

News Paper®

Informativo
Setorial ANDIPA



Extraordinário

Registro especial da Receita Federal para papel imune reflete distorções do mercado

Distribuidor de terá isenção de ICMS para vendas ao governo

Distribuidor independente também vai vender através do Cartão BNDES

Dados e informações

Fábricas vendem direto 62% do off set imune de impostos

Venda de off set cresceu 17,5% em 2006

Indústria freou produção de cut size em agosto

Fatos e atos

Fanapel recebe ANDIPA e reforça interesse no Brasil

Comitê aprova contas e adia auditoria externa

Setoriais

Conselho Gráfico e Editorial recebe vice-presidente da Elof Hansson

Quantos são os distribuidores de papel imune no Brasil?

De acordo com informações fornecidas pelos fabricantes ao Conselho Setorial, são 19 distribuidores no segmento off set nacional. Entretanto, segundo o levantamento feito pelo Newspaper, 22% dos registros de Distribuidor pertencem a gráficas e editoras, de acordo com o banco de dados de Ato Declaratório Executivo (ADE's) da Secretaria da Receita Federal, órgão responsável por conceder o registro especial para as empresas envolvidas com o mercado de papel imune, além de fiscalizar a atuação destas empresas e cobrar a DIF trimestral obrigatória.

Esta edição do Newspaper traz com exclusividade um retrato do banco de dados dos ADE's. Os dados apurados não trazem exatamente surpresas sobre a realidade das práticas de mercado, mas desnudam incoerências e contradições que não podem mais ser toleradas. Ficou comprovado que gráficas e editoras têm autorização legal para comercializar papel imune. Ora, então de que adianta apertar cada vez mais o cerco aos distribuidores para coibir os desvios?

Aliás, o setor de distribuição é de longe o maior prejudicado com esta distorção do mercado brasileiro, chamada papel com imunidade tributária. Pois, ao longo dos últimos anos vem assistindo suas margens sendo corroídas à medida que a concorrência desleal se instaura transformando imposto em margem de lucro.



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



É claro, que cabem às instituições competentes, no caso a Receita Federal e os fiscos estaduais, fiscalizar todas as operações comerciais, especialmente aquelas com regulamentação específica, como a do papel imune. No entanto, o que vimos no levantamento realizado foi um raio-x que reflete uma realidade onde qualquer empresa pode operar como quiser, seja por desconhecimento ou má-fé.

Outra evidência é a incoerência na atuação das fábricas, que ao fornecerem para usuários, gráficas e editoras - que se autodenominam distribuidoras - quantidades acima de suas capacidades produtivas, estimulam estas empresas a competir com o canal oficialmente nomeado pela própria indústria, que são os distribuidores credenciados a comercializar papel imune.

É possível afirmar com segurança que grandes volumes destinados ao ramo gráfico e editorial que alimentam a irregularidade são fornecidos diretamente pela indústria por dois motivos: primeiro porque a fábrica vende diretamente 62% de todo papel nacional off set e cerca de 60% do papel couche que

chega ao mercado com imunidade tributária. Segundo, porque há um mecanismo pouco respeitado, chamado “divisor de águas”, que determina entre outros critérios que os fabricantes não efetuem vendas inferiores aos volumes mínimos de 24 tons de off set, 12 tons de couché e 6 tons de cartão. Em outras palavras, os clientes com volumes inferiores a estes, deveriam ser atendidos exclusivamente pelo canal oficial de distribuição, o que, na prática, nem sempre acontece.

Diante deste cenário, a ANDIPA considera crucial e urgente um criterioso recadastramento das empresas habilitadas a comercializar, imprimir e consumir papel com imunidade tributária. Trata-se de uma premissa básica no sentido de coibir práticas ilícitas, mas que, se não for acompanhada de uma significativa mudança de postura por parte de fabricantes, distribuidores, usuários, gráficas e editoras, e devidamente respaldada por uma fiscalização contumaz por parte dos órgãos competentes, a tendência é que estas distorções continuem sendo fortemente praticadas.

Registro especial da Receita Federal para papel imune reflete distorções do mercado

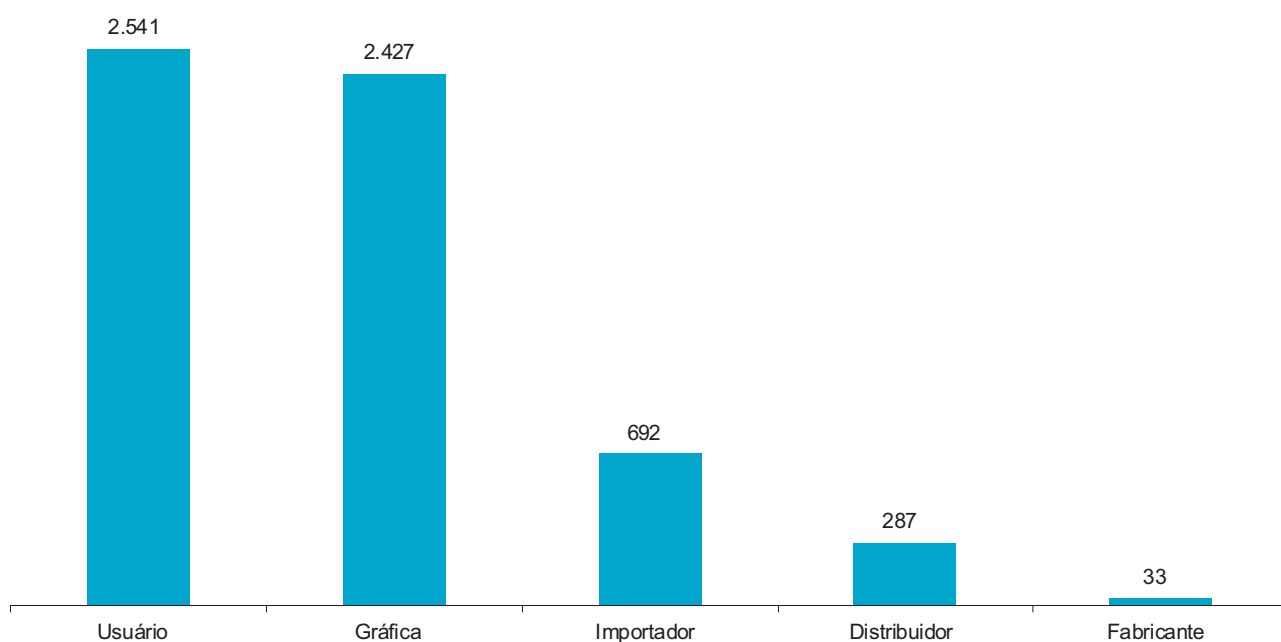
O NewsPaper fez levantamento junto ao site da Secretaria da Receita Federal para conhecer o universo e o perfil das empresas detentoras de registro especial para papel com imunidade tributária. Os dados estão disponíveis ao público para consultas, tanto por categoria em ordem alfabética, quanto por CNPJ, e foram obtidos em 18 de outubro, apenas cinco dias após a data de publicação do ADE (Ato Declaratório Executivo) mais recente, publicado em 13/10/2006 pela Delegacia da Receita Federal de Porto Alegre.

