



POR MARINA FALEIROS* E DAYANNE SOUSA**

PAPELCARTÃO DUPLEX DE FIBRA VIRGEM BRASIL

Venda de papelcartão no Brasil em março salta com aumento de estoques de compradores

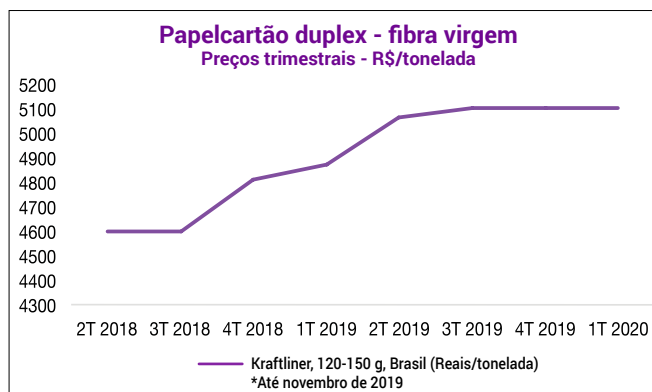
As precauções em relação aos possíveis efeitos do novo surto de coronavírus (COVID-19) na economia brasileira levaram os usuários finais a aumentar o estoque de embalagens nas primeiras três semanas de março deste ano, causando um aumento nas vendas de papelcartão no País. A mudança aconteceu no mesmo momento em que produtores implementaram o aumento de preços, o que levou convertedores a aumentarem o nível de compras para evitar preços mais altos no próximo mês.

Depois que todos os produtores de papelão no Brasil anunciaram aumentos de preços de 6% a 7% no primeiro trimestre de 2020, o mercado anda se movendo gradualmente para novos níveis de valores. A faixa de preço para todos os tipos de duplex ainda permanece inalterada em comparação com a última avaliação da Fastmarkets RISI, feita em janeiro de 2020, já que uma parcela relevante dos compradores não recebeu ainda os reajustes de preço.

Apesar da demanda sólida por este produto ser observada recentemente, os participantes do mercado acreditam que um declínio nos volumes será inevitável no futuro. “Não tenho ilusões em relação ao futuro. Eu sei que as vendas cairão em algum momento, talvez dentro de uma semana”, disse um contato entrevistado por nós.

Converteedores relataram um aumento no fluxo de trabalho. “O mercado até agora tem sido muito bom para a indústria de embalagens e estamos trabalhando 24 horas seguidas. Só não sei quanto tempo isso vai durar.”

Os participantes do mercado disseram que, até o momento, não houve interrupção nas operações ou na distribuição dos



produtos de papel no Brasil. O risco, no entanto, é que a demanda possa cair à medida que os estados brasileiros aumentarem medidas restritivas contra o COVID-19. Em várias regiões, lojas de varejo e serviços de todos os tipos estão fechados e há uma recomendação para o público seguir com o isolamento social.

Embora as vendas de embalagens para alimentos ou produtos de higiene possam continuar sendo positivas durante a crise, fontes comentam que itens discricionários já sofrem restrições. Os setores de vestuário e de calçados são exemplos. Três fontes disseram que veem fraqueza nas vendas de papelão de baixa gramatura, um produto usado na fabricação de caixas de sapatos combinada com o microondulado.

“Clientes em segmentos, como higiene, produtos de limpeza e alimentos não sofrem interrupções na demanda ou na produção. Mas a indústria de embalagens está exposta a outros segmentos, como calçados e acessórios para carros, que estão sofrendo”, pontuou outro entrevistado. ■

Autoras: *Marina Faleiros, Gerente Editorial, América Latina. Possui mais de 14 anos de experiência no setor de papel e celulose, tendo iniciado sua carreira na ABTCP. Também trabalhou para os jornais *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo*. Possui MBA em mercados de capitais pela B3. **Dayanne Sousa, repórter de preços, América Latina. Dayanne é graduada em jornalismo pela USP e atualmente está fazendo uma segunda graduação na mesma entidade, desta vez em Administração. Antes de trabalhar na Fastmarkets, foi repórter da broadcast da Agência Estado por seis anos. Também possui MBA pela B3.

Para falar com as autoras desta pesquisa de preços, escreva para mfaleiros@fastmarkets.com e dsousa@fastmarkets.com