

Resultado da 3ª Pesquisa sobre o Impacto da COVID-19 na Indústria Gráfica

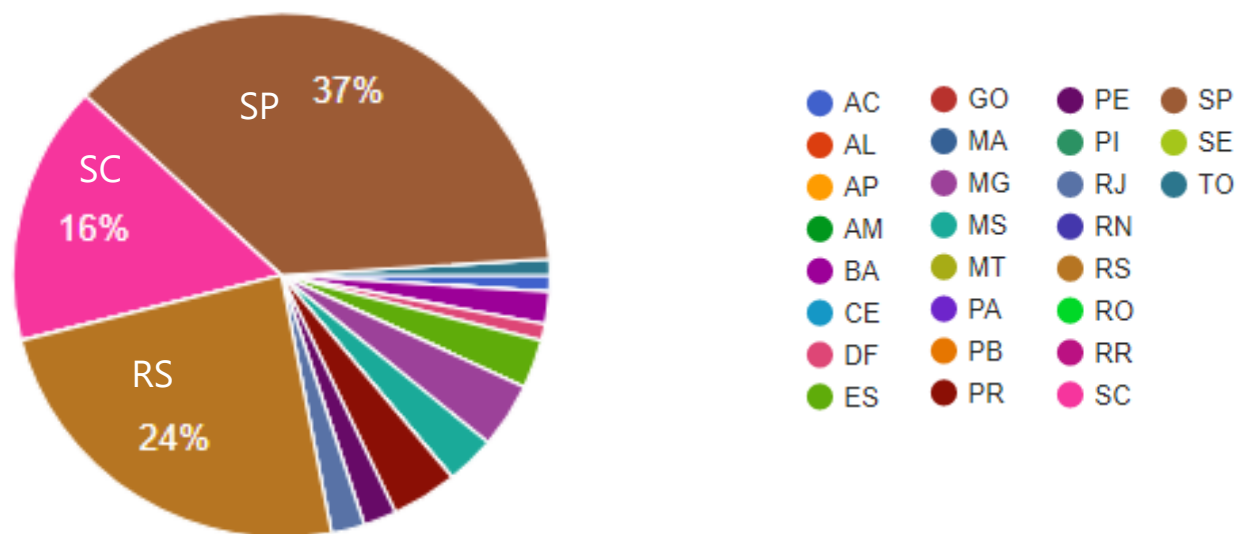


15 de dezembro de 2020



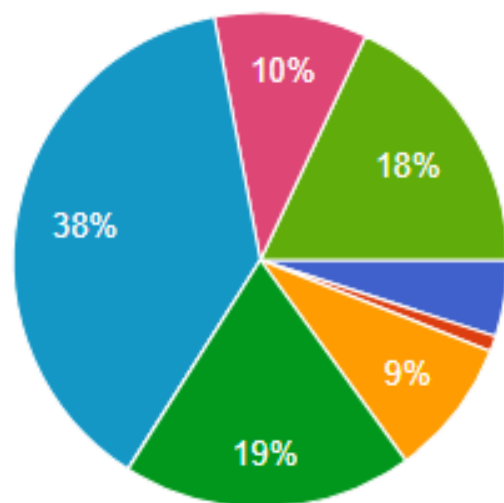
RESULTADO

Em qual estado está localizada a sua gráfica?



TO: 1% | AC: 1% | BA: 2% | DF: 1% | ES: 3% | MG: 4% | MS: 3% | PR: 4% | PE: 2% | RJ: 2%

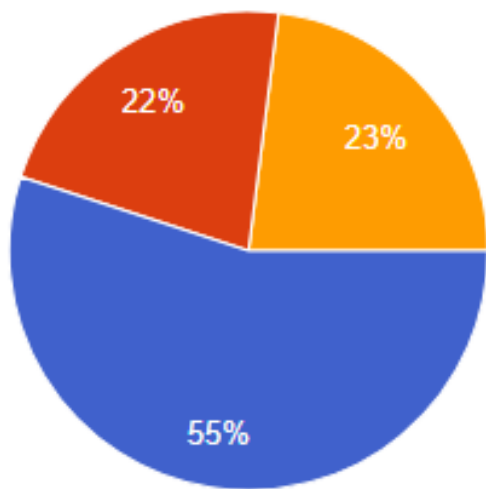
Qual é o seu segmento de atuação?



