

News Paper®

Informativo
Setorial ANDIPA



Extraordinário

Um quinto das distribuidoras trabalham com cut size e gráfico

Dados e informações

Cresce presença do couché importado

Importação de cut size continua crescendo em 2007

Fatos e atos

Fábricas vão cadastrar associadas para uso do Cartão BNDES

Associação fará pesquisas de opinião

Assembléia aprovou contas e teve palestras sobre rumos do setor

Estatística é fonte rica de informações

Setoriais

Indústrias apóiam estatísticas

Ajustando a sintonia

Que o mercado de papel no Brasil está passando por uma profunda reestruturação já é uma realidade absorvida na rotina dos executivos do setor. Vemos agora este movimento envolvendo definitivamente o segmento de distribuição, um braço estratégico no negócio de papel, que começa a assumir sua posição.

As mudanças estruturais provocadas pelas fusões, aquisições e reposicionamento das indústrias estão dando o tom e o ritmo das transformações necessárias também no segmento de distribuição.

Neste cenário, a qualificação e a profissionalização das empresas de distribuição serão as molas que vão impulsionar sua adaptação aos novos tempos, que exigem regras, mas também novas práticas por parte dos distribuidores.

A Andipa nasceu num primeiro movimento deste tempo, que estava por vir, e tem atuado com afinco e determinação para tornar o setor de distribuição mais ético e rentável. E, para isso, é preciso enfrentar e superar nossas limitações, construir novos rumos e desconstruir o passado.

Este momento é prova do amadurecimento coletivo, proporcionado pelo exercício do associativismo que temos praticado. A importância de ferramentas de gestão, como as estatísticas setoriais e a força da voz coletiva são alguns temas – já tratados neste informativo e na assembléia geral ordinária da Associação, realizada em abril – que evidenciam estarmos caminhando rumo à profissionalização, à adaptação do distribuidor para atuar num mercado com melhores práticas e resultados.

Expediente:

Direitos autorais reservados à ANDIPA –
Associação Nacional dos Distribuidores de Papel

Staff:

Pilar Rodríguez – Diretora Executiva
Iolanda Moretti – Assistente Administrativo
Claudia Melo – Assistente Administrativo
Rosângela Valente – Assessoria de Imprensa

Presidente:

Andrés Romero

Diretoria:

Alberto de Castro Lima - Encapa
Geraldo de Souza Soares - Gimba
José Luiz Figueira Júnior – Sulpel
Paulo Ribeiro da Cruz Moura - Samab

Contatos:

Telefone: (11)3044.2214
E-mail: newspaper@andipa.org.br

Assessoria de Imprensa, Conteúdo
Editorial e Projeto Gráfico
Illuminatti Comunicação e Design

Um quinto das distribuidoras trabalham com cut size e gráfico

Entre as distribuidoras credenciadas pelos fabricantes para venda de papéis em todo o país, 19,2% atuam tanto no segmento de cut size como no gráfico e editorial. Este é um dos dados revelados pelo levantamento realizado para o NewsPaper com base na rede de distribuição das indústrias, informada aos Conselhos Setoriais. A análise mostrou que o mapa da distribuição de papéis no Brasil é composto por 260 empresas, sendo que 50 delas atuam nos dois segmentos abrangidos pela Associação.

Só no mercado de papel cortado são 206 empresas de distribuição em todos os estados, independentemente do número de filiais e pontos de venda que cada uma possua. Já, quanto aos distribuidores de papéis gráficos e editoriais existem 104 empresas. Confrontando as duas relações, verificou-se que 50 distribuidores atuam nos dois segmentos.

Trabalhando com os dados regionalmente, o levantamento dá um cenário da cobertura da distribuição no território nacional, mesmo sem considerar o número de pontos de venda de cada empresa. A região Sudeste apresenta a maior concentração de distribuidores, com 132 no segmento cut size e 61 no ramo gráfico e editorial. Destes totais, 24 correspondem aos que trabalham nos dois mercados. Neste caso, foram considerados os distribuidores que atuam na região, sendo que vários têm filiais em mais de um estado.

No outro extremo, a região com menor cobertura é a Norte, com 29 distribuidores de cut size e 13 de gráfico. Nestes estados, são seis as empresas que atuam nos dois segmentos.

As regiões Sul e Nordeste têm praticamente o mesmo número de distribuidores. São 66 de cut size e 27 de gráfico nos estados de Santa Catarina, Paraná e Rio Grande do Sul, e 67 de cut size e 26 de gráfico em todos os estados do Nordeste.

No Centro-Oeste, a rede de distribuição regional conta com 51 empresas vendendo papel cortado e 30 no ramo de papéis gráficos, sendo que destas 16 atuam nos dois segmentos.

Fornecedor

O mapa da distribuição desenhado com estes dados mostra o novo perfil do mercado de papel no Brasil, com a participação de empresas internacionais no abastecimento interno. Os distribuidores listados vendem papéis off set e couché – com imunidade tributária e comercial – das seguintes indústrias: Aracruz, Elof Hansson, International Paper, Nobrecel, Ripasa, Santa Maria, Sappi, Stora Enso Arapotí, Stora Enso, Suzano e VCP. Já no segmento do papel cortado estão relacionados os distribuidores de sete fornecedores, sendo as três grandes fábricas nacionais – International Paper, Suzano e VCP – além de Elof Hansson, Fanapel, Nobrecel e Stora Enso.

