

News Paper®

Informativo
Setorial ANDIPA



Extraordinário

RS publica decreto que isenta papel de ICMS

Fisco de SP começou Operação Papel Imune

Empresas com TARE também são alvo de fiscalização

Sudeste tem 68,5% dos registros especiais para papel imune

Dados e informações

Setor perdeu US\$ 18,8 milhões em faturamento no cut size

Distribuição fica com apenas um quarto das vendas

Fatos e atos

Estatística de cut size está em fase de testes e ajuste de metodologia

Setoriais

Relação de transparência deve substituir divisor de águas

Um novo ano novo em folha

Findo o ano de 2006 hoje sabemos – as profundas transformações ocorridas este ano alteraram significativamente as expectativas e as projeções de todos os envolvidos com o setor de papel no Brasil.

Além das alterações estruturais já anunciadas, como a venda da Ripasa aos novos controladores VCP e Suzano, testemunhamos a reorientação estratégica da International Paper, que aprofundou seu objetivo de ser líder mundial em papéis não revestidos, vendendo seus ativos locais de fabricação de LWC à Stora Enso, e a VCP que, numa operação corajosa, redirecionou seus investimentos para a celulose e brindou o mercado com uma inédita troca de ativos com a IP, gerando investimentos de aproximadamente US\$ 1,5 bi no setor.

Estimulados por uma taxa de câmbio que na média anual deve se situar em torno de R\$ 2,18, também assistimos à crescente presença dos papéis importados no mercado doméstico, que em 2006 deve atingir um recorde de aproximadamente 120.000 toneladas.

Também houve uma troca de cadeiras e de posições, entraram novos atores, chegaram novos porta-vozes com um novo discurso orientado pela competência e pelo profissionalismo e, portanto, em sintonia com uma visão livre de vícios que nos permitirá cada vez mais enfrentar as distorções do nosso ambiente competitivo e assim colaborar com um crescimento salutar para o setor.



Expediente:

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

Staff:

Pilar Rodriguez – 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



Este ano que se completa foi um marco neste aspecto. A partir de agora, é impossível negar ou ignorar problemas e práticas que se consolidaram na história do setor e que deixaram seqüelas graves para a sobrevivência legal, ética e profissional, principalmente das empresas distribuidoras, tanto para aquelas que aderiram a estes modelos, como para as que resistiram a eles, quer por princípios ou por falta de condições administrativas de fazê-lo.

Começamos 2006, reforçando os interesses coletivos do setor, e sentamo-nos à mesa com as indústrias e com o governo para discutir pontualmente as contradições do setor, numa demonstração evidente do amadurecimento das relações, apoiados no entendimento e não no conflito.

A troca de atores e a abertura para a competição apoiada no profissionalismo e nas competências foram importantes neste processo, mas tivemos mais uma variável muito

relevante do ponto de vista da distribuição: a consolidação do conceito de coletividade em nossa Associação, que é a base fundamental para a construção do futuro rentável e promissor que todos queremos.

As conquistas estão aí: a redução de alíquota do ICMS e a inclusão do papel no regime de substituição tributária em Minas Gerais; a isenção no Rio Grande do Sul para vendas aos órgãos públicos; e a ampliação do Cartão BNDES para a rede de distribuidores independentes.

O futuro nos aguarda e as conquistas de hoje já são passado, mas devem servir de inspiração para os muitos desafios que ainda temos pela frente nesta luta que não cessa, assim como não cessarão as mudanças.

A todos, um feliz Natal e um 2007 novo em folha ... de papel!

RS publica decreto que isenta papel de ICMS

Desde 30 de novembro está em vigor no Rio Grande do Sul, o decreto 44.762, que concede isenção do ICMS nas vendas de papel às empresas e órgãos públicos estaduais. Esta conquista é fruto da união dos nove distribuidores gaúchos – Braile, Fabesul, KSR, Sulpel, T. Janér, DRP Papéis, Ghuipel, GRV e Maxipel –, liderados pelo representante regional ANDIPA, José Luiz Figueira Júnior, visando devolver aos empresários locais a competitividade perdida com a guerra fiscal.

Para o presidente da Associação, Andrés Romero, o fato de o setor conseguir sensibilizar o governo e garantir que parte do pleito dos distribuidores fosse atendida é prova da força do associativismo, da representação legítima trabalhando em prol do fortalecimento e aperfeiçoamento do setor. “A vitória parcial do nosso pleito deve-se à aglutinação de esforços dos distribuidores do Rio Grande do Sul, que perceberam que unidos formamos uma classe representativa dentro do estado”, avalia o representante regional.

A segunda parte do pleito dos distribuidores é a equiparação da alíquota interna de ICMS de 17% para 12%. Esta é a alternativa para que os distribuidores locais possam abastecer o mercado estadual. De acordo com levantamento apresentado ao governo, cerca de 50% de

todo o papel comercializado no Rio Grande do Sul são adquiridos de empresas de fora do estado. José Luiz Figueira Júnior diz que o assunto será encaminhado a partir de janeiro junto ao novo governo “para cada vez mais conseguirmos respeitabilidade e condições justas para a distribuição gaúcha”.

Decreto

A alteração na regulamentação do ICMS inclui o setor de papel no Programa RS Competitivo, dando isenção do imposto nas vendas para órgãos e entidades da administração pública estadual direta, suas fundações e autarquias e para os poderes Legislativo e Judiciário. De acordo com o Decreto 44.762, de 29 de novembro de 2006, a isenção abrange as vendas de papéis no formato 64x88mm e nos tipos AA (76x12mm), BB (66x96mm), A3, A4, Ofício I e II e Carta.

Conforme estudo que embasou a ação dos distribuidores junto ao governo, antes, as empresas do estado conseguiam atender apenas cerca de 10% das licitações. Com esta conquista, os distribuidores gaúchos passam a ter competitividade nas vendas à administração pública estadual.

Fisco de SP começou Operação Papel Imune

Os fiscais da Secretaria de Fazenda de São Paulo iniciaram a primeira fase da Operação Papel Imune, que vai fiscalizar 130 estabelecimentos do total de 10.655 contribuintes ativos em todo o estado. O objetivo da ação é autuar os contribuintes envolvidos no desvio do papel com imunidade tributária, “uma prática sonegatória lesiva aos cofres públicos e à livre e leal concorrência de mercado”, como explicou em entrevista exclusiva ao NewsPaper o agente fiscal Marcelo Silva, que integra a equipe Setorial Madeira, Móveis e Papel, da Diretoria Executiva de Administração Tributária (DEAT), da SEFAZ-SP.

De acordo com a Setorial, nesta primeira etapa estão sendo fiscalizadas gráficas e editoras, com cruzamento de informações prestadas pelos fabricantes, distribuidores, importadores e gráficos que compõem o banco de dados da SEFAZ-SP e na Declaração Especial de Informações Relativas ao Controle do Papel Imune (DIF-Papel Imune), da Receita Federal. “Em sua segunda etapa, os acionamentos fiscais serão balizados pelos resultados destes trabalhos iniciais, expandindo também para os estabelecimentos do tipo Fabricantes, Importadores e Distribuidores”, afirmou o representante da Setorial.

