

News Paper®

Informativo
Setorial ANDIPA



A grande virada

Nesta edição

Distribuidores avaliam
1º mês do Recopi

Importado tem 31% do
mercado de imprimir e
escrever

Importação de couché
cresceu 75% e do
LWC dobrou

Off set estrangeiro
cresce no mercado
brasileiro

Venda de couché
imune que já foi de
60%, cai a 25%

Os distribuidores e todo o mercado de papel estão vivenciando um ano de grandes mudanças, que vão muito além do operacional, e nos deixam com muita expectativa de que teremos melhores resultados e práticas. Este novo cenário deve-se a três medidas de controle e fiscalização que prometem coibir os desvios e irregularidades causadores da concorrência desleal em nosso setor – a implantação do Recopi no estado de São Paulo, o recadastramento da Receita Federal da DIF Imune e a implantação da nota fiscal eletrônica para todo o setor de papel.

Com estes mecanismos fecha-se o cerco àqueles que praticam o ilícito na comercialização de papel, elevando o risco de autuação fiscal. A partir de agora o atrativo de ganho fácil e imediato cai por terra e só quem não tem nada a perder deve se arriscar nas operações que transformam papel imune em comercial, prática que se tornou o grande mal do setor de papel no Brasil. Para os distribuidores de papel consolidados é cada vez mais vantajoso esse rigor no controle, que tende a expurgar os aventureiros do nosso mercado.

A implantação da nota fiscal eletrônica vem complementar o controle exigido via Recopi e Receita Federal, permitindo que todo o ciclo da comercialização do papel seja acompanhado eletronicamente pelos órgãos de fiscalização em todas as operações – dentro e fora dos estados.

Todos estes ingredientes favorecem a legalização do setor de papel e mostram que está em curso uma mudança de patamar que precisa ser acompanhada pelo distribuidor. Se 2010 está sendo o ano da virada, estamos convictos de que a partir de 2011 teremos um mercado maior e mais legal, nos proporcionando, portanto, maior rentabilidade.

Internamente, na Andipa também estamos vivendo um tempo novo, com a eleição da nova diretoria e o desafio de reunificar e fortalecer o setor de distribuição de papel. Com este objetivo estamos resgatando nossos veículos de comunicação, ferramentas essenciais para partilharmos as informações e ações que interessam e envolvem o setor de distribuição.

Nesta edição de retorno, o NewsPaper nos atualiza sobre o novo cenário e traz dados estatísticos que mostram alguns números do setor, sobretudo das importações.

Boa leitura!

Expediente

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

Contatos

Telefone: (11) 3044-2214
E-mail: andipa@andipa.org.br

Presidente

Vitor Paulo de Andrade

Diretoria

Antonio Manoel de Mattos Vieira Neto
José Luiz Figueira Júnior
Paulo Ribeiro da Cruz Moura

Staff

Claudia Melo - Assistente Administrativo
Iolanda Moretti - Assistente Administrativo

Assessoria de Comunicação e Conteúdo
Editorial [Keser Serviços de Comunicação](#)

Jornalista Responsável

Rosângela Valente - Mtb 121/MS

Distribuidores avaliam primeiro mês do Recopi

Mesmo com algumas críticas à operacionalização do sistema de Reconhecimento e Controle de Operações com Papel Imune (Recopi) implantado pela Secretaria de Fazenda do estado de São Paulo, a partir de agosto, os distribuidores de papel concordam que a medida representa um avanço no combate ao desvio e a concorrência desleal no setor. No entanto, consideram que mais eficiente seria a nacionalização do Recopi. Esta foi uma das propostas apresentadas na reunião convocada pela Andipa e o Sinapel (Sindicato Nacional do Comércio Atacadista de Papel e Papelão) para avaliar os resultados percebidos nas primeiras semanas de funcionamento do Recopi.

No encontro realizado no dia 29 de setembro, os distribuidores integrantes das duas entidades apresentaram suas percepções sobre o comportamento do mercado a partir da entrada em vigor desta exigência acessória para a comercialização do papel com imunidade tributária no estado de São Paulo.

Alguns consideram que ainda é cedo para perceber uma mudança significativa no mercado, mas já vêem alguns indícios. “Tivemos um aumento na procura por papel comercial” afirmou Roberto Groba, representante da Rivapel, uma distribuidora que trabalha exclusivamente com bobinas para o mercado editorial. Este movimento também foi relatado por outras empresas. “Antes nossas cotações eram 60% para imune e 40% para comercial. Hoje, já inverteu”, informou Felipe Mobilize, da Nova Mercante. Ailton Scarpitta, representante da Vivox, observou melhora no preço até para o papel imune.