Ao todo, a Receita Federal emitiu e mantinha ativos até a data da consulta 5.980 registros nas cinco categorias, sendo:

2.541 como Usuário; 2.427 como Gráfica; 692 como Importador; 287 como Distribuidor; e 33 como Fabricante (veja Gráfico 1). 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).

Gráfico 1

Número de Registros Especiais para Papel Imune por categoria



Fonte: Receita Federal



As inclusões anuais mostram que o número de ADE's cresceu 24% nos últimos quatro anos, após a implantação das novas normas. De 1º de janeiro a 13 de outubro de 2006 foram concedidos 242 novos registros especiais; em 2005 foram 342; no ano anterior foram 346; em 2003 foram 475; e a maior parte (4.531) foi expedida em 2002, ano em que passou a vigorar a nova legislação, sendo que em dezembro de 2001 foram 44 (veja Gráfico 2).

Os 5.980 registros correspondem a 4.586 diferentes CNPJ's, que incluem as filiais das empresas. Destes, 1.394 registros especiais foram emitidos para empresas que estão inscritas em mais de uma categoria. De acordo com a lei, a empresa que exercer mais de uma atividade relacionada ao papel imune de impostos deverá necessariamente possuir registro especial

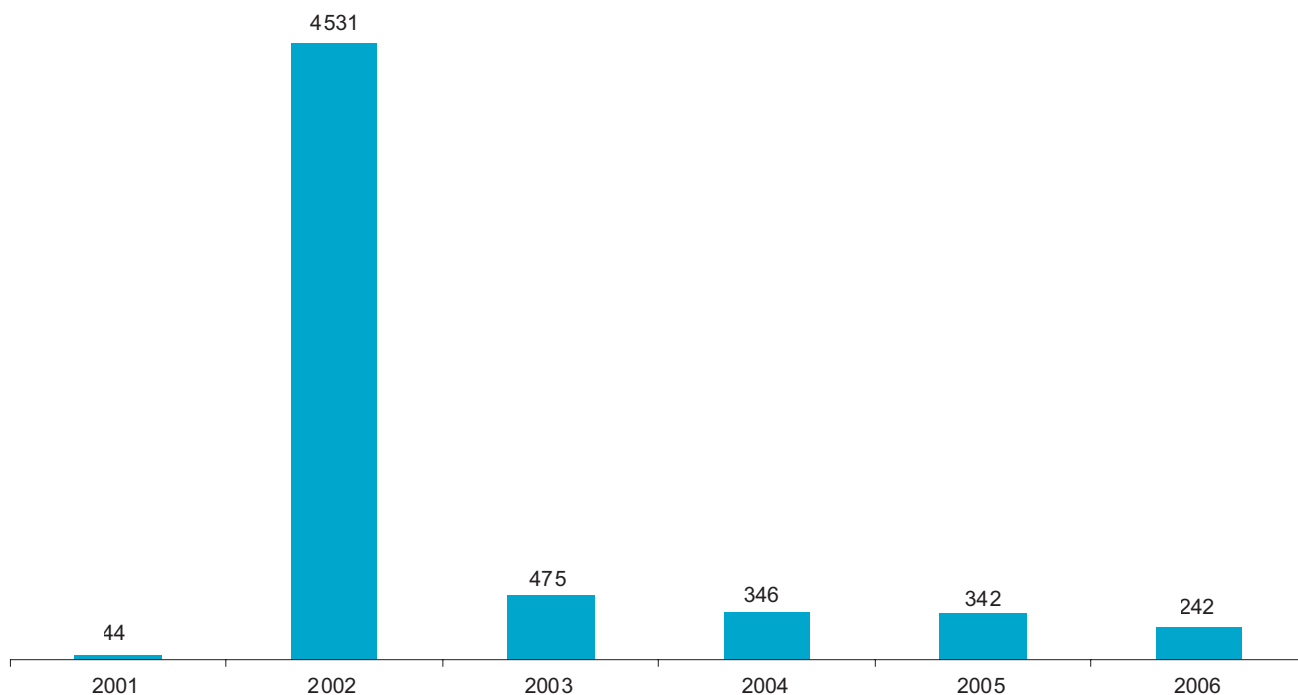
específico para cada atividade. Em função disto, empresas que são gráficas e editoras, por exemplo, podem ter dois registros. Assim como, distribuidor e importador, ou ainda editora ou gráfica e importadora. Além disto, a legislação determina que para obter o registro especial como Gráfica, Usuário ou Fabricante, a empresa precisa comprovar que “dispõe das instalações industriais necessárias ao exercício de sua atividade”.

A legislação define como “usuário, empresa jornalística ou editora que explore a indústria de livro, jornal ou periódico” – conforme previsto no § 1º do art. 1º, da Instrução Normativa da Secretaria da Receita Federal nº 101, de 21 de dezembro de 2001. A legislação ainda determina que a categoria Gráfica é composta pelo “impressor que recebe papel adquirido com imunidade tributária”.



Gráfico 2

Concessão Anual de ADEs



Fonte: Receita Federal



Mapa por atividade

Reclassificando os dados da Receita por atividade, foi possível chegar a um mapa mais detalhado das empresas que atuam, ou pelo menos se declararam à Receita Federal, como Distribuidor de papel imune de impostos (veja Gráfico 3). Dos 2.541 registros como Usuário, 1.531 foram concedidos para empresas apenas nesta categoria, outros 983 registros pertencem a empresas que têm inscrição também como Gráfica ou Importador. Ou seja, 2.514 registros correspondem a atividades pertinentes ao setor editorial e gráfico, já que muitas empresas são gráficas e