Os agentes da Secretaria, conforme explicou Marcelo Silva, estão analisando dados referentes ao período 2001 a 2006, averiguando a regularidade cadastral, a veracidade das informações prestadas ao fisco e a escrituração fiscal dos

contribuintes. A Operação tem duração prevista de um ano e seis meses, podendo ser prorrogada dependendo do andamento dos trabalhos.

A ação do fisco estadual foi fomentada a partir de uma série de reuniões da ANDIPA com o coordenador de Administração Tributária da Secretaria de Fazenda de São Paulo, Henrique Shiguemi, que culminou em um encontro com representantes do setor e técnicos de várias áreas da Fazenda paulista. Na reunião, realizada em agosto, diretores da ANDIPA e da Bracelpa fizeram uma apresentação sobre como funciona o controle e o mercado de papel imune de impostos. Em outubro, a DEAT iniciou os levantamentos para deflagrar a Operação Papel Imune.

A Setorial responsável pela Operação informou ao NewsPaper que os trabalhos estão em andamento e no momento não há como precisar o número de contribuintes fiscalizados e os motivos de autuações expedidas. No entanto, a ANDIPA tem conhecimento de empresas que já foram fiscalizadas e receberam notificação de autuação por algum tipo de irregularidade apontada pelos agentes do fisco estadual. De acordo com a regulamentação do ICMS no estado, os contribuintes que deixaram de recolher o imposto estão sujeitos à multa equivalente a 50% do valor devido, além de ação penal cabível, inclusive por crime de desobediência (conforme disposto no artigo 527 do RICMS/SP).

Empresas com TARE também são alvo de fiscalização

Distribuidores que recorreram ao TARE – Termo de Acordo de Regime Especial da Secretaria de Fazenda do Distrito Federal – estão sendo fiscalizados pelo fisco paulista, que não reconhece o benefício fiscal concedido pelo governo do Distrito Federal e está autuando as empresas e cobrando a diferença do ICMS.

O TARE foi instituído pelo decreto 20.322, de 17/06/99, pelo governo do Distrito Federal, como incentivo fiscal para atrair empresas distribuidoras e atacadistas. Pelo regime especial, as empresas beneficiam-se da alíquota de 7% de ICMS na compra do papel e de 1,5% nas saídas em operações interestaduais. Alguns estados, como São Paulo e Minas Gerais, não reconhecem o crédito tributário do TARE candango e cobram de seus contribuintes o recolhimento da alíquota correspondente, no caso de São Paulo, 12%.

Segundo informações do setor, todas as empresas paulistas, que aderiram ao TARE em qualquer tempo, e que realizaram ou realizam operações de vendas a

contribuintes e transferências de mercadorias através deste regime especial, estão sujeitas a estas autuações. O entendimento dos distribuidores autuados é de que a operação via filial no Distrito Federal era amparada na legislação e, por isso, as autuações são passíveis de questionamentos.

A ANDIPA foi informada sobre autuações, inclusive de associados, e está disposta a agir ao lado dos distribuidores na busca de soluções que estejam amparadas na legalidade, visando sempre a construção de um setor mais justo e rentável para todos.

Na avaliação da ANDIPA, graças ao amadurecimento alcançado, o setor hoje conclui que mecanismos de elisão fiscal são elementos transitórios e artificiais de competitividade, que se esgotaram como modelo de negócios, pois ampliam o risco dos envolvidos e comprometem o desempenho e a rentabilidade do setor como um todo.

Sudeste tem 68,5% dos registros especiais para papel imune

A distribuição geográfica dos registros especiais para papel com imunidade tributária mostra um mercado fortemente concentrado na região Sudeste, em especial no estado de São Paulo, enquanto quatro estados das regiões Norte e Nordeste não têm qualquer registro. Este resultado completa a análise dos dados apurados pelo NewsPaper junto ao site da Secretaria da Receita Federal, em 18 de outubro de 2006, para conhecer o universo e o perfil das empresas detentoras de registro especial para papel imune de impostos.

Do total de 5.980 registros emitidos e ativos na data da consulta nas cinco categorias (Usuário, Gráfica, Importador, Distribuidor e Fabricante), 4.096 correspondem à região Sudeste, sendo que 72,5% destes são do estado de São Paulo. O Sul é a segunda região em emissão de registros especiais, 984, seguido pelo Nordeste com 487. O Centro-

oeste teve 339 registros emitidos, enquanto no Norte são 74 (veja Gráfico 1).

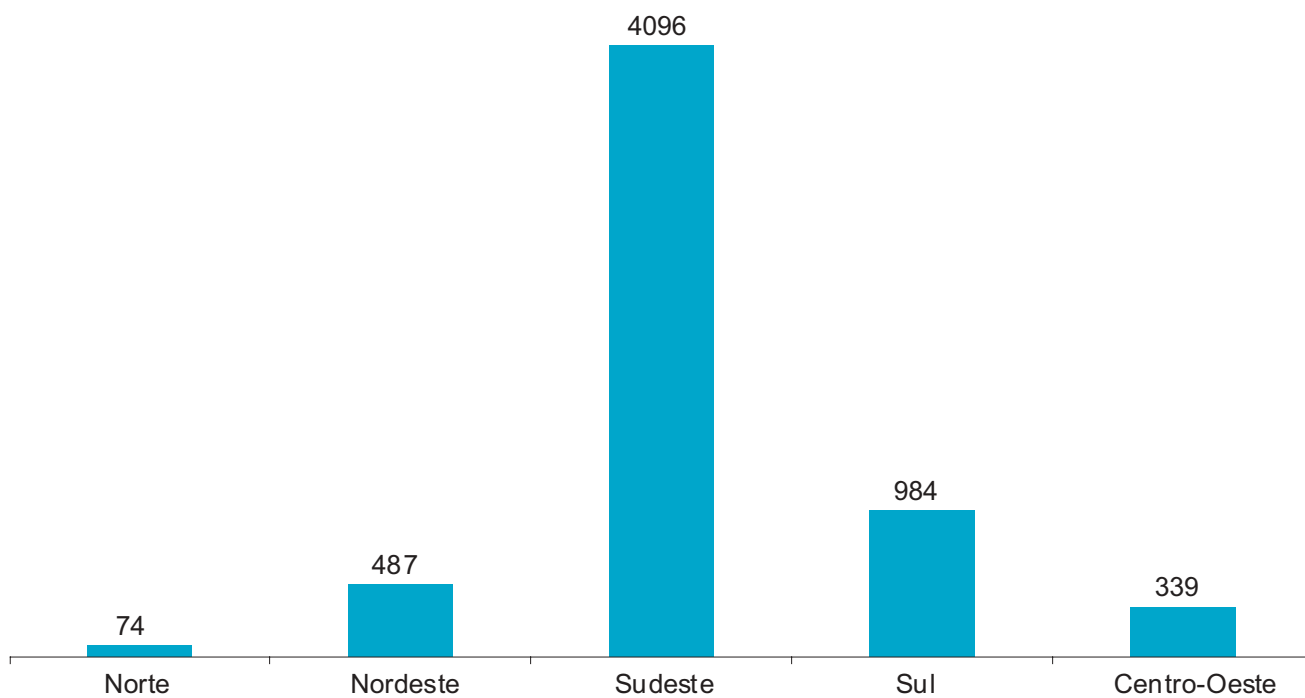
A classificação por estado e região foi feita com base na Delegacia da Receita Federal que expediu o Ato Declaratório Executivo (ADE) do registro especial para papel imune. Por esta razão não dá para afirmar que correspondem a empresas de fato sediadas nestes estados, embora a determinação de competência de cada Delegacia esteja circunscrita a uma determinada microrregião.