- Cadernos e Agendas.
- Comunicação Visual.
- Editorial.
- Embalagem.
- Impresos de Segurança.
- Promocional.
- Rótulos e Etiquetas.
- Outros (descreva na próxima tela)

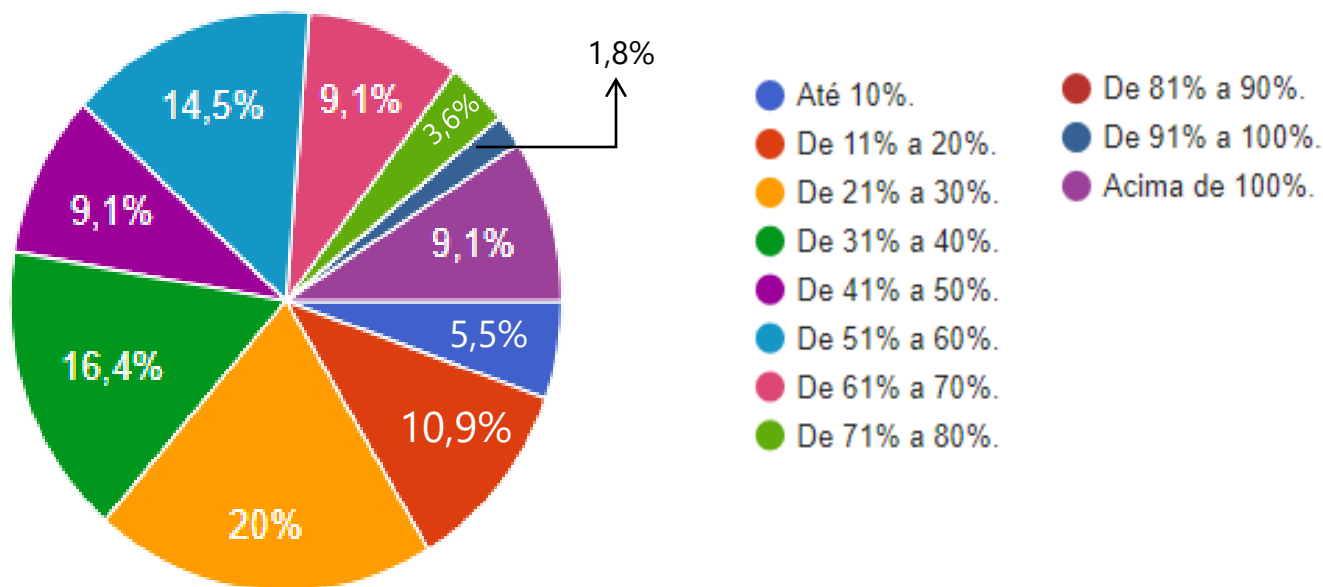
Promocional: 38% | Rótulos e Etiquetas: 10% | Embalagem: 19% | Editorial: 9%
Cadernos e Agendas: 5% | Comunicação Visual: 1% | Outros: 18%

Com a sinalização de retomada da economia, nesse 2º semestre de 2020, como está o faturamento/desempenho dos seus negócios, do período de início da pandemia (março a junho de 2020)?

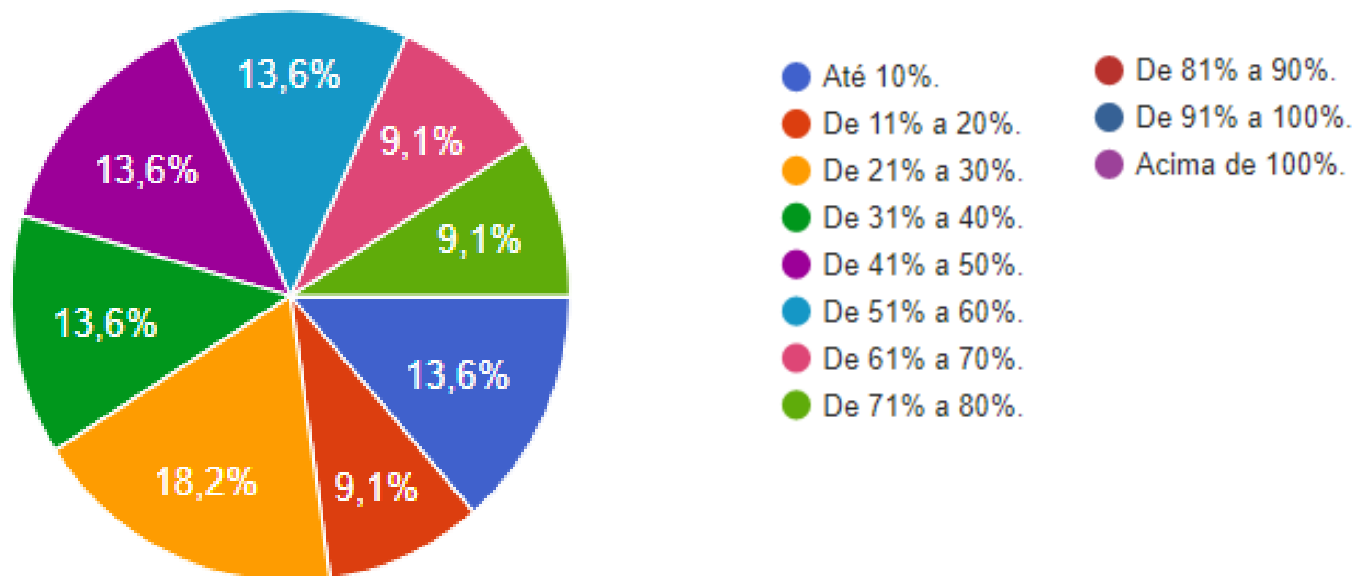


- Aumentou.
- Diminuiu.
- Estabilizou.