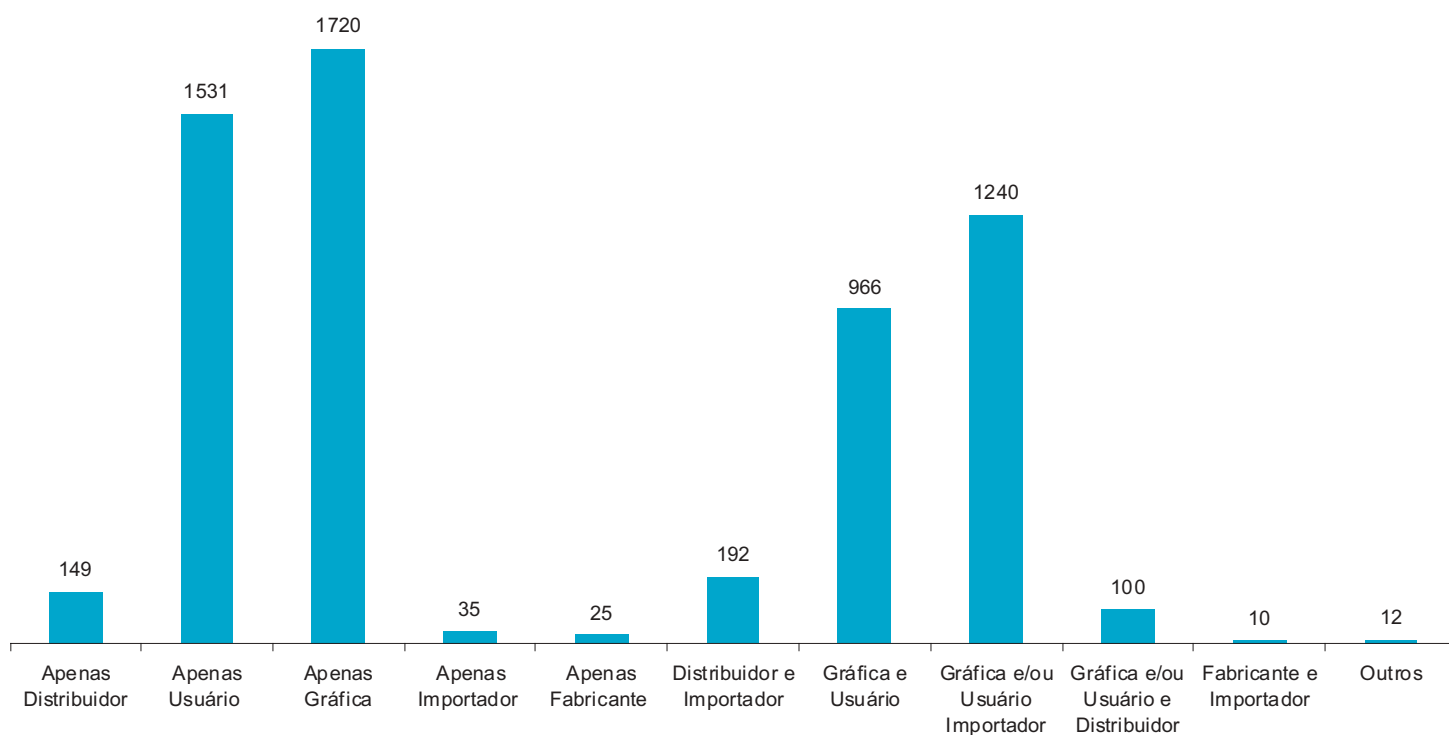
editoras. Com isso, pode-se apurar que das empresas inscritas como Usuário, 27 também solicitaram registro especial como Distribuidor.

Dos 2.427 registros emitidas na categoria Gráfica, 1.720 foram concedidos para empresas com registro exclusivo para sua atividade fim. Dentre os inscritos como Gráfica, estão 689 empresas que também possuem registro especial como Usuário ou Importador. Outras 18 também solicitaram à Receita Federal registro como Distribuidor.



Gráfico 3

Número de ADEs por registro de atividade



Fonte: Receita Federal



Com isso, temos 45 empresas que figuram nas categorias de Gráfica e Usuário que também detém documento legal que lhes permite comercializar papel imune, como Distribuidor, sem, no entanto, serem oficialmente reconhecidas pelos fabricantes como distribuidor. Desta forma, atuam sem qualquer acompanhamento tornando-se terreno farto para práticas ilícitas, que estão corrompendo o setor de papel, como vem alertando a ANDIPA.

A lista de empresas que explicitamente se declaram distribuidor sem de fato terem sido nomeadas pelos fabricantes não se restringe a estas. Há pelo menos 20 empresas que têm apenas um registro junto à Receita Federal e o solicitaram como Distribuidor, mesmo tendo razão social claramente definida como gráfica ou editora. Outras 3 empresas também facilmente identificadas como gráfica ou editora pediram registro especial apenas como Distribuidor e Importador de papel editorial. Este detalhamento mostra que pelo menos 68 dos 287 registros especiais emitidos na categoria Distribuidor, pertencem a empresas dos segmentos gráficos e editorial.

Em recente esforço conjunto, fabricantes nacionais e distribuidores oficialmente nomeados pelas indústrias promoveram a redução do número de distribuidores autorizados a comercializarem papel com imunidade tributária com o intuito de obter maior controle sobre a devida destinação editorial do papel. Em 2005 eram 35 distribuidores autorizados pelas fábricas nacionais para venda de off set imune de impostos, hoje são 19, conforme relação atualizada em agosto pelos fabricantes e importadores que fazem parte do Conselho do Setor de Papel Gráfico e Editorial.

Quando comparamos este dado ao número de ADE's concedidas pela Receita Federal na categoria Distribuidor vemos uma enorme dissonância. Enquanto distribuidores autorizados, que respondem apenas por cerca de um terço do papel comercializado com imunidade tributária, fazem um enorme esforço de controle do desvio, o mercado segue sendo abastecido através de canais de distribuição não oficialmente autorizados pelos fabricantes, mas com a anuência da Receita Federal.

Isto torna aparente a distorção provocada pelo grande número de gráficas e editoras que atuam como distribuidores de papel. Esta constatação sugere que estas empresas estariam comprando direto de fábrica, pois de outra forma não haveria viabilidade econômica para a operação.

Muito embora a participação no número de ADE's concedidos aos fabricantes represente apenas 1% do total geral, é importante notar que o papel imune é produzido por estas empresas, que comercializam diretamente ao mercado 62% da produção nacional de off set imune e quase 60% da produção doméstica de papel couché com imunidade tributária, além de outros tipos de papéis. (ver matéria *Fábricas vendem direto 62% do off set imune de impostos*, página 09).

A evasão fiscal do papel imune não é apenas um problema do fisco federal, ela penaliza ainda mais as receitas estaduais, que deixam de arrecadar o que é devido na comercialização de papéis para fins comerciais, já que parte do mercado está sendo abastecida irregularmente com papel com imunidade tributária. De acordo com o presidente da ANDIPA, Andrés Romero, o volume evadido apenas no estado de São Paulo com a comercialização indevida, apenas nos papéis off set e couché imunes, é da ordem de R\$ 29 milhões para o período de janeiro a setembro de 2006. Este cálculo está apoiado na estatística declarada pela indústria gráfica de que apenas 24% do seu faturamento vêm do mercado editorial.

Sensibilizados com a grande perda de arrecadação provocada pelo ilícito do desvio da finalidade do papel com imunidade tributária, os estados passaram a atuar na repressão e estudam a criação de uma obrigação acessória nos mesmos moldes da DIF federal como fator de maior controle. Esta alternativa traria ainda mais uma burocracia para os empresários, mas tem o privilégio de aproximar o fisco estadual da prática de evasão fiscal envolvida na comercialização do papel imune.

A Andipa chama ainda a atenção para o fato de que com tantos procedimentos contaminados fica impossível para o distribuidor lucrar e investir na modernização, profissionalização e agregação de valor na cadeia do setor.