Detalhando os números referentes à região Sudeste, temos que as Delegacias do Espírito Santo expediram 47 registros especiais, as de Minas Gerais 430; as do Rio de Janeiro 644 e as de São Paulo, 2.975 (veja Gráfico 2). A região Sudeste lidera em todas as categorias de registro e em todos os ramos de atividades das empresas.



Gráfico 1

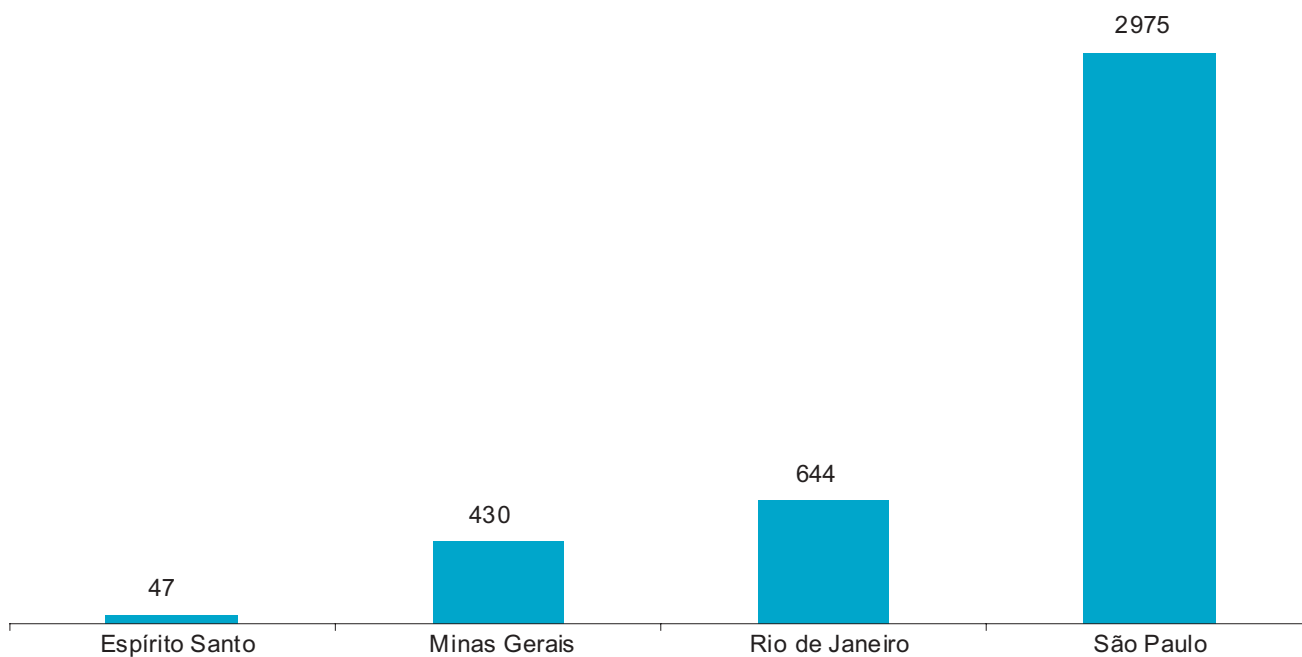
Distribuição de ADE's por Região



Fonte: Receita Federal

Gráfico 2

Distribuição ADE's na Região Sudeste



Fonte: Receita Federal



Atuação

De acordo com a legislação, Gráfica e Usuário são categorias aptas a consumir e transformar o papel com imunidade tributária em livros, revistas e periódicos. Enquanto que as categorias de Distribuidor, Fabricante e Importador têm a prerrogativa de comercializar o papel imune de impostos para fins editoriais. No entanto, o levantamento geral publicado na edição de novembro do NewsPaper constatou que 45 empresas que figuram nas categorias de Gráfica e Usuário também detêm registro especial como Distribuidor. Este fato prova as distorções deste mercado, já que às vistas da Receita Federal estas empresas poderiam comercializar o papel imune, sem que, no entanto, sejam reconhecidas oficialmente pelas indústrias nas suas redes de distribuição.

A análise dos dados regionalizados a partir dos registros por atividade comprovou que a região Sudeste e, em especial, o estado de São Paulo, também concentram a maioria dos registros especiais emitidos para empresas que declararam à Receita Federal que também atuam como distribuidores de papel (veja Gráficos 3 e 4). Entre os 5.980 registros especiais, 100 correspondem a empresas que têm ao mesmo tempo ADE nas categorias Gráfica e/ou Usuário e Distribuidor. Destes 100 registros, 73 foram emitidos no Sudeste, 18 no Sul, 4 no Nordeste, 3 no Centro-oeste e 2 no Norte. Só no estado de São Paulo, estão 53 destes registros.

Por outro lado, os registros como Distribuidor ou Distribuidor e Importador somam 341 em todo o Brasil, sendo que o Sudeste corresponde a 193 registros. No entanto, entre estes registros estão pelo menos 20 empresas que têm apenas um registro junto à Receita Federal e o solicitaram mesmo tendo claramente definida sua razão social como gráfica ou editora.

Vale lembrar que, a inscrição de registro especial para papel imune é obrigatória desde 1977, de acordo com o art 1º do decreto-lei nº 1.593, de 21 de dezembro daquele ano. Mas, a Instrução Normativa da Secretaria da Receita Federal nº 101, de 21 de dezembro de 2001 redefiniu as categorias e os procedimentos para inscrição no regime especial, bem como instituiu a obrigatoriedade da apresentação da Declaração Especial de Informações Relativas ao Controle do Papel Imune (DIF - Papel Imune).

Convém ressaltar ainda que o número de registro especial não corresponde ao número de empresas detentoras de ADE's, já que estas podem estar inscritas em mais de uma categoria compatível – como Gráfica e/ou Usuário e Importador – ou ainda terem cadastro das filiais.