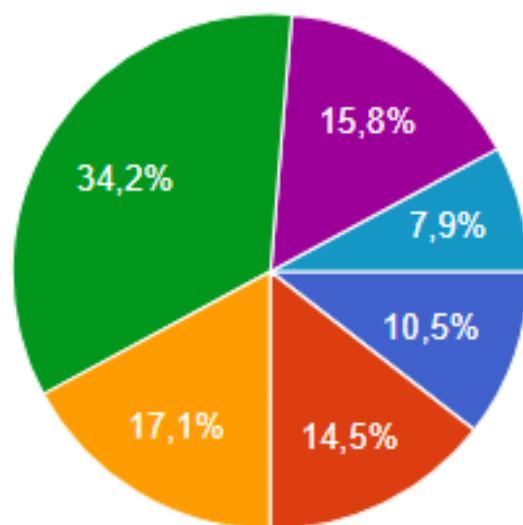
Qual foi o percentual aproximado de aumento dos seus negócios nesse segundo semestre de 2020, comparado com o período de início da pandemia (março a junho de 2020)?



Qual foi o percentual aproximado de queda dos seus negócios no segundo semestre, se comparado com o período de início da pandemia (março a junho de 2020)?

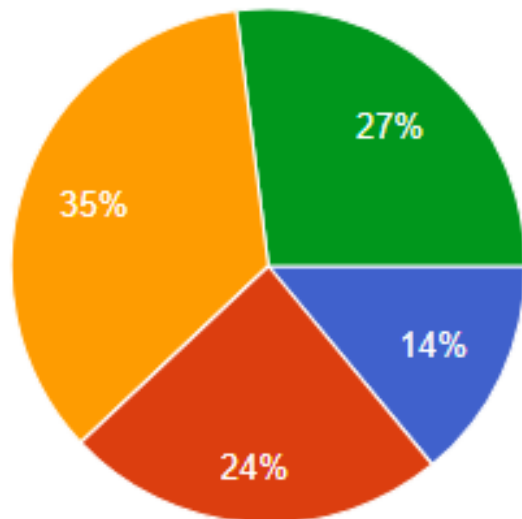


Qual o faturamento de sua empresa neste ano, quando comparado a 2019 (janeiro a dezembro)?



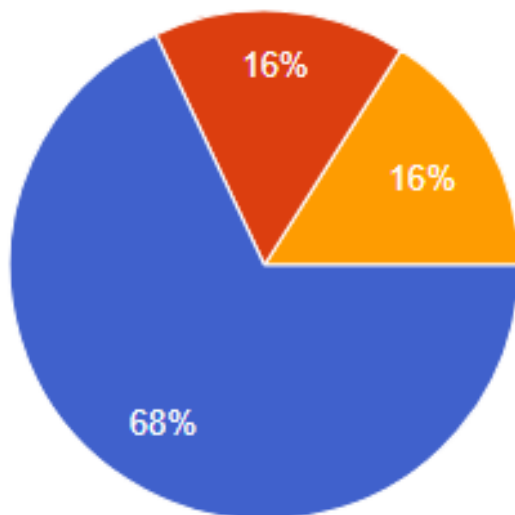
- Crescimento: mais de 100%.
- 100% (igual 2019).
- Entre 80% e 99% (do faturamento de 2019).
- Entre 60% e 79% (do faturamento de 2019).
- Entre 40% e 59% (do faturamento de 2019).
- Abaixo de 40%.

Com a pandemia, a sua gráfica passou a vender pela internet?



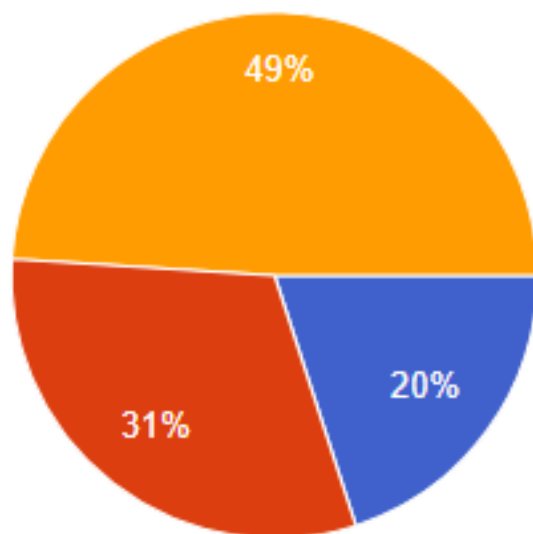
- Sim, começamos com vendas online.
- Não trabalhamos, nem pretendemos.
- Não, mas pretendemos começar em breve.
- Já tínhamos um e-commerce antes da pandemia.

Como está se comportando sua capacidade instalada?