Os presentes também discutiram a responsabilidade dos distribuidores no processo, tanto enquanto alimentadores do mercado, como corresponsáveis do ponto de vista fiscal pelo cruzamento dos dados do Recopi. “Temos de fazer a nossa parte”, convocou Anibal Baptista, da

Central Advance. “O Recopi não anda sozinho, anda junto com a força das associações”, acrescentou Groba. Sobre a preocupação de alguns com a corresponsabilidade do distribuidor com o destino do papel após a entrega, através do aceite no Recopi, o presidente do Sinapel, Vicente Amato Sobrinho, explicou que “a Fazenda quer essa corresponsabilidade e embora dê trabalho também é uma segurança, porque o aceite isenta o distribuidor da operação futura”.

Os distribuidores trouxeram informações de que o modelo do Recopi está sendo estudado e deve ser implantado em outros estados, como Rio Grande do Sul, Paraná e Minas Gerais. Alguns também afirmaram ter ouvido dos agentes fiscais que o setor de papel e celulose passará a ser prioridade para a fiscalização estadual a partir do ano que vem, com rigor tanto na entrada quanto na comercialização interna de papéis.

Além da proposta de nacionalização do Recopi, outra sugestão apresentada na reunião, que será avaliada pelas entidades, foi a criação de uma campanha ou movimento conjunto para conscientização dos clientes da distribuição, em especial os gráficos, para o uso da nota fiscal eletrônica, que passará a ser obrigatória ainda este ano.

“Se tudo for documentado e os documentos forem verdadeiros, alguém vai pagar o imposto”, afirma o presidente da Andipa, Vitor Paulo de Andrade, enfatizando que este é o caminho para o fim da concorrência desleal pela sonegação e desvio do papel imune. Ele lembra ainda que as operações sem nota fiscal são menos relevantes e que neste caso não há o que fazer, senão pela fiscalização física flagrante. No entanto, esta prática também passará a oferecer maior risco à medida que se integram os mecanismos fiscais de controle.

Novo comitê de auditoria faz primeira reunião

Os três representantes das associadas eleitos na última assembléia geral para compor o Comitê de Auditoria da Andipa tiveram a primeira reunião em setembro, quando foram analisadas as contas da Associação. Os novos membros avaliaram o balanço de 2009, já aprovado anteriormente, e verificaram o último balancete deste ano. Também discutiram e recomendaram ao Conselho Diretor a contratação de auditoria externa para o período de julho de 2009 a dezembro de 2010.

O novo comitê de auditoria é composto pelos associados Albert Roberto Lifschitz, da Arbol, Guilherme de Castro Cunha Assumpção, da Rivapel, e José Luiz Barbosa Leonardos, da Opus Papéis. Conforme previsto no artigo 3º de seu Regimento Interno, o Comitê deve se reunir “ordinariamente a cada seis meses, e extraordinariamente quando convocado pelo coordenador, por iniciativa própria ou solicitação de qualquer dos demais integrantes”. O cargo de coordenador é ocupado pelo representante da Opus Papéis.

Andipa apoia campanha de valorização do papel

Com o mote “Imprimir é dar vida”, foi lançada em junho a Campanha de Valorização do Papel e da Comunicação Impressa. A Andipa foi uma das vinte e uma entidades que assinaram o documento de apoio à iniciativa da Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf). A campanha pretende esclarecer a opinião pública sobre a origem do papel usado para impressão, que no Brasil é 100% produzido a partir de florestas plantadas em áreas destinadas, exclusivamente, para este fim, assim como tantas outras culturas destinadas à agricultura.

Além do evento de lançamento nacional, de ações das Abigraf's regionais e das peças publicitárias de divulgação, a campanha conta também com uma página na internet, no endereço www.imprimedarvida.org.br onde são divulgados vídeos, artigos e notícias sobre a origem e a qualidade do papel utilizado para a impressão no Brasil, reforçando os compromissos ecológicos e sustentáveis das empresas do setor.