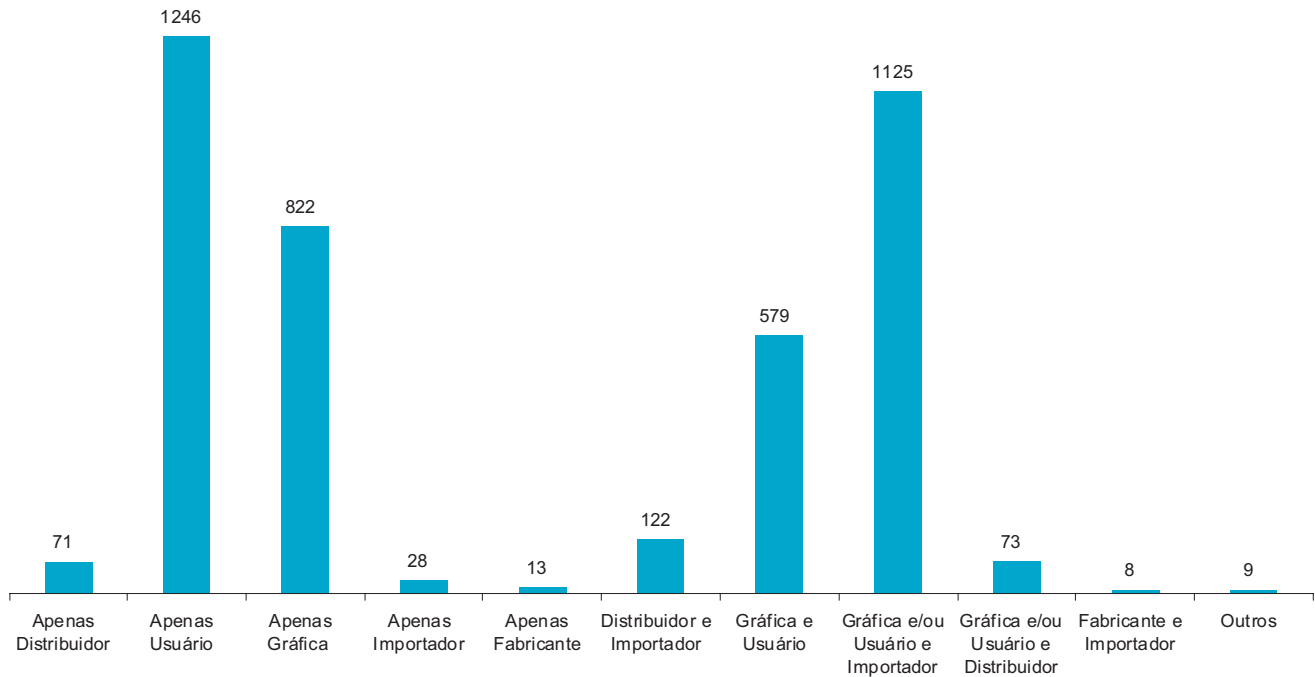
Atualização

Uma nova checagem nos dados do site da Secretaria da Receita Federal, apenas 55 dias depois, revela que o número de ADE's aumentou 1,3%, saltando para 6.060 registros emitidos, conforme consulta realizada em 12 de dezembro de 2006. Com isso, o número de ADE's válidas expedidas em 2006 passou de 242 para 322, chegando perto do total emitido em 2005, que foi de 342 registros.

Se por um lado estes dados podem demonstrar a dinâmica do mercado e a agilidade da Receita Federal na atualização da base, por outro explicitam o grave problema de concessão e fiscalização das operações que envolvem o papel com imunidade tributária. Para a ANDIPA, uma prova da fragilidade do sistema foi identificar entre as detentoras de ADE's na base coletada em outubro, empresas que estão com o Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) cancelado, suspenso ou inativo, conforme informação constante no próprio site da Receita Federal.

Gráfico 3

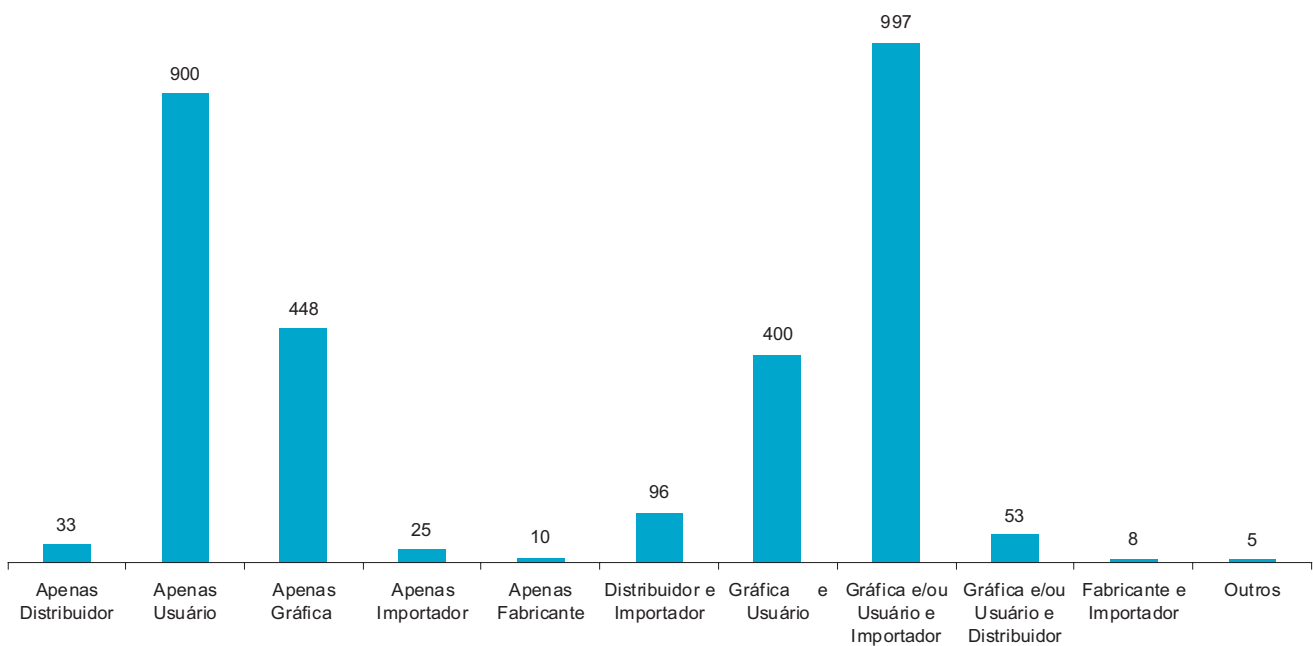
Número de ADE's por registro de atividade na Região Sudeste



Fonte: Receita Federal

Gráfico 4

Número de ADE's por registro de atividade no estado de São Paulo



Fonte: Receita Federal

Setor perdeu US\$ 18,8 milhões em faturamento no cut size

O preço médio do cut size no varejo caiu 5,5% entre novembro de 2005 e novembro deste ano. Olhando o número absoluto pode-se ter a impressão de que a queda não é tão expressiva, mas este percentual de apenas um dígito provocou perdas de US\$ 18,8 milhões nos últimos doze meses ao setor. Só no período de janeiro a outubro deste ano o setor perdeu US\$ 15,5 milhões em faturamento com a retração do preço de ponta. Este cálculo foi feito com base no preço médio mensal em dólar, considerando a cotação média do mês, e na produção das indústrias nacionais para o mercado interno, conforme relatório da Bracelpa.

Em novembro de 2005, o preço médio da resma de papel A4 75g, na região Sudeste, era de R\$ 8,85, o equivalente a US\$ 4. A pesquisa setorial verificou que em novembro de 2006 o valor médio ficou em R\$ 8,35, ou US\$ 3,87 a resma. Em dólar, o preço recuou 3% no período, uma diferença de US\$ 0,12 por resma. No mês de junho, a defasagem entre os valores em dólar e em real chegou a US\$ 0,26 por resma, o que representou US\$ 3,47 milhões a menos de faturamento para o setor em um único mês.

Este cálculo ficou restrito a produção nacional e as vendas ao mercado interno, não considerando o comportamento

das importações de cut size no período. Também considera apenas o valor médio de venda ao varejo. No entanto, cerca de 25% do mercado, algo em torno de 7 mil toneladas por mês, correspondem às vendas aos governos, operações que tem apresentado preços bem inferiores.