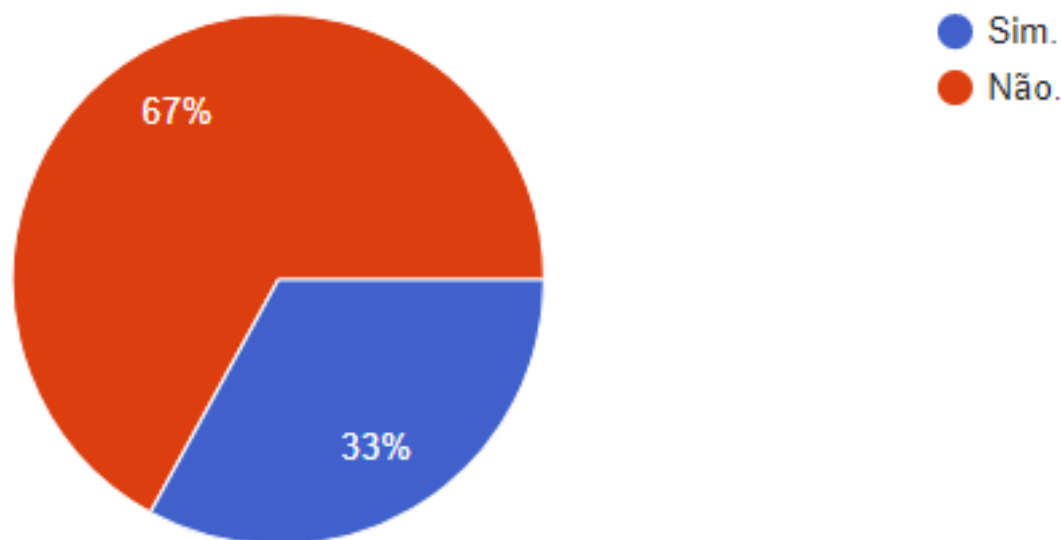
- Estamos com máquinas ociosas, podemos aumentar a produção.
- Estamos produzindo na capacidade máxima.
- Precisamos investir em breve em novos equipamentos, para aumentar nossa capacidade.

Chegou a fazer alguma parceria com outra gráfica para produção de materiais?



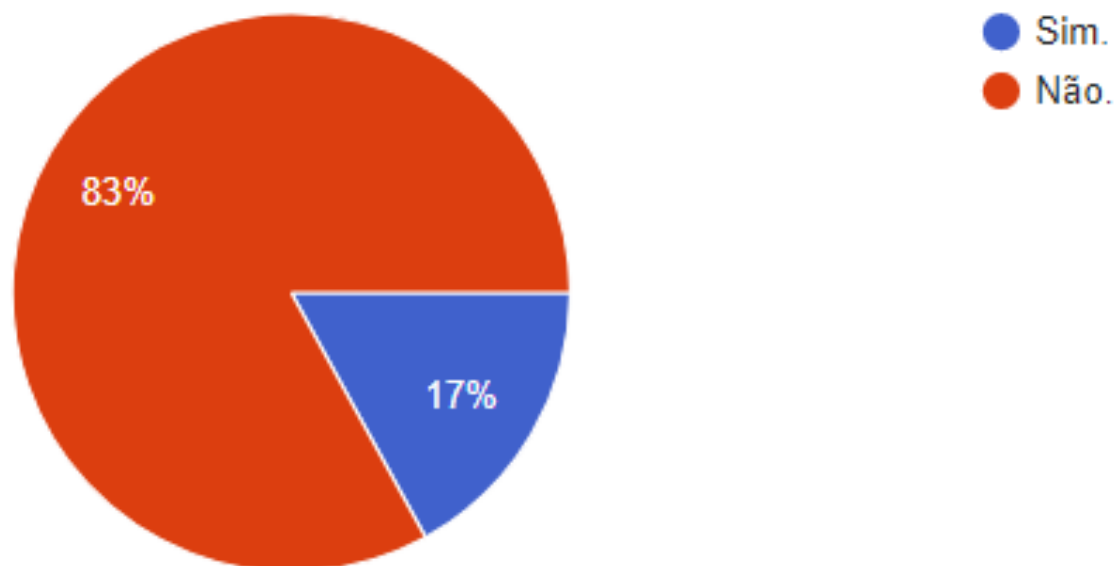
- Sim, mas foi pontual.
- Sim e continuamos fazendo.
- Não fizemos.

Passou a atuar em outro segmento e pretende manter nesse momento de retomada do segundo semestre de 2020?

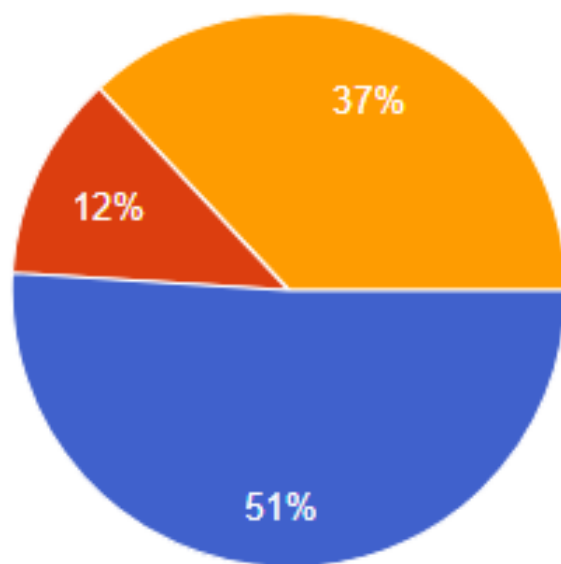


Embalagem, e-commerce, promocional, rótulos, serviços digitais para as empresas, comunicação visual, editorial e produtos escolares.