Distribuidor de RS terá isenção de ICMS para vendas ao governo

Em mais uma vitoriosa iniciativa junto às autoridades estaduais, os distribuidores do Rio Grande do Sul conseguiram que, mesmo no final da atual gestão, o governo do Estado autorizasse a inclusão do setor no programa de incentivo que dá isenção do ICMS nas vendas efetuadas aos órgãos e empresas públicos. Esta medida atende parte do pleito encaminhado pelos distribuidores locais em julho e foi confirmada na reunião dos empresários gaúchos com o secretário do Desenvolvimento e Assuntos Internacionais, Luiz Roberto Andrade Ponte, que aconteceu em 11 de outubro.

Além da isenção do ICMS para vendas internas aos órgãos da administração pública, uma regra que já vale para outros

produtos e está amparada em convênio firmado no Conselho Nacional de Política Fazendária, os distribuidores querem a redução da alíquota interna de ICMS de 17% para 12%. Na avaliação de José Luiz Figueira Jr (Sulpel-RS), representante regional ANDIPA e membro do Conselho Diretor, que está liderando a iniciativa que vai beneficiar a todos os distribuidores do estado, esta conquista é um primeiro passo e os esforços agora são no sentido de encaminhar este pleito ao novo governo eleito.

A expectativa é que o governo do estado anuncie nos próximos dias o enquadramento dos distribuidores no programa que permite a isenção do ICMS nas vendas aos órgãos públicos.

Distribuidor independente também vai vender através do Cartão BNDES

Atendendo a um pleito da ANDIPA, o BNDES aprovou a utilização da linha de crédito através do cartão do Banco por distribuidores credenciados pelos fabricantes de papel editorial. A decisão já foi comunicada à Associação em outubro e os detalhes operacionais devem ser anunciados em breve, assim que a equipe técnica concluir os últimos testes nos sistemas, conforme informou a Gerência de Operações e Credenciamento do Cartão.

O assunto do Cartão BNDES está na agenda da diretoria da ANDIPA há um ano, desde novembro de 2005, quando o Luiz Carlos Baralle, da associada T. Janér, apresentou o tema na reunião de criação do Conselho do Setor de Papel Gráfico e Editorial (CGE). Com aprovação do Conselho Diretor, a diretoria iniciou contatos com o BNDES e em maio aconteceu a primeira reunião com o Diretor de Operações Indiretas do Banco, Maurício Borges Lemos, e o Superintendente de Operações Indiretas, Yoiti Abe.

Reconhecendo a importância do pedido, o BNDES informou que já estudava incluir revendedores e distribuidores no sistema de operações do Cartão e designou o gerente de Credenciamento do Cartão, Ricardo Albano, para apresentar a operação ao Conselho Setorial, já na reunião de junho. Em Agosto, o presidente da ANDIPA, Andrés Romero, novamente acompanhado do associado Lars Janér, teve outra reunião com a diretoria do BNDES para tratar do assunto.

“Agora é oficial, todos os distribuidores de papel editorial associados à Andipa e credenciados pelos fabricantes terão acesso à linha de crédito”, comentou Andrés Romero, acrescentando que a expectativa é que depois do anúncio a operacionalização aconteça o mais rápido possível. “Frente às várias solicitações recebidas de distribuidores de papel que desejam oferecer a seus clientes o Cartão BNDES como forma de pagamento, acreditamos que as vendas deste setor serão bastante alavancadas”, avalia a gerente de Operações e Credenciamento do Cartão BNDES, Alessandra Baptista.

A recomendação do BNDES é que os fabricantes que ainda não estão no Portal do Cartão iniciem imediatamente seu processo de credenciamento para que possam indicar seus distribuidores autorizados, assim que o sistema for liberado. Até agora apenas VCP e Suzano estão cadastradas no portal e operam através de suas coligadas, KSR e SPP-Nemo, respectivamente. Um procedimento conjunto entre a Andipa e a Bracelpa será estudado para dar forma e critério ao credenciamento

O Cartão BNDES é uma linha de crédito para micro, pequenas e médias empresas, com limite máximo de financiamento de R\$ 250 mil em cada um dos três bancos emissores, que são Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal e Bradesco, somando até R\$ 750 mil. O financiamento pode ser pago em 12, 18, 24 ou 36 meses, em parcelas fixas e taxa de juros mais baixa, que em outubro era de 1,14% ao mês.

Até 23 de outubro, o BNDES tinha emitido cartão para 1.334 gráficas e editoras, que somam R\$ 29,1 milhões em limite de crédito. Deste total, 160 cartões têm compras financiadas no momento, o equivalente a R\$ 6,6 milhões, 23% do disponível. Ao todo, foram emitidos 91.074 cartões BNDES no País, que correspondem ao crédito de R\$ 1.869 milhões.

Desde o início das operações, as empresas do segmento gráfico e editorial realizaram 1.316 transações com o Cartão BNDES, sendo 1.072 delas para compra de papel editorial. Além das vendas às gráficas e editoras, os dois vendedores de papel editorial credenciados – KSR e SPP-Nemo – fecharam negócios também com os ramos de associações; diversão e entretenimento; livros, jornais, revistas e artigos de papelaria; e, papel e celulose, totalizando 1.134 vendas.

Vale destacar que o Cartão BNDES pode ser usado apenas para venda de papel para fim editorial, que tem imunidade tributária. No Portal do Cartão (www.cartaobndes.gov.br), o papel está descrito no item “Papel de imprimir e escrever para edição de livros”, na categoria de produtos “Insumo”.

Fábricas vendem direto 62% do off set imune de impostos

O segmento de distribuição abastece apenas 38% do mercado de off set editorial, enquanto que a indústria nacional é responsável direta pela venda de 62% de sua produção de papel isento de impostos. Este perfil do mercado foi revelado no relatório sobre vendas de papel imune da Bracelpa, apresentado à Associação.

De acordo com o documento, os fabricantes nacionais venderam 33% de sua produção de off set como sendo para fins editoriais, ou seja, das 461,6 mil tons produzidas entre janeiro e agosto deste ano, 153 mil tons saíram das fábricas com imunidade tributária. Deste total, 94,8 mil tons foram negociadas diretamente pelas fábricas com os clientes, que deveriam ser gráficas e editoras. A diferença – de 58,2 mil tons – foi vendida pelas indústrias aos seus distribuidores credenciados, incluindo aqui as empresas coligadas.

A participação do segmento distribuição na venda de papel editorial, isento de tributos, diminuiu este ano se comparado aos números de 2005, de acordo com o relatório No acumulado dos oito meses, a distribuição respondia por 42% do total de 137,1 mil tons de off set, contra 58% de venda direta das indústrias. No resultado anual, a fatia de mercado atendida pelas distribuidoras encolheu 2%. De janeiro a dezembro de 2005, foram vendidas 217,1 mil tons de off set imune, sendo 87,3 mil tons através dos canais de distribuição e 129,7 mil tons negociadas diretamente pelas fabricantes, o equivalente a 40% e 60% do mercado, respectivamente.