No segmento de vendas governamentais, através de licitações, o preço do cut size está abaixo de R\$ 80,00 a caixa com dez resmas, o equivalente a R\$ 8,00 a resma, o que indica que o setor amargou perdas ainda maiores que as calculadas com base no preço médio de vendas ao varejo.

De acordo com a pesquisa mensal, o valor médio nos contratos com entrega única recuou 2% nos últimos dois meses, passando de R\$ 79,70 em setembro para R\$ 78,10 em novembro. O mais desolador é a constatação de que o mercado aposta que, no futuro, o preço do cut size vai continuar em queda, pois os contratos com entrega em 12 meses estavam com preço médio de R\$ 80,40 nos contratos firmados em novembro. Este valor é 4,3% menor que o apurado nas licitações de fevereiro com entrega prevista ao longo de um ano. Os contratos com entrega em seis meses tiveram valor médio de R\$ 78,30, 6,5% a menos que o cobrado nas licitações em março.

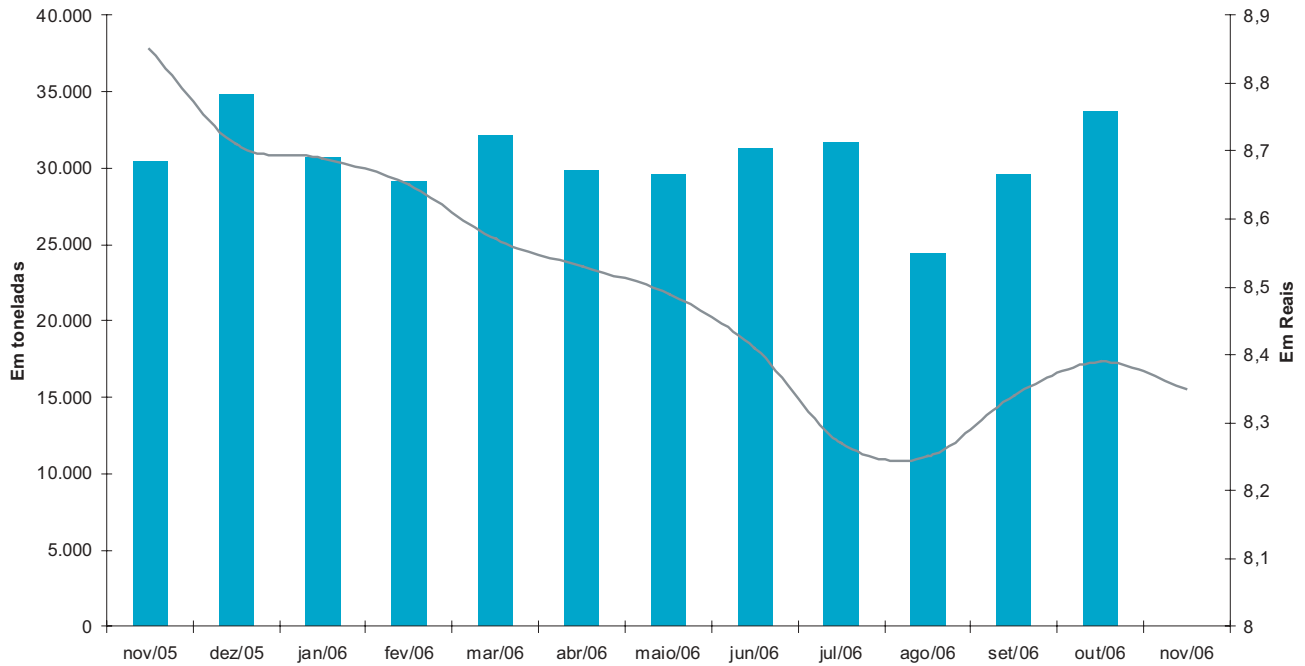
O preço médio de varejo do cut size entre novembro de 2005 e novembro de 2006 caiu

5,5%

Essa queda de 5,5% provocou a perda de faturamento no cut size da ordem de

US\$ 18,8 mi

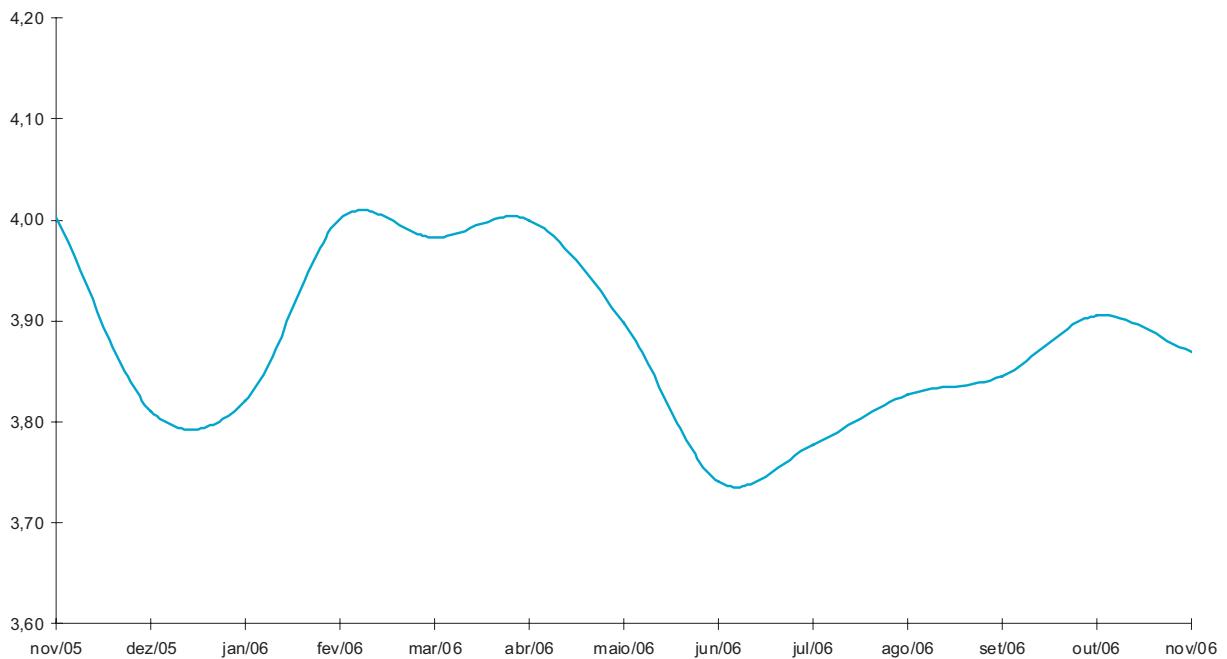
Produção nacional para o mercado interno e preço médio do cut size



