

# News Paper®

Informativo  
Setorial ANDIPA



## Nesta edição

Sistema de análise de crédito será nacional

Páginas 10

Conflito tributário deve ter solução em breve

Página 11

Indústria gráfica fecha ano em queda e prevê novo recuo para 2015

Página 12

Cresceu Importação de I&E: de MWC dobrou e de cuchê caiu 12,5%

Páginas 13 e 15

Mais papel nacional no mercado interno

Páginas 14

Juntos, em defesa do papel

## Combatendo mitos, setor valoriza sustentabilidade dos impressos

A propaganda ambiental enganosa, reforçando falácias sobre o papel e os produtos impressos, está disseminada em todos os cantos do Brasil e do mundo. Conhecimento e informação são as armas mais eficazes para questionar estas ações que geralmente escondem intenções muito mais comerciais e financeiras do que a preocupação em preservar o verde e os recursos naturais. O segmento da distribuição passou a ser membro da campanha Two Sides Brasil, com o objetivo de promover a valorização do papel e da comunicação impressa, fornecendo aos agentes da cadeia de negócios, aos clientes e usuários argumentos sólidos para rebater informações equivocadas e iniciativas que depreciem o uso do papel. O NewsPaper inaugura nesta edição uma série de matérias sobre o papel, do cultivo das florestas plantadas até o pós-consumo, começando pelas árvores – o ponto inicial do ciclo de vida do papel e também origem de mitos depreciativos usados contra os impressos.

Páginas de 2 a 8

### Expediente

NewsPaper Informativo Setorial ANDIPA é uma publicação da ANDIPA - Associação Nacional dos Distribuidores de Papel. Direitos autorais reservados. A reprodução é permitida desde que citada a fonte.

### Contatos

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

### Presidente

Vitor Paulo de Andrade

### Diretoria

Antonio Manoel de Mattos Vieira Neto  
José Luiz Barbosa Leonardos  
Marcelo Patury Accioly

### Presidente Executivo

Vicente Amato Sobrinho

### Assistente Administrativo

Assistente de Diretoria

Iolanda Moretti

Edna Souza

### Assessoria de Comunicação e Conteúdo Editorial

Keser Serviços de Comunicação

Jornalista Responsável Rosângela Valente -  
Mtb 121/MS [rosangelavalente@uol.com.br](mailto:rosangelavalente@uol.com.br)

# Autoestima, consciência e respeito aos nossos valores

Papel. Um produto milenar, natural, renovável, reciclável, biodegradável e fundamental à qualidade de vida humana. Papel que promove educação, saúde e higiene, bem-estar, cultura e lazer. Papel é o produto que escolhemos como investimento e foco profissional. Papel que brota primeiro como recurso florestal e tem um atraente mercado neste nosso país de grandeza continental.

Tantos atributos positivos e ainda assim o papel é tão atacado e desacreditado, até mesmo entre nós, que vivemos dele e nos calamos, coniventes e resignados, esperando seu fim. Ledo engano. As inovações e tecnologias criam outros meios para o ser humano se comunicar, mas a importância e os valores do papel são tão grandes que podem até diminuir em algumas aplicações, não desaparecer.

Ainda que a motivação tenha origem mercadológica, temos agora a chance de olhar a essência do que temos e fazemos. A campanha que as entidades estão abraçando de promoção do papel e da comunicação impressa, para desfazer mitos e propagandas falaciosas, se mostra como oportunidade imperdível de resgate da autoestima do setor. A valorização do papel e dos produtos e serviços que geramos precisa ser muito forte entre nós, agentes e protagonistas desta história. Aí sim, podemos defendê-lo com convicção. Ou melhor, antes disso, passaremos a ser proativos, promovendo nossos produtos e mercado no que têm de melhor.

Nada disso pode acontecer se o foco estiver só no presente, no resultado imediato. O passado, com seu histórico, erros e acertos, é inspiração.

O futuro é a motivação para a preservação, o fazer melhor com respeito e consciência dos compromissos e dos impactos que podemos e queremos deixar.

É claro que não nos faltam problemas e desafios. Questões legais, comerciais e administrativas que consomem o dia-a-dia. Este ano que termina não foi diferente, assim como devem ser os próximos. Avançamos no combate aos desvios de finalidade do papel imune – o maior problema setorial – mas a batalha continua e é diária. E, este período de balanços, de reflexões coletivas e individuais, nos convida a uma reavaliação mais profunda e consciente de nossos valores e de nosso papel.