Presidente fala sobre cut size, conselhos e pesquisa

A atual diretoria da Andipa foi eleita na assembléia geral ordinária realizada no dia 25 de março deste ano. Com mandato de três anos, a diretoria é composta pelos representantes das associadas: Vitor Paulo de Andrade, da Rio Branco; Paulo Ribeiro da Cruz Moura, da Samab; José Luiz Figueira Júnior, da Sulpel; e Antonio Manoel de Mattos Vieira Neto, da AMV Papéis. O empresário Vitor Paulo de Andrade foi escolhido presidente do Conselho Diretor da Andipa. Um dos fundadores da associação, ele conta que só aceitou compor uma chapa para manter a Andipa como entidade forte e focada nos interesses do distribuidor de papel. O presidente do Conselho Diretor falou ao NewsPaper sobre os conselhos setoriais, a pesquisa da RISI e o mercado de cut size.

NP – A Andipa liderou a criação dos dois conselhos setoriais – do Setor Gráfico e Editorial e do Setor de Cut Size – que reuniam distribuidores e representantes das indústrias e foram desativados ainda na gestão anterior. Alguns associados têm ressaltado a importância destes fóruns. Eles serão reativados?

Vitor – Sim, pretendemos reativar os conselhos e para isso vamos ouvir os associados de cada segmento e, então, definir as condições e prazos mais adequados para realização destes fóruns. Além disso, vamos continuar promovendo encontros para atualização e troca de informações entre os distribuidores associados sempre que necessário e possível. E já fizemos isso este ano quando promovemos reuniões, em parceria com o Sinapel, para tratar do Recopi.

NP – O segmento de papel gráfico e editorial, até por conta da imunidade tributária, concentra a atenção das entidades e dos órgãos fiscais, como no caso do Recopi, em São Paulo, e do recadastramento pela Receita Federal. Qual a sua avaliação sobre o setor de cut size?

Vitor – O papel cut size é um produto com características diferentes dos outros. Tem número de ofertantes reduzido e, na prática, ainda prevalece a exclusividade de fornecimento, impedindo que o distribuidor tenha competitividade e busque múltiplos fornecedores. Minha visão é que a Andipa representa os distribuidores de papel, todos aqueles que comercializam papel e que, em geral, vendem papéis gráficos e também o cut size. E é pelo distribuidor de papéis que a Andipa existe e vai continuar atuando.

NP - Outro projeto em andamento na Andipa é a pesquisa do mercado gráfico que a RISI faz com os associados. A pesquisa será mantida?

Vitor - Temos um mecanismo de pesquisa altamente confiável, administrado pela RISI Internacional, com seriedade suficiente para garantir o sigilo aos associados. Nosso objetivo é fazer todos participarem da pesquisa. Se todas as associadas atuais responderem, teremos 70% do mercado representado. O que é uma excelente amostra! Também estamos estudando uma forma para incluir o não associado.

Importado tem 31% do mercado de imprimir e escrever

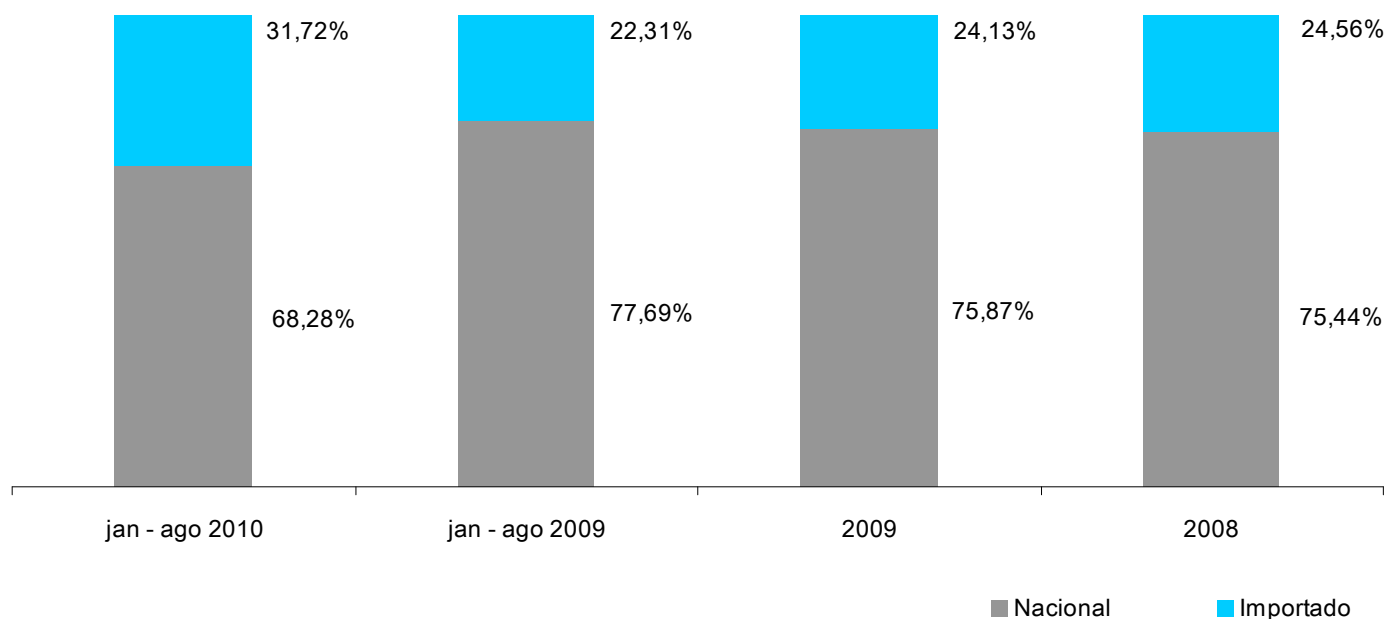
As importações abasteceram 31,72% do mercado doméstico de papéis de imprimir e escrever, de janeiro a agosto de 2010. No período, as empresas brasileiras compraram 1.485 mil toneladas destes papéis, sendo que 1.014 mil toneladas foram fornecidas pelas indústrias nacionais e 471 mil toneladas foram importadas, conforme relatório setorial mensal produzido e divulgado pela Bracelpa.