Sua gráfica está produzindo nesse momento, materiais destinados à prevenção do Coronavírus como máscaras, displays, totens para álcool, etc?



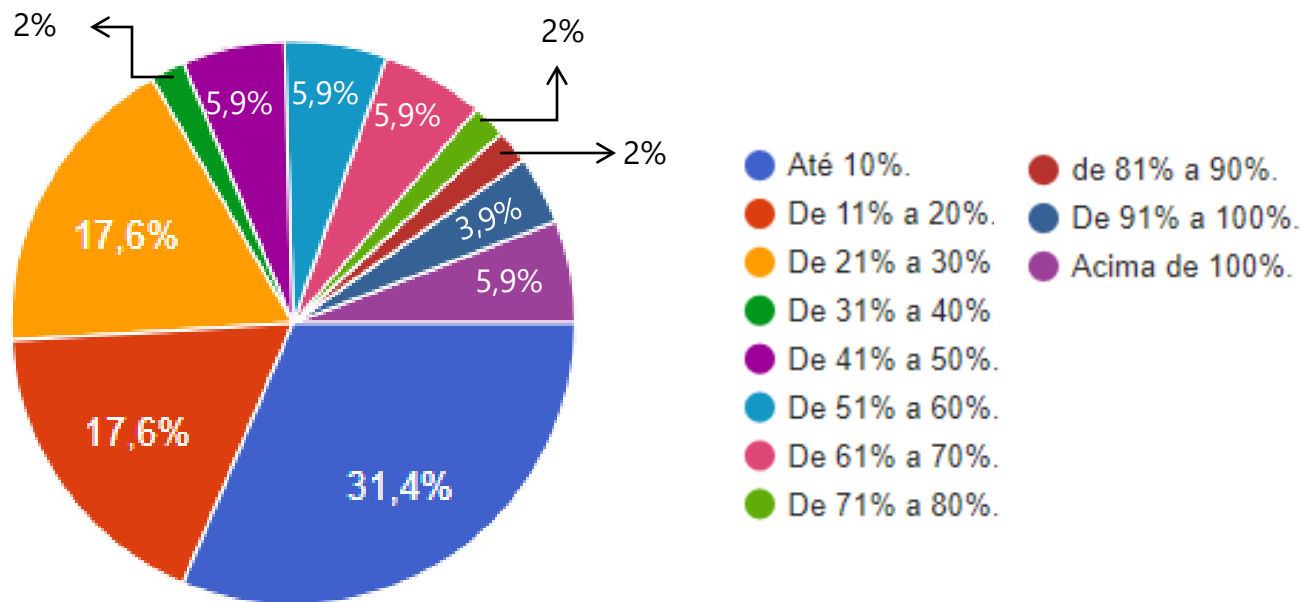
Com as eleições municipais, sua gráfica imprimiu materiais de campanhas políticas?



- Sim.
- Não, pois não tivemos procura.
- Não trabalhamos com esse tipo de material.

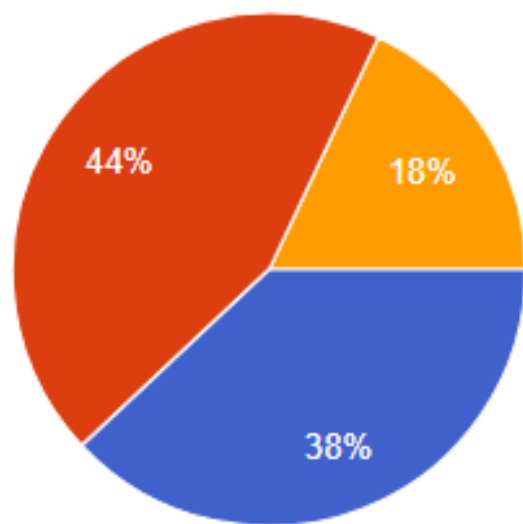
*Se considerarmos apenas empresas que trabalham com esse tipo de material, 80% imprimiu e 20% não imprimiu.

Qual foi o aumento do seu faturamento, com a impressão de materiais eleitorais?



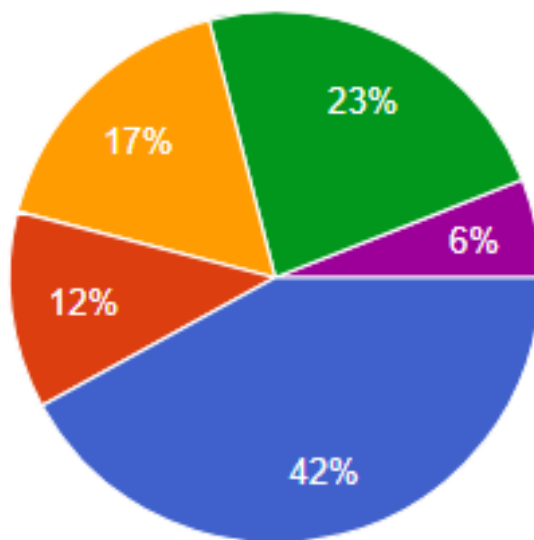
*33,4% tiveram aumento acima de 30%.