A ANDIPA considera que a imunidade tributária para o papel destinado à impressão de livros e revistas é o principal fator de distorção do mercado de papel gráfico e editorial no Brasil, pois incentiva a prática de ilícitos e desvirtua o ambiente competitivo. Os números confirmam ainda aquilo que a ANDIPA já vem alertando – o problema do desvio de finalidade envolve também e principalmente as operações diretas via fábrica, que representam mais de 70% deste mercado, se considerada a participação das distribuidoras coligadas.

Couché

A Bracelpa informou também os dados referentes à venda de papel couché nacional. Neste segmento, as vendas diretas efetuadas pelos fabricantes correspondem a 57,7% do total de 77,6 mil tons que saiu de fábrica com imunidade tributária, no período de janeiro a agosto deste ano. Deste total, 32,8 mil tons de couché imune foram vendidas aos distribuidores para comercialização.

O percentual de participação dos distribuidores nas vendas de couché com isenção de impostos ficou praticamente estável em relação aos dados do ano passado, na casa dos 40%. Conforme o relatório, em 2005 as indústrias produziram 285,9 mil tons de couché, das quais 124,1 mil tons foram vendidas com imunidade de impostos, sendo que, 54,7 mil tons foram vendidas aos distribuidores e 69,4 mil tons foram negociadas pelas próprias indústrias.

62%

Essa é a fatia de mercado de papel off set sem impostos atendida pelas indústrias.

38%

do papel off set imune de tributos chega ao mercado via distribuição.

Tamanho do mercado

Ainda que o mercado brasileiro fosse atendido exclusivamente pelos fabricantes nacionais, a oferta de papel imune de tributos já seria maior que sua demanda para fins editoriais. Isso considerando informações da própria Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf), que estima em 24% a participação do segmento editorial nos negócios do setor, conforme descrito na análise do Mercado Gráfico Brasileiro, no Relatório Brasileiro da Indústria Gráfica 2005/2006 (página 27).

Se os impressos editoriais representam 24% dos negócios da indústria gráfica, a produção e comercialização de papel isento de tributos deveriam representar algo em torno deste percentual. No entanto, as fábricas nacionais venderam 33% de sua produção de off set como papel imune de impostos e 41% do couché. De acordo com relatórios da Bracelpa, entre janeiro e agosto deste ano foram produzidas 461,6 mil toneladas de off set, sendo que 153 mil tons foram vendidas como sendo para fins editoriais. No segmento couché, foram vendidas como imune 77,6 mil tons do total de 190,9 mil tons produzidas.

Esta avaliação dá apenas uma idéia do tamanho do rombo causado pelo desvio do papel editorial, uma distorção que é

potencializada com a entrada crescente de papéis importados, principalmente off set e couché.

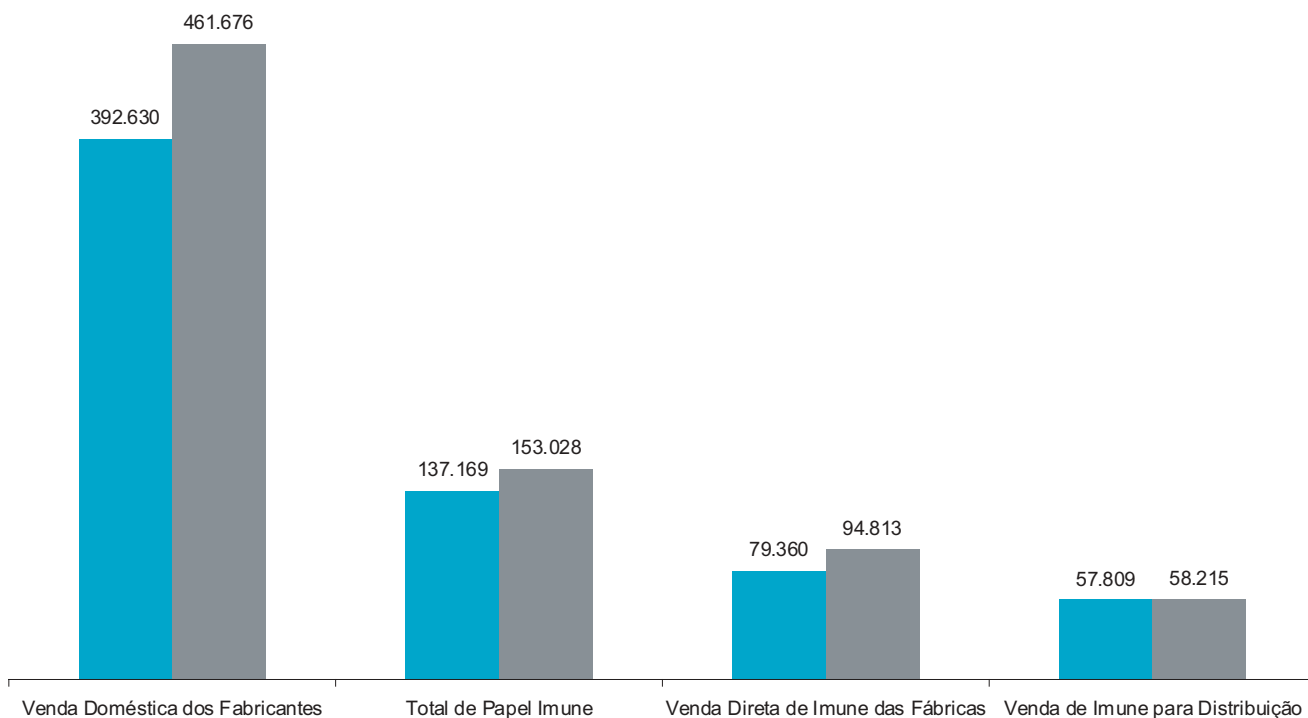
Como as estatísticas disponíveis não classificam as importações quanto à destinação do papel, é impossível no momento precisar o montante de papel comercializado como imune de impostos no Brasil. A ANDIPA tem empenhado esforços para dar maior transparência a estas informações, contribuindo para jogar luz sobre as distorções provocadas no mercado de papel por este instrumento que deveria ser um benefício, mas tornou-se fonte de práticas ilegais com prejuízos para toda a sociedade.

Além de encaminhar aos órgãos de controle e fiscalização correspondência assinada conjuntamente com Bracelpa e Abigraf solicitando que as informações sobre importação sejam detalhadas, o presidente da Associação, Andrés Romero, foi recebido pela diretoria da Secretária de Comércio Exterior, Secex, do Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio, para tratar da questão. "Tivemos o compromisso de empenho do Sr. Armando Meziat (secretário de Comércio Exterior) de atuar para dar mais transparência aos dados de importação e reforçar a fiscalização para entrada de papéis que deveriam seguir para fins editoriais", informou Andrés Romero.

33%

da produção de 461,6 mil tons de off set, no período de janeiro a agosto deste ano, foram vendidos como papel para fins editoriais, sem impostos.