Na comparação com o ano anterior, a participação dos importados cresceu mais de nove pontos percentuais. Entre janeiro e agosto de 2009, os fabricantes brasileiros forneceram 996 mil toneladas dos papéis de imprimir e escrever, enquanto a importação abasteceu 286 mil

toneladas, respondendo por 77,69% e 22,31% do consumo, respectivamente.

Na média, nos últimos dois anos – 2008 e 2009 – a importação correspondeu a 24% do total dos papéis destinados a impressão e escrita vendidos no país. De acordo com a publicação da Bracelpa, o mercado brasileiro comprou 2.068 mil toneladas, entre janeiro e dezembro do ano passado, sendo que 75,87% foram ofertados pelos fabricantes nacionais (1.569 mil toneladas) e 24,13% pelos importadores (499 mil toneladas). Em 2008, a participação do papel nacional foi de 75,44% e, enquanto o importado ficou com 24,56%, das 2.203 mil toneladas comercializadas no Brasil.

Participação da importação nas vendas de papel de imprimir e escrever



Fonte: Conjuntura Bracelpa – Setembro 2010

Importação de couché cresceu 75% e do LWC dobrou

O crescimento das importações de alguns tipos de papéis foi muito acima do percentual verificado no conjunto do segmento de imprimir e escrever. Dos comercializados pelo segmento de distribuição, couché e LWC tiveram destaque, de acordo com dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex), do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

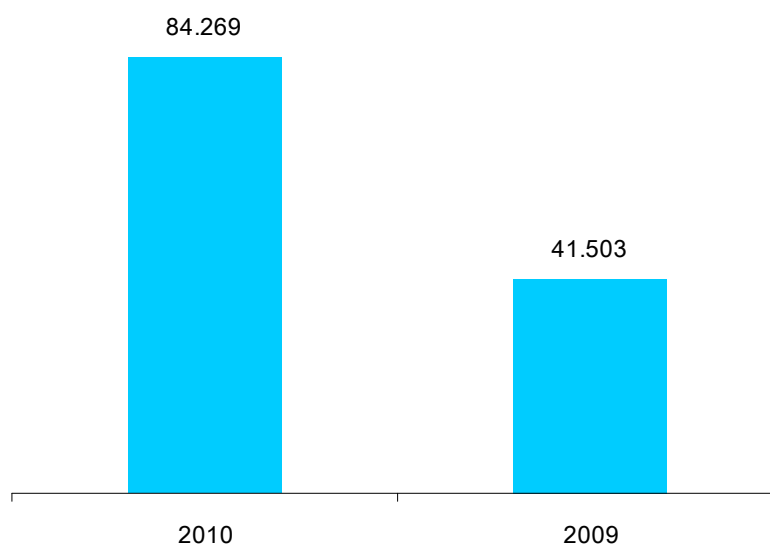
As importações de couché nos primeiros oito meses deste ano foram 75,16% maiores que em igual período de 2009. No caso do LWC, os números da Secex mostram crescimento de 103,04% sobre as 41,5 mil toneladas importadas de janeiro a agosto de 2009. Somando 84,2 mil toneladas em oito meses, a entrada de LWC no Brasil deve atingir novo recorde este ano, superando as 99,6 mil toneladas internalizadas em 2008.

