, descontada uma inflação de 6,41% (IPCA).

Com relação à evolução do número de exemplares vendidos, o resultado foi negativo em 9,23%, correspondendo a 436 milhões de exemplares. Avaliando o total de exemplares produzidos, no entanto, os mesmos apresentaram alta no ano. Em 2013 foram produzidos 501,4 milhões de exemplares, representando um crescimento de 7,17% frente a 2013, ano que havia registrado queda da ordem de 3,59%.

O faturamento total para o segmento mercado foi de R\$ 4,2 bilhões no ano, representando crescimento nominal de 7,33% em 2014, um crescimento real de 0,86%. O resultado pode ser considerado positivo, pois considera ainda um ligeiro decréscimo de 0,81% no número de exemplares vendidos, um total de 277,4 milhões no período.

Quando consideramos as vendas feitas somente ao segmento do governo, que em 2014 representou 22,9% de todo o mercado editorial, temos uma queda no faturamento de 15,98%, atingindo R\$ 1,24 bilhões no ano. Com relação ao número de exemplares vendidos o recuo foi ainda mais significativo. Em 2014 foram vendidos 158,3 milhões de exemplares ao governo, representando uma retração de 20,97% se comparado a 2013.

A evolução negativa nas vendas de exemplares ao governo em 2014 era prevista, tendo em vista que este segmento possui sazonalidade própria com volumes que oscilam em torno de um calendário trienal de compras. O ciclo de cada programa prevê compras fortes em um ano, seguido de dois anos de compras somente para reposição.

O faturamento de livros digitais apresentou desaceleração em 2014. Com um crescimento de 31,5% sobre os resultados do ano anterior alcançou um total de R\$16,8 milhões. O ritmo de crescimento vem demonstrando sinais de enfraquecimento. Em 2013 o crescimento foi de 225,13%, um incremento bastante expressivo, porém inferior ao de 2012 quando registrou avanço de 352,3%.

Em termos de número de exemplares vendidos o crescimento foi de 36,42% com um total de 1.213.062 unidades. Observa-se também neste caso a queda no ritmo de crescimento. No ano de 2013 a venda de exemplares havia se expandido em 356%, com um total de 889.146 unidades. A participação dos livros digitais no total de livros vendidos no mercado foi de 0,3% em 2014.

As perspectivas para este segmento no Brasil ainda são nebulosas. Vale ressaltar que no mercado americano acontece verdadeira reviravolta na trajetória dos livros virtuais. Com uma participação da ordem de 20% no mercado, os livros digitais apresentaram queda de vendas em 10% nos primeiros meses de 2015. Por outro lado, as vendas de livros impressos registraram crescimento no mesmo período. A comercialização de dispositivos de leitura despencaram, com a migração de leitores para celulares e tablets.

Os novos ventos estão revigorando o mercado, com a recuperação das redes de livrarias. Neste momento os editores direcionam investimentos em produção e logística voltados ao livro físico.





Valer ressaltar que nos países do continente europeu os e-books tem participação que varia de 1% a 5% das vendas totais. O Reino Unido apresenta resultado diferenciado com 13% de participação, em virtude principalmente da língua inglesa, que favorece uma maior disponibilidade de títulos.

De acordo com a CBL, dentre os fatores podem contribuir para impulsionar o mercado editorial brasileiro destacam-se: o investimento das editoras em livros mais acessíveis; alguma estratégia de longo prazo do governo federal para a formação de novos leitores.

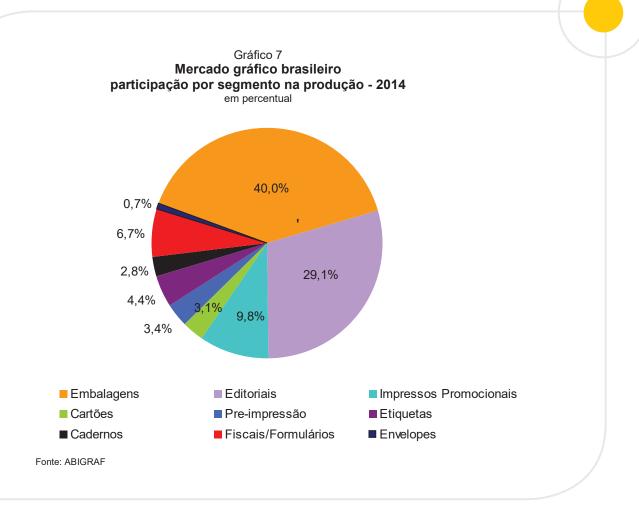
A crise econômica de certa forma reverteu os movimento de ampliação da classe C e a redução de poder aquisitivo da população volta a representar barreira ao crescimento, apesar da gradual redução de preços que vem sendo registrada para este mercado.

As perspectivas para 2015 se mostram de certa forma surpreendentes. Segundo Painel de Vendas da Nielsen, elaborado em conjunto com a SNEL, os resultados do setor livreiro acumulados até julho apresentam um crescimento no faturamento em torno de 7,3%. Em termos de volume de vendas o crescimento foi ainda mais expressivo, com um avanço de 8,43%.

Em 2014 a produção industrial no Brasil registrou queda de 3,2% se comparada ao ano anterior, segundo o IBGE. A retração da produção ocorre após crescimento de 2,1% registrado em 2013. O resultado da indústria em 2014 reflete a queda de 9,6% da indústria de bens de capital, 2,7% em bens intermediários e recuo de 2,4% em bens de consumo.

As perspectivas da indústria para 2015 apontam retração na quase totalidade dos segmentos. No acumulado ano até setembro indústria geral registra um recuo de 7,4%. Os setores mais afetados pela crise econômica são; fabricação de produtos de informática e eletrônicos com queda de 28,4% e fabricação de veículos automotores com perdas de 23,3%. O segmento de impressão e reprodução de gravações apresenta desempenho negativo em 14,3% no acumulado 2015. Dentro deste segmento a atividade de impressão acumula retração de 14,7% quando comparada ao mesmo período do ano anterior.

A indústria gráfica brasileira registrou em 2014 queda de 2% em sua produção física industrial quando comparado a 2013. O valor da produção industrial atingiu R\$45,8 bilhões no ano, segundo a ABIGRAF - Associação Brasileira da Indústria Gráfica.



A participação dos segmentos na produção da indústria gráfica no Brasil não apresentou mudanças significativas em 2014. Vale destacar os segmentos de maior participação, sendo embalagem com 40,0%, editorial com 29,1% e promocional com 9,8%.

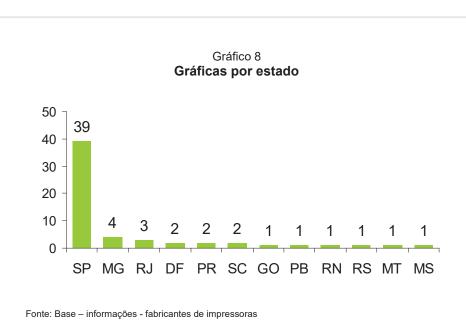
As previsões da Abigraf para 2015 sinalizam que a indústria gráfica deverá encolher em torno de 7,5% no ano, frente a uma expectativa de queda na indústria de transformação da ordem de 5%.

Dentro deste contexto, o setor de gráficas com rotativas offset apresentou em 2014 movimentos de readequação de capacidade instalada com a desativação de equipamentos e mesmo redução de players. Com o objetivo de ajustar-se a retração de demandas, as gráficas reduziram investimentos em novos equipamentos, voltando seu foco para a elevação de produtividade e redução de custos operacionais.

Nota-se tendência de incremento de equipamentos voltados a impressões digitais, como forma de complementar a oferta de serviços de impressões considerando a queda e otimização das tiragens de impressão, como também fornecer soluções às necessidades globais dos clientes deste setor.

Estudo realizado pela ABRO – Associação de Empresas com Rotativas Offset, identificou 58 gráficas com rotativa offset atuando no mercado nacional em 2014, apontando um decréscimo de três gráficas no total de empresas no setor frente às 61 identificadas em 2013. O estudo registrou a saída de cinco gráficas e a entrada de duas novas empresas no contexto de rotativas nacional no período.

Dentre as 58 empresas levantadas no estudo, há grande concentração regional, sendo que 39 localizam-se no estado de São Paulo. Minas Gerais e Rio de Janeiro possuem respectivamente quatro e três empresas com rotativas offset. Verificam-se ainda duas gráficas no Distrito Federal, Paraná e Santa Catarina. As seis gráficas restantes estão distribuídas em outros estados.



Observa-se a perda de força da tendência de incremento de players no setor. Entre os anos de 2009 e 2012 haviam sido identificadas 21 novas empresas gráficas atuando com rotativas. O mercado prevê que o número de gráficas deve encolher ainda mais no curto e médio prazo.

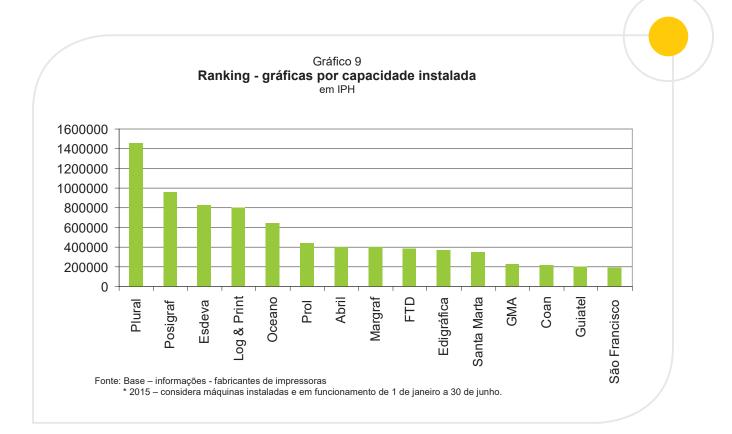


Permanece, no entanto, a expectativa da possibilidade de entrada de novas gráficas atuando em mercados regionais menos expressivos, buscando atender as demandas locais.

A entrada de novas empresas neste mercado ainda é favorecida em parte pela facilidade de importação de máquinas usadas a baixo custo. A oferta de máquinas no mercado interno pelas gráficas de maior porte também é fator facilitador a entrada de novos players. Esta oferta de impressoras rotativas se mostra crescente e decorre principalmente da substituição e atualização dos parques gráficos, de gráficas que reduziram suas capacidades de impressão, ou mesmo que encerram suas atividades.

Em 2014 foram identificadas 179 máquinas rotativas offset com secador no território nacional, o que corresponde a uma média de 3,1 impressoras instaladas por empresa e um recuo de 16 máquinas, entre impressoras novas e usadas, frente ao levantamento realizado em 2013.

De acordo com as informações disponibilizadas pelos fabricantes de impressoras, através do estudo exploratório, o parque de impressoras rotativas offset nacional dispõe de uma capacidade instalada em IPH equivalente a 11,1 milhões de impressões, considerando-se cadernos de 16 páginas. Este volume corresponde a um recuo de -7,3% quando confrontado à capacidade instalada verificada no estudo realizado no ano anterior.



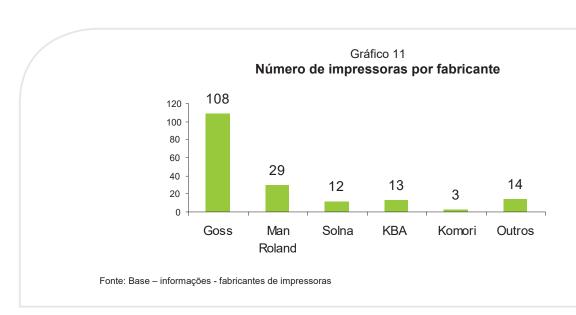
Comparando as empresas em função da sua capacidade instalada (IPH), nota-se que as 15 maiores gráficas, as quais representam 25,9% do total de empresas, detêm cerca de 7,8 milhões IPH, representando 70,9% da capacidade de impressão do parque de rotativas nacional.

Com base no levantamento de informações estruturou-se o ranking de capacidade instalada considerando as 15 principais empresas no período estudado.

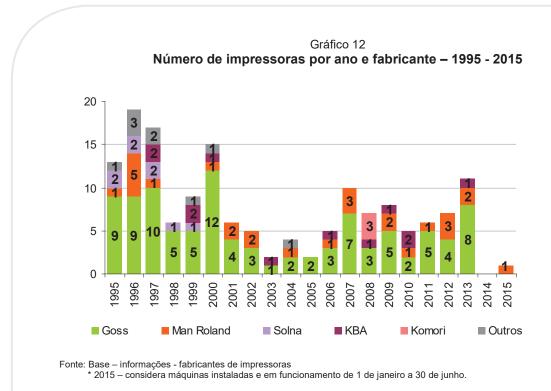
Avaliando as três empresas mais relevantes em termos de capacidade instalada, destacam-se as gráficas: Plural, Posigraf e Esdeva. Estas gráficas permanecem na liderança do ranking, e possuem juntas 29,3% de toda a capacidade instalada.



Com relação à localização das máquinas rotativas, observou-se, da mesma forma já assinalada quanto à concentração regional das empresas, que 70,6% das impressoras encontram-se no estado de São Paulo. O estado de Minas Gerais e Paraná possuem ambos 7,2% de participação das máquinas, seguido de Rio de Janeiro com participação de 6,7%.



Analisando a participação dos principais fabricantes de impressoras rotativas, o destaque permanece para a Goss, que soma 108 máquinas e responde por 60,3% de todo o parque instalado em nível nacional, seguida da Man Roland com 29 máquinas e participação de 16,2%.



## ENQUANTO OS OUTROS TE PROMETEM A LUA, A EFI TE OFERECE O FOGUETE

A EFI™ possui tudo que a sua empresa precisa para decolar.