No segmento de cut size, onde predomina a exclusividade de bandeira, é possível avaliar o número dos distribuidores e sua abrangência por região dentro da rede de cada fabricante. A campeã disparada com maior número de distribuidores credenciados é a International Paper, com 195 em todo o país, sendo que 72 deles estão nos estados da região Sudeste.

A segunda maior rede de distribuição é da Suzano, com 80 empresas, seguida pela VCP com 37 distribuidores de cut size. A Fanapel já conta com 27 distribuidores, 13 deles sediados nos estados da região Sul. Stora Enso, Elof Hansson e Nobrecel têm, respectivamente, 1, 2 e 3 distribuidores em todo o país.

Considerando apenas a empresa matriz, o número de distribuidores por fabricante é menor, já que muitas distribuidoras atuam em mais de um estado. Por este critério, a relação de distribuidores das indústrias é a seguinte: International Paper tem 111; Suzano, 49; VCP, 22; Fanapel, 22; Stora Enso, 1; Elof Hansson, 2; e Nobrecel, 2.





Prévia

Estes dados permitem verificar como estão espalhadas fisicamente as empresas no território nacional, mas não considera as operações nacionais daquelas que conseguem atuar em outros estados, independentemente de terem uma filial.

Para que se chegue a estas informações, que são estratégicas para qualquer executivo, é imprescindível a participação de todos na pesquisa, que conta com alto grau de confidencialidade, resguardado através de dois contratos – um individual e um coletivo. “Aí sim, sabendo volume de venda por região, a estatística vai produzir um relatório consolidado que será um verdadeiro mapa da distribuição, identificando as regiões e até cidades onde há super oferta e as carentes de cobertura, entre outras avaliações possíveis”, observa a diretora executiva da Andipa, Pilar Rodriguez.

Fatia de mercado

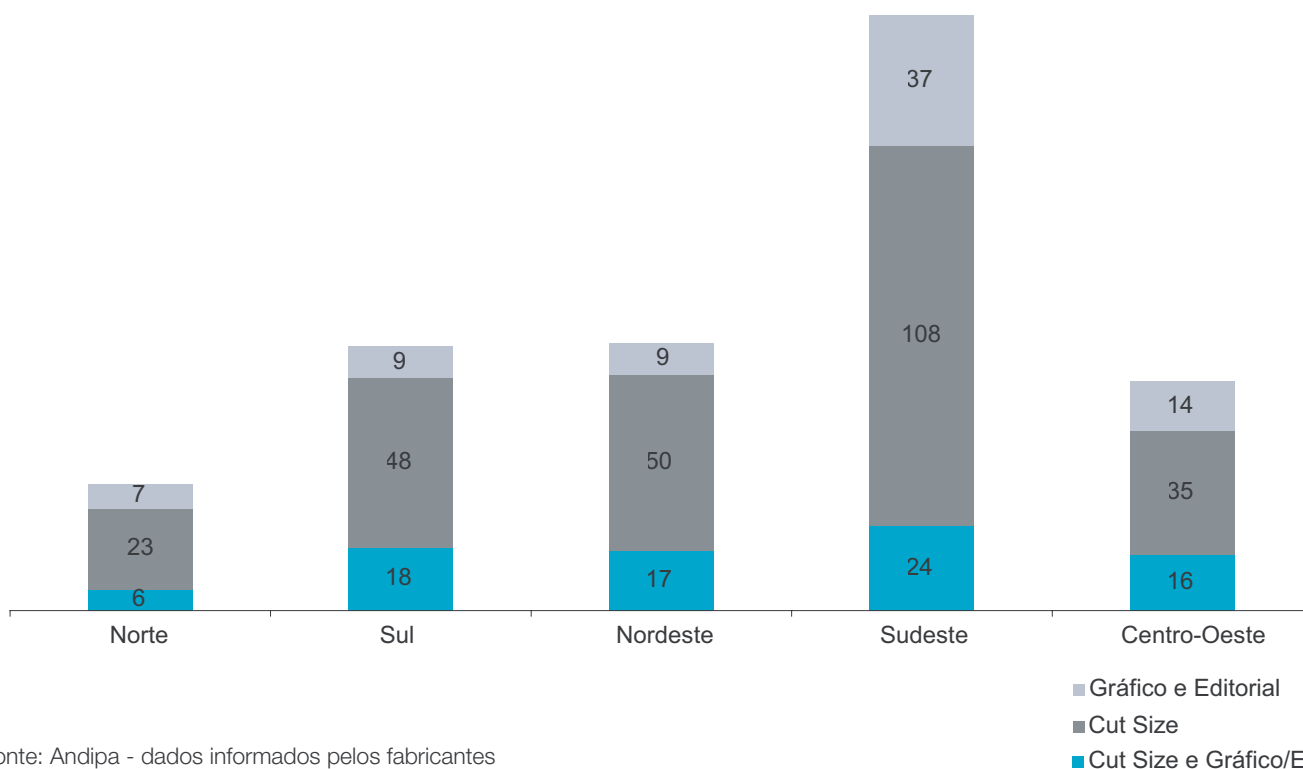
O mapa da distribuição apresentado aqui é um retrato de um momento, pois trabalha com as informações prestadas no mês de abril pelos fabricantes. Dado à dinâmica do mercado, estes números podem sofrer alterações com o credenciamento ou

exclusões de distribuidores das redes dos fabricantes. Na avaliação da diretoria da Andipa, a quantidade de distribuidores deve continuar a trajetória descendente verificada nos últimos anos.