Em praticamente todos os itens, o volume de importação de 2009 ficou aquém do apurado nos anos anteriores, reflexo da conjuntura econômica do período. No entanto, os números de janeiro a agosto deste ano permitem projeção otimista de retomada da trajetória crescente, verificada desde 2004 em alguns tipos de papéis.

Exemplo deste fenômeno deve ser a importação do papel couché, que em 2004 foi de 82,5 mil toneladas, passando para R\$ 93,5 mil no ano seguinte, volume que aumentou 58,63% em 2006, chegando a 148,3 mil toneladas. Em 2007, o crescimento foi de 32,57%, somando 196,7 mil toneladas. No ano seguinte, o salto foi de 24,41% quando foram importadas 244,7 mil toneladas de couché. A trajetória ascendente foi quebrada em 2009 com a queda de 4,43%, fechando o ano com 233,8 mil toneladas. No entanto, os resultados das entradas até agosto de 2010 (227,5 mil toneladas) quase empatam com o total do ano passado (233,8 mil toneladas). Se o ritmo das importações for mantido no último quadrimestre, as entradas de couché estrangeiro devem passar de 300 mil toneladas em 2010.

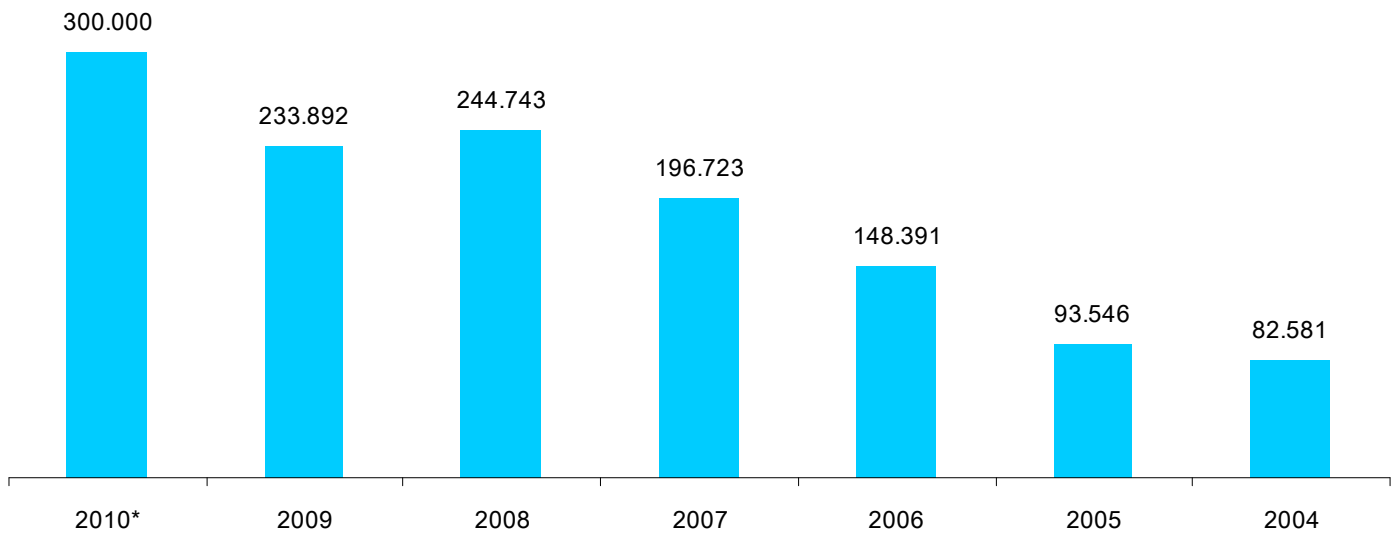
Os volumes de importações foram apurados diretamente no site da Secex, através da Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM) de cada produto. Para o couché, foram verificadas quatro NCMs (4810.13.89, 4810.13.90, 4810.19.89 e 4810.19.90). Na classificação como LWC foram duas NCMs (4810.22.10 e 4810.22.90).

