

**POR RAFAEL BARISAUSKAS**

Ingressou na Fastmarkets em 2019 e hoje atua como economista sênior para a América Latina, analisando os mercados regionais de celulose, papel e embalagens. Possui profundo conhecimento e experiência sobre o comércio global de commodities e organização de cadeias de valor. Ele é o principal autor do Latin American Paper Products Monitor e do Latin American Pulp & Paper Forecast e coautor do Monthly Economic Commentary. É mestre em Economia pela KU Leuven, na Bélgica, concentrando sua pesquisa em análise das cadeias de valor globais. Trabalha no escritório da Fastmarkets RISI em São Paulo e é professor de Economia na FECAP. Pode ser contatado pelo telefone (+55 11) 4858-0492 ou pelo e-mail rbarisauskas@fastmarkets.com.

## PERSPECTIVAS: O MERCADO BRASILEIRO DE EMBALAGENS EM 2026

O mercado brasileiro de papel e embalagens deverá iniciar 2026 com tensões geopolíticas e mudanças nas regras comerciais, após tarifas de até 50% impostas pelos EUA em julho de 2025. Embora o impacto direto sobre produtos acabados de papel seja limitado, os efeitos indiretos são significativos, especialmente no setor de proteína animal, que consome entre 30% e 35% das caixas de papelão ondulado produzidas no País.

Apesar dos choques, a demanda brasileira permanece sólida. O papel ondulado (*containerboard*) está ligado à cadeia de alimentos – frutas, carnes e alimentos processados – onde a embalagem é um custo necessário, não opcional. Isso dá ao Brasil estabilidade, mesmo em tempos de incerteza econômica. As projeções da Fastmarkets são de crescimento modesto de 1,2% na demanda por *containerboard* em 2025, com incrementos de 1,1% em 2026. A demanda por *testliner* deve crescer mais rápido que a de *kraftliner* no mercado interno, enquanto as exportações de *kraftliner* devem continuar altas, sustentadas por custos competitivos, apesar da ausência de novos projetos no curto prazo.

Por outro lado, o mercado de papel cartão (*boxboard*) apresenta uma perspectiva menos otimista. A demanda deve permanecer estável ou em leve declínio, praticamente estagnada entre 2025 e 2027. O aumento das importações de papel virgem, especialmente da Ásia, tem pressionado produtores locais num contexto de renda disponível fragilizada e consumo doméstico em desaceleração. Fatores não antecipados pelo mercado, e ainda com tamanho incerto,

como o crescimento das apostas online, também têm desviado recursos do consumo de bens de giro rápido e liquidez da economia real, afetando diretamente o volume de embalagens usadas no varejo.

Assim, a estratégia empresarial para o futuro precisa ser recalibrada. A credibilidade operacional, traduzida em certificações, rastreabilidade e conformidade com padrões ambientais, deixou de ser um diferencial *apenas* reputacional para se tornar um fator *real* de vantagem competitiva e melhor negociação de preços e margens na ponta final.

Já a disciplina de capital também ganha protagonismo neste cenário: em vez de grandes expansões de capacidade que o País estava acostumado a ver, os investimentos mais eficazes serão aqueles voltados à eficiência operacional, como melhorias energéticas, integração de conversão e redução de ciclos de capital de giro.

A diferenciação deve ir além do preço, focando em confiabilidade logística, desempenho técnico e capacidade de entrega, especialmente em segmentos como alimentos, higiene e farmacêuticos, onde o serviço supera o custo. O Brasil, com sua indústria e proximidade dos mercados regionais, pode se posicionar como fornecedor estratégico.

Em resumo, o mercado brasileiro de papel e embalagens entrará em 2026 com fundamentos sólidos, mas cercado por desafios estruturais e comerciais. A capacidade de navegar esse novo ambiente dependerá menos da escala e mais da inteligência estratégica: diversificação de mercados, credibilidade operacional, disciplina de capital e diferenciação baseada em serviço. ■