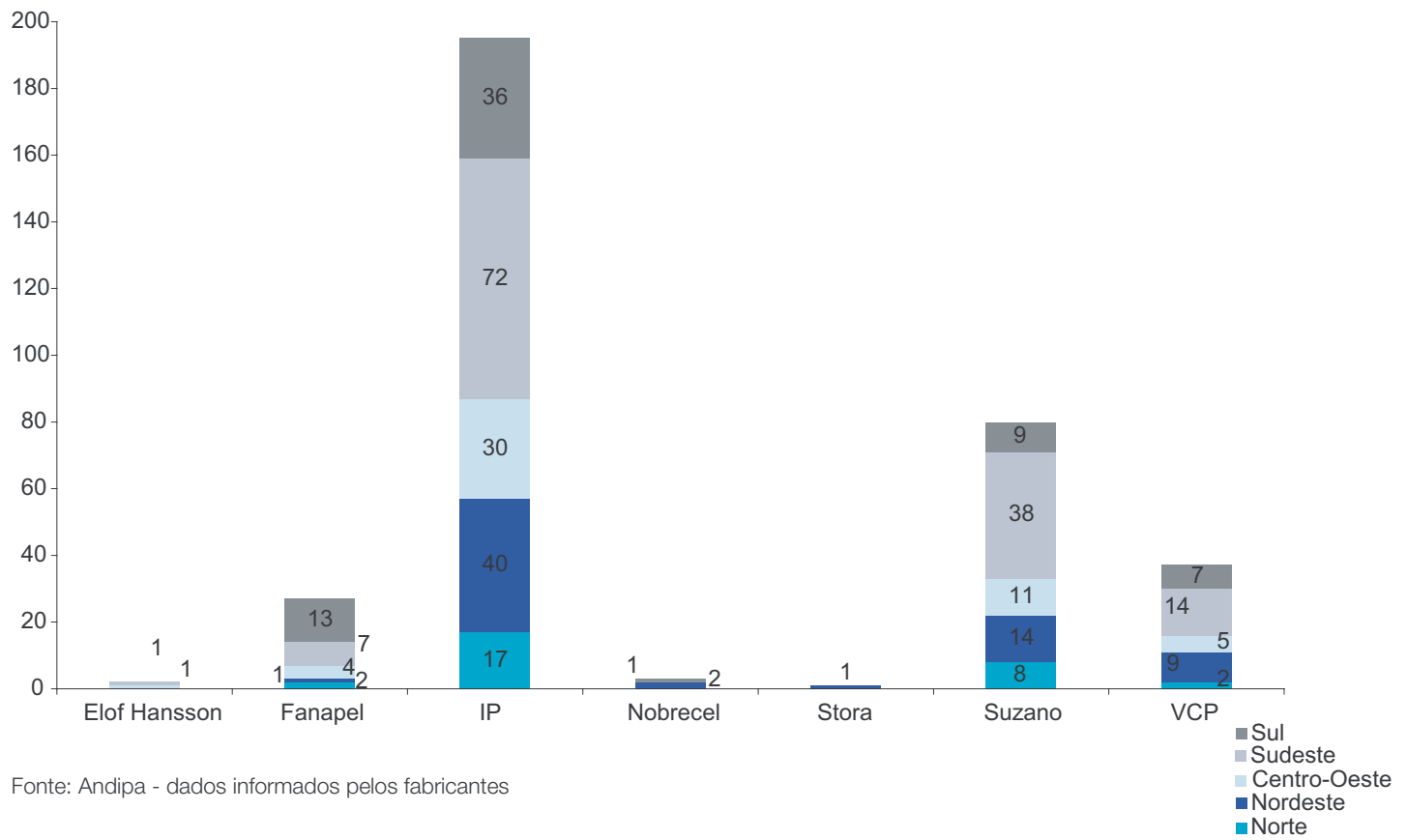
Embora não se tenham registros quanto ao número de distribuidores, até porque no passado o setor carecia de regras e de informações claras e partilhadas, a memória coletiva aponta mais de 500 distribuidores. Para o presidente da Associação, Andrés Romero, a redução no número de players é uma tendência muito saudável que vai contribuir para acelerar o processo de amadurecimento e profissionalização pelo qual o setor precisa passar para ser mais ético e rentável.

Pelas condições atuais, cada distribuidor briga por uma fatia muito pequena do mercado. Esta análise é possível com maior precisão no segmento de papel cortado, no qual o abastecimento interno se dá quase que exclusivamente via distribuição. De acordo com dados da Bracelpa, no ano passado, o consumo brasileiro foi de 378,5 mil tons de cut size, sendo 371,5 mil tons de produção nacional e 7 mil tons de importação. Uma conta simples indica que a movimentação média anual foi de 1,8 mil tons de cut size por distribuidor, um volume médio considerado baixo para rentabilizar um negócio onde a escala está fortemente correlacionada com o resultado.

Número de distribuidores por região



Capilaridade de distribuidores regionais de cut size por fabricante



Andipa divulga rito para eleição de julho

Os distribuidores associados já receberam o rito para inscrição de chapas e eleição da diretoria para a gestão julho/07 a julho/09, conforme previsto no estatuto da entidade. A assembléia geral ordinária para escolha do novo Conselho Diretor será no dia 05 de julho, às 9h30, em São Paulo. As chapas concorrentes devem ser inscritas até 30 dias antes da votação, ou seja, os candidatos têm até o dia 05 de junho para inscrição. De acordo com o estatuto, as chapas devem ser compostas por 5 associados: 1 Presidente e 4 Diretores, não podendo haver mais de um representante de cada empresa.