Importação de LWC - janeiro a agosto (em tons)



Fonte: Secex / MDIC

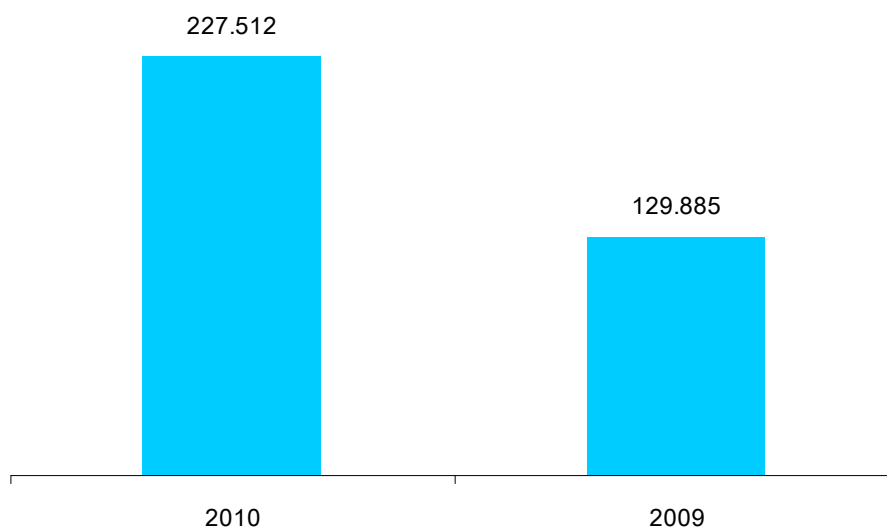
Importação anual de couché (em tons)



* Projeção

Fonte: Secex / MDIC

Importação de couché - janeiro a agosto (em tons)



Fonte: Secex / MDIC

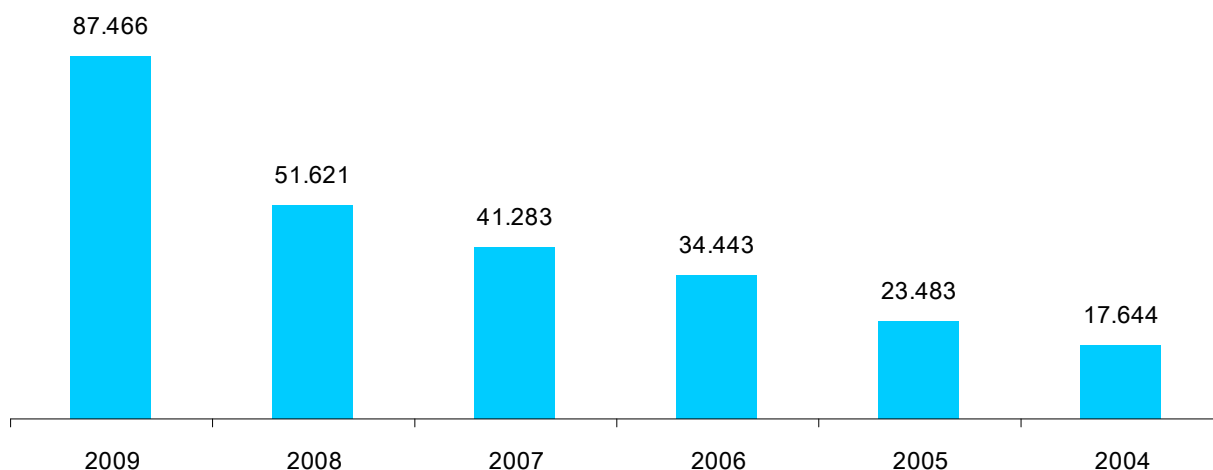
Offset estrangeiro cresce no mercado brasileiro

Em seis anos, o volume de importação de papéis destinados a impressão e escrita em bobinas e folhas foi multiplicado por cinco, mantendo um ritmo crescente que deve ser mantido em 2010. Os números da Secretaria de Comércio Exterior (Secex) mostram que em 2004 a importação destes produtos era muito tímida diante do mercado doméstico, somando 17,6 mil toneladas. No entanto, cada vez mais o papel importado tornou-se uma opção de abastecimento com condições competitivas para as empresas e o volume recebido cresceu a cada ano, fechando 2009 com 87,4 mil toneladas, uma quantidade ainda pequena, mas importante “como regulador de preço para o mercado”, como explica o

presidente da Andipa, Vitor Paulo de Andrade.