Assumir com consciência a sustentabilidade de nosso negócio, com firme propósito de preservá-lo, não se limita ao papel com certificação, ou a realização de ações sociais e ambientais pontuais. Implica em um compromisso com o futuro e com a preservação do mercado, o que exige boas práticas. Ou seja, seriedade na comercialização de papel imune dentro dos padrões legais, concorrência sadia, buscando fazer sempre melhor, assegurando margens sustentáveis.

Com autoconhecimento, autoestima e consciência poderemos fazer os ajustes de curso necessários para acompanhar as demandas do mercado no presente, preservando seu futuro.

Tenham todos ótimas festas e que 2015 seja transformador!

*Vitor Paulo de Andrade*

Do plantio da árvore ao impresso

# Certificada, produção do papel tem valores sustentáveis

Para os pequenos, uma descoberta fascinante e também a primeira lição incompleta que recebem sobre aquele que será seu companheiro vida afora: 'o papel vem da árvore'. A frase, que é praticamente senso comum, camufla e distorce verdades sobre a origem do papel, servindo de base para campanhas e ações falaciosas para a promoção de outros setores e produtos. Uma premissa falsa, que mais engana do que informa o consumidor.

O papel vem sim da árvore, especificamente da celulose da madeira, que é a principal matéria-prima de todos os papéis, sejam os utilizados em impressos e para escrever, nas embalagens ou em produtos sanitários. Mas, o ciclo de produção de papel começa antes disso, se inicia com o plantio da floresta. Exatamente. Assim como se produz o arroz ou o feijão, há grandes e pequenas propriedades rurais que cultivam florestas com variedades como eucalipto e pinus, destinadas à produção de madeira para vários setores, entre eles os de celulose e papel. Estas árvores serão colhidas e industrializadas, dando lugar à nova plantação.

"O papel é um produto natural, renovável, reciclável, biodegradável, incinerável e ainda tem muitos outros atributos favoráveis à Natureza", escreve Celso Foelkel, engenheiro agrônomo, especialista e estudioso em florestas e utilizações dos *eucalyptus* e *pinus*, no artigo Prosperidade, consumo consciente e o papel do papel, disponível no site do autor.

A origem em florestas plantadas é um dos principais atributos da sustentabilidade do papel defendidos e divulgados pelo setor de árvores para evitar mensagens que erroneamente associam redução do consumo de papel a 'salvar árvores'. "O conceito já é conhecido por parte dos consumidores finais, mas precisa ser cada vez mais disseminado", avalia a presidente executiva da Indústria Brasileira de Árvores (Ibá), Elizabeth de Carvalhaes, destacando que o ciclo de vida do papel é extremamente ligado à natureza.

No entanto, esta relação de intimidade e afinidade entre a produção industrial do setor de árvores plantadas e o meio ambiente, por si só, não é harmônica e natural, exige compromissos. "Hoje temos conhecimento científico e tecnológico para ter impactos mínimos e absorvíveis nas regiões de florestas plantadas, que podem melhorar a biodiversidade", afirma Celso Foelkel, observando que qualquer ação humana e os hábitos de consumo deixam rastros ambientais.

Porém, a forma de se relaciona com o meio ambiente é determinante e diferencia a exploração da preservação.

## Certificação

Para assegurar que a atividade florestal é voltada à sustentabilidade e capaz de produzir impactos mínimos ou positivos ao meio ambiente existem as certificações. Pela definição apresentada pelo Sistema Nacional de Informações Florestais, órgão do governo federal: "Certificação é um processo voluntário ao qual se submetem algumas empresas para atestar que seus produtos e sua produção seguem determinados padrões de qualidade e sustentabilidade. A Certificação florestal baseia-se nos três pilares da sustentabilidade: ecologicamente correto, socialmente justo e economicamente viável".