Cada associado tem direito a um voto, que deve ser registrado por seu representante legal junto à associação (delegado ou suplente). O voto pode ser presencial ou por escrito, através de documento oficial, em papel timbrado e com firma reconhecida. O voto por escrito deve ser enviado com antecedência, aos cuidados da diretoria executiva, para que seja aberto no momento da contagem dos votos.

Na impossibilidade de comparecer à votação, o associado ainda pode enviar seu voto via fax ou email, endereçado à Diretoria Executiva até 1 (uma) hora antes do início da Assembléia Geral Ordinária, também em papel timbrado e com reconhecimento do cartório, com o compromisso de encaminhar o original imediatamente após o voto.

Dentro do espírito associativo, que visa os interesses coletivos em prol do desenvolvimento do setor, é imprescindível a participação dos distribuidores associados, tanto na mobilização para formar as chapas como escolhendo entre as propostas de trabalho que devem ser apresentadas, antes da votação, para conduzir a associação pelos próximos dois anos.

Os associados que tiverem dúvidas ou precisem de mais detalhes sobre o processo de eleição podem entrar em contato com a Secretaria da Associação, através do telefone (11) 3044-2214, com Cláudia Melo.

Cresce presença do couché importado

A participação do couché importado no mercado brasileiro cresceu 28% no primeiro trimestre deste ano, comparado ao mesmo período de 2006. Segundo dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex), a importação de couché passou de 29 mil tons, entre janeiro e março do ano passado, para 39,2 mil tons este ano.

Projetando este mesmo desempenho para o ano, as importações devem fechar 2007 com volume de 149 mil tons, o que corresponde a 7% de crescimento em relação ao total internalizado em 2006. Estes dados indicam que a entrada de couché no país vai diminuir o ritmo, já que as importações deste item cresceram 61,5% em 2006, quando comparada ao volume do ano anterior. De acordo com a Secex foram importadas 86,2 mil tons, em 2005, e 139,2 mil tons, em 2006.

Queda

No segmento de papéis de imprimir e escrever em bobinas e

folhas a participação do papel importado foi 57% menor este ano. De janeiro a março, as empresas importaram 3,3 mil tons destes papéis, contra 7,5 mil tons no mesmo período de 2006. Em se confirmando esta projeção, o total de 2007 deve representar praticamente um terço do volume importado no ano passado, que foi de 34,3 mil tons de papéis de imprimir e escrever. Este grupo engloba cinco nomenclaturas que correspondem a diferentes especificações de papéis off set e monolúcidos, entre outros.

Ainda de acordo com dados da Secex, a importação de papel jornal também apresentou ligeira queda no trimestre. Foram importadas 89,3 mil tons este ano, enquanto que no mesmo período de 2006 foram 93,3 mil tons, redução de 4,3%. No acumulado dos doze meses, a importação de jornal cresceu 12% no ano passado, totalizando 410 mil tons. Se o ritmo do primeiro trimestre se repetir ao longo do ano, a importação de papel jornal em 2007 deve ser da ordem de 360 mil tons, praticamente o mesmo patamar de 2005.



28%

A importação de couché no primeiro trimestre passou de 29 mil tons, em 2006, para 39,2 mil tons, este ano

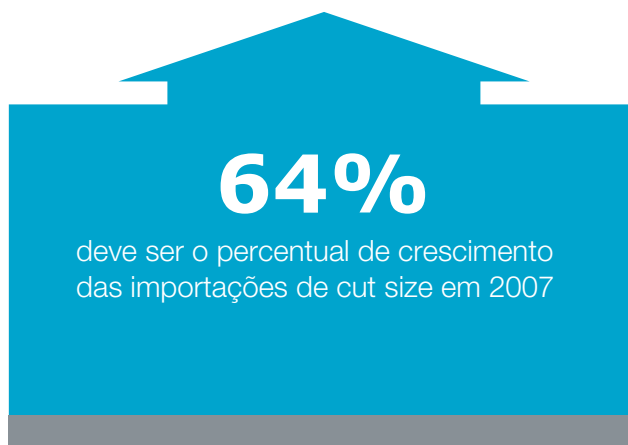
Importação de cut size continua crescendo em 2007

Nos primeiros três meses deste ano, a importação de papel cut size cresceu 256% em relação ao mesmo período de 2006 e já corresponde a 41% do volume total que entrou no país nos doze meses do ano passado. De acordo a Secretaria de Comércio Exterior (Secex), entre janeiro e março deste ano foram importadas 2.889 tons de cut size contra 811,5 tons no primeiro trimestre de 2006.

A importação de papel neste segmento vem crescendo

expressivamente. Em 2005, foram trazidas 2.297 tons de cut size, volume que saltou para 7.032 tons no ano passado. Se o mercado mantiver o ritmo do primeiro trimestre, o crescimento este ano deve ser da ordem de 64%, projetando um volume de cerca de 11,5 mil tons no acumulado do ano.

Na avaliação da Andipa, esta tendência deve se confirmar, se mantidas as condições atuais de comercialização no setor.