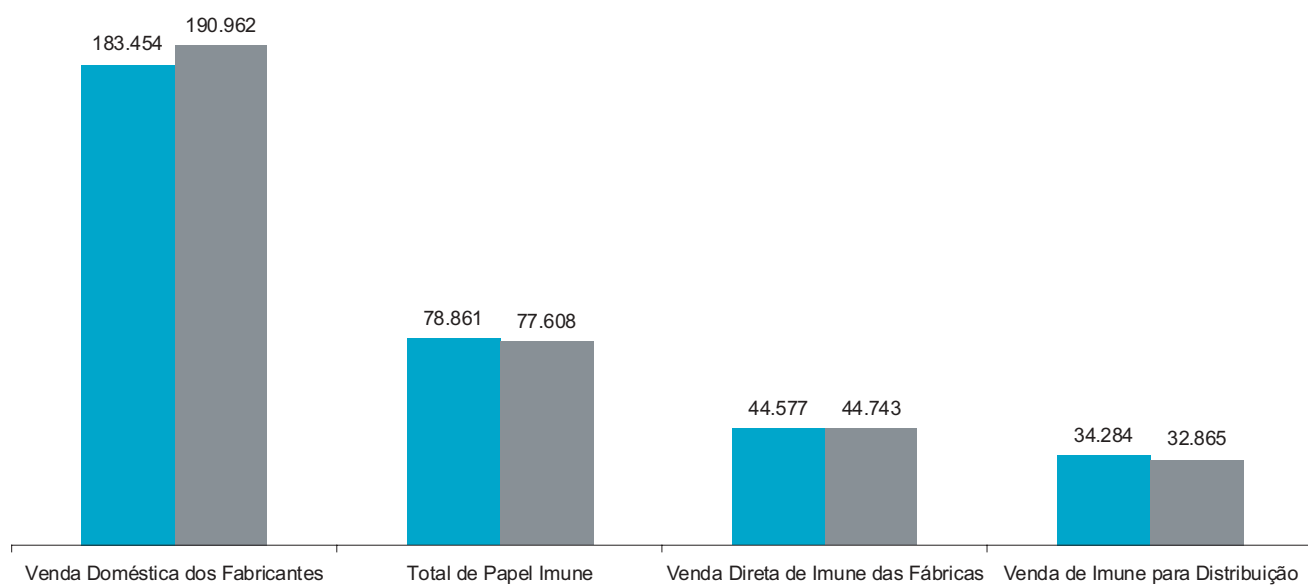
Movimentação de Off Set de janeiro a agosto em tons



Fonte: Relatório Bracelpa

■ 2005
■ 2006

Movimentação de Couché de janeiro a agosto em tons



Fonte: Relatório Bracelpa

■ 2005
■ 2006

Venda de off set cresceu 17,5% em 2006

Os fabricantes nacionais venderam 461,6 mil tons de papel off set entre os meses de janeiro e agosto deste ano, superando em 17,5% o total movimentado no mesmo período de 2005, que foi de 392,6 mil tons. O leitor mais atento deve perceber que estes números destoam dos que vêm sendo noticiados no NewsPaper. Essa diferença deve-se à classificação apresentada nos relatórios da Bracelpa.

No relatório Conjuntura Setorial, a Bracelpa considera como bobinas e folhas de papel de imprimir e escrever não revestidos outros tipos de papéis como: monolúcido, bond e super bond, além do off set. Este dado novo não invalida as análises anteriores, uma vez que o papel off set corresponde a 90% do total apurado, conforme pode-se constatar fazendo a leitura comparada dos relatórios da Bracelpa. No relatório sobre as vendas de papel imune são consideradas apenas as vendasmensais de off set. Vale ressaltar que, embora seja um

papel de imprimir e escrever, o cut size é separado nas estatísticas.

Por esta razão, a partir desta edição trataremos do papel não revestido, considerando que estarão englobados dados referentes a diversos tipos de papéis para imprimir e escrever, inclusive o off set. As análises específicas sobre o mercado de off set, editorial ou comercial, serão apresentadas sempre que a ANDIPA tiver acesso aos dados.

De acordo com o último relatório Conjuntura Setorial da Bracelpa, as vendas domésticas de papel não revestido somaram 516,4 mil tons entre os meses de janeiro e agosto deste ano. Este volume é 17,4% maior que as 440,1 mil tons negociadas no mesmo período de 2005. Já no segmento de papel revestido sem pasta, que é o couché, foram vendidas 190,9 mil tons no período, 4,1% a mais que nos oito meses do ano passado.

Pesquisas mostram comportamento do mercado de cut size

O preço médio da resma de papel A4 75g foi de R\$ 8,39, em outubro, o que corresponde a 0,6% de alta em relação ao valor médio verificado em setembro. Apesar da pequena oscilação positiva, a pesquisa mensal revela que 56% da amostra aumentaram os preços em relação ao mês anterior, enquanto 28% das empresas consultadas mantiveram os valores estáveis, e 16% reduziram o preço em outubro. Este comportamento em relação à pesquisa de setembro pode ser um indicativo de que há um esforço no mercado para que haja reação dos preços de ponta do cut size nos próximos meses. A pesquisa é realizada na região Sudeste, para a resma de A4 com pagamento em 28 dias.