Soluções de web-to-print, cross media, sistema de gestão EFI Metrics, controladores Fiery®, impressoras de grandes formatos VUTEk® e de rótulos e etiquetas Jetrion®. Acesse: www.efi.com | Ligue: 11 2199-0100



Analisando o nível de atualização tecnológica no que se refere às impressoras rotativas, nota-se no gráfico 13, que após o último período de maiores investimentos, ocorrido em

2000, os incrementos de capacidade instalada no setor passaram a acontecer de forma mais moderada. Verifica-se certa retomada de investimentos a partir de 2007, ano em que foram instaladas 10 novas impressoras.

Considerando o período de cinco anos de 2007 a 2011, foram instaladas 36 máquinas rotativas. Observa-se ainda, que, em 2012 foram registradas mais 7 novas máquinas.

Em 2013 registrou-se a entrada de 11 máquinas no setor de rotativas, o maior volume de equipamentos apresentado nos últimos 10 anos. No ano de 2014 não foram registradas novas impressoras rotativas.

Com relação aos períodos do segundo semestre de 2014 e primeiro semestre de 2015 foi apontada a entrada de uma nova máquina. Para o ano de 2016 está confirmado o início de funcionamento de pelos menos mais duas novas máquinas.

O cenário da indústria gráfica dentro dos mercados brasileiros de propaganda e editoriais aponta para um futuro desafiador. As melhores expectativas permanecem depositadas sob a retomada do crescimento econômico, e conseqüente elevação do potencial de consumo dos mercados.

As mudanças estruturais provocadas pela revolução digital, que envolve o mundo da comunicação em sua forma mais ampla, transformando as formas de comercialização e hábitos de consumo parece reservar lugar especial para a indústria da impressão. Os meios físicos e virtuais aparecem cada vez mais integrados e necessários dentro da crescente busca pela inovação.

## A EDIGRÁFICA É CAMPEÃ EM TODAS AS CORES.

MAS É IMBATÍVEL NO VERDE.

150 d<sub>em5 594218</sub>
14001

ISO 14001: Certificação ambiental.



Utilizamos em nosso processo produtivo 100% de Energia Limpa, proveniente de fontes renováveis.



A marca da estão florestal responsável

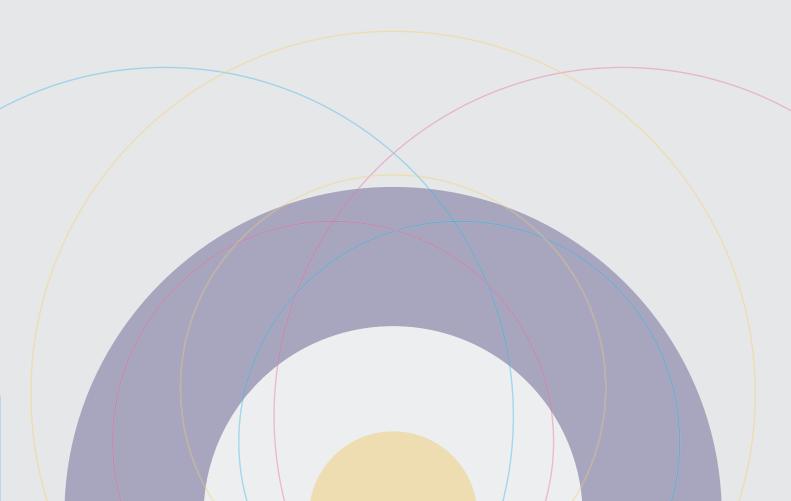
A Edigráfica possui a certificação FSC - Cadeia de Custódia.

Com a mesma Qualidade, Eficiência e Agilidade dedicadas em nossa produção, reiteramos também a utilização das melhores práticas ambientais em nosso processo industrial, cumprindo assim o dever de Conscientização e de Preservação do Meio Ambiente.



### **RELATÓRIO**

## ÍNDICE DE PREÇOS SETORIAL - ABRO SETOR DE GRÁFICAS COM ROTATIVA OFFSET RESULTADOS - 2014

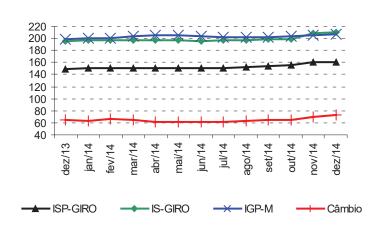


#### Índice de Preços Setorial da ABRO - Resultados - 2014

Orelatório a seguir contempla os resultados do Índice de Preços Setorial da ABRO, retratando a inflação interna do setor de gráficas com rotativa offset relativa ao mês de dezembro e acumulada em 2014.

Os índices da ABRO apresentaram movimentação moderada em dezembro. A evolução de preços para o ISP-GIRO, índice que inclui as variações de custo do item papel, apontou no mês inflação de 0,82%. Por sua vez, o IS-GIRO, que desconsidera o item papel, apresentou no mês variação positiva de 0,64%. O IPA-M assinalou inflação em dezembro com avanço de 0,63%. A evolução de preços medida pelo IGP-M registrou alta no período da ordem 0,62%, enquanto o IPA-M da Indústria de Transformação apresentou incremento de 0,40%.

#### Evolução dos Índices da ABRO em comparação ao IGP-M e Câmbio



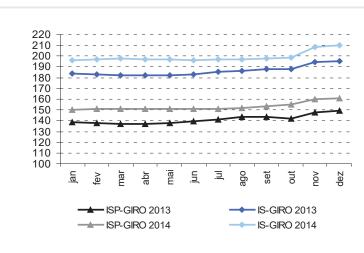
Fonte: Banco Central / Índices da ABRO: base 100 = dez/2002

No mês de dezembro verificou-se nova valorização do dólar frente ao real. O dólar médio para o mês, segundo o Banco Central, foi de R\$ 2,64. A variação da taxa de câmbio foi de 3,57%, apresentando reflexo na parcela dos insumos com custos atrelados à moeda americana.

Após a elevação acentuada dos custos de mão-de-obra observada em novembro, devido a movimentos de dissídio da categoria, o item voltou a se estabilizar não apresentando variações no mês de dezembro.

#### Índice de Preços Setorial da ABRO – Resultados – 2014



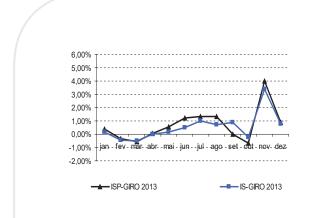


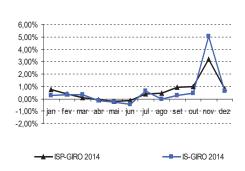
Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria

A maior aceleração no mês de dezembro foi registrada para categoria embalagem com taxa positiva de 1,94%. Altas significativas foram observadas também nas categorias insumos e acabamento em 1,85% e matérias-primas em 1,28%. Em dezembro não houve movimento de queda em nenhuma das categorias monitoradas.

As oscilações nas variações percentuais dos índices da ABRO em 2014 se deram em níveis de certa forma correlatos aos observados em 2013. Nota-se que no último ano os índices do setor acumularam sucessivas taxas positivas, demonstrando certo ritmo de inflação. Observa-se ainda, que os maiores movimentos de alta estiveram concentrados em sua grande parte no segundo semestre do ano, sofrendo elevação mais significativa no mês de novembro, em virtude do aumento dos custos de mão de obra.

#### Evolução das variações percentuais – Índices da ABRO - 2013-2014





#### Índice de Preços Setorial da ABRO – Resultados – 2014

De forma geral, os índices da ABRO estiveram acima dos movimentos de inflação registrados pelos diversos índices de preços para a economia brasileira em 2014.

Com relação aos resultados consolidados em 2014, o ISP-GIRO registrou alta de 7,90%. O IS-GIRO, por sua vez, fechou o ano com taxa positiva de 7,30%. Em 2014 o IPA-M da Indústria de Transformação apresentou inflação de 1,59%. Neste mesmo período o IGP-M apontou alta acumulada de 3,69% e o IPA-M de 2,13%.

#### Tabela Comparativa dos pesos e variações entre as categorias - 2014

	Peso*		Variação		
	ISP-GIRO	IS-GIRO	Dezembro	Acum 2014	12 meses
Matérias Primas	53,0%	13,7%	1,28%	8,90%	8,90%
Papel	45,6%	-	1,04%	8,61%	8,61%
Tinta	7,5%	13,7%	2,71%	10,58%	10,58%
Insumos e Acabamento	2,8%	5,2%	1,85%	5,64%	5,64%
Embalagem	2,0%	3,6%	1,94%	3,20%	3,20%
Energia e Combustíveis	4,4%	8,0%	0,02%	9,72%	9,72%
Mão-de-Obra	29,6%	54,4%	0,00%	7,52%	7,52%
Serviços	8,2%	15,0%	0,62%	3,67%	3,67%
ISP-GIRO		0,82%	7,90%	7,90%	
IS-GIR	0		0,64%	7,30%	7,30%

Os resultados distintos acumulados para o ano de 2014 entre os índices IS-GIRO e ISP-GIRO refletem a influência do peso da categoria matérias primas, que no caso do índice ISP-GIRO é mais significativo devido a considerar as variações de custos do item papel. O item papel registrou inflação acumulada de 8,61% no ano, se fixando acima da média de inflação apresentada entre as demais categorias.

Todos os itens que compõem a categoria papel sofreram alta no acumulado 2014. Os avanços mais expressivos foram registrados no papel LWC em 9,93%, no papel couché em 8,80% e no papel offset, que fechou o período com alta de 5,80%.

O item tintas, inserido na mesma categoria, fechou 2014 com alta de 10,58%. A categoria matérias primas apresentou ao final dos 12 meses inflação de 8,90%.

<sup>\*</sup> Peso: dez/2013 - Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria.

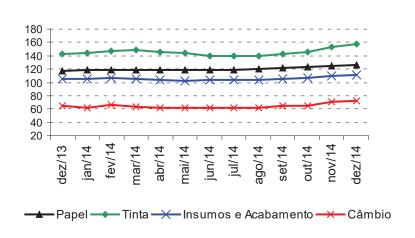
# Índice de Preços Setorial da ABRO – Resultados – 2014

Acategoria energia e combustíveis apresentou o maior incremento de preços no ano. O acumulado, em níveis de 9,72% para a categoria, foi influenciado principalmente pelas respectivas altas de 11,21% e 9,73% nos itens energia elétrica e óleo diesel.

O incremento nos preços de mão de obra atingiu 7,52% em 2014. A variação da categoria ficou acima da inflação de 3,69% medida pelo IGP-M para o ano. Este item possui forte impacto nos índices da ABRO, em virtude de seu peso na cesta de custos do setor.

As categorias insumos e acabamento e embalagens apresentaram movimentos menos expressivos de inflação com respectivas variações de 5,64% e 3,20%. Vale apontar ainda, o avanço acumulado nos preços de serviços em 3,67%.

#### Evolução de papel, tintas, insumos e acabamento e dólar - 2014



Fonte: Câmbio - Banco Central Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria

Verifica-se no período, o impacto das variações cambiais e da própria taxa do dólar sobre os preços de matérias primas, principalmente no item tinta.

As movimentações do câmbio são percebidas também em alguns itens da categoria insumos e acabamento. O dólar americano acumulou alta de 12,52% em 2014.



o futuro do nosso país depende da Educação.

Na busca do
desenvolvimento e para a
desenvolvimento e para a
redução das desigualdades
redução das desigualdades
sociais, é preciso garantir o
direito ao conhecimento.
direito ao conhecimento.
Nos contribuímos. Só este
Nos contribuímos de 20
ano serão mais de 20
milhões de livros produzidos.
milhões de livros produzidos.



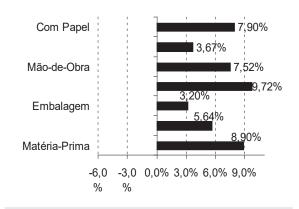




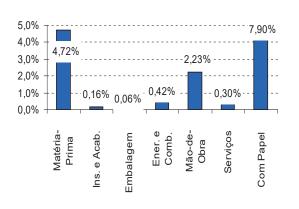


# Índice de Preços Setorial da ABRO - Resultados - 2014

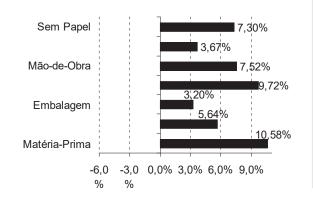




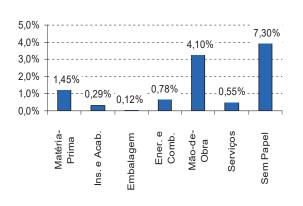
ISP-GIRO - Contribuição por categoria



IS-GIRO - Inflação acumulada - 2014



IS-GIRO - Contribuição por categoria



Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria

Em 2014 a categoria mão de obra foi significativa na influência dos índices da ABRO, contribuindo com taxas positivas de 2,23% no ISP-GIRO e 4,10% no IS-GIRO.

Observa-se ainda a movimentação de preços da categoria matérias primas, a qual contribuiu de forma expressiva principalmente na formação dos custos no índice ISP-GIRO, onde impactou com taxa de 4,72%. No IS-GIRO a categoria teve impacto positivo com 1,45%

# **Flint**Group

# MARCAS DE CONFIANÇA: SINERGIA PERFEITA

# Rely on us.

Mantendo totalmente o nosso foco no cliente, com uma incomparável gama de produtos e serviços técnicos especializados, o Flint Group tem agora mais para oferecer do que nunca.

Podemos ajudá-lo a melhorar a sua competitividade, a superar os seus desafios, a acelerar o crescimento de sua empresa, a aperfeiçoar processos e oferecer-lhe produtos comprovadamente superiores no mercado.

#### **Produtos**

O Flint Group oferece tintas para os diversos sistemas e processos de impressão:

Offset Plana, Rotativas, Coldset e Heatset, Flexografia e Rotogravura.

Além disso, um portfólio de produtos que abrange: blanquetas, químicos auxiliares; chapas de fotopolímeros e produtos para flexografia.



# **Flint**Group

Flint Group Tintas de Impressão Ltda.