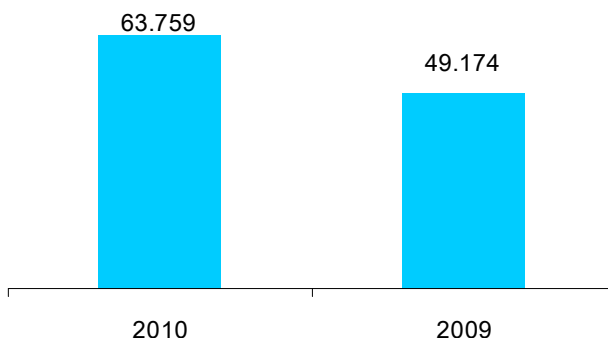
A análise dos dados da Secex indica ainda que a entrada destes papéis foi maior no último quadrimestre de 2009, correspondendo a 44% das 87,4 mil toneladas importadas no ano. Uma tendência que se manteve em 2010, com crescimento de 30% nas importações entre os meses de janeiro a agosto em relação ao mesmo período do ano passado. Nos primeiros oito meses deste ano, a Secex registrou a entrada de 63,7 mil toneladas de papéis nas cinco NCMs (4802.54.90, 4802.55.92, 4802.55.99, 4802.56.99 e 4802.57.99) que compõem o grupo de imprimir e escrever em bobinas e folhas.

Importação anual de papéis offset em bobinas e folhas (em tons)



Fonte: Secex / MDIC

Importação de papéis offset em bobinas e folhas - janeiro a agosto (em tons)



Fonte: Secex / MDIC

Venda de couché imune que já foi de 60%, cai a 25%

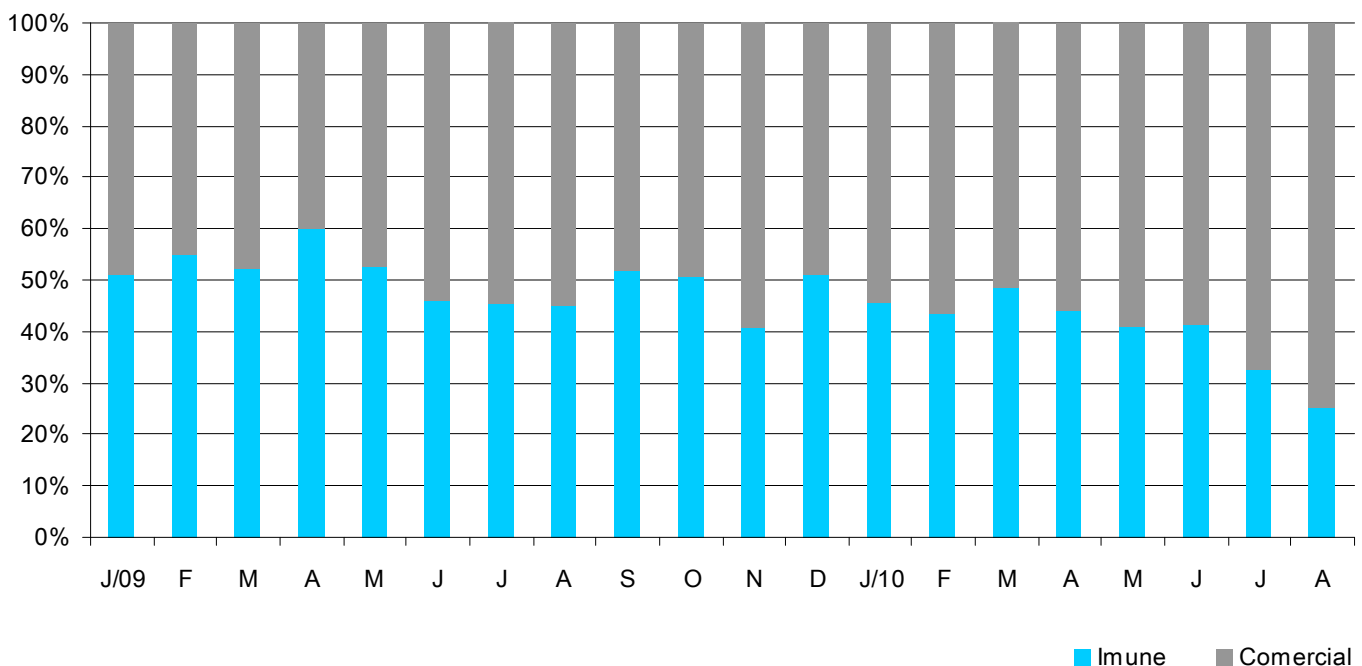
As novas regras para a comercialização de papéis isentos de impostos estão mudando significativamente o perfil da carteira de negócios do setor. Exemplo disso é a redução da participação do papel imune nas vendas dos fabricantes aos distribuidores, como mostra o levantamento estatístico da Bracelpa, que apresenta dados de janeiro de 2009 a agosto de 2010.