Preço cut size no varejo segue tendência de alta

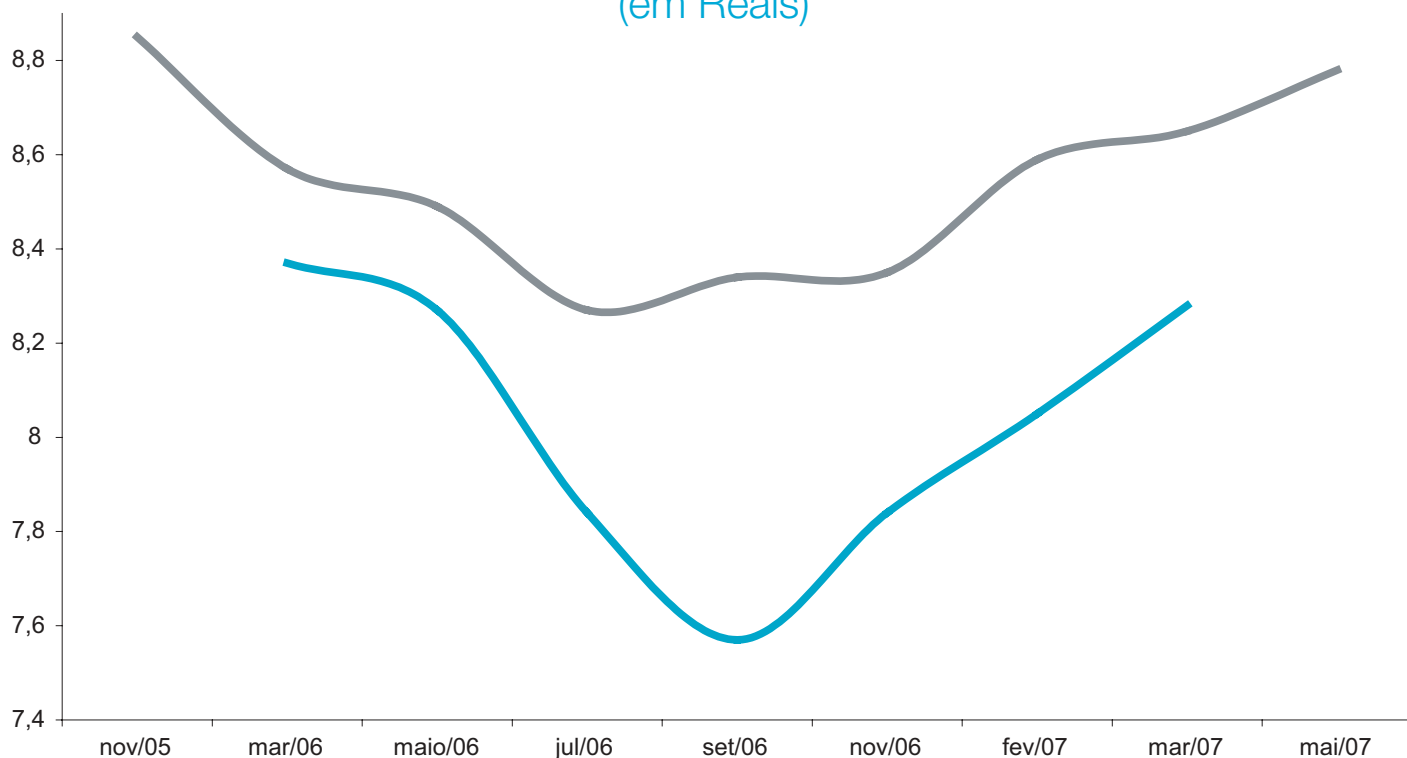
Pesquisa mostra tendência firme de recuperação dos preços de ponta do cut size nos últimos meses. Este ano, o valor médio da resma de A4 75g acumula reajuste de 5,1%. Em janeiro, a pesquisa mostrava estabilidade nos preços em R\$ 8,35 a resma, com indicativo de elevação, que se confirmou em fevereiro, quando a média saltou para R\$ 8,59. No levantamento realizado em maio, foi verificada nova alta com preço médio de R\$ 8,78 a resma.

Com esta recuperação, os preços de ponta do cut size voltam aos patamares praticados no final de 2005, quando a resma valia, em média, R\$ 8,85. O valor atual é 3,4% maior que o apurado em maio do ano passado, quando a resma era vendida a R\$ 8,49, em média.

O comportamento dos preços no segmento de governo também demonstra uma tendência forte de elevação, iniciada em novembro passado. Desde então, o preço médio da caixa, com 10 resmas de A4 75 g, nas licitações com entrega em 12 meses, subiu 3,2% até março. De acordo com a pesquisa mensal realizada para o NewsPaper, os contratos firmados em março tiveram o valor médio de R\$ 83,00 a caixa para entrega em um ano. O preço médio ficou na faixa de R\$ 82,80 para entrega em seis meses e R\$ 82,50 nos negócios com entrega imediata.

Na avaliação da Andipa, esta tendência é muito positiva para o setor e é fruto de um movimento consistente de aumento de preços da fábrica, com reflexos também de ações para coibir faturamentos para regiões com incentivos fiscais, que estimulam a guerra fiscal.

Preço médio da resma de cut size
(em Reais)