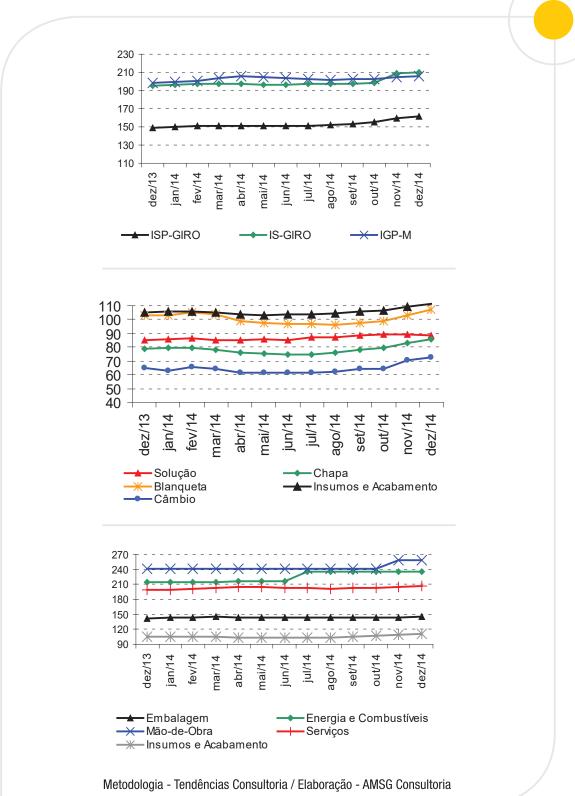
Rodovia Raposo Tavares, Km 27,5 06707-00 - Cotia - São Paulo - Brasil

55 11 3454 5200

www.flintgrp.com

#### Índice de Preços Setorial – ABRO - Resultados 2014

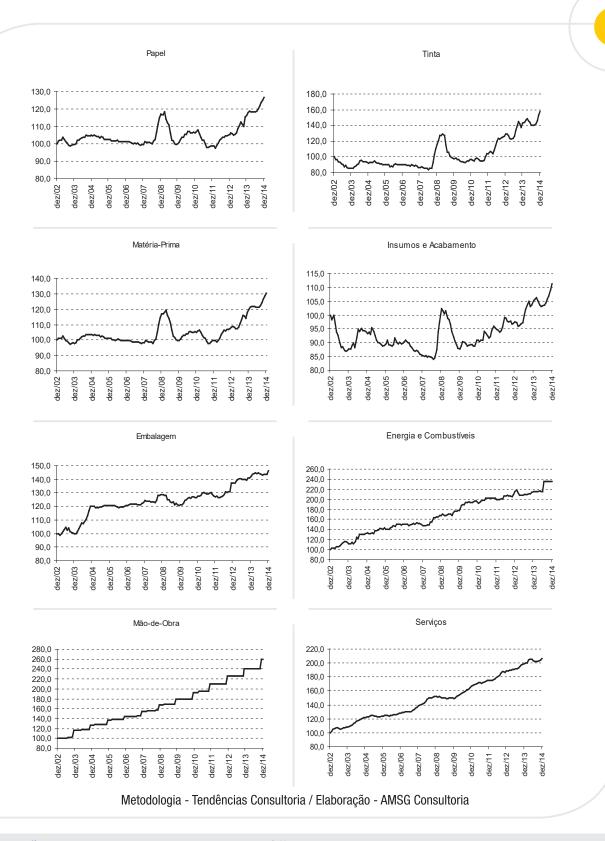
Gráficos Complementares



# Índice de Preços Setorial da ABRO – Resultados – 2014

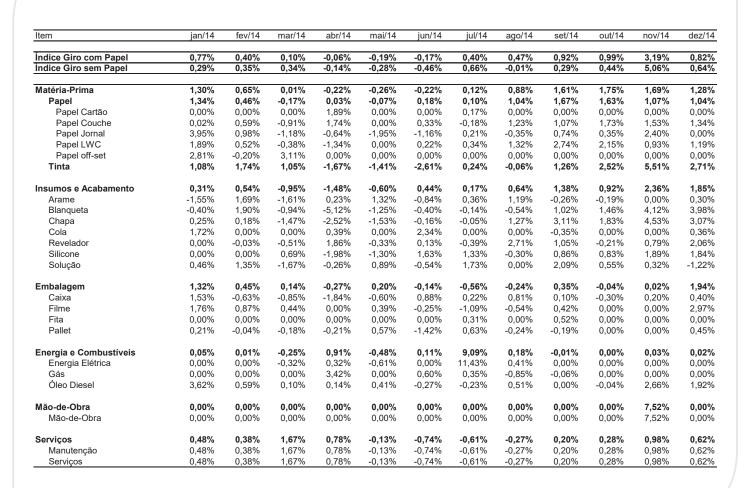
#### Índice de Preços Setorial - ABRO

Evolução por categoria - dez/2002 - dez/2014



# Índice de Preços Setorial da ABRO – Resultados – 2014

#### Variação de Preços - Índices ABRO 2014



Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria

# GOSS INTERNATIONAL



#### **GOSS SUNDAY 5000**

- Rotativa Offset
- Até 96 páginas A4 por revolução



#### **GOSS SUNDAY V-PACK**

- Rotativa Offset para embalagens
- Até 1,90 metros de lagura de banda
- Papel, cartão e filme flexível

# **TECNOLOGIA SUNDAY**

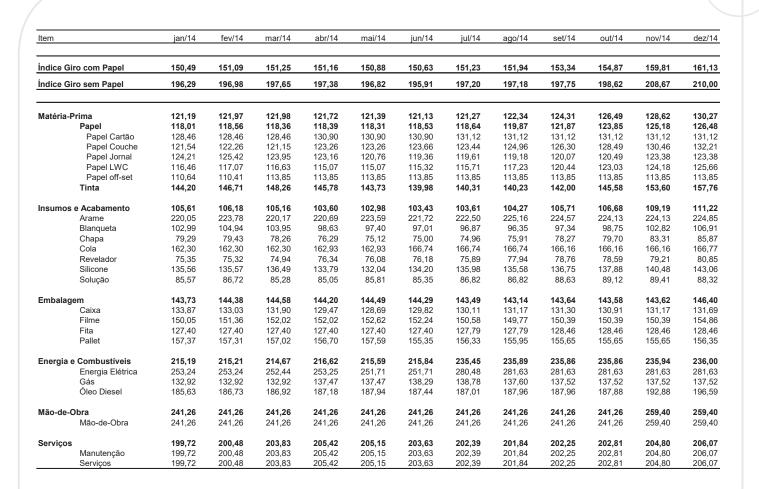
Alta qualidade de impressão e máxima eficiência.

Goss International Sistemas de Impressão Ltda. Al. Tocantins, 75 . conj 1610 Alphaville . Barueri . SP . Cep 06455 020 Fone (11) 4689 6550 goss.brasil2@gossinternational.com

www.gossinternational.com

# Índice de Preços Setorial da ABRO – Resultados – 2014

#### Evolução dos Índices ABRO 2014



Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria



# Índice de Preços Setorial da ABRO - Resultados - 2014

#### Evolução dos Índices ABRO 2014 (Base 100 = dez/2013)

								0 = dez/2					
Item	dez/13	jan/14	fev/14	mar/14	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14	ago/14	set/14	out/14	nov/14	dez/14
Índice Giro com Papel	100,00	100,77	101,18	101,28	101,22	101,03	100,87	101,27	101,74	102,68	103,71	107,02	107,90
Índice Giro sem Papel	100,00	100,29	100,65	100,99	100,85	100,56	100,10	100,75	100,74	101,03	101,48	106,61	107,30
Matéria-Prima	100,00	101,30	101,96	101,97	101,74	101,48	101,25	101,37	102,27	103,91	105,73	107,52	108,90
Papel	100,00	101,34	101,81	101,63	101,67	101,60	101,78	101,88	102,94	104,65	106,36	107,49	108,61
Papel Cartão	100,00	100,00	100,00	100,00	101,89	101,89	101,89	102,06	102,06	102,06	102,06	102,06	102,06
Papel Couche	100,00	100,02	100,61	99,70	101,44	101,44	101,77	101,59	102,84	103,94	105,74	107,36	108,80
Papel Jornal	100,00	103,95	104,97	103,73	103,07	101,06	99,89	100,10	99,74	100,49	100,84	103,26	103,26
Papel LWC	100,00	101,89	102,42	102,03	100,67	100,67	100,89	101,23	102,56	105,37	107,63	108,64	109,93
Papel off-set	100,00	102,81	102,60	105,80	105,80	105,80	105,80	105,80	105,80	105,80	105,80	105,80	105,80
Tinta	100,00	101,08	102,84	103,92	102,19	100,75	98,12	98,35	98,29	99,53	102,04	107,67	110,58
Insumos e Acabamento	100,00	100,31	100,85	99,89	98,40	97,81	98,24	98,41	99,04	100,41	101,33	103,71	105,64
Arame	100,00	98,45	100,12	98,50	98,73	100,03	99,19	99,55	100,73	100,47	100,27	100,30	100,60
Blanqueta	100,00	99,60	101,49	100,53	95,39	94,19	93,82	93,69	93,19	94,13	95,50	99,43	103,39
Chapa	100,00	100,25	100,42	98,94	96,45	94,97	94,82	94,77	95,97	98,95	100,77	105,33	108,56
Cola	100,00	101,72	101,72	101,72	102,12	102,12	104,51	104,51	104,51	104,14	104,14	104,14	104,52
Revelador	100,00	100,00	99,97	99,46	101,31	100,98	101,11	100,72	103,44	104,53	104,31	105,13	107,30
Silicone	100,00	100,00	100,00	100,69	98,69	97,40	98,99	100,31	100,01	100,87	101,71	103,63	105,53
Solução	100,00	100,46	101,82	100,12	99,85	100,74	100,20	101,93	101,93	104,06	104,63	104,97	103,69
Embalagem	100,00	101,32	101,78	101,92	101,65	101,85	101,72	101,15	100,90	101,26	101,22	101,24	103,20
Caixa	100,00	101,53	100,90	100,03	98,19	97,60	98,46	98,68	99,48	99,58	99,28	99,48	99,88
Filme	100,00	101,76	102,65	103,10	103,10	103,50	103,25	102,12	101,57	102,00	102,00	101,99	105,02
Fita	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,31	100,31	100,83	100,83	100,83	100,83
Pallet	100,00	100,21	100,17	99,99	99,78	100,35	98,92	99,55	99,31	99,12	99,12	99,12	99,56
Energia e Combustíveis	100,00	100,05	100,05	99,80	100,71	100,23	100,35	109,47	109,67	109,66	109,66	109,69	109,72
Energia Elétrica	100,00	100,00	100,00	99,68	100,00	99,39	99,39	110,75	111,21	111,21	111,21	111,21	111,21
Gás	100,00	100,00	100,00	100,00	103,42	103,42	104,04	104,41	103,52	103,46	103,46	103,46	103,46
Óleo Diesel	100,00	103,62	104,23	104,33	104,48	104,91	104,62	104,38	104,92	104,92	104,87	107,66	109,73
Mão-de-Obra	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	107,52	107,52
Mão-de-Obra	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	107,52	107,52
Serviços	100,00	100,48	100,86	102,55	103,35	103,21	102,45	101,82	101,55	101,75	102,04	103,04	103,67
Manutenção	100,00	100,48	100,86	102,55	103,35	103,21	102,45	101,82	101,55	101,75	102,04	103,04	103,67
Serviços	100,00	100,48	100,86	102,55	103,35	103,21	102,45	101,82	101,55	101,75	102,04	103,04	103,67

Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria

# groupwork

Representante exclusivo manroland web systems

# Soluções em Acabamento Digital

Melhor solução do mercado para acabamento digital de livros



Formação automática de "Book Blocks" alceados e colados Cutoff variável e com ajuste automático Opção de capa em linha e automática Gerenciamento total dos trabalhos com software inovador e exclusivo