Do total de couché vendido pelas indústrias nacionais ao segmento de distribuição, em abril de 2009, 60% saíram como imunes. Em todos os meses seguintes a fatia ocupada pelo papel isento de impostos oscilou para baixo mantendo a média de 50% do volume de vendas mensal. A queda, discretamente sinalizada desde o início deste ano, foi mais significativa a partir de julho, quando o couché imune correspondeu a 32,4% do total comercializado via distribuição. Em agosto, foi verificado o menor índice, 25,3% das vendas de couché foram como imunes e 74,7% saíram tributados.

Dentre os demais papéis de imprimir e escrever, exceto couché e cut size, também houve redução na participação do imune, mas em percentual menor. No período acompanhado no relatório, o pico de vendas de papéis sem impostos aparece em março de 2009, com 61,5% de venda em imune e apenas 38,5% em papéis comerciais. Também neste grupo de produtos, a participação dos dois tipos de faturamento oscila mês a mês, ficando na média em 50% cada, no ano passado.

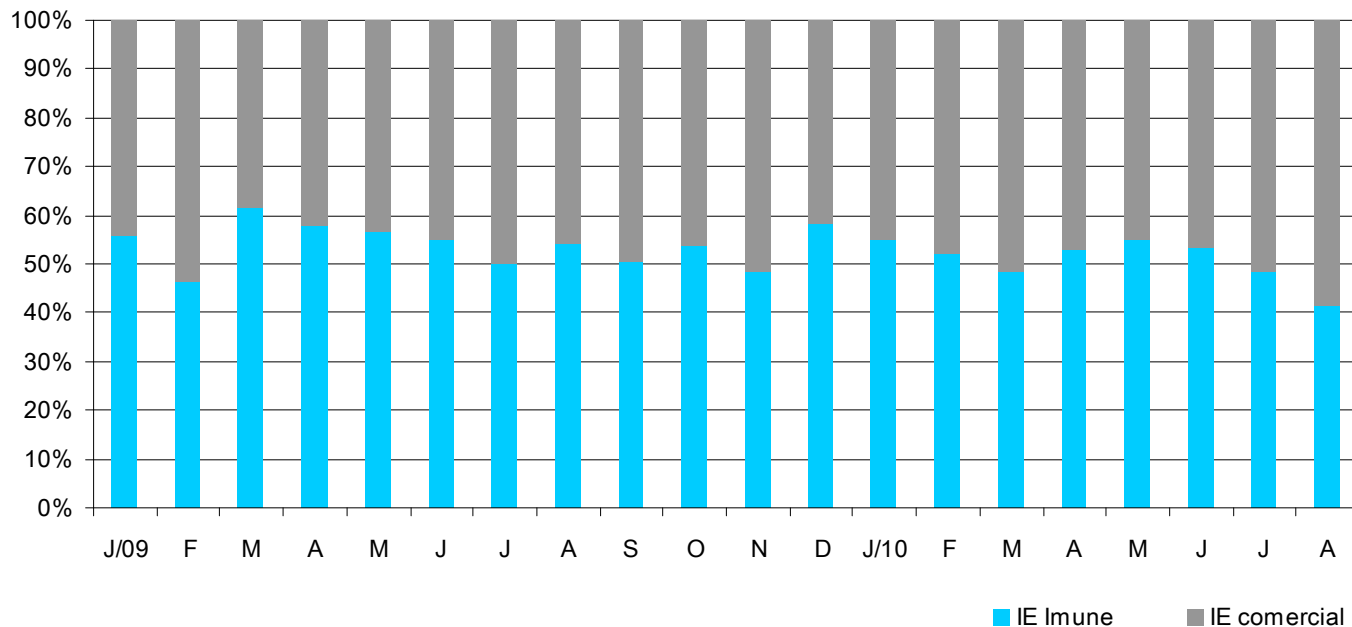
Nas vendas de julho deste ano, o papel imune representou 48,2%. Em agosto, quando passou a vigorar o Reconhecimento e Controle de Operações com Papel Imune (Recopi) no estado de São Paulo, a queda foi mais expressiva. De acordo com o relatório mensal, 41,4% da venda de papel de imprimir e escrever das indústrias para os distribuidores foram como imunes e 58,6% foram tributados.

Participação do papel imune nas vendas mensais de couché das fábricas nacionais aos distribuidores



Fonte: Estatísticas Bracelpa

Participação do papel imune nas vendas mensais de imprimir e escrever das fábricas nacionais aos distribuidores



Fonte: Estatísticas Bracelpa