Fonte: Andipa

— Governo
— Varejo

Venda interna caiu no primeiro bimestre

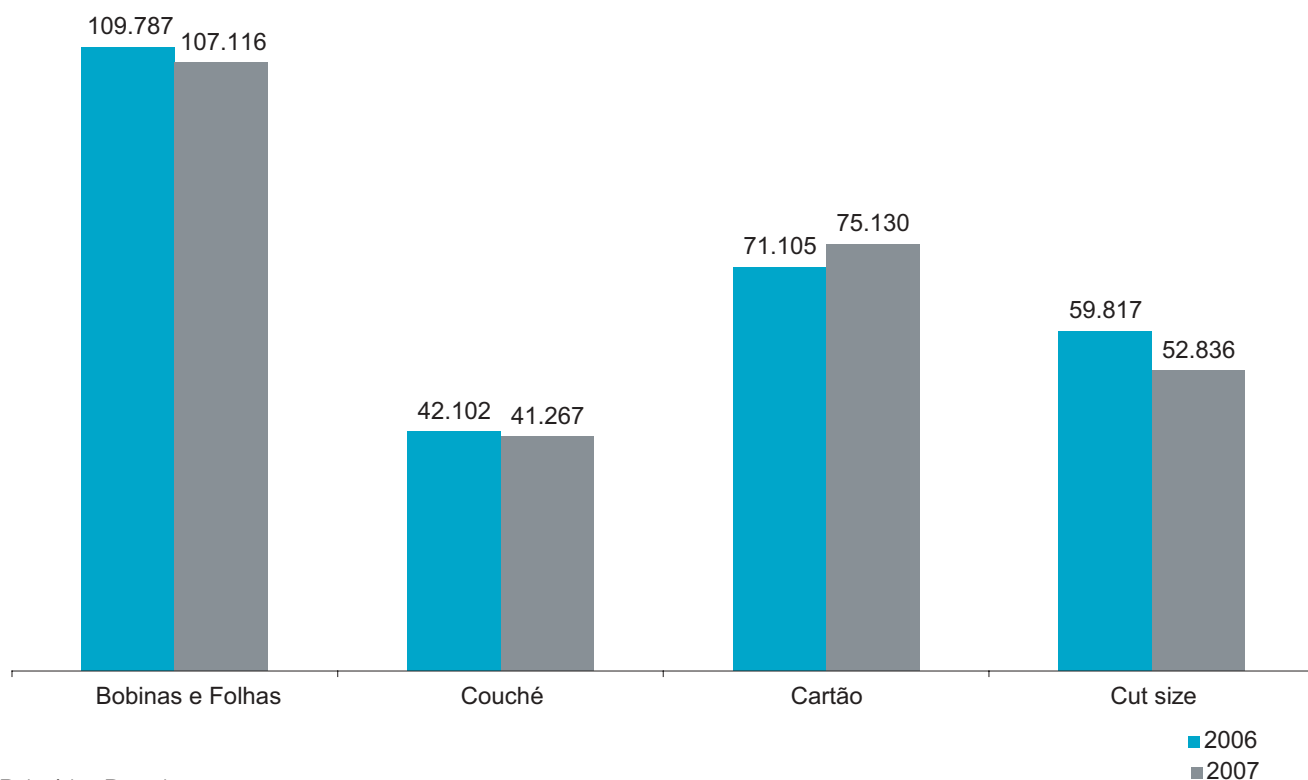
Os fabricantes nacionais venderam menos papel nos dois primeiros meses deste ano. De acordo com dados da Bracelpa, a maior queda foi no segmento de papel cut size (11,7%), no qual foram vendidas 52,8 mil tons no primeiro bimestre deste ano, contra 59,8 mil tons no mesmo período de 2006. O segmento de cartão foi o único com desempenho positivo, superando em 5,7% as vendas de 2006, passando de 71,1 mil tons para 75,1 mil tons no primeiro bimestre deste ano.

Já entre os papéis de imprimir e escrever em bobinas e folhas, dos quais off set responde por cerca de 90% do total, a queda foi de 2,4%. De acordo com o relatório Conjuntura Setorial da Bracelpa, foram vendidas entre janeiro e fevereiro deste ano 107,1 mil tons destes papéis, 2,6 mil tons a menos que no primeiro bimestre de 2006 (109,7 mil tons).

Os relatórios mostram ainda que as vendas de imprimir e escrever para a distribuição também caíram este ano, somando 30 mil tons, 8% a menos que as 32,6 mil tons de 2006. No período, as indústrias venderam direto às gráficas e editoras 72% destes papéis, o equivalente a 77,1 mil tons, enquanto que os distribuidores, inclusive os coligados às fábricas, colocaram no mercado 30 mil tons, que correspondem a apenas 28% do volume.

O mercado de couché também apresentou vendas menores este ano. Pelo relatório, os fabricantes nacionais venderam 41,2 mil tons de couché no primeiro bimestre do ano. De acordo com dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex), as importações de couché somaram 22,7 mil tons no mesmo período, comprovando a forte participação do papel importado neste segmento.

Venda doméstica no primeiro bimestre (em tons)



Fonte: Relatórios Bracelpa

Fábricas vão cadastrar associadas para uso do Cartão BNDES

Atendendo ao pleito da Andipa, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) implementou as mudanças técnicas necessárias para que rede de distribuição independente pudesse ter acesso ao Cartão BNDES, linha de financiamento de compras de papel editorial nacional, com imunidade tributária, como incentivo a produção de livros.

A Andipa formalizou aos fabricantes o pedido para que cadastrem seus distribuidores, seguindo os critérios condizentes com os esforços do setor de coibir o uso indevido do papel imune, que visam melhorar as condições de mercado, tão comprometidas por este mecanismo de distorção. Com isso, foi solicitado às indústrias que cadastrem no site do BNDES os distribuidores associados Andipa que efetivamente fazem parte de suas redes de distribuição de papel imune.

Foram enviadas cartas aos presidentes da Aracruz, International Paper, Nobrecel, Ripasa, Santa Maria, Suzano e VCP. As indústrias que ainda não estiverem cadastradas no portal do Cartão BNDES, devem primeiramente efetuar seu cadastro e incluir seu catálogo de produtos no site, para posteriormente indicar seus distribuidores credenciados.