Sua gráfica pretende manter as Medidas Trabalhistas Emergências (redução de jornada / suspensão de contrato) até o final desse ano?



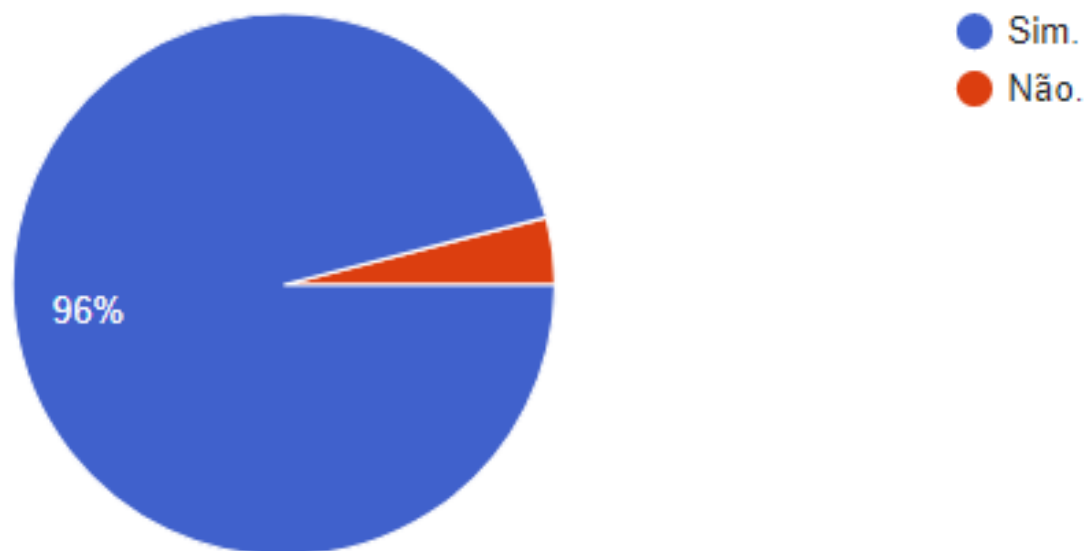
- Sim, estamos mantendo.
- Não, já voltamos as condições normais de trabalho.
- Não adotamos nenhuma medida.

Qual foi sua relação com as linhas de crédito?

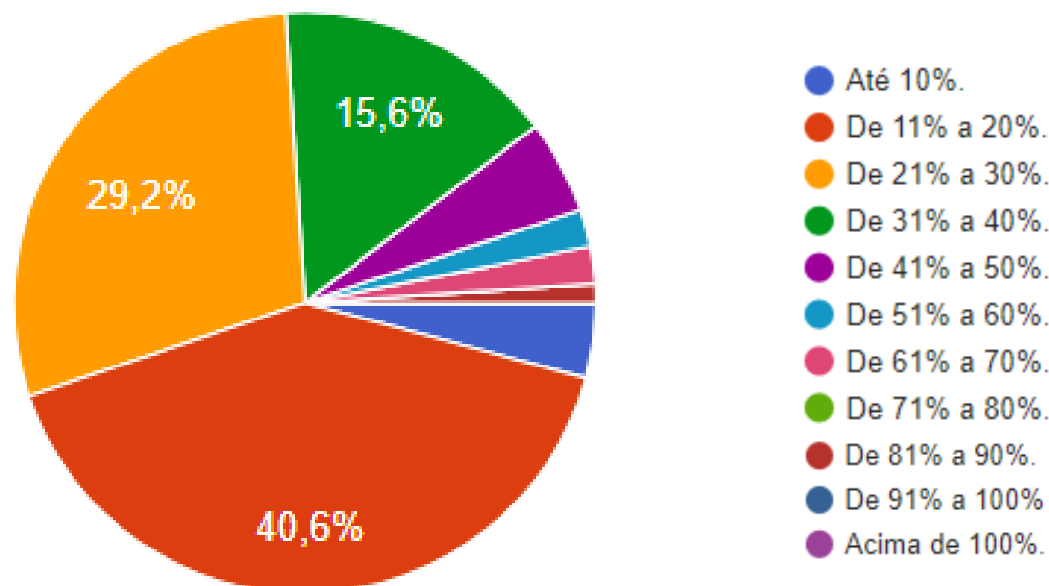


- Consegui acessar e me organizar financeiramente.
- Consegui acessar, mas preciso de novas linhas, se surgirem.
- Tentei, mas não consegui captar recursos.
- Não chegamos a procurar, buscamos outras alternativas.
- Não chegamos a procurar, mas caso surjam novas linhas, vamos contratar.