# **Former Line**



# Índice de Preços Setorial da ABRO - Resultados - 2014



(dez/0/2)	(dez/02)	dez/03	dez/04	dez/05	go/zəp	dez/07	dez/08	60/zəp	dez/10	dez/11	dez/12	dez/13	jan/14	fev/14	mar/14	abr/14	mai/14	jun/14	jul/14 8	ago/14	set/14	out/14	nov/14	dez/14
agoil and a said and a said and a said and a said a	66,6% 58,5% 1,2% 20,6% 2,0% 27,3% 7,5% 8,1%	<b>65,2%</b> <b>57,3%</b> 1,2% 20,1% 1,9% 7,3% <b>7,9%</b>	62,8% 56,0% 1,3% 20,8% 1,9% 7,2% 6,9%	61,0% 54,4% 1,3% 20,6% 1,8% 23,7% 7,0% 6,6%	<b>59,8% 53,3%</b> 1,3% 20,2% 1,8% 23,1% 6,9%	<b>58,2% 52,0%</b> 1,3% 19,9% 1,7% 6,7% 6,7%	<b>59,7% 52,7%</b> 1,2% 19,9% 1,6% 23,9% 6,2% <b>7,0%</b>	<b>55,5% 48,9%</b> 1,2% 1,6% 2,1,8% 6,3% <b>6,7%</b>	55,0% 48,9% 1,1% 1,1% 16,8% 21,4% 6,0%	<b>51,9% 45,3%</b> 1,1% 16,1% 1,7% 20,8% 5,7% <b>6,6%</b>	<b>52,2% 44,8%</b> 1,1% 16,7% 20,3% 5,1% <b>7,5%</b>	<b>53,0%</b> 45,6% 1,1% 17,2% 1,6% 20,5% 5,2% <b>7,5%</b>	<b>53,3% 45,6%</b> 1,0% 1,6% 2,0,9% 5,4% <b>7,7%</b>	<b>45,9%</b> 1,0% 16,6% 1,6% 21,1% 5,5% 7,7%	<b>53,8%</b> 4 <b>5,9%</b> 1,0% 16,6% 1,6% 5,5% <b>7,8%</b>	<b>45,8%</b> 1,0% 1,6,5% 1,6% 221,0% 5,6% <b>7,9%</b>	<b>45,8%</b> 1,1% 16,8% 1,6% 1,6% 5,6% 7,8%	45,9% 1,1% 16,8% 1,6% 1,6% 5,7% 7,7%	46,0% 1,1% 16,9% 1,6% 1,6% 5,7% 7,5%	<b>553,4%</b> 11,1% 16,8% 1,6% 1,6% 7,5%	<b>53,6%</b> 4 <b>6,2%</b> 1,0% 16,9% 1,6% 21,0% <b>7,5%</b>	<b>54.0%</b> 46.5% 1,0% 16.9% 1,6% 21,4% 5,6% <b>7,5%</b>	54,4% 46,8% 1,0% 17,1% 1,5% 21,7% 5,5% 7,6%	<b>53,6% 45,8%</b> 1,0% 16,8% 21,2% 5,3% <b>7,8%</b>
Arame Arabamento Arame Blanqueta Chapa Chapa Revelador Silicone Solução	4,0% 0,2% 0,4% 2,2% 0,6% 0,1% 0,2%	3,9% 0,2% 0,4% 2,1% 0,6% 0,1% 0,2%	3,5% 0,3% 0,4% 1,6% 0,6% 0,1% 0,2%	3,3% 0,3% 0,4% 1,5% 0,7% 0,1% 0,1%	3,3% 0,3% 0,3% 1,4% 0,7% 0,1% 0,1%	3,1% 0,3% 0,3% 1,3% 0,7% 0,1%	3,1% 0,3% 1,4% 0,6% 0,1% 0,2% 0,2%	3,0% 0,3% 1,3% 0,6% 0,1% 0,2%	2,9% 0,3% 1,2% 0,7% 0,7% 0,2%	3,0% 0,4% 0,3% 1,2% 0,1% 0,2% 0,2%	2,9% 0,3% 1,1% 0,7% 0,1% 0,1%	2,8% 0,4% 0,3% 1,1% 0,7% 0,1% 0,2%	2,8% 0,3% 0,3% 1,1% 0,7% 0,1% 0,2%	2,8% 0,3% 0,3% 1,1% 0,7% 0,1% 0,2%	2,8% 0,3% 0,3% 1,1% 0,7% 0,1% 0,2%	2,8% 0,3% 0,3% 1,1% 0,7% 0,2% 0,2%	2,8% 0,3% 0,3% 1,1% 0,7% 0,1%	2,8% 0,3% 0,3% 1,1% 0,7% 0,1%	2,8% 0,3% 0,3% 1,1% 0,7% 0,1%	2,8% 0,3% 1,1% 0,7% 0,1% 0,1%	2,8% 0,3% 0,3% 1,1% 0,7% 0,1% 0,2%	2,8% 0,3% 0,3% 1,1% 0,7% 0,1%	2,8% 0,3% 0,3% 1,1% 0,7% 0,1% 0,2%	2,8% 0,3% 0,3% 1,1% 0,7% 0,1% 0,1%
	<b>2,1%</b> 0,3% 1,2% 0,4% 0,1%	<b>2,0%</b> 0,3% 1,2% 0,4% 0,1%	<b>2,3%</b> 0,3% 1,3% 0,4% 0,2%	<b>2,3%</b> 0,4% 1,3% 0,4% 0,2%	<b>2,2%</b> 0,3% 1,3% 0,4% 0,2%	<b>2,3%</b> 0,3% 1,3% 0,2%	<b>2,1%</b> 0,3% 1,3% 0,4% 0,1%	<b>2,1%</b> 0,3% 1,2% 0,4% 0,2%	<b>2,1%</b> 0,3% 1,2% 0,4% 0,2%	<b>2,1%</b> 0,3% 1,2% 0,4% 0,2%	<b>2,1%</b> 0,3% 1,3% 0,4% 0,2%	<b>2,0%</b> 0,3% 1,2% 0,3% 0,1%	2,0% 0,3% 1,2% 0,3% 0,1%	<b>2,0%</b> 0,3% 1,2% 0,3% 0,1%	2,0% 0,3% 1,2% 0,3% 0,1%	<b>2.0%</b> 0,3% 1,2% 0,3% 0,1%	<b>2,0%</b> 0,3% 1,2% 0,3% 0,1%	<b>2,0%</b> 0,3% 1,2% 0,3% 0,1%	<b>2,0%</b> 0,3% 1,2% 0,3% 0,1%	<b>2,0%</b> 0,3% 1,2% 0,3% 0,1%	<b>1,9%</b> 0,3% 1,2% 0,3% 0,1%	1,9% 0,3% 1,2% 0,3% 0,1%	1,9% 0,3% 1,2% 0,3% 0,1%	<b>1,9%</b> 0,3% 1,2% 0,3% 0,1%
Energia e Combustiveis Energia Elétrica Gás Ó leo Diesel	3,0% 2,0% 0,9% 0,0%	3,0% 2,0% 0,9% 0,0%	<b>3,6%</b> 2,7% 0,9% 0,0%	3,9% 3,0% 0,9% 0,1%	<b>4,1%</b> 3,1% 0,9% 0,1%	<b>4,0%</b> 3,1% 0,9% 0,1%	3,9% 3,0% 0,9% 0,1%	<b>4,5%</b> 3,5% 0,9% 0,1%	<b>4,7%</b> 3,8% 0,8% 0,1%	<b>4,8%</b> 3,9% 0,8% 0,1%	<b>4,6%</b> 3,7% 0,9% 0,1%	<b>4,4%</b> 3,5% 0,8% 0,1%	<b>4,3%</b> 3,5% 0,8% 0,1%	<b>4,3%</b> 3,4% 0,8% 0,1%	<b>4,3%</b> 3,4% 0,8% 0,1%	<b>4,3%</b> 3,4% 0,8% 0,1%	<b>4,3%</b> 3,4% 0,8% 0,1%	<b>4,3%</b> 3,4% 0,8% 0,1%	<b>4,3%</b> 3,4% 0,9% 0,1%	<b>4,7%</b> 3,8% 0,9% 0,1%	<b>4,7%</b> 3,8% 0,8% 0,1%	<b>4,6%</b> 3,7% 0,8% 0,1%	<b>4,6%</b> 3,7% 0,8% 0,1%	3,6% 0,8% 0,1%
<b>ro-de-Obra</b> Mão-de-Obra	<b>18,2%</b> 18,2%	<b>17,8%</b> 17,8%	<b>21,0%</b> 21,0%	<b>22,6%</b> 22,6%	<b>23,6%</b> 23,6%	<b>25,0%</b> 25,0%	<b>23,9%</b> 23,9%	<b>27,2%</b> 27,2%	<b>27,5%</b> 27,5%	<b>29,9%</b> 29,9%	<b>29,9%</b> 29,9%	<b>29,6%</b> 29,6%	<b>29,3%</b> 29,3%	<b>29,1%</b> 29,1%	<b>29,0%</b> 29,0%	<b>29,0%</b> 29,0%	<b>29,0%</b> 29,0%	<b>29,0%</b>	<b>29,1%</b> 29,1%	<b>29,0%</b> 29,0%	<b>28,8%</b> 28,8%	<b>28,6%</b> 28,6%	<b>28,3%</b> 28,3%	<b>29,5%</b> 29,5%
	<b>6,1%</b> 2,2% 3,9%	<b>6,0%</b> 2,2% 3,8%	<b>6,8%</b> 2,5% 4,3%	<b>6,9%</b> 2,5% 4,4%	<b>7,1%</b> 2,6% 4,5%	<b>7,4%</b> 2,7% 4,7%	<b>7,3%</b> 2,7% 4,6%	<b>7,7%</b> 2,8% 4,9%	<b>7,9%</b> 2,9% 5,0%	8,4% 3,1% 5,3%	8,4% 3,1% 5,3%	<b>8,2%</b> 3,0% 5,2%	<b>8,2%</b> 3,0% 5,2%	<b>8,1%</b> 3,0% 5,2%	8,1% 3,0% 5,2%	<b>8,3%</b> 3,0% 5,2%	8,3% 3,0% 5,3%	<b>8,3%</b> 3,0% 5,3%	8,3% 3,0% 5,3%	<b>8,2%</b> 3,0% 5,2%	<b>8,1%</b> 3,0% 5,2%	8,1% 3,0% 5,1%	8,0% 2,9% 5,1%	<b>7,9%</b> 2,9% 5,0%

Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria







# Os valores **huber**group: INOVAÇÃO | QUALIDADE | TRADIÇÃO | SERVIÇO

Seu Parceiro em Tintas Gráficas hubergroup Brasil · Hostmann-Steinberg Tintas Graficas Brasil Ltda.

Rua MMDC, 1065 - Paulicéia 09690-100 São Bernardo do Campo, SP Tel.: +55 11 4176 5500 Avenida Lourenço Belloli, 934 06268-110 Osasco, SP Tel.: +55 11 3199 4859 vendas@hsbr.com.br

Rua Izaltino Silveira, 768 Galpão 22/23A 25804-250 Três Rios, RJ



# Índice de Preços Setorial da ABRO - Resultados - 2014

# Evolução dos Pesos do Índice Abro sem Papel

nov/14 dez/14	14,3% 14,3%				14,3% 14,3%	5.2% 5.1% 0.6% 0.6% 0.5% 0.5% 0.5% 0.5% 0.5% 0.5% 0.1% 0.1% 0.1% 0.1% 0.1% 0.3% 0.3%		8,6% 8,2% 7,0% 6,6% 1,5% 1,5% 0,1% 0,1%	<b>53,2% 54,4%</b> 53,2% 54,4%	<b>15,1% 14,5%</b> 5,3% 9,2%
out/14	14,0%		٠		14,0%	5,2% 0,6% 0,5% 1,3% 0,1%	3,6% 0,5% 0,5% 0,6%	<b>8,7%</b> 7,0% 1,6% 0,1%	<b>53,4%</b> 53,4%	<b>15,1%</b> 5,5%
set/14	13,8%				13,8%	5,1% 0,6% 2,0% 1,3% 0,1%	3,6% 0,5% 0,6% 0,2%	<b>8,7%</b> 7,0% 1,6% 0,1%	<b>53,6%</b> 53,6%	<b>15,1%</b> 5,5% 9,6%
ago/14	13,8%				13,8%	5,1% 0,6% 0,5% 1,3% 0,1%	3,6% 0,5% 0,6% 0,6%	<b>8,7%</b> 7,0% 1,6% 0,1%	<b>53,6%</b> 53,6%	15,2% 5,5% 9,6%
jul/14	13,9%		٠		13,9%	5,1% 0,6% 0,5% 2,0% 1,3% 0,1%	3,7% 0,5% 0,6% 0,0%	8,0% 6,3% 1,6% 0,1%	<b>53,9%</b> 53,9%	15,4% 5,6%
jun/14	14,2%		٠		14,2%	5,1% 0,6% 0,5% 2,0% 1,3% 0,1%	3,7% 0,5% 0,6% 0,6%	8,0% 6,3% 1,6% 0,1%	<b>53,7%</b> 53,7%	15,4% 5,6%
mai/14	14,4%		٠		14,4%	5,1% 0,6% 0,5% 2,0% 1,3% 0,1%	3,6% 0,5% 0,5% 0,6% 0,2%	8,0% 6,3% 1,6% 0,1%	<b>53,5%</b> 53,5%	15,4% 5,6%
abr/14	14,6%		٠		14,6%	5,2% 0,6% 0,5% 2,1% 1,3% 0,1%	3,6% 0,5% 0,5% 0,6% 0,2%	<b>7,9%</b> 6,3% 1,5% 0,1%	<b>53,5%</b> 53,5%	15,2% 5,6% 9,7%
mar/14	14,5%		٠		14,5%	5,2% 0,6% 0,5% 2,1% 1,3% 0,1%	3,7% 0,5% 2,3% 0,6% 0,2%	<b>7,9%</b> 6,3% 1,5% 0,1%	<b>53,6%</b> 53,6%	15,0% 5,5% 9,6%
fev/14	14,3%		٠		14,3%	5,2% 0,6% 0,5% 2,1% 1,3% 0,1%	3,6% 0,5% 0,6% 0,3%	8,0% 6,3% 1,5% 0,1%	<b>53,8%</b> 53,8%	15,0% 5,5% 9,6%
jan/14	14,2%				14,2%	<b>5.2%</b> 0,6% 0,5% 2,1% 1,3% 0,1%	36% 0,5% 0,5% 0,6% 0,3%	8,0% 6,4% 1,5% 0,1%	<b>54,0%</b> 54,0%	15,0% 5,5%
dez/13	13,7%		٠		13,7%	5,2% 0,6% 0,5% 2,1% 1,3% 0,1%	3,6% 0,5% 0,6% 0,6%	8,0% 6,4% 1,5% 0,1%	<b>54,4%</b> 54,4%	15,0% 5,5%
dez/12	13,5%		٠		13,5%	5,2% 0,6% 0,5% 1,3% 0,1%	3,7% 0,5% 0,7% 0,7% 0,3%	8,4% 6,7% 1,5% 0,1%	<b>54,1%</b> 54,1%	15,2% 5,5%
dez/11	12,1%		•		12,1%	5,5% 0,7% 0,5% 2,2% 1,4% 0,1%	3,8% 0,6% 0,7% 0,3%	<b>8,7%</b> 7,2% 1,5% 0,1%	<b>54,6%</b> 54,6%	15,3% 5,6%
dez/10	12,0%		•		12,0%	5,6% 0,7% 0,5% 2,4% 0,1% 0,3%	<b>4,0%</b> 0,6% 0,6% 0,7% 0,3% 0,3%	<b>9,1%</b> 7,4% 1,6% 0,1%	<b>53,8%</b> 53,8%	15,5% 5,7%
dez/09	13,0%		•		13,0%	5,8% 0,7% 0,5% 2,6% 0,2% 0,3%	0,6% 0,6% 0,8% 0,3%	<b>8,8%</b> 6,9% 1,8% 0,1%	<b>53,2%</b> 53,2%	15,0% 5,5%
dez/08	14,8%		•		14,8%	6,5% 0,7% 0,7% 3,0% 1,3% 0,2%	<b>4,4%</b> 0,6% 2,7% 0,3% 0,3%	<b>8,3%</b> 6,4% 1,8% 0,1%	<b>50,5%</b> 50,5%	5,6%
dez/07	13,0%		•		13,0%	6,4% 0,7% 0,7% 2,7% 1,5% 0,3%	<b>4,7%</b> 0,7% 0,9% 0,3%	<b>8,4%</b> 6,5% 1,8% 0,1%	<b>52,1%</b> 52,1%	15,5% 5,6%
90/zəp	14,0%		•		14,0%	7,0% 0,7% 0,7% 3,1% 1,5% 0,2%	4,8% 0,7% 2,9% 0,9% 0,3%	<b>8,8%</b> 6,7% 2,0% 0,1%	<b>50,4%</b> 50,4%	15,1% 5,5%
dez/05	14,5%		•		14,5%	7,1% 0,7% 0,8% 3,2% 1,5% 0,3%	5,0% 0,8% 0,9% 0,9%	<b>8,6%</b> 6,5% 2,0% 0,1%	<b>49,7%</b> 49,7%	15,1% 5,5%
dez/04	15,6%		•		15,6%	7,9% 0,7% 0,9% 3,7% 1,5% 0,3%	5,1% 0,8% 0,9% 0,9%	<b>8,2%</b> 6,1% 2,0% 0,1%	<b>47,8%</b> 47,8%	15,4% 5,6%
dez/03	18,5%		•		18,5%	9,2% 0,5% 1,0% 1,5% 0,3%	<b>4,7%</b> 0,7% 0,9% 0,3%	<b>6,9%</b> 4,7% 2,1% 0,1%	<b>41,5%</b> 41,5%	14,0% 5,1%
Ponderação Inicial (dez/02)	19,5%		•		19,5%	9,7% 0,6% 1,0% 5,2% 0,3% 0,3%	<b>5,7%</b> 0,7% 0,7% 1,0% 0,3%	<b>7,3%</b> 4,9% 2,2% 0,1%	<b>43,8%</b> 43,8%	14,8% 5,4%
Item	Matéria-Prima Papel	Papel Cartão Papel Couche	Papel Jornal	Papel LWC Papel off-set	Tinta	Insumos e Acabamento Arame Blanqueta Chapa Cola Revelador Silicone	Souryao Embalagem Caixa Filme Fila Pallet	Energia e Combustíveis Energia Elétrica Gás Óleo Diesel	<b>Mão-de-Obra</b> Mão-de-Obra	Serviços Manutenção Serviços

Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria

# A IBF TEM AS MELHORES SOLUÇÕES PARA A SUA GRÁFICA

CHAPAS ECOLÓGICAS SEM USO DE REVELADOR

# ECOPLATE T:

Chapa térmica híbrida que processa direto em máquina ou em solução de lavagem.





# **ECOPLATE V:**

Chapa violeta de alto desempenho para grandes tiragens.





INDÚSTRIA BRASILEIRA DE FILMES S/A.

Para maiores informações visite nosso site ou entre em contato com um dos nossos representantes.





#### RIO DE JANEIRO

Rua Lauro Müller, 116 - 10° andar Botafogo - RJ CEP:22290-906 Tel: (21) 2103-1000 Fax: (21)2103-1127 website: www.ibf.com.br

#### SÃO PAULO

Av. Pedro Bueno, 1028 Jabaquara - São Paulo CEP:04342-000 Tel: (11) 2103-2000 Fax: (11)5031-4121

# Índice de Preços Setorial da ABRO – Resultados – 2014

# Evolucao - Índices ABRO (Base 100 - Dez-2002)

	ISP-GIRO Índice Giro com Papel	IS-GIRO Índice Giro sem Papel	IGP-M	Var.Cambial
dez/02	100,000	100,000	100,000	100,000
jan/03	100,953	100,007	102,330	94,706
fev/03	101,330	100,435	104,663	98,890
mar/03 abr/03	101,116	99,912 99,834	106,264	94,941
mai/03	102,078 101,165	99,438	107,242 106,963	85,901 81,413
jun/03	100,237	98,945	105,894	79,415
jul/03	99,794	98,655	105,449	79,322
ago/03	99,331	99,294	105,850	82,702
set/03 out/03	98,925 99,472	98,888 99,813	107,099	80,507
nov/03	102,104	105,397	107,506 108,032	78,817 80,258
dez/03	101,950	105,256	108,691	80,610
jan/04	102,231	105,403	109,648	78,551
fev/04	103,833	106,256	110,404	80,713
mar/04	103,949	106,590	111,652	80,028
abr/04 mai/04	104,631 105,870	107,306 109,407	113,003 114,483	80,043 85,397
jun/04	106,482	110,409	116,063	86,189
jul/04	106,908	111,446	117,584	83,646
ago/04	107,595	111,423	119,018	82,712
set/04	107,586	111,680	119,839	79,633
out/04 nov/04	107,957 109.530	112,454 116,233	120,307 121,293	78,580 76,738
dez/04	109,572	116,266	122,191	74,870
jan/05	109,540	116,375	122,667	74,176
fev/05	109,963	117,190	123,035	71,554
mar/05	110,028	117,734	124,081	74,498
abr/05 mai/05	109,800 109,858	117,971 117,889	125,148 124,873	71,042 67,560
jun/05	109,211	117,410	124,323	66,478
jul/05	109,528	117,380	123,901	65,376
ago/05	109,324	117,369	123,095	65,020
set/05	108,711	117,199	122,443	63,197
out/05 nov/05	108,615 110,096	116,974 120,894	123,178 123,670	62,131
dez/05	110,050	120,784	123,658	60,894 62,952
jan/06	110,155	121,166	124,796	62,632
fev/06	109,924	121,484	124,808	59,547
mar/06	109,777	121,113	124,521	59,275
abr/06 mai/06	109,627 109,916	121,104 121,382	123,998 124,469	58,650 59,994
jun/06	110,311	122,166	125,403	61,927
jul/06	110,065	122,440	125,629	60,302
ago/06	109,871	122,284	126,093	59,382
set/06	109,956	122,441	126,459	59,735
out/06 nov/06	109,957 111,198	122,468 125,291	127,053 128,006	59,173 59,437
dez/06	111,218	125,345	128,416	59,217
jan/07	111,352	125,593	129,058	58,903
fev/07	111,257	125,580	129,406	57,741
mar/07	110,952	125,248	129,846	57,531
abr/07 mai/07	110,603 110,419	125,230 125,097	129,898 129,950	55,969 54,581
jun/07	110,688	125,470	130,288	53,212
jul/07	110,494	125,222	130,653	51,860
ago/07	110,883	125,870	131,933	54,152
set/07	110,707	126,297	133,635	52,323
out/07 nov/07	110,471 112,227	126,137 129,871	135,039 135,970	49,607 48,750
dez/07	112,338	130,068	138,363	49,194
jan/08	113,295	130,350	139,872	48,871
fev/08	113,112	130,432	140,613	47,588
mar/08	113,288	130,991	141,653	47,034
abr/08 mai/08	113,289 113,558	131,046 131,874	142,631 144,927	46,519 45,737
jun/08	113,187	131,891	147,797	44,591
jul/08	114,832	133,199	150,398	43,834
ago/08	115,253	133,322	149,917	44,409
set/08	118,692	135,945	150,082	49,568
out/08 nov/08	122,665 127,638	138,770 145,551	151,552 152,128	59,850 62,423
dez/08	129,672	147,201	151,931	65,951
	,,,,,	,=• .	,	,

Fonte: Taxa de Câmbio - Dólar americano (venda) média do período — Banco Central Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria



# Índice de Preços Setorial da ABRO – Resultados – 2014

# Evolucao - Índices ABRO (Base 100 - Dez-2002)

	ISP-GIRO Índice Giro com Papel	IS-GIRO Índice Giro sem Papel	IGP-M	Var.Cambial
jan/09	129,549	147,988	151,262	63,555
fev/09	130,108	149,013	151,655	63,701
mar/09	131,348	149,676	150,533	63,731
abr/09	128,827	149,786	150,307	60,759
mai/09	127,605	149,334	150,202	56,766
jun/09	125,767	146,836	150,052	53,920
jul/09 ago/09	122,143 119,711	144,455 144,479	149,407 148,869	53,237 50,824
set/09	119,185	143,777	149,494	50,125
out/09	117,947	143,323	149,569	47,883
nov/09	119,398	147,134	149,718	47,547
dez/09	119,485	146,903	149,329	48,210
jan/10	120,392	147,906	150,270	49,023
fev/10	121,568	148,211	152,043	50,725 49,188
mar/10 abr/10	122,350 122,441	148,416 148,664	153,472 154,654	48,384
mai/10	123,390	148,650	156,494	49,943
jun/10	123,442	148,905	157,825	49,758
jul/10	124,426	148,716	158,061	48,742
ago/10	124,399	149,047	159,278	48,466
set/10	124,384	149,675	161,110	47,340
out/10	124,312	150,039	162,737	46,370
nov/10 dez/10	127,507 127,275	157,189 157,034	165,097 166,236	47,191 46,643
jan/11	127,867	157,025	167,549	46,134
fev/11	128,423	157,586	169,225	45,943
mar/11	127,989	159,119	170,274	45,698
abr/11	127,038	159,732	171,040	43,696
mai/11	126,113	159,724	171,776	44,442
jun/11	125,686	159,251	171,467	43,712
jul/11 ago/11	124,438 123,459	159,109 159,374	171,261 172,014	43,076 43,988
set/11	123,669	160,021	173,132	48,197
out/11	124,364	161,036	174,050	48,824
nov/11	127,819	168,632	174,920	49,317
dez/11	127,666	168,288	174,710	50,595
jan/12	127,724	168,851	175,147	49,295
fev/12	127,095	168,560	175,042	47,332
mar/12 abr/12	127,741 129,043	168,301 169,634	175,795 177,289	49,450 51,089
mai/12	131,048	171,821	179,097	54,702
jun/12	132,075	173,101	180,279	56,443
jul/12	133,058	174,279	182,695	55,880
ago/12	133,093	174,354	185,308	55,899
set/12	133,735	174,987	187,105	55,861
out/12	133,772	175,084	187,143	55,910
nov/12 dez/12	137,031 137,853	182,442 183,523	187,086 188,359	62,766 57,232
jan/13	138,402	183,830	188,999	55.944
fev/13	137,910	183,047	189,547	54,353
mar/13	137,108	182,142	189,945	54,615
abr/13	137,191	182,142	190,230	55,149
mai/13	137,920	182,458	190,230	56,048
jun/13	139,602 141.433	183,414	191,657	59,852
jul/13 ago/13	141,433	185,238 186,564	192,155 192,443	62,034 64,513
set/13	143,295	188,239	195,330	62,539
out/13	142,312	187,823	197,010	60,284
nov/13	147,979	194,170	197,581	63,223
dez/13	149,335	195,720	198,767	64,608
jan/14	150,486	196,292	199,721	62,578
fev/14 mar/14	151,092 151,249	196,983 197,651	200,480 203,828	65,656 64,070
abr/14	151,158	197,375	205,626	61,499
mai/14	150,878	196,816	205,151	61,172
jun/14	150,627	195,912	203,632	61,574
jul/14	151,228	197,196	202,390	61,276
ago/14	151,940	197,177	201,844	62,483
set/14	153,344	197,745	202,248	64,257
out/14 nov/14	154,868 159,812	198,617 208,666	202,814 204,801	64,508 70,192
dez/14	161,129	210,004	206,071	70,192
uc2/14	101,120	210,004	200,011	12,000

Fonte: Taxa de Câmbio - Dólar americano (venda) média do período — Banco Central Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria



# SOMOS DO **TAMANHO** DA SUA **IMAGINAÇÃO**

# IMPRESSÃO DE QUALIDADE E ALTA TECNOLOGIA.

Oferecemos uma grande variedade de produtos e serviços para atender a sua demanda. Aqui na Log&Print temos diversos serviços para você ter certeza que seu projeto gráfico vai sair do jeito que imaginou.



Editorial • Corporativo • Dados Variáveis Promocional • Manual Técnico • Embalagem











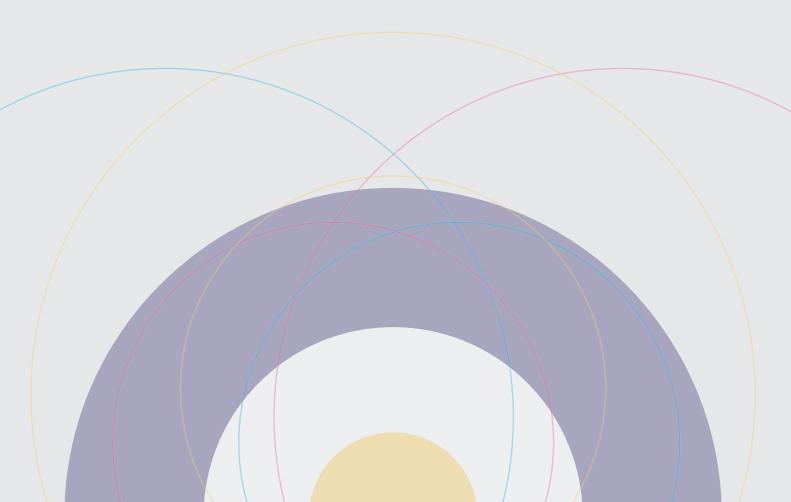






# **RELATÓRIO**

# ÍNDICE DE PREÇOS SETORIAL - ABRO SETOR DE GRÁFICAS COM ROTATIVA OFFSET RESULTADOS - 2015

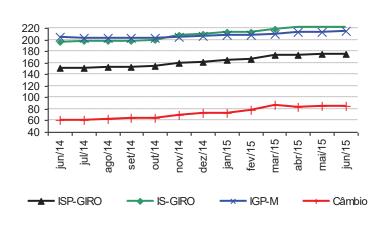


# Índice de Preços Setorial da ABRO - Resultados - junho e 1o sem. / 2015

Orelatório a seguir traz os resultados de inflação interna do setor de gráficas com rotativa offset referentes ao mês de junho e acumulados no 10 semestre de 2015.