O Cartão BNDES é uma linha de financiamento em até 36 meses, com prestações fixas e juros mais baixos – 1,03% ao mês em maio –, com limite de até R\$ 250 mil, concedida a micros, pequenas e médias empresas para financiar investimentos. Para o fornecedor, a principal vantagem é “a garantia de recebimento em torno de 30 dias após, mediante uma taxa de desconto de até 3%”, conforme descrito no portal www.cartaobndes.gov.br.

Associação fará pesquisas de opinião

A partir de Maio, a Andipa vai realizar pesquisas de opinião para ouvir seus associados sobre temas importantes, que podem ajudar a construir e direcionar as estratégias de atuação da entidade em prol do coletivo.

Para isso, foi escolhida uma ferramenta tecnológica que assegura a confidencialidade e a lisura da coleta de informações, através de um portal internacional de prestação de serviços. O software processa as respostas recebidas e emite

um relatório com as estatísticas dos respondentes. A Andipa terá acesso apenas aos dados consolidados, que devem mostrar comportamento, opinião e tendência dos distribuidores associados.

Assim como nas estatísticas setoriais, a participação de todos os associados é de fundamental importância, para que tenhamos um retrato fiel do tema analisado. A primeira pesquisa será sobre a percepção dos associados da política de distribuição da Suzano, implantada a partir de março deste ano.

Gestão passa por auditoria externa

O Conselho Diretor aprovou a contratação de auditoria externa para verificar os procedimentos administrativos da Associação no período de janeiro de 2006 a junho de 2007. Diante da qualidade dos procedimentos e das informações prestadas rotineiramente aos associados, o Comitê de Auditoria recomendou que a auditoria externa fosse realizada ao término da atual gestão. As contas de 2005 já foram auditadas em contrato anterior. A auditoria verifica todas as ações da associação nas

esferas contábil, fiscal, legal e trabalhista. O trabalho está sendo realizado pelo Terco Grant Thornton, escolhida entre as três empresas que apresentaram proposta. O contrato prevê que seja apresentado um relatório preliminar da auditoria na assembléia geral ordinária de 05 de julho, referente ao ano de 2006 e o primeiro trimestre deste ano. O relatório final será concluído no segundo semestre.

Assembléia aprovou contas e teve palestras sobre rumos do setor

A convocação dos associados para a assembléia geral ordinária, realizada em 13 de abril, onde houve prestação de contas do exercício 2006, foi também uma oportunidade para os distribuidores discutirem as tendências e perspectivas do mercado de papel no Brasil. A Andipa contou com a participação do consultor de Inteligência Competitiva da Suzano, Amílcar Ordoñez, e sua equipe, com uma apresentação sobre o processo de transformação do mercado brasileiro de papel e as ações da empresa, preparando-se para um novo momento que exige práticas mais transparentes e visão estratégica.

“Quando se vê o cliente, se vê só o cliente. Quando se vê o mercado, se vê oportunidades”, afirmou Amílcar, ressaltando a necessidade de passar a olhar o negócio como um todo, a cadeia de valor do papel, as relações e hábitos que interferem e determinam o consumo de papel e o tamanho do mercado. “Estamos trabalhando como cadeia, quebrando paradigmas”, afirmou o executivo, referindo-se à política comercial da Suzano, recentemente implantada.

Amílcar considera que a profissionalização é o ponto chave deste processo de construção de um novo setor, globalizado, que tende mais a seguir os moldes do mercado internacional, em termos de qualidade e competitividade.

A Andipa também aproveitou os temas que estão na agenda da diretoria para fazer apresentações aos associados, com a presença da diretora da Iluminatti Comunicação e Design, Cláudia Leite, que falou da estratégia de comunicação desenvolvida para a entidade, e o diretor da RGarber Inteligência Competitiva, Rogério Garber, que tratou das estatísticas setoriais.

A assembléia aprovou o balanço de 2006 e referendou alterações estatutárias, necessárias para dar mais transparência a questões administrativas.

Estatística é fonte rica de informações

Que formato, gramatura e marca de papel cortado tem maior ou menor participação no Brasil e em cada estado? Qual o preço médio destes papéis nas diferentes regiões do país? Quem de fato abastece o mercado, o distribuidor local ou o nacional? Qual a competitividade de cada empresa no seu mercado? Estas são perguntas que podem ser respondidas a partir do relatório consolidado da estatística do setor de cut size, implantada pela Andipa.

No entanto, esta ferramenta estratégica ainda não está disponível com todo seu potencial de informações para as empresas respondentes porque hoje possui uma base de dados ainda frágil, sem regularidade e com índice de participação insatisfatório. "Isso compromete a qualidade estatística", afirmou Rogério Garber, especialista em inteligência de mercado da empresa responsável pelo projeto, durante apresentação na assembléia geral ordinária, de 13 de abril.

Rogério Garber mostrou aos associados como será formatado o relatório final e quais são as informações que podem ser extraídas dele. Pelo contrato firmado com a RGarber, que tem duplo contrato de confidencialidade – um coletivo com a Associação e um individual com cada distribuidor – os respondentes da pesquisa vão receber o relatório com as

informações consolidadas com uma análise setorial e uma análise individual sobre a competitividade de sua empresa.

Dada a riqueza das informações que o relatório pode revelar sobre o mercado de cut size, o grau de segurança estatística depende do tamanho e da qualidade da base dos dados para não distorcer os resultados. Por isso, Rogério observa que é tão importante a participação de todos os associados, enviando suas movimentações com regularidade e sem erros.