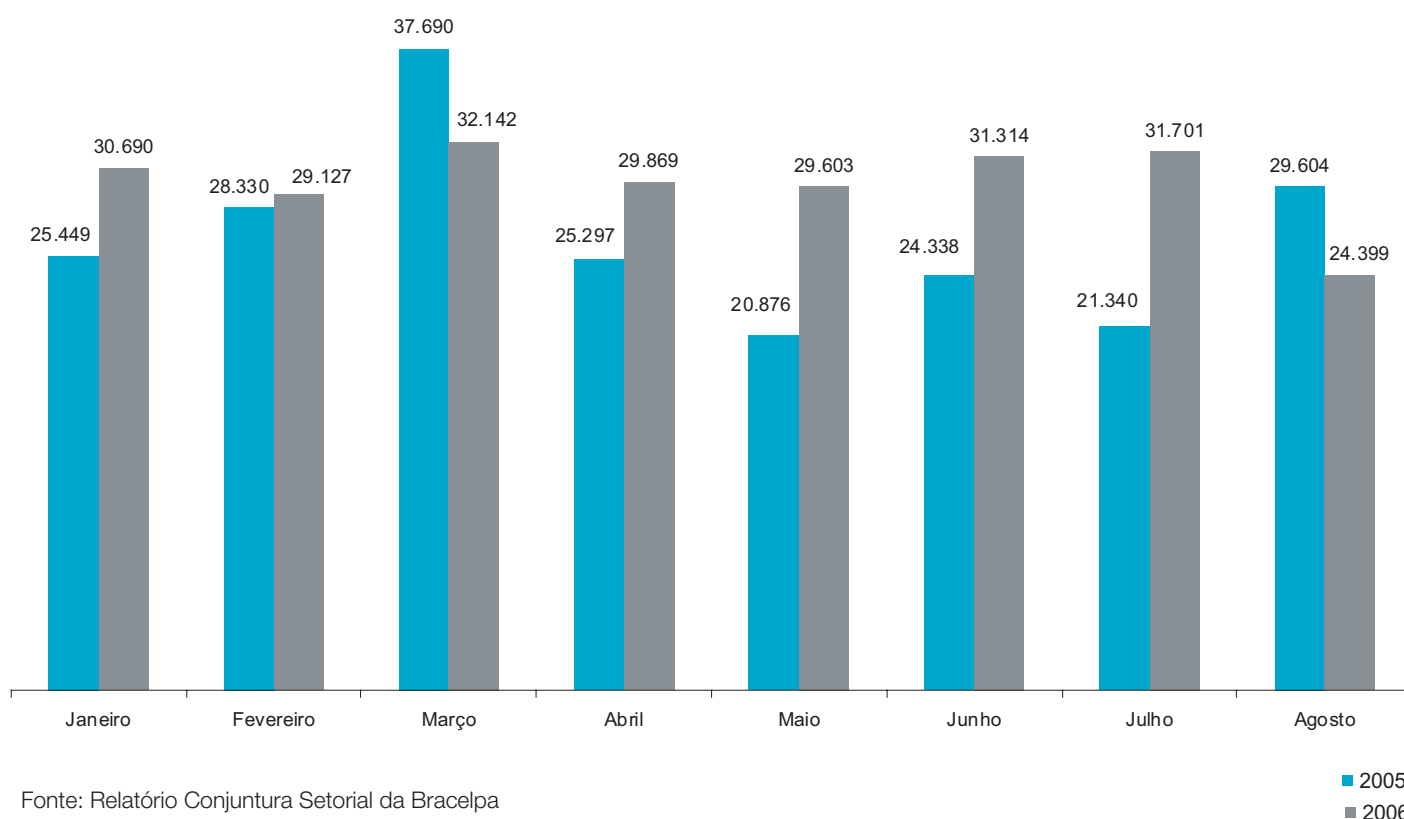
No levantamento específico para o segmento de governo, a pesquisa mensal verificou alta de 3% nas licitações com entrega única e imediata, que tiveram preço médio de R\$ 79,70 a caixa de papel A4 75g. Nos contratos com entrega em doze meses, o aumento foi de 1,9%, voltando ao patamar médio da pesquisa de abril, com R\$ 80,90 a caixa. No entanto, para os negócios com entrega em seis meses, o valor médio de setembro foi de R\$ 75,70, queda de 4% em relação aos R\$ 78,90 apurados em agosto. A média foi puxada para baixo pelo resultado da licitação realizada em 12 de setembro pelo governo do Distrito Federal, que comprou 4.680 toneladas de A4 75g (equivalente a 200 mil caixas) por R\$ 74,00 a caixa.

Indústria freou produção de cut size em agosto

Depois de ultrapassar 31 mil toneladas por dois meses consecutivos, as indústrias nacionais reduziram as vendas domésticas de cut size no mês de agosto. Os fabricantes nacionais venderam, em agosto, 24,4 mil tons de cut size no mercado brasileiro, 23% menos que as 31,7 mil tons negociadas em julho e 17,6% abaixo das 29,6 mil tons vendidas no mesmo mês no ano passado.

No acumulado do ano, o resultado dos oito meses de 2006 ainda supera em 12,2% o apurado no mesmo período de 2005, como demonstra o relatório mensal Conjuntura Setorial da Bracelpa. De janeiro a agosto deste ano, as vendas domésticas somaram 238,8 mil tons, contra 212,9 mil tons em 2005. Em 2005, o mercado interno absorveu 44% da produção de cut size das fábricas – de 776,5 mil tons –, o equivalente a 341,8 mil tons.

Vendas Domésticas de Cut Size dos Fabricantes Nacionais em tons



Errata

Na matéria "Distribuição compra mais off set nacional e importação aumenta", publicada na página 4, da edição nº 11 do NewsPaper, todos os volumes estão expressos em mil toneladas. Equivocadamente, em cinco referências ficou faltando o termo "mil".

Fanapel recebe ANDIPA e reforça interesse no Brasil

Durante dois dias, o CEO do Papel do Grupo Fanapel, Alberto Tournier, foi o cicerone da diretoria da ANDIPA, apresentando os parques industriais na Argentina e no Uruguai. "O grupo tem uma boa estrutura e demonstrou que tem uma estratégia para sua atuação no Brasil", afirmou o presidente da Associação, Andrés Romero, que esteve acompanhado do diretor Alberto de Castro Lima.

Os dois representantes da Associação foram recebidos também pelo presidente da Fanapel, Liberato Turinelli, que enfatizou a total autonomia de seu CEO para área de papel, pessoa que desde o início é o interlocutor da Fanapel com a ANDIPA e está acompanhando de perto o mercado brasileiro. Para Andrés Romero, a visita foi importante para conhecer a capacidade, a qualidade da Fanapel e da Celulosa Argentina e foi também uma oportunidade em que a fabricante renovou os compromissos assumidos perante a Associação e os conselhos setoriais, de atuar no Brasil perseguindo elevados padrões legais e éticos, necessários para a moralização do setor. De acordo com Alberto Tournier, para não fomentar a guerra fiscal e a

concorrência desleal, as entregas são realizadas apenas no destino da nota fiscal.

A visita começou no dia 11 de outubro, na fábrica da Celulosa Argentina, em Santa Fé, Argentina. No dia seguinte, a diretoria seguiu para Colônia no Uruguai, para conhecer a fábrica da Fanapel.

Distribuidor Sarandi

Aproveitando a viagem à Argentina, a diretoria da ANDIPA visitou a Companhia Papelera Sarandi, maior distribuidor da Argentina. Com 55 anos de atividades, o Grupo Sarandi atua no setor de distribuição nos segmentos de papéis, artigos para livrarias e de escritório. Com seis filiais, mais de 70 representantes de vendas e um Centro de Distribuição Inteligente, com 15 mil m² de área, a Sarandi cobre todo o território da Argentina e exporta para vários países, entre eles os Estados Unidos, Alemanha, Cuba e Costa Rica. Recebidos pelo Osvaldo Varela, vice-presidente da empresa, Andrés Romero e Alberto Lima foram conhecer o Centro de Distribuição informatizado, em Buenos Aires.

Comitê aprova contas e adia auditoria externa

Por unanimidade o Comitê de Auditoria aprovou as contas e os procedimentos adotados na administração da ANDIPA e conclui que é desnecessária a realização de auditoria externa do exercício 2006. De acordo com o presidente do Comitê, Antonio Manoel de Mattos Vieira Neto (AMV-DF), diante da qualidade das informações prestadas decidiu-se fazer essa economia agora e auditar as contas ao final da atual gestão, referente ao período de janeiro' 2006 a junho'2007.

Dallia Vendrame (Rilisa-SP), que é um dos três membros do Comitê, acrescenta que o trabalho coordenado pela diretora executiva, Pilar Rodriguez, em conjunto com o contador, não deixou dúvidas quanto à atual qualidade do controle das contas da Associação. "Eles conseguiram deixar tudo muito

transparente, ficamos muito satisfeitos com o resultado", afirmou.