A evolução de preços dos Índices da ABRO do mês de junho apontou variação positiva para o ISP-GIRO, com avanço de 0,60%. O IS-GIRO, índice que exclui as variações de preços do item papel, apresentou alta de 0,39%. A movimentação de preços medida pelo IGP-M no mês registrou inflação de 0,67%. Por sua vez, o IPA-M da Indústria de Transformação apontou elevação de 0,66% no mesmo período.

#### Evolução dos Índices da ABRO com papel e sem papel em comparação ao IGP-M



Fonte: Banco Central / Índice GIRO: base 100 = dez/2002

Ao longo do mês de junho a moeda americana apresentou variação positiva frente ao real. Com uma valorização de 1,63%, o dólar médio registrado para o período foi de R\$3,11, influenciando na evolução de preços da fatia dos insumos com custos atrelados ao câmbio.

Avaliando-se a movimentação de preços no setor de gráficas com rotativa acumulada no 10 semestre de 2015, nota-se inflação de 8,73% no ISP-GIRO. No mesmo período, o IS-GIRO manteve-se em movimento mais moderado, com alta de 5,61%. O IGP-M acumulado aponta inflação de 4,33%, enquanto a valorização da moeda americana frente ao real alcança 17,90%.

Com relação ao acumulado nos 12 meses o ISP-GIRO consolida um avanço de 16,31%, demonstrando nível de movimentação acentuado se comparado ao IS-GIRO. A evolução do IS-GIRO registra taxa positiva de 13,21% para o mesmo período. O IGP-M acumulado para os 12 meses apresenta incremento de 5,58%, enquanto no IPA-M da Indústria de Transformação a alta foi de 4,03%.

#### Tabela Comparativa dos pesos e variações entre as categorias

	Peso*		Variação		
	ISP-GIRO	IS-GIRO	Junho	Acum 2015	12 meses
Matérias Primas	53,0%	13,7%	0,82%	11,89%	20,34%
Papel	45,6%	-	0,84%	12,40%	19,95%
Tinta	7,5%	13,7%	0,73%	8,93%	22,77%
Insumos e Acabamento	2,8%	5,2%	0,53%	9,48%	17,72%
Embalagem	2,0%	3,6%	1,81%	2,40%	3,89%
Energia e Combustíveis	4,4%	8,0%	0,93%	38,03%	50,92%
Mão-de-Obra	29,6%	54,4%	0,00%	0,00%	7,52%
Serviços	8,2%	15,0%	0,67%	4,33%	5,58%
ISP-GIR	0		0,60%	8,73%	16,31%
IS-GIR	0		0,39%	5,61%	13,21%

<sup>\*</sup> Peso: dez/2014 - Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria

A categoria matérias primas encerrou o mês de junho apresentando inflação de 0,82%. Nota-se o avanço de preços do item tinta em 0,73%, enquanto para o item papel houve avanço de 0,84%. Os movimentos de alta identificados dentro do item papel ocorreram nos papéis couché com 1,11%, e LWC com 0,91%. Os demais tipos de papéis praticamente não apresentaram variações.

A categoria embalagem apresentou o maior nível de inflação no mês de junho, com incrementos de preço da ordem de 1,81%. A alta da categoria foi influenciada principalmente pelos incrementos de preços dos itens filme e caixa, com respectivos ajustes de 2,71% e 0,64%.

A categoria energia e combustíveis apresentou variação de 0,93%, a segunda maior alta do período. O resultado da categoria foi definido principalmente em decorrência do avanço registrado nos preços do item gás em 5,28%, além dos movimentos de alta apresentados pelo item óleo diesel em 0,31%.

# Qualidade, agilidade e capacidade

**Oceano Indústria Gráfica e Editora**, excelência em qualidade de acabamento aliada à mais alta tecnologia de impressão e preservação do meio ambiente.



- Capacidade de impressão superior a 100 mil toneladas de papel por ano
- 0% de emissão de poluentes e 100% de aparas recicladas
- Iluminação e ventilação natural nas áreas internas do parque gráfico
- Tratamento e reutilização de água



Nós temos uma ótima impressão do futuro



# Índice de Preços Setorial da ABRO – Resultados – junho e 1o sem. / 2015

No acumulado do 10 semestre a categoria matérias primas consolida taxa positiva de 11,89%, apresentando o segundo maior nível de inflação dentre as categorias para o período. Dentro desta categoria ocorre avanço no item papel com incremento de 12,40%. O item tinta, por sua vez, registra alta com variação positiva de 8,93%.

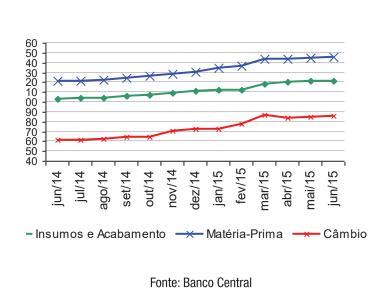
O maior nível de movimentação de preços no acumulado 2015 ocorre na categoria energia e combustíveis com 38,03%, refletindo principalmente os aumentos de preços do item energia elétrica em 45,17% e gás em 8,02%.

Vale ressaltar o avanço de preços de 9,48% no acumulado ano para a categoria insumos e acabamento. A inflação reflete em parte as respectivas altas de 15,11% e 11,48%, registradas para os itens chapa e blanqueta.

Avaliando-se o acumulado dos últimos 12 meses, o maior avanço de preços foi registrado para a categoria energia e combustíveis com 50,92%. A categoria matérias primas registrou inflação de 20,34%. O item papel acumula alta de 19,95%, enquanto o item tinta apresenta incremento de 22,77%.

A categoria insumos e acabamento acumula variação positiva de 17,72% no período, seguida das categorias mão de obra e serviços com 7,52% e 5,58%.

#### Evolução os itens insumos e acabamento, matéria prima e dólar



O impacto das movimentações cambiais sobre os preços das categorias matérias primas e insumos e acabamento para o período permanece visível. A valorização do dólar frente ao real consolida para os 12 meses variação acumulada de 39,20%.



# Pisa: mais de **30 anos** de apoio à comunicação impressa

A Pisa produz o papel imprensa brasileiro há mais de 30 anos. Produto nacional, resultado de um rígido controle de qualidade, hoje presente nas gráficas do Brasil nas versões Standart e Hibrite.



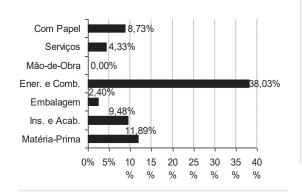




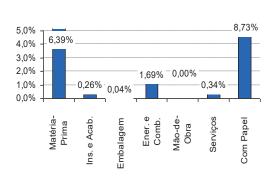




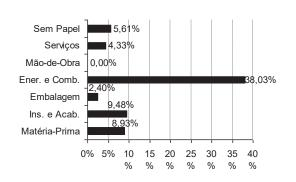




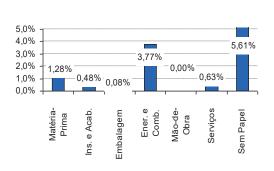
ISP-GIRO - Contribuição por categoria



IS-GIRO - Inflação acumulada junho/2015



IS-GIRO - Contribuição por categoria



Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria

A categoria matérias primas detém a maior contribuição positiva na formação dos custos do ISP-GIRO, registrando taxa de 6,39%. Na composição do IS-GIRO, no entanto, a categoria é responsável por impacto menor com 1,28%.

A categoria energia e combustíveis ganha relevância no período e contribui com 1,69% no ISP-GIRO e 3,77% no IS-GIRO.

# A PLURAL é a maior indústria gráfica da América Latina e pelo 12º ano consecutivo é a líder no ranking de capacidade produtiva no Brasil.

Fonte: Análise Setorial da Indústria Brasileira de Gráficas com Rotativas Offset (2014).

# **SEMPRE A FRENTE EM NOVAS TECNOLOGIAS**



# **SOLUÇÃO INTERATIVA PARA IMPRESSOS**

• Experiência interativa entre o impresso e a mídia digital gera maior engajamento do público alvo.



• Visualização de vídeos, animações 3D, exibições 360°, clipes musicais, acesso a websites, mídias sociais, compras on-line e envio de e-mails; além da possibilidade de mensurar o resultado da campanha.

# Custom Web

- Exclusiva tecnologia de impressão rotativa customizada com acabamento em linha, que resulta em produtos originais e sob medida para os clientes.
- Capas com bolso, pop ups, autoenvelopados, malas diretas, quad alog e muitos outros formatos podem ser combinados a dobras, encartes, cartões destacáveis, etiquetas, facas especiais, serrilhas, shrink, aplicações de aroma, cola reumidificável e reposicionável, fio de cola, vernizes, cores especiais, realidade aumentada e uma diversidade de recursos.
- Dados variáveis em vários locais da peça.
- Consultoria no desenvolvimento de produtos.
- Soluções integradas de gestão de banco de dados: tratamento/higienização, conversão de arquivos, enriquecimento da base e postagem.

Para mais informações: (11) 4152-9425 / 4152-9446 comercial@plural.com.br













#### ISP-GIRO - Inflação acumulada junho/2015 230 210 190 170 150 130 110 fev/15 ago/14 nov/14 dez/14 jan/15 mar/15 out/14 **★** ISP-GIRO - IS-GIRO IGP-M 200 180 160 140 120 100 80 60 40 fev/15 nov/14 mar/15 jun/15 set/14 out/14 dez/14 − Papel → Tinta → Insumos e Acabamento → Câmbio 270 240 210 180 150 120 90 ago/14 fev/15 jun/15 mar/15 mai/15 Energia e Combustíveis - Embalagem

Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria

Serviços

- Mão-de-Obra

- Insumos e Acabamento

Gráficaresponsabilidade socioambiental
MIDIAMAIORES
SISO 9001 completa Socioambiental
Minteligente Socioambiental

# A Posigraf é para você.



Para sua mídia impressa dar certo, você precisa de um pacote de soluções que garanta a eficiência na comunicação. Qualidade de impressão, estratégia de mídia e, principalmente, segurança de que o seu público-alvo vai receber em mãos a sua mensagem. É isso que a Posigraf oferece. Uma arquitetura de informação, monitorada do início ao fim com base nas suas necessidades de mercado. Além disso, sua impressão já sai com o selo Carbono Zero, porque nos responsabilizamos em compensar o impacto do processo produtivo com nossa reserva natural, a Mata do Uru.

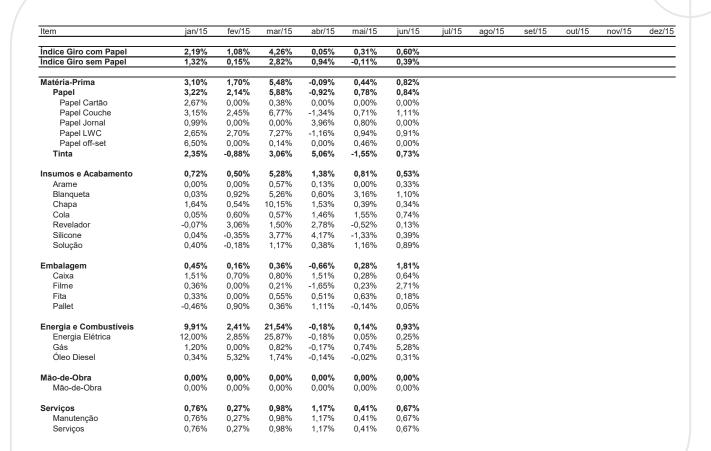








#### Variação de Preços - Índices ABRO 2015



Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria

# A NOSSA MARCA É ESTAR ALÉM E SER SEMPRE LEMBRADA.

A RR Donnelley quer sempre mais. Queremos apresentar as melhores e mais modernas soluções para qualquer necessidade gráfica que você tenha.

Por isso, ampliamos nosso posicionamento para nos tornarmos não uma empresa sólida com mais de 150 anos, mas sim a sua primeira lembrança.

Estamos em crescente evolução para entregar soluções e impressões inteligentes para a sua empresa com qualidade, inovação e seriedade. Sempre.