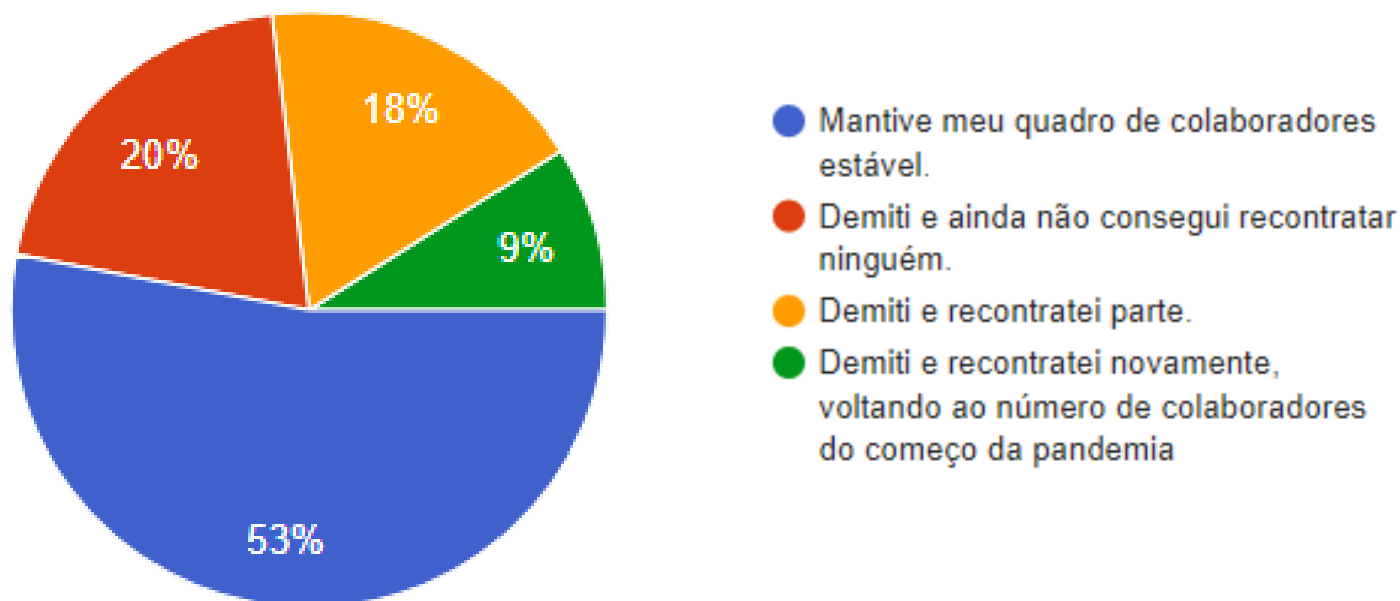
Com o aparente retorno das atividades econômicas nesse segundo semestre de 2020, o preço dos insumos utilizados em sua gráfica aumentou?



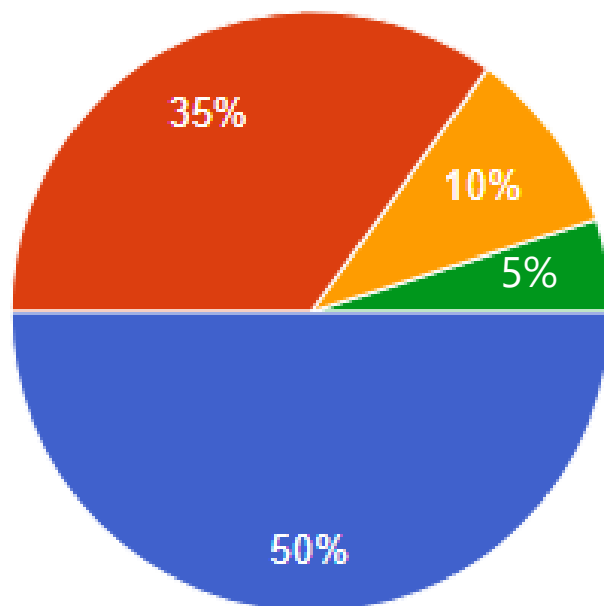
Qual foi o percentual médio de aumento dos insumos?



Em relação a mão de obra, qual foi o comportamento da sua empresa?

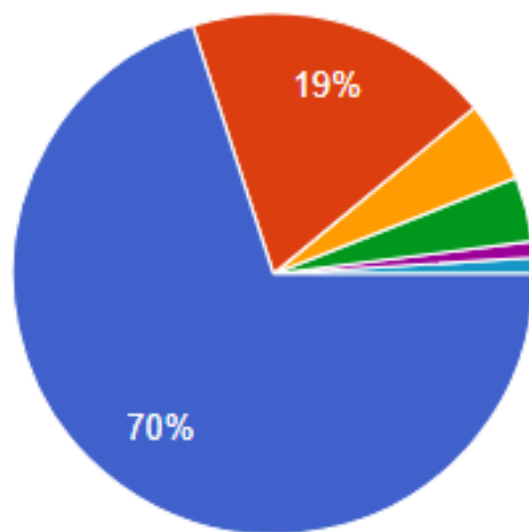


O que você achou da atuação da ABIGRAF mais intensa e próxima dos empresários diante desse cenário adverso?