Andipa e RGarber estão discutindo mecanismo para melhorar a coleta dos dados, evitando falhas comuns como a confusão entre quilos e toneladas, por exemplo. Paralelamente, a Associação está fazendo um esforço junto aos associados, com o apoio dos fabricantes, para sensibilizar a todos da importância de se ter informações de qualidade, para a construção de um setor mais ético e rentável.

A estatística do cut size começou a ser compilada em setembro de 2006. Até março, a RGarber recepcionou os dados criando uma base mais sólida para a análise. Agora, os respondentes da pesquisa estão recebendo o primeiro relatório, que inicialmente é uma amostra do que pode ser lido da estatística cut size.

Agenda da diretoria prevista para maio

Dia	Compromisso
03	Presença Andrés e Alberto em São Paulo
10	Reunião do Conselho do Setor de Papel Cut Size Reunião do Conselho do Setor de Papel Gráfico e Editorial
17	Presença Andrés e Alberto em São Paulo
26	Reunião do Conselho Diretor
31	Presença Andrés e Alberto em São Paulo

Agenda da diretoria prevista para junho

Dia	Compromisso
14	Reunião do Conselho do Setor de Papel Cut Size Reunião do Conselho do Setor de Papel Gráfico e Editorial
21	Presença Andrés e Alberto em São Paulo
28	Reunião do Conselho Diretor

Indústrias apóiam estatísticas

Os fabricantes Suzano, VCP e International Paper declararam apoio formal à implantação de estatística detalhada no setor de cut size. Além de manifestações verbais em diversas oportunidades, as três empresas enviaram correspondência aos seus distribuidores estimulando-os a participar do projeto. “A estatística é uma ferramenta de trabalho importantíssima para o mercado”, completa Waldir Gomes, da Fanapel, que ao lado dos fabricantes nacionais compõe o Conselho do Setor de Cut Size, e também apóia a iniciativa da Andipa.

Para a Associação, a implantação da estatística de cut size e a adoção e a divulgação de políticas comerciais dos fabricantes com seus distribuidores são marcos importantes no setor de papel no Brasil, que estão se consolidando neste momento.

Os fabricantes têm demonstrado esforços de rever seus critérios e estabelecer novos parâmetros no relacionamento comercial com suas redes. A Suzano fez mudanças significativas nas suas condutas e regras, e apresentou sua política em convenção com a equipe, estabelecendo metas e prêmios. A política também foi apresentada ao presidente da Andipa, Andrés Romero, que se mostrou muito satisfeito com o modelo

implantado. “Um dos pontos mais importantes é que a Suzano identificou que havia distorções de até 30% nos seus preços de mercado e assumiu o compromisso de que isso não vai mais existir”, afirmou Romero, destacando ainda que a participação nas estatísticas setoriais da Andipa são critérios de avaliação regional de competitividade com pontuação na classificação dos distribuidores.

A VCP também comunicou que reviu suas regras comerciais e padronizou as informações em evento com a rede de distribuição no início deste ano. Assim como fez a Suzano, VCP também vai apresentar sua política à Andipa, conforme comprometeu-se Murillo Pellizon, gerente de Vendas e Marketing, representante da indústria no Conselho do Setor.

Na International Paper, a política comercial faz parte de um projeto que contou com consultoria especializada e será implantada, provavelmente a partir de junho, em um grupo de cerca de seis distribuidores como piloto, conforme informou Nilson Cardoso na reunião do Conselho de Cut Size. A Fanapel informou que está iniciando o processo de construção de uma política de distribuição específica para o mercado brasileiro.

Setor espera recadastramento de registros especiais da Receita Federal

As entidades do setor esperam os próximos passos da Receita Federal dando continuidade ao processo de recadastramento das empresas detentoras de registro especial de papel imune, como solicitado pelas associações, em dois momentos – na reunião realizada em fevereiro com o coordenador-geral de Fiscalização da Secretaria da Receita Federal, Marcelo Fisch, e através de documento oficial conjunto – Andipa, Abigraf e Bracelpa – encaminhado em março.

“Há um compromisso da Receita Federal de editar uma nova normativa aumentando o rigor na concessão do registro especial e amenizando as penas acessórias pela não entrega da DIF”, afirmou o presidente da Abigraf, Mário César de Camargo, que participou da reunião do Conselho do Setor de Papel Gráfico e Editorial, depois de ter se reunido com o Secretário da Receita Federal, Jorge Rachid.

A Andipa encaminhou o pedido de recadastramento, em conjunto com a Bracelpa e a Abigraf, depois de um minucioso levantamento na base de dados do registro especial na Internet,

que resultou em uma série de reportagens publicadas no NewsPaper, mostrando distorções no mercado de papel editorial e na concessão dos registros especiais para empresas que trabalham com papel imune de tributos. Uma das principais informações reveladas neste trabalho é que 68 dos 287 registros habilitados na categoria Distribuidor, na época da coleta (em 18 de outubro de 2006), pertencem a empresas de outros segmentos, como gráficas, editoras e outros tipos de usuários.

Após a reunião com os presidentes das entidades, a Receita Federal sinalizou que vai promover um recadastramento das empresas habilitadas a movimentar papel com imunidade tributária no Brasil e solicitou que as associações identificassem suas associadas na base de dados, apontando inclusive o porte e capacidade da empresa, no caso das gráficas. Segundo Andrés Romero, a expectativa agora é que a Receita Federal encaminhe internamente a questão, podendo contar com a participação e colaboração das três entidades para discutir o teor da nova normativa.