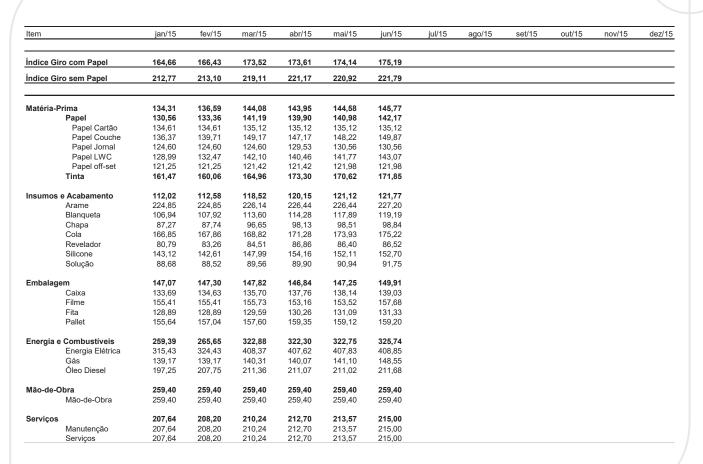


# RR DONNELLEY



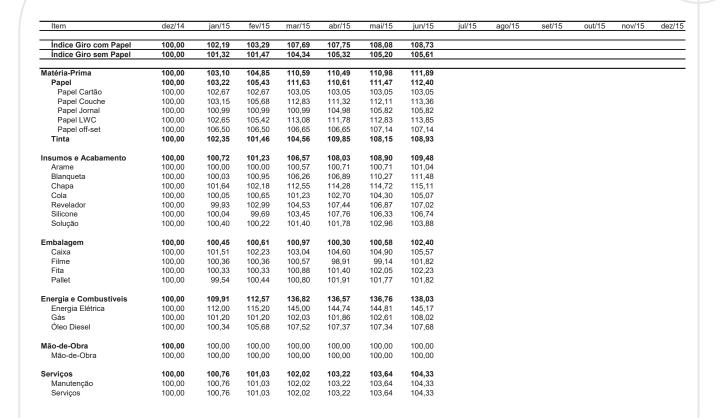
# Índice de Preços Setorial da ABRO - Resultados - junho e 1o sem. / 2015

#### Evolução dos Índices ABRO 2015



Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria

#### **Evolução dos Índices ABRO 2015 (Base 100 = dez/2014)**



Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria

# Índice de Preços Setorial da ABRO – Resultados – junho e 1o sem. / 2015

#### Evolução dos Índices ABRO 2015 (Base 100 = dez/2012)

	ISP-GIRO Índice Giro com Papel	IS-GIRO Índice Giro sem Papel	IGP-M	Var.Cambial
dez/02	100,000	100,000	100,000	100,000
jan/03	100,953	100,007	102,330	94,706
fev/03	101,330	100,435	104,663	98,890
mar/03	101,116	99,912	106,264	94,941
abr/03 mai/03	102,078 101,165	99,834 99,438	107,242 106,963	85,901 81,413
jun/03	100,237	98,945	105,894	79,415
jul/03	99,794	98,655	105,449	79,322
ago/03	99,331	99,294	105,850	82,702
set/03	98,925	98,888	107,099	80,507
out/03 nov/03	99,472 102,104	99,813 105,397	107,506 108,032	78,817 80,258
dez/03	101,950	105,256	108,691	80,610
jan/04	102,231	105,403	109,648	78,551
fev/04	103,833	106,256	110,404	80,713
mar/04	103,949	106,590	111,652	80,028
abr/04 mai/04	104,631 105,870	107,306 109,407	113,003 114,483	80,043 85,397
jun/04	106,482	110,409	116,063	86,189
jul/04	106,908	111,446	117,584	83,646
ago/04	107,595	111,423	119,018	82,712
set/04 out/04	107,586 107,957	111,680 112,454	119,839 120,307	79,633 78,580
nov/04	107,957	112,454	120,307	76,580
dez/04	109,572	116,266	122,191	74,870
jan/05	109,540	116,375	122,667	74,176
fev/05	109,963	117,190	123,035	71,554
mar/05 abr/05	110,028	117,734	124,081	74,498 71,042
mai/05	109,800 109,858	117,971 117,889	125,148 124,873	67,560
jun/05	109,211	117,410	124,323	66,478
jul/05	109,528	117,380	123,901	65,376
ago/05	109,324	117,369	123,095	65,020
set/05 out/05	108,711 108,615	117,199 116,974	122,443 123,178	63,197 62,131
nov/05	110,096	120,894	123,670	60,894
dez/05	110,050	120,784	123,658	62,952
jan/06	110,155	121,166	124,796	62,632
fev/06 mar/06	109,924	121,484	124,808	59,547
abr/06	109,777 109,627	121,113 121,104	124,521 123,998	59,275 58,650
mai/06	109,916	121,382	124,469	59,994
jun/06	110,311	122,166	125,403	61,927
jul/06	110,065	122,440	125,629	60,302
ago/06 set/06	109,871 109,956	122,284 122,441	126,093 126,459	59,382 59,735
out/06	109,957	122,468	120,459	59,173
nov/06	111,198	125,291	128,006	59,437
dez/06	111,218	125,345	128,416	59,217
jan/07	111,352	125,593	129,058	58,903
fev/07 mar/07	111,257 110,952	125,580 125,248	129,406 129,846	57,741 57,531
abr/07	110,603	125,230	129,898	55,969
mai/07	110,419	125,097	129,950	54,581
jun/07	110,688	125,470	130,288	53,212
jul/07	110,494	125,222 125,870	130,653	51,860
ago/07 set/07	110,883 110,707	125,870	131,933 133,635	54,152 52,323
out/07	110,471	126,137	135,039	49,607
nov/07	112,227	129,871	135,970	48,750
dez/07	112,338	130,068	138,363	49,194
jan/08 fev/08	113,295 113,112	130,350 130,432	139,872 140,613	48,871 47,588
mar/08	113,112	130,991	141,653	47,034
abr/08	113,289	131,046	142,631	46,519
mai/08	113,558	131,874	144,927	45,737
jun/08	113,187	131,891	147,797	44,591
jul/08 ago/08	114,832 115,253	133,199 133,322	150,398 149,917	43,834 44,409
set/08	118,692	135,945	150,082	49,568
out/08	122,665	138,770	151,552	59,850
nov/08	127,638	145,551	152,128	62,423
dez/08	129,672	147,201	151,931	65,951

Fonte: Taxa de Câmbio - Dólar americano (venda) média do período — Banco Central Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria

# Índice de Preços Setorial da ABRO – Resultados – junho e 1o sem. / 2015

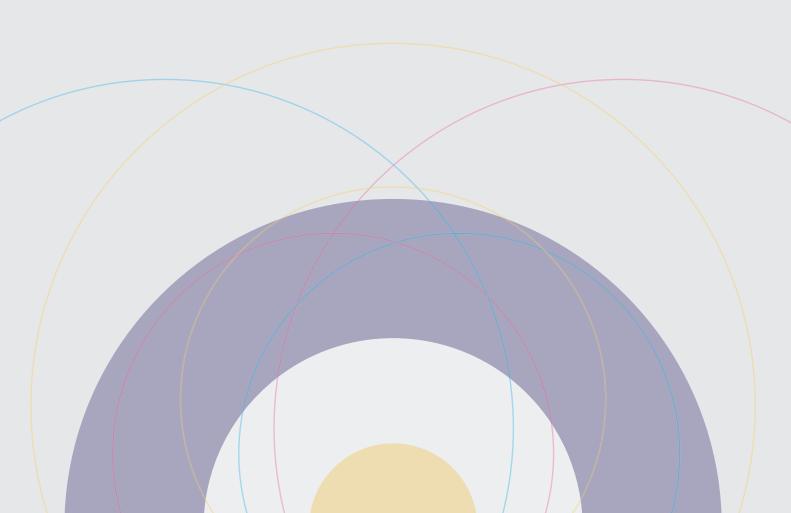
### Evolução dos Índices ABRO 2015 (Base 100 = dez/2012)

	ISP-GIRO Índice Giro com Papel	IS-GIRO Índice Giro sem Papel	IGP-M	Var.Cambial
jan/09	129,549	147,988	151,262	63,555
fev/09	130,108	149,013	151,655	63,701
mar/09	131,348	149,676	150,533	63,731
abr/09	128,827	149,786	150,307	60,759
mai/09	127,605	149,334	150,202	56,766
jun/09	125,767	146,836	150,052	53,920
jul/09	122,143	144,455	149,407	53,237
ago/09 set/09	119,711 119,185	144,479 143,777	148,869 149,494	50,824 50,125
out/09	117,947	143,323	149,569	47,883
nov/09	119,398	147,134	149,718	47,547
dez/09	119,485	146,903	149,329	48,210
jan/10	120,392	147,906	150,270	49,023
fev/10	121,568	148,211	152,043	50,725
mar/10 abr/10	122,350 122,441	148,416 148,664	153,472 154,654	49,188 48,384
mai/10	123,390	148,650	156,494	49,943
jun/10	123,442	148,905	157,825	49,758
jul/10	124,426	148,716	158,061	48,742
ago/10	124,399	149,047	159,278	48,466
set/10	124,384	149,675	161,110	47,340
out/10	124,312	150,039	162,737	46,370
nov/10	127,507	157,189	165,097	47,191
dez/10 jan/11	127,275 127,867	157,034 157,025	166,236 167,549	46,643 46,134
fev/11	128,423	157,586	169,225	45,943
mar/11	127,989	159,119	170,274	45,698
abr/11	127,038	159,732	171,040	43,696
mai/11	126,113	159,724	171,776	44,442
jun/11	125,686	159,251	171,467	43,712
jul/11	124,438	159,109	171,261	43,076
ago/11 set/11	123,459 123,669	159,374 160,021	172,014 173,132	43,988 48,197
out/11	124,364	161,036	174,050	48,824
nov/11	127,819	168,632	174,920	49,317
dez/11	127,666	168,288	174,710	50,595
jan/12	127,724	168,851	175,147	49,295
fev/12	127,095	168,560	175,042	47,332
mar/12	127,741	168,301	175,795	49,450
abr/12 mai/12	129,043 131,048	169,634 171,821	177,289 179,097	51,089 54,702
jun/12	132,075	173,101	180,279	56,443
jul/12	133,058	174,279	182,695	55,880
ago/12	133,093	174,354	185,308	55,899
set/12	133,735	174,987	187,105	55,861
out/12	133,772	175,084	187,143	55,910
nov/12	137,031	182,442	187,086	62,766
dez/12 jan/13	137,853 138,402	183,523 183,830	188,359 188,999	57,232 55,944
fev/13	137,910	183,047	189,547	54,353
mar/13	137,108	182,142	189,945	54,615
abr/13	137,191	182,142	190,230	55,149
mai/13	137,920	182,458	190,230	56,048
jun/13	139,602	183,414	191,657	59,852
jul/13	141,433	185,238	192,155	62,034
ago/13 set/13	143,327 143,295	186,564 188,239	192,443 195,330	64,513 62,539
out/13	142,312	187,823	197,010	60,284
nov/13	147,979	194,170	197,581	63,223
dez/13	149,335	195,720	198,767	64,608
jan/14	150,486	196,292	199,721	62,578
fev/14	151,092	196,983	200,480	65,656
mar/14	151,249	197,651	203,828	64,070
abr/14 mai/14	151,158 150,878	197,375	205,418 205,151	61,499 61,172
iun/14	150,627	196,816 195,912	203,632	61,172
jul/14	151,228	197,196	202,390	61,276
ago/14	151,940	197,177	201,844	62,483
set/14	153,344	197,745	202,248	64,257
out/14	154,868	198,617	202,814	64,508
nov/14	159,812	208,666	204,801	70,192
dez/14	161,129	210,004	206,071	72,699
jan/15	164,662	212,769	207,637	72,557
fev/15 mar/15	166,435 173,517	213,097 219,114	208,198 210,238	77,576 86.474
abr/15	173,517 173,609	221,168	212,698	83,823
	174,145	220,922	213,570	84,332
mai/15				

Fonte: Taxa de Câmbio - Dólar americano (venda) média do período — Banco Central Metodologia - Tendências Consultoria / Elaboração - AMSG Consultoria



# **Pesquisa Datafolha**



# Introdução



Num mundo em que a única constante é a mudança, a Associação Brasileira de Empresas com Rotativa Offset -ABRO - procurou o auxílio do Datafolha em abril de 2014 com a intenção de obter uma visão atual e imparcial sobre o ambiente de negócios do setor de atuação de seus associados. A ideia se concretizou nesta pesquisa conduzida em agosto, envolvendo os pilares que sustentam esta atividade econômica e trazendo à tona a perspectiva de seus principais stakeholders:

💧 a população em geral, usuária dos produtos;

as empresas do setor de varejo, grandes compradores de folhetos e encartes;

as agências de propaganda, que influenciam as decisões e a criação das peças.

A pesquisa situa o meio "folhetos e encartes" no contexto dos diversos recursos de comunicação disponíveis hoje no mercado para os três públicos, cada um em sua especificidade. Traz também uma avaliação desse recurso, com o propósito de entender suas possibilidades de aperfeiçoamento, sinalizando assim os caminhos de mudança que possam assegurar a sua própria continuidade numa sociedade cada vez mais digital.

# **O**BJETIVOS



# **POPULAÇÃO**

Entender como se dá o consumo de folhetos e encartes no país, avaliando hábitos de uso, níveis de satisfação e efetividade do meio;

Avaliar o quanto os folhetos e encartes estimulam e informam a população brasileira sobre produtos e serviços.



### **AGÊNCIAS**

Investigar o nível de aprovação e a presença de folhetos e encartes nos planos de mídia das agências de publicidade;

Conhecer níveis de satisfação e efetividade do meio.



### **VAREJISTAS**

Investigar o nível de aprovação e a presença de folhetos e encartes no planejamento de marketing das empresas varejistas;

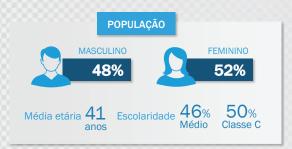
Conhecer níveis de satisfação e efetividade do meio.

	POPULAÇÃO	AGÊNCIAS	VAREJISTAS	
Técnica	Pesquisa <b>quantitativa</b> com abordagem <b>pessoal</b> em <b>pontos de fluxo</b>	Pesquisa <b>quantitativa</b> com abordagem <b>telefônica</b>	Pesquisa <b>quantitativa</b> com abordagem <b>telefônica</b>	
Universo	População brasileira com 18 anos ou mais	Principais agências de publicidade que têm clientes varejistas e que anunciam em folhetos e encartes	<b>Grandes e médias</b> empresa varejistas	
Amostra	1.027 entrevistas	31 agências	100 empresas	
Abrangência		Nacional*		
Data de realização	11 e 18 de agosto de 2014	07 a 21 de agosto de 2014	11 a 29 de agosto de 2014	

# **Perfil**

Os perfis dos entrevistados nas agências e empresas varejistas revelam que a maior parte ocupa cargos de chefia (diretor, gerente, coordenador), nas áreas de mídia e marketing e participa das decisões de propaganda. A maioria trabalha em empresas localizadas na região Sudeste.