No Brasil, são utilizados dois certificados: o internacional Forest Stewardship Council (FSC) e o Programa Brasileiro de Certificação Florestal (Cerflor), sistema endossado pelo Programme of Endorsement for Forest Certification (PEFC). Conforme dados apresentados no documento Ibá 2014, o Brasil tinha 7 milhões de hectares de florestas certificadas em 2013 e ocupava o 5º lugar no ranking de área certificada do sistema FSC, ficando atrás somente do Canadá, Rússia, Estados Unidos e Suécia. Ou seja, mais de 90% dos 7,6 milhões de hectares de área plantada de florestas no Brasil têm certificação, atestando manejo florestal responsável, "que compreende processo produtivo de forma ecologicamente adequada, socialmente justa e economicamente viável, dentro do cumprimento de todas as leis vigentes".

A preservação e o compromisso com o meio ambiente e a sustentabilidade do planeta têm mobilizando a comunidade internacional e induzido empresas e governos a mudanças de comportamento. "A certificação florestal é uma tendência mundial e uma exigência do mercado comprador de celulose", enfatiza Celso Foelkel, explicando que as grandes empresas já são certificadas e obedecem estes padrões de manejo florestal.

A presidente executiva da Ibá diz que as certificações são importantes para a valorização do papel, pois permitem mostrar "que aspectos socioambientais são respeitados nas diversas etapas do processo produtivo, ou seja, que a gestão dos recursos naturais desde a floresta plantada até o produto final gera o menor impacto possível e maximiza os benefícios socioambientais".



## Certificada, produção do papel tem valores sustentáveis

### ■ ■ ■ Carbono e aquecimento

As árvores são fundamentais para a vida no planeta, pois através do processo de fotossíntese captam gás carbônico (CO<sub>2</sub>) e liberam oxigênio (O<sub>2</sub>). Esta é mais uma lição dos primeiros anos de escola que está ligada à produção do papel e que pode ser aprimorada. “Quanto mais jovem o vegetal, maior a necessidade de energia para crescer, o que, conseqüentemente, implica em maior absorção de carbono”, afirma Carvalhaes, destacando outro diferencial importante do papel originário das florestas plantadas, sua contribuição para conter os efeitos das mudanças climáticas.

Além disso, de acordo com a Ibá, as plantações florestais são mais eficientes do que as florestas naturais no sequestro de CO<sub>2</sub>. Segundo a presidente da entidade, como os ciclos entre o cultivo da muda e a colheita, duram em média 7 anos, no caso do eucalipto, e 14 anos, no caso do pinus, as árvores nesses plantios estão em constante crescimento, pois assim que são colhidas, novas mudas são plantadas em seu lugar.

No Brasil, anualmente, as árvores plantadas para fins industriais absorvem 1,67 bilhão de toneladas de CO<sub>2</sub> da atmosfera, no processo de fotossíntese, oferecendo contribuição expressiva na mitigação dos efeitos do aquecimento global, conforme o documento Ibá 2014.

Além dos estoques de carbono, cada produto originário de árvores plantadas também pode evitar ou reduzir emissões associadas ao uso de produtos oriundos de matérias-primas fósseis ou não renováveis, por meio do uso de produtos bem manejados, em diferentes etapas da cadeia produtiva. De acordo com dados publicados na segunda edição da Folha da Bracelpa, em 2009, o processo industrial gerava 21 milhões de toneladas de CO<sub>2</sub>, praticamente um terço do gás absorvido pelas florestas plantadas à época (cerca de 64 milhões de toneladas de CO<sub>2</sub> por ano), gerando saldo positivo na emissão de gases causadores do efeito estufa.

Conforme Elizabeth de Carvalhaes, as empresas de celulose e papel se aproximam da autossuficiência em energia e é crescente o consumo energético de fontes renováveis, como a biomassa. O reuso de água no processo industrial também é prática no setor, que participa de diversos comitês de bacias hidrográficas. “O objetivo é atingir um balanço ambiental cada vez mais positivo, no qual se destaca a contribuição do setor para o equilíbrio do clima global”.

### Preservação

Conforme o relatório referente a 2013, o setor de árvores plantadas contribuiu para a preservação de ecossistemas e a recuperação de áreas degradadas, ao proteger 2,1 milhões de hectares na forma de Reserva Legal (RL), Áreas de Proteção Permanente (APP) e Reservas Particulares do Patrimônio Natural (RPPN).