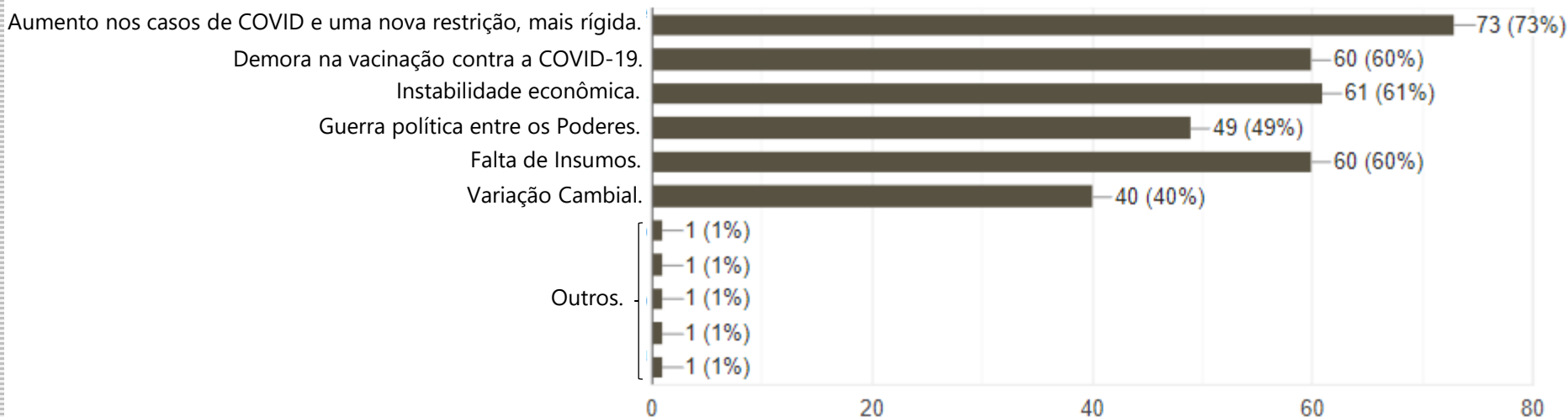
- Totalmente Satisfeito: acho fundamental essa representatividade e necessária para o meu negócio, reconhecimento e apo...
- Parcialmente Satisfeito: a maioria das ações me atendeu e me ajudou nesse momento tão difícil.
- Parcialmente Insatisfeito: teve alguma relevância, mas poderia ter sido mais...
- Totalmente Insatisfeito: não ajudou meu negócio e teve uma atuação muito ab...

Quais suas perspectivas de faturamento para 2021?



- Maior que em 2020.
- Estável ou igual 2020.
- Entre 80% e 99% (do faturamento de 2020).
- Entre 60% e 79% (do faturamento de 2020).
- Entre 40% e 59% (do faturamento de 2020).
- Abaixo de 40%.

Na sua opinião, o que pode atrapalhar os resultados da sua resposta na pergunta anterior e consequentemente o rendimento da sua empresa?



Outros: inflação; volta às aulas e ensino híbrido; aumento de pequenas empresas sem registro; aumento do preço dos insumos.

Comentários

“Trabalhamos fortemente na redução de custos e no contato com clientes e fornecedores. Incorporamos novos produtos para diversificar a linha e reforçamos a presença online.”

“O nosso maior cliente de varejo era do segmento e-commerce, com a pandemia aumentou demanda, foi o que nos ajudou no período de lockdown.”

“Logo em abril formamos parceria com um cliente que implantou um setor de produção de máscaras descartáveis, isso foi essencial para a empresa. Criamos novos produtos voltados a nova realidade de consumo do momento.”

“Para nós o plano do governo federal de suspensão de contrato de trabalho e redução de jornada de trabalho foi essencial para nos manter estáveis e sem nenhuma demissão durante os piores dias da pandemia.”

“Utilizamos uma estratégia comercial agressiva, investimos em novas máquinas e novos produtos, compramos uma empresa em um segmento correlato ao nosso. Fizemos a operação de guerrilha e conseguimos superar o momento com mais vendas.”

Comentários

“Conseguimos manter a gráfica funcionando e faturando exclusivamente produtos para a COVID. Rótulos para álcool em gel, limpeza, higiene etc. Sempre sob licença dos órgãos responsáveis. Hoje voltamos a normalidade.”

“Mantendo uma linha de produção ao combate à COVID, ou seja revista, folders, jornais, panfletos, rótulos, todos voltados a orientação e prevenção à COVID! Voltamos a trabalhar com a iniciativa pública novamente, passamos a aceitar encomendas de embalagens, a eleição ajudou muito, que para nós foi surpresa!”

“Ficar como estava teria dado um rumo negativo para a empresa. Fazer parcerias e inovar em novos produtos foi o diferencial e, essencial para conseguir passar positivamente por este momento.”

Obrigado

Juntos somos mais fortes!

Levi Ceregado
Presidente da Abigraf Nacional
E-mail: presidencia@abigraf.org.br
Fone: 11 3232 4506