O perfil da população mostra distribuição equilibrada por sexo, média etária de 41 anos e concentração da escolaridade no grau médio e da classificação econômica na classe C.



		AGÊNCIAS	VAREJISTAS
Cargo	Diretor/ VP	29%	12%
	Gerente/ gestor	26%	42%
	Mídia/ marketing	19%	2%
	Coordenador	19%	14%
	Analista de marketing	-	15%
	Mídia	74%	-
Área	Marketing	-	82%
Area	Planejamento	16%	-
	Atendimento	10%	-
Grau de	Participa das decisões	77%	82%
decisão	Principal decisor	23%	18%
Média de funcionários		78	919
Tipo de varejo	Super/hipermercado Material construção	-	32% 14%
	Sudeste	39%	47%
Região	Nordeste	26%	18%
Geográfica	Sul	16%	19%
	Norte/ Centro-Oeste	19%	16%
Natureza do	Região Metropolitana	94%	55%
município	Interior	6%	45%

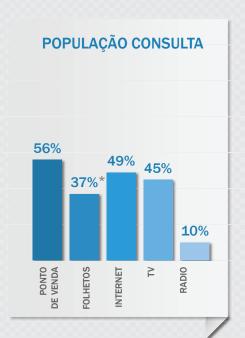
## MÍDIAS MAIS UTILIZADAS

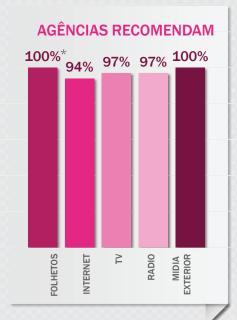


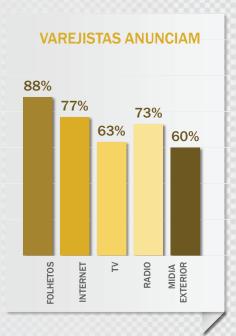
Parcela expressiva da população brasileira declara que, quando quer se informar ou comprar alguma coisa, tem o hábito deslocar-se até o local de venda, a loja, o shopping. Mas, costuma também recorrer à internet, à televisão e aos folhetos/encartes.

As agências de publicidade que atendem clientes varejistas e as empresas varejistas afirmam que têm o hábito de anunciar em folhetos, internet, televisão, rádio e mídia exterior.









- Chega a 79% com estímulo de cartão com conceitos de folhetos e encartes e a 88% com estímulo por tipo/segmento de produto.



# AVALIAÇÃO GERAL E ESPECÍFICA abro

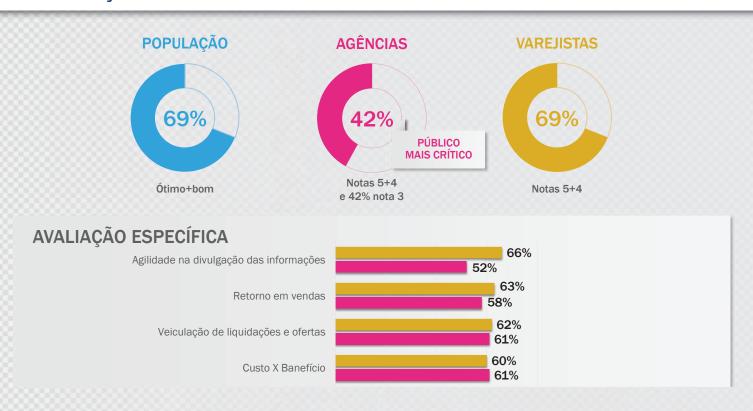


Aproximadamente sete de cada dez brasileiros (69%) e parcela equivalente de empresas varejistas (69%) avaliam positivamente folhetos/encartes, utilizando o atributo "ótimo ou bom" (população) ou atribuindo "nota 5 ou 4" (varejistas).

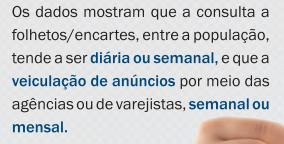
Entre as agências de publicidade (42%) o meio recebe avaliação entre positiva e regular, ou seja, parcelas semelhantes dos profissionais atribuem notas positivas (5+4) ou regular (3). Em quatro atributos estimulados – relação custo X benefício, veiculação de liquidações e ofertas, agilidade na divulgação e retorno em vendas - os percentuais de aprovação situam-se em torno de 60%.



# **A**VALIAÇÃO GERAL



# PERIODICIDADE COM QUE CONSULTA/VEICULA ANÚNCIOS abro - Patafolha





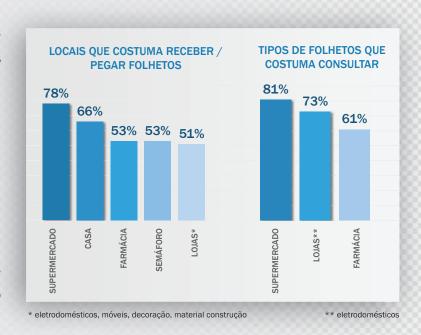
<sup>\*</sup> Pode variar segundo a natureza do folheto/encarte.

### LOCAIS E TIPOS DE FOLHETOS QUE CONSULTA

Praticamente a totalidade da população adulta declara que **recebe ou pega** folhetos ou encartes em diferentes lugares. **Supermercados** destacam-se na utilização desses meios.

Em seguida, recebem os folhetos e encartes em seus domicílios.

Em terceiro lugar, a distribuição é realizada em farmácias, em semáforos e em lojas de material de construção, eletrodomésticos, decoração. Os mais consultados são folhetos de supermercado e de lojas de eletrodomésticos.



## Pontos positivos



O ponto forte dos folhetos e encartes para a população é proporcionar a pesquisa, comparação de preços e informar sobre promoções e ofertas.

Para as **agências** os aspectos que mais contam são o **formato/tamanho** (que comporta uma grande quantidade de informações e que permite compartilhamento) e o **retorno imediato das vendas** (período pequeno entre o anúncio e a compra).

Na opinião dos varejistas as principais vantagens são a facilidade de apresentação dos produtos/ofertas (comunicação direta com o consumidor, de forma simples), a distribuição (chega até o público alvo, em locais de difícil acesso) e a portabilidade (fica na mão do consumidor, pode levar para vários lugares, observar melhor).

#### RAZÕES DE CONSULTA / PONTOS POSITIVOS

### **POPULAÇÃO**

Pesquisa de preços/promoções: 70%

### **AGÊNCIAS**

- Formato/tamanho: 42%
- Retorno das vendas imediato: 39%

#### **VAREJISTAS**

- Facilidade apresentação produtos/ofertas: 40%
- Boa distribuição/chega até público alvo: 35%
- Portabilidade: 24%

### **PONTOS NEGATIVOS**

Por outro lado, como razões de não consulta, a população alega a falta de credibilidade das informações (desatualizadas, propaganda enganosa), a preferência por outro meio (internet → economiza tempo e é fácil de lidar e diretamente no ponto de venda → gosta de ver, pegar o produto) e por não gostar de folhetos/encartes.

Os varejistas queixam-se basicamente da distribuição/logística ruim (mão de obra pouco qualificada), enquanto as agências reclamam do desperdício de material (pessoas jogam fora sem ler), do baixo nível de recall e também da má distribuição.

#### RAZÕES DE NÃO CONSULTA / PONTOS NEGATIVOS

### **POPULAÇÃO**

- Prefere ir na loja: 24%
- Não gosta de folhetos: 24%
- Falta credibilidade: 23%
- Prefere comprar pela internet: 20%

#### **AGÊNCIAS**

- Desperdício de material: 52%
- Distribuição ruim: 39%
- Baixo nível de retenção: 39%

#### **VAREJISTAS**

- Distribuição ruim (mão de obra desqualificada): 41%
- Custo X benefício/lucro: 11%
- Baixo nível de retenção: 9%
- ▶ Impossibilidade de alteração da oferta, após publicação: 9%
- Mídia inadequada ao produto: 8%
- Causa lixo / poluição: 8%

81

# PRETENSÃO DE RECOMENDAR/ANUNCIAR



Nos próximos 12 meses



Entre os varejistas, é maior a pretensão de anunciar em folhetos/encartes do que entre as agências.



Para o próximo ano, a tendência do volume de ofertas em folhetos/encartes é de permanecer estável, segundo prognóstico dos varejistas. Essa propensão também se repete entre as agências.

# **IMAGEM DE FOLHETOS/ENCARTES**





De modo geral, folhetos e encartes possuem imagem positiva junto aos três públicos pesquisados: a maioria da população concorda que são meios fáceis de consultar e que chamam atenção.

Agências e varejistas aquiescem que os folhetos e encartes despertam a curiosidade, influenciam e estimulam a compra, aumentam o volume de vendas, proporcionam um boa relação custo X benefício e funcionam para produtos populares.

Porém, existem algumas críticas: para a população eles causam sujeira e para uma parcela dos varejistas e publicitários eles não têm boa distribuição e não são os melhores para a veiculação de **ofertas e liquidações**.

# **IMAGEM DE FOLHETOS/ENCARTES**

(% de concordância)



# **E**M RESUMO





A satisfação da **população brasileira** (69%) e dos **varejistas** (69%) com folhetos/encartes é maior que a dos **profissionais de agência** (42%).

Os folhetos/ encartes chegam até o consumidor final (94% -> principalmente via supermercado e entrega em domicílio) e grande da população declara consultá-los.

Na perspectiva do consumidor, o forte dos folhetos e encartes é proporcionar a pesquisa de preços e a informação de ofertas/ promoções → destacam-se os folhetos de supermercados e de lojas de eletrodomésticos.

Na população há um grupo expressivo com afinidade em relação a folhetos/encartes:

Maioria avalia positivamente (ótimo+bom - 69%) e julga esse meio importante
 (muito importante + importante - 70%) para o consumidor

 Grande parte declara que pega folhetos nas lojas (86%) e que compara preços (81%)

 Opinam que são fáceis de consultar (82%), de manusear (79%) e que os produtos anunciados chamam a atenção (81%).

Os dados indicam que pontos de venda, internet e folhetos/encartes são importantes fontes de consulta. Portanto, é importante a combinação de ações complementares entre folhetos e pontos de vendas → há espaço para crescimento. As ações em outros meios, como TV e Internet, devem ser integradas e complementares, porém, particularmente a Internet pode representar uma ameaça para Folhetos.



### EM RESUMO abro +





As principais agências de publicidade elogiam principalmente o formato/tamanho (que comporta uma grande quantidade de informações e que permite compartilhamento) e o retorno imediato das vendas (período curto entre o anúncio e a compra).

Entre os publicitários, a postura frente a folhetos e encartes, para o próximo ano, não é otimista nem pessimista. Eles deixam claro que há espaço no bolo publicitário para folhetos/encartes, mas eles têm pontos fortes e fracos. As principais ameaças são as ferramentas online, que são melhor avaliadas e vistas como mais ágeis que folhetos/encartes.

Folhetos e encartes se mantêm na pauta dos varejistas, com poucas exceções → a tendência de manter investimentos em folhetos é mais clara para varejistas do que para agências.

Seus principais pontos fortes são bastante reconhecidos: facilidade de apresentação dos produtos/ofertas, a distribuição e a portabilidade → tanto as empresas que anunciam quanto as que não o fazem podem se apropriar destas características em suas ações de marketing, fortalecendo essa imagem.



## RECOMENDAÇÕES E POSSIBILIDADES DE AÇÃO PARA A ABRO





#### Criar cases publicitários

- Divulgar ações de sucesso enfocando as qualidades e combatendo as percepções negativas
- ► Campanha valorizando pontos fortes de folhetos



# Considerar investimentos do setor na mensuração de retorno

- ► Em parceria com varejistas, grandes usuários
- ➤ Trabalhar no formato e na linguagem adequados ao público alvo



#### Ações de controle de qualidade

- Disseminar a ideia de que o próprio meio se preocupa com sua qualidade
- Campanha de conscientização contra o descarte na rua
- Divulgação de boas práticas para a distribuição, tratando de logística e qualificação das pessoas



Sensibilizar os varejistas quanto à importância de evitar problemas como falta de estoque, especificação de produto, prazo de promoção, etc

► Manter credibilidade da marca e do meio



#### Monitorar as práticas e meios concorrentes

Internet e outras mídias segmentadas

# **M**ENSAGEM FINAL

Ao entregar um conjunto significativo de conclusões e recomendações para os negócios relacionados a folhetos e encartes, o **Datafolha** provavelmente reafirma algumas hipóteses que já se desenhavam intuitivamente para os que vivem o dia-a-dia da atividade de produção de folhetos mas também adiciona novos temas interessantes para o futuro da atividade.

Em grande medida, a pesquisa propõe ações que convergem no sentido da transparência e da responsabilidade social, principalmente no que se refere à qualidade do material e à distribuição de folhetos e encartes, questões já debatidas no meio.

Por outro lado, deixa no ar a preocupação quanto à digitalização da comunicação ao mesmo tempo em que reassegura a manutenção do nível de investimento dos anunciantes, apesar do estigma que tem sido impingido ao meio papel.

O instituto procura assim agir de forma relevante para os associados da **ABRO**, gerando conhecimento importante para uma atuação sintonizada com o momento dos negócios na área de comunicação. Além disso, indica um papel para a Associação na promoção da responsabilidade social e corporativa junto às empresas do setor.

#### **Associados da ABRO**









### Gráficas



















### **Fornecedores**























ABRO –ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS COM ROTATIVA OFSSET Rua Bresser, 2315 Mooca São Paulo/SP CEP 03162-030 Tel.: 55 11 27976726 Fax 55 11 27976716 www.portalabro.org.br