Fonte: Relatório Bracelpa e Pesquisa Setorial

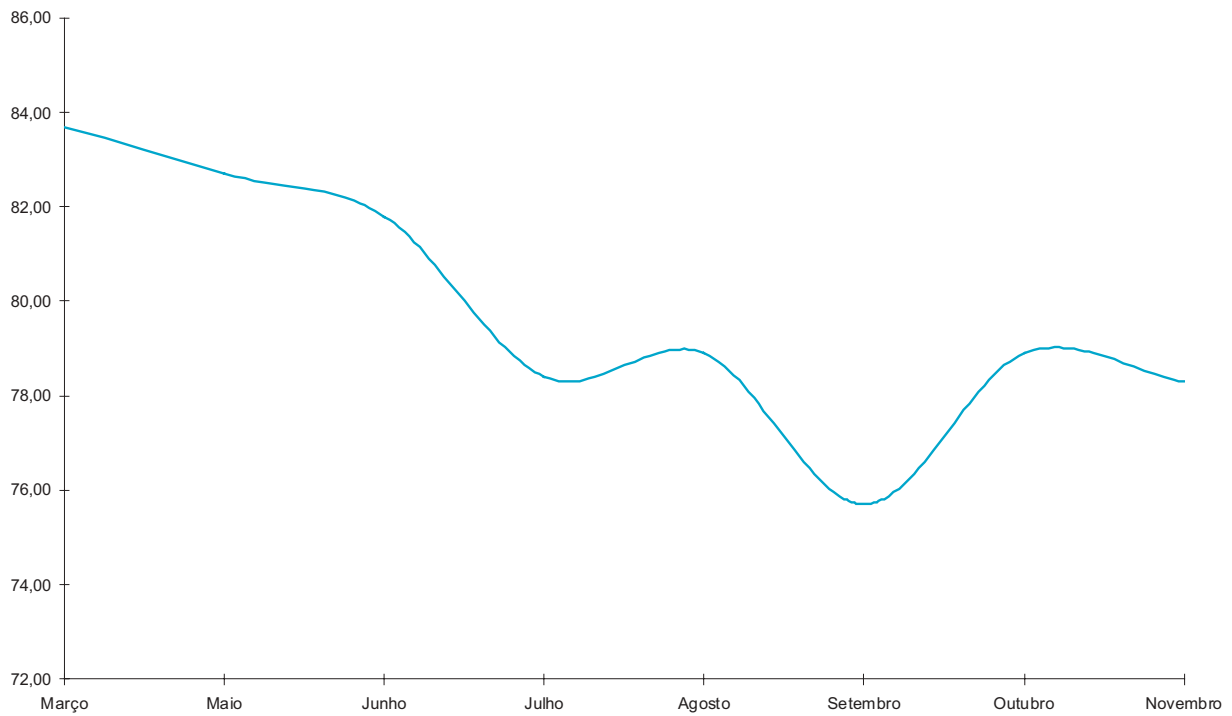
■ Produção em tons
— Preço em R\$

Preço médio cut size em US\$



Fonte: Pesquisa Setorial e Banco Central

Licitações – preço médio da caixa (10 resmas) A4 75g entrega em 6 meses



Fonte: Pesquisa Setorial

Distribuição fica com apenas um quarto das vendas

Do total de 659 mil toneladas de papel para imprimir e escrever não revestido vendido pelas indústrias nacionais no mercado interno entre janeiro e outubro deste ano, apenas 26%, ou 172 mil tons, passaram pelos canais de distribuição, incluindo as empresas coligadas aos fabricantes. A diferença, de 487 mil tons, foi negociada diretamente pelas fábricas com gráficas e editoras.

Em relação ao volume negociado de janeiro e outubro de 2005, que foi de 571,3 mil tons, as vendas domésticas em 2006 cresceram 15,4%. As vendas ao segmento distribuição apresentaram crescimento menor no mesmo período, com aumento de 12,2% em relação as 153,2 mil tons movimentadas ao longo de dez meses em 2005.

Entre os papéis para imprimir e escrever sem revestimento está o off set, que corresponde a cerca de 90% das vendas totais. Das 659 mil tons comercializadas no Brasil nos primeiros dez meses de 2006, 597 mil tons foram de papel off set. Deste total, 208,4 mil tons foram vendidas com imunidade tributária, como se fossem com destino à produção editorial, conforme relatórios de vendas da Bracelpa.

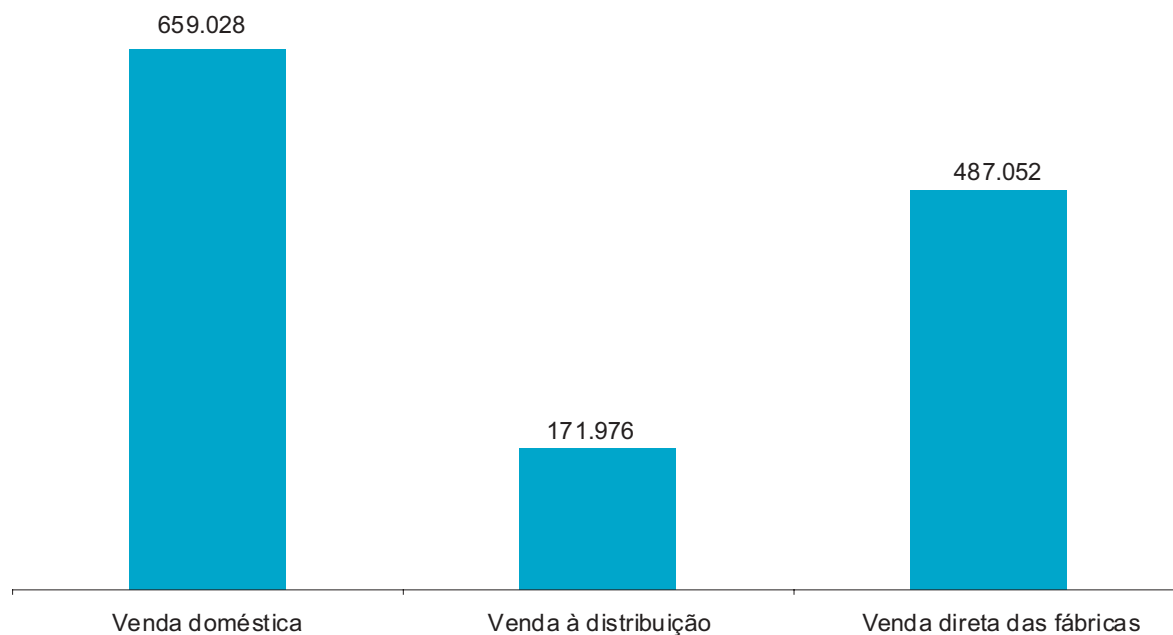
O mercado de papel off set nacional teve crescimento maior este ano que o mix de papéis de imprimir e escrever. Até outubro, as fábricas nacionais venderam 86 mil tons a mais que no mesmo período de 2005, incremento de 16,8%.

Este também foi o percentual de crescimento nas vendas de papel off set nacional imune de impostos. De janeiro a outubro deste ano, as vendas com imunidade ultrapassaram em 30 mil tons o total ofertado pela indústria nacional ao mercado doméstico no mesmo período de 2005. Praticamente todo este acréscimo foi absorvido pelas indústrias nas vendas diretas a editoras e gráficas, que saltaram de 107 mil tons em dez meses de 2005 para 134,8 mil tons no mesmo período de 2006.

O aumento significativo nas vendas de off set nacional em 2006, segundo Sérgio Canela, diretor da Ripasa, é reflexo do crescimento das exportações de cadernos e das compras do governo federal através do Programa Nacional do Livro Didático. Este último fato também é a justificativa para as vendas 16,8% maiores de off set nacional imune de impostos. Canela observa que este mercado que envolve grandes editoras é atendido diretamente pelas fábricas.