A reunião realizada no dia 18 de outubro contou ainda com a presença de Jair Bernardon (Fabesul-SC), membro do comitê, de Alberto de Castro Lima, diretor da ANDIPA, Luiz Geraldo da Cunha, assessor contábil, e Pilar Rodriguez.

Foram apresentadas também todas as soluções às não-conformidades apontadas na auditoria realizada pela Terco, referente ao exercício de 2005, além das mudanças na forma da prestação de contas aos associados, que segue o padrão do Orçamento Anual 2006, com descrição do orçado e do realizado. O Comitê de Auditoria volta a se reunir ordinariamente em março do ano que vem.

Agenda da diretoria prevista para novembro

Dia	Compromisso
08	Presença Andrés e Alberto em São Paulo
16	Reunião do Conselho do Setor de Papel Cut Size
22	Reunião do Comitê Diretor
	Reunião do Conselho do Setor de Papel Gráfico e Editorial
29	Presença Andrés e Alberto em São Paulo

Conselho trata da reconfiguração do mercado de cut size

A operacionalização do Consórcio Conpacel entre VCP e Suzano e a troca de ativos entre VCP e International Paper foram pauta da última reunião do Conselho do Setor de Papel Cut Size (CCS). Assim como o mercado, a Associação também está atenta às movimentações das fabricantes neste momento de reconfiguração da posição dos players do setor de papel no Brasil.

“Não haverá nenhum desabastecimento do mercado” afirmou Nilson Cardoso, ex-executivo da Ripasa, que assumiu o cargo de Gerente Geral de Negócios Cut Size, na International Paper e passa a integrar o Conselho. Ele explicou que o Brasil representa um potencial florestal a ser explorado pelas empresas estrangeiras e neste momento a International Paper faz o deslocamento do seu eixo de produção do hemisfério norte para o hemisfério sul. As mudanças que devem acontecer em função da operação entre os dois fabricantes devem ser definidas nos próximos meses.

De acordo com Marcelo Martinez, representante da Suzano no CCS, as empresas estão “trabalhando forte na consolidação das marcas e na captura de clientes que eram da Ripasa”. A VCP não esteve representada na reunião de outubro do CCS.

A implantação da política de distribuição também foi questionada pela Associação. Segundo Martinez, a Suzano fará o anúncio oficial em novembro na convenção com sua rede de distribuição, quando também informará a ANDIPA alguns detalhes de sua política de distribuição. Na International Paper o assunto será discutido em novembro, segundo Nilson Cardoso, que se comprometeu a informar à Associação as ações que serão adotadas, até o fim deste ano. A Associação também aguarda a posição da Fanapel sobre sua política de distribuição e reforçou o pedido ao seu representante na reunião, Waldir Gomes.

Na reunião do Conselho também foi tratado do lançamento da Estatística do Setor de Cut Size. A iniciativa da ANDIPA recebeu total apoio dos fabricantes, que estão empenhados em sensibilizar seus distribuidores para a importância de se ter informações estatísticas para a tomada de decisões estratégicas.

Também foi informado o recebimento da correspondência da Elof Hansson, distribuidora do papel EPaper fabricado pela APP, ao Conselho afirmando que está providenciando a regularização das embalagens com informações em português, conforme prevê o Código de Defesa do Consumidor. A irregularidade foi levantada por um associado da ANDIPA e foi encaminhada ao Conselho, que decidiu comunicar formalmente a Elof Hansson.

Conselho Gráfico e Editorial recebe vice-presidente da Elof Hansson

O vice-presidente da Elof Hansson na Suécia, Hans Sandberg, participou da última reunião do Conselho do Setor de Papel Gráfico e Editorial, acompanhado dos diretores brasileiros Tony Vicentini e Eduardo Gianini, atendendo ao convite do Conselho para tratar da comercialização de papel editorial. A presença da Elof Hansson foi solicitada em função de um pleito encaminhado por um associado sobre afirmações entendidas como acusações de ilegalidade em suas práticas comerciais.

Para o presidente da ANDIPA, Andrés Romero, esta discussão foi prova do amadurecimento conjunto do setor, que hoje tem condições de enfrentar suas contradições, em especial as que envolvem a comercialização de papel imune de impostos, que do ponto de vista estrutural, representa uma distorção permanente. “Temos de vivenciar nossos valores”, afirmou Andrés Romero, explicando que é preciso ir além do simples fato de comprar legalmente. “Todos são responsáveis quando compram e vendem”, afirmou.

“A importação é um fato novo e saudável neste mercado”, afirmou Vitor Paulo de Andrade (Rio Branco), acrescentando que com isso começaram a surgir novos mecanismos de desvio do papel editorial com imunidade tributária. Falando diretamente

para o vice-presidente da Elof Hansson, Vitor Andrade expôs a preocupação, o histórico de atuação pela moralização da comercialização do papel imune e as convicções do setor de distribuição quanto ao futuro das importações no mercado brasileiro. “A importação tem de ser sob o aspecto da competitividade e não da ilegalidade. Caso contrário, os fabricantes nacionais vão se mobilizar para impedir a importação e contarão com o apoio dos distribuidores”.

O vice-presidente da Elof Hansson na Suécia, Hans Sandberg, mostrou ter conhecimento das contradições e peculiaridades do mercado gráfico e editorial brasileiro e recorreu ao histórico de mais de 100 anos de tradição da Companhia para assegurar a postura de seriedade e ética nas operações da Elof Hansson no Brasil.

Como solução para o pleito que motivou a reunião, a Elof Hansson comprometeu-se a formalizar uma correspondência de retratação ao associado, explicitando o tom de alerta quando as práticas de seus fornecedores. Reforçando que “não há nada contra a empresa”, Tony Vicentini afirmou que todos devem estar atentos quanto às práticas comerciais de seus fornecedores.

Congratulações

A ANDIPA cumprimenta os aniversariantes do mês de Novembro

- 01- Arthur Gonoretzky (Branac)
- 02- Iolanda Moretti (Andipa)
- 03- Archivaldo Reche (Plexpel)
- 06- Sávía Barcelos (Centropel)
Mário Vicêncio (Stora Enso)
- 08- Ana Raquel F. Ferreira (Santa Maria)
- 11- José Antônio Viana (Gordinho Braune)
Gonzalo Goni (Fanapel)
Ewaldo Telles (Conector)
- 12- Marcus Vinícius Oliveira e Silva (AMV)
- 13- Antônio Juarez Alves (Nova Mercante)
- 14- Valmor Scolari (Fabesul)
- 18- Luciana Huneke (International Paper)
- 19- Hamilton de Lemos Matta (Gravopel)
- 22- Eduardo Mello (International Paper)
- 27- Antônio Manoel de Mattos Vieira Neto (AMV)
- 28- Rogério Ziviani (Suzano)
- 29- Alberto Tournier (Fanapel)
- 30- Joaquim Gimenes (Labate)
Alexandre Oliveira (Aracruz)