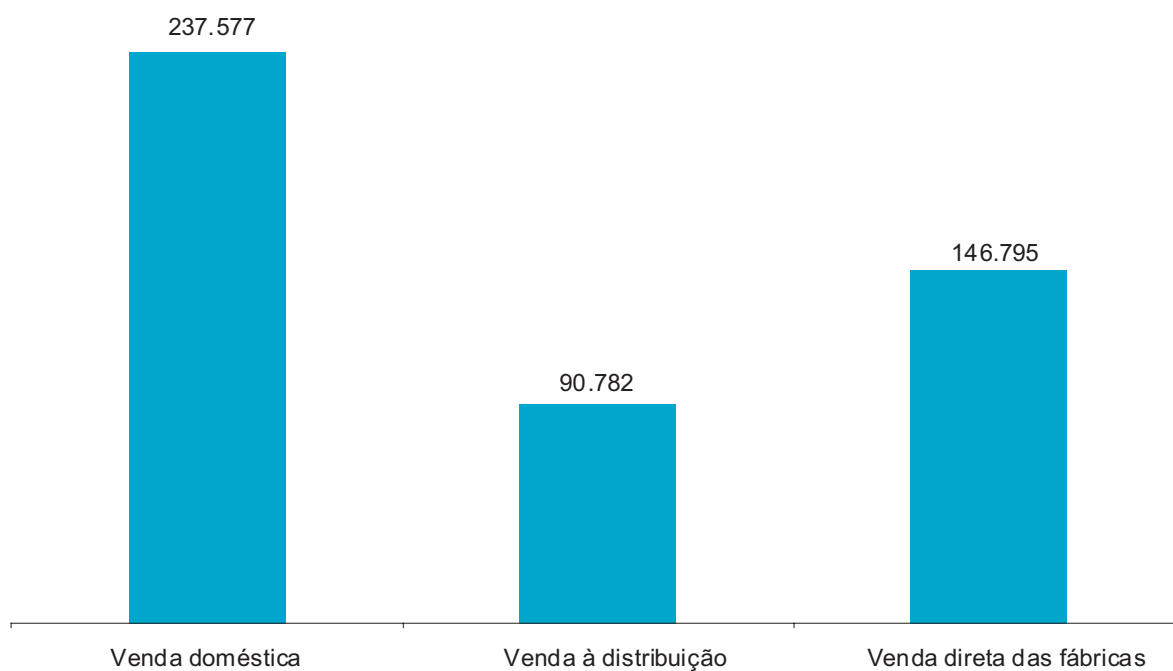
Nas vendas de papel couché nacional, a participação do segmento de distribuição é um pouco melhor. Das 237,5 mil tons colocadas no mercado brasileiro de janeiro a outubro, 90,8 mil tons foram negociadas via distribuição e 146,8 mil tons diretamente pelas fábricas, o que corresponde a 38% e 62% respectivamente. No papel couché, as vendas com imunidade de impostos foram de 96,6 mil tons no período, 41% do total.

Venda de papel de imprimir e escrever não revestido nacional janeiro a outubro de 2006 - em tons



Fonte: Relatórios Bracelpa

Venda de couché nacional janeiro a outubro de 2006 - em tons



Fonte: Relatórios Bracelpa

Estatística de cut size está em fase de testes e ajuste de metodologia

O projeto de estatística cut size está sendo implementado desde outubro com a participação de boa parte dos associados ANDIPA. No entanto, a natureza de um estudo estatístico sério e seguro, aliada às peculiaridades do papel cortado, exigem que a metodologia seja submetida a testes para avaliar a consistência dos dados e sua estabilidade ao longo do tempo.

“Precisamos ter cautela, porque este estudo é uma ferramenta importante de gestão para as empresas e para o setor, e queremos ter segurança estatística em nossas informações”, afirmou o presidente da Associação, Andrés Romero.

Com base nas discussões técnicas com a RGarber, empresa responsável pela estatística cut size, com a qual a ANDIPA e seus associados têm contrato de confidencialidade, a previsão é que o consolidado de quatro meses de dados permitirá que se façam os ajustes necessários para que a estatística retrate com a máxima precisão possível a diversidade do mercado de cut size no Brasil.

A base de dados já conta com as informações prestadas pelos associados referentes aos meses de setembro, outubro e novembro. Incorporando também os dados de dezembro, a expectativa é que o primeiro relatório de estatística cut size seja disponibilizado em fevereiro de 2007.

Entidades vão definir critérios para credenciamento no Cartão BNDES

Aprovada a inclusão dos distribuidores no sistema para vendas financiadas através do Cartão BNDES, ANDIPA e Bracelpa estão discutindo os critérios para credenciamento junto ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). A linha de financiamento é restrita às operações de papel para fins editoriais, imune de impostos. Por isto, as duas entidades estão empenhadas em assegurar que este benefício seja utilizado com lisura e seriedade para que não se torne mais um instrumento a alimentar a distorção no mercado de papel.

De acordo com o gerente de Operações e Credenciamento do Cartão, Ricardo Albano, o portal já foi preparado para

operar com vendas através dos canais de distribuição dos produtos que compõem o catálogo do Cartão BNDES. Só poderá ser credenciado no sistema, o distribuidor autorizado pelo fabricante, que deve ser previamente cadastrado no Cartão BNDES.

Após as duas entidades definirem os critérios para credenciamentos dos distribuidores de papel editorial, o BNDES vai dar andamento ao processo de cadastramento. Segundo Albano, o tempo médio do trâmite para cadastramento varia entre 20 e 30 dias para os fabricantes, para que então possa ser iniciado o processo de credenciamento dos distribuidores.

Associação terá férias coletivas

As atividades e atendimentos da ANDIPA estarão suspensos no período de 26 de dezembro a 09 de janeiro de 2007, para férias coletivas. A partir do dia 10 de janeiro, a equipe da Associação retorna com expediente regular.

Agenda da diretoria prevista para janeiro

Dia	Compromisso
17	Reunião Conselho Diretor
24	Presença Andrés e Alberto em São Paulo
31	Presença Andrés e Alberto em São Paulo

Relação de transparência deve substituir divisor de águas

As discussões sobre as quantidades mínimas que determinam as vendas via fabricantes ou distribuidores devem ser sepultadas e dar lugar à relação franca e transparente entre as indústrias e as empresas escolhidas para distribuir seus produtos. Esta é a conclusão de mais uma roda de discussões no Conselho do Setor de Papel Gráfico e Editorial sobre o chamado divisor de águas, mecanismo estabelecido no passado em comum acordo entre os players, e constantemente questionado pelos distribuidores, que apontam casos em que o compromisso não era respeitado.

O divisor de águas consistia em estabelecer que as vendas diretas das fábricas estavam limitadas a pedidos mínimos de 24 tons de off set, 12 tons de couché e 6 tons de cartão, para clientes com frequência de compra regular ao longo do ano. No entanto, este mecanismo é desconhecido das gráficas e editoras, que são os clientes em disputa. E, conforme as constantes abordagens que a ANDIPA recebe informalmente de seus associados, era prática pouco respeitada.

“No passado este problema era maior”, lembra Paulo Roberto Furtado, da Samab, acrescentando que sempre foi sonho do distribuidor que este mecanismo fosse respeitado. “Seria o melhor dos mundos”, acrescenta Furtado. Vitor Paulo de Andrade, da Rio Branco, concorda, observando que “o diferencial hoje é o divisor de preço”. Na avaliação de Valdir Premero, da Stora Enso Arapoti, o divisor de águas é uma orientação não uma regra, mesmo assim, há o comprometimento do fabricante com esta política.

Na prática, cada fabricante tem a sua regra para definir os volumes mínimos de vendas, tanto direta quanto para a rede de distribuição. Entre as indústrias representadas no Conselho, ficou evidente que cada uma tem seus critérios.

Na Stora Enso, a venda mínima de LWC é de 5 tons; na Santa Maria o pedido deve ser a partir de 7 tons; na Sappi o limite é 12 tons, na International Paper, 24 tons, e na Ripasa a regra é mínimo de 6 tons por formato e por gramatura.

A discussão passa pelo perfil de distribuição e de fábrica, como observou José Alfredo Rodrigues, da KSR. “A fábrica trabalha com planejamento e produção. O conceito de distribuição é de pronta entrega. A necessidade faz com que o cliente compre de fábrica e de distribuidor”, avalia.

Para Flávio Ignácio, da Sappi, esta é uma questão de credibilidade e a fábrica precisa ter uma posição clara neste sentido. Segundo ele, na Sappi, o limite de 12 tons por pedido é divulgado inclusive no site da empresa e é respeitado. “Distribuidor não é cliente, ele é parte da cadeia, da rede de distribuição”, completou.

O entendimento da ANDIPA é de que o divisor de águas é um mecanismo ultrapassado de proteção de mercado, no qual o que prevalece não é a competência e sim o privilégio. “Defendemos a relação transparente do fabricante com seus distribuidores”, afirma Alberto de Castro Lima, diretor da ANDIPA.

O presidente da Associação defende que o distribuidor se profissionalize e saiba ocupar o seu espaço no mercado, tanto política como mercadologicamente. Segundo Andrés Romero, este assunto deve ir para a mesa de negociação e hoje o mercado já está suficientemente aberto para isso, inclusive com a forte penetração do papel importado. “Não vamos mais aceitar reclamações sobre volume de vendas diretas dos fabricantes”, afirmou Romero, defendendo que cada indústria exponha claramente aos seus pares seus critérios para atender ou não determinado cliente na região de competência do seu distribuidor credenciado.

Fábricas começam 2007 com política de distribuição para cut size

Suzano e International Paper informaram ao Conselho do Setor de Papel Cut Size (CCS) que suas políticas de distribuição estarão implantadas em janeiro de 2007. Segundo Marcelo Martinez, representante da Suzano, a apresentação aos distribuidores está prevista para dezembro e as regras da política estarão em operação a partir de 1º de janeiro de 2007.

Na International Paper, Nilson Cardoso, Gerente Geral de Negócios Cut Size, informou que o assunto estava em discussão e que a política de distribuição é parte do projeto de revisão nas relações da IP com seus distribuidores. Segundo ele, a política estruturada terá um grupo piloto, no qual será implantada por três meses para avaliação. “O piloto será de 1º de dezembro a 28 de fevereiro, a partir daí a política será ampliada para toda a rede de distribuição”, afirmou Cardoso.

A expectativa de implantação de políticas de distribuição claras é uma conquista importante e prova do amadurecimento das relações entre indústria e distribuição, como avalia o presidente da ANDIPA, Andrés Romero. “Estamos nos reunindo há três anos para isso”, lembrou Romero, acrescentando que as transformações ocorridas no âmbito das indústrias neste último ano dão sinais claros de que as fábricas estão profissionalizando as áreas que tratam com a distribuição. A chegada de executivos de fora do setor e a reconfiguração do mercado de cut size com a venda da Ripasa e as operações entre VCP, Suzano

e VCP e IP, foram fatores determinantes para acelerar estas mudanças.

Pauta Conselho

Na reunião de novembro, o presidente da Associação comunicou ao Conselho o andamento da implantação da Estatística de Cut Size entre os associados ANDIPA. Os representantes das indústrias renovaram o apoio à iniciativa da Associação, que vai gerar uma ferramenta importante de gestão e avaliação do mercado de cut size.

Também estava na pauta da última reunião do CCS do ano, o status do Consórcio Conpacel entre VCP e Suzano, que assumiu a unidade de Americana da Ripasa. De acordo com os representantes das duas sócias, a empresa está operando no que chamam de pré-consórcio, aguardando a aprovação definitiva de autoridades estaduais e a expectativa é que o consórcio seja efetivado a partir de 1º de janeiro de 2007.

A Suzano também informou ao Conselho que a empresa Zamboni Comercial, de Minas Gerais, não é mais distribuidora Report no estado do Rio de Janeiro. Em dezembro de 2005, a Suzano informou à ANDIPA o credenciamento da empresa, que tem perfil atacadista, ressaltando que a atividade seria monitorada por 120 dias para avaliar os resultados.

A ANDIPA cumprimenta os aniversariantes de:

Dezembro

- 02- Sônia Regina Carboni (Abigraf)
- 04- Raul Calfat (VCP)
- 07- João Batista Dias (Unicel)
- 09- Giovani Debastiani (Dicapel)
- 10- Renato de Castro Lima (Encapa)
- 12- João Lalli Neto (KSR)
- 15- José Wilmar Cardoso (Santa Maria)
- 16- Fernando Izar (KSR)
- 17- Henri Keer (Aracruz)
- 19- Armando Antongini (CBL)
Marco Antônio de Oliveira (Suzano)
Edaílcio Dias (Revepaper)
- 22- Stefania Caron (International Paper)
- 24- Sílvia Vicente de Oliveira (Melo)
- 25- Jahir de Castro (Anave)
Vitor Paulo de Andrade (Rio Branco)
- 27- Frederico de Moura Almeida (Regional)
- 29- Clair Scolari (Fabesul)
- 30- Odair de Almeida (International Paper)
Edson Inácio dos Reis Júnior (Meta)
- 31- Otávio Pontes (Stora Enso)

Janeiro

- 01- Maristela Righi (SPP-Nemo)
Marisa Casagrande (Star BKS)
- 03- Renato Souza de Oliveira (Lorigraf)
- 04- Mário César M. de Camargo (Abigraf)
- 05- Adelmo Salvador Gomes (Matrix)
- 06- Waldir Moidim (Elof Hansson)
- 09- Roberto Leal (VCP)
Rogério Vidigal (Comercial RV)
- 11- Roque Fernando Talzi (SPP-Nemo)
- 12- José Maria Quariguasi Junior (Triunfo)
Márcia Aparecida P. da Silva (Cambuci)
- 13- José Alfredo Rodrigues (KSR)
Fernando Ferreira de Souza (Gravopel)
Ricardo Oliveira (International Paper)
- 15- Luiz Cláudio Gonçalves Figueira (Sulpel)
Oswaldo Maeoka (JR Papéis)
- 20- João Beretta (Suzano)
- 25- Volnei Guimarães Leal (Ghuipel)
- 26- Francisco Brunetto (Fabesul)
- 27- Júlio Ravagnani (Stora Enso)
- 28- José Reinaldo Lopes Veronez (Ripel)
Meire Minotti (Nacional)
- 29- Roberto Groba (Nova Mercante)
Sadi Marcolin (Sulpel)