Segundo a Ibá, o setor trabalha com o intuito de aprimorar o manejo integrado da paisagem por meio de mosaicos que integram florestas naturais e plantadas e corredores ecológicos, que permitem o livre trânsito dos animais e contribuem para a manutenção dos ecossistemas em condições saudáveis. Os plantios de pinus e eucalipto proveem abrigo, refúgio, alimento e local para reprodução a inúmeras espécies da fauna, ao mesmo tempo em que são enriquecidos por sementes trazidas das matas nativas pelos pássaros. “Com frequência, aves, mamíferos, répteis e outros organismos são atraídos de volta ao habitat de origem. Como um caminho de mão dupla, a sanidade da plantação florestal está associada à preservação do ambiente natural, pois neste vivem os inimigos naturais das pragas que podem causar problemas aos plantios”, acrescenta Carvalhaes.

Outro exemplo que desmistifica a relação do eucalipto com o meio ambiente, é o estudo divulgado em novembro deste ano pela Embrapa, mostrando que o manejo da floresta plantada auxilia na regeneração de florestas nativas. De acordo com o pesquisador da Embrapa Monitoramento por Satélite, Carlos Cesar Ronquim, o cultivo de eucalipto “pode ser uma boa opção para ajudar na recuperação da cobertura florestal em áreas da propriedade degradadas pela pecuária e agricultura intensivas, oferecendo ainda ao agricultor uma rentabilidade econômica com a venda do eucalipto”.

### Inovação tecnológica

As demandas pela sustentabilidade são tão grandes como o setor e têm relação estreita com inovação tecnológica. Um exemplo recente é a pesquisa da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) de Montes Claros que descobriu que o lodo de esgoto pode ser usado como absorvente para a remoção de resíduos da indústria de papel e celulose, sendo uma alternativa sustentável e economicamente viável para substituir o silicato de magnésio no controle do pitch – resíduo do processamento da madeira.

# Resultados mostram grandeza do setor

No Brasil, existem 7,6 milhões de hectares de árvores plantadas para fins industriais, sendo 5,47 milhões de hectares de eucalipto, 1,55 milhão de hectares de pinus e 557 mil hectares de outras culturas. Da área ocupada com árvores plantadas, 32% correspondem aos segmentos de celulose e papel, 26% dos produtores florestais independentes, 15% de siderurgia e carvão vegetal, 6% dos painéis de madeira, 6% das áreas de investidores institucionais e 15% pertencentes a outros segmentos, principalmente ao agronegócio. Os dados são da Indústria Brasileira de Árvores (Ibá), entidade que reúne 70 empresas e associações estaduais dos segmentos de painéis de madeira, pisos laminados, celulose, papel e biomassa.

O consumo de madeira in natura em 2013 somou 185,3 milhões de m<sup>3</sup>, dos quais 65,2 milhões de m<sup>3</sup> de madeira foram utilizados pelos setores de celulose e papel, resultando na produção de 15,1 milhões de toneladas de celulose e 10,4 milhões de toneladas de papéis. Estes volumes fazem do Brasil o quarto maior produtor mundial de celulose e o nono maior de papel.

O país ainda é o oitavo produtor de painéis de madeira reconstituídos, com 7,5 milhões de toneladas produzidas em 2013.

De acordo com o documento da Ibá, em 2013 os investimentos de suas associadas somaram: R\$ 3,3 bilhões, especialmente em reforma e a manutenção de plantios e melhorias industriais; R\$ 150,5 milhões em programas sociais, beneficiando 1,4 milhão de pessoas e mais de 1.400 municípios; e, R\$ 50 milhões em pesquisa e desenvolvimento.

Em 2013, o setor de árvores plantadas adicionou cerca de R\$ 56 bilhões ao produto interno bruto brasileiro e empregou diretamente cerca de 630 mil pessoas, gerando renda de 12,2 bilhões. O número de postos de trabalho que pode chegar a 4,4 milhões se considerados os postos indiretos e o efeito renda, conforme consta na página 72 do relatório. O setor arrecadou R\$ 8,8 bilhões em tributos e contribuiu com superávit de US\$ 6,4 bilhões para a balança comercial nacional.

## Celulose e Papel

A celulose é a principal matéria-prima para a produção de papéis. Os dois tipos de celulose são: de fibra curta e de fibra longa. O processo de fabricação de cada tipo de papel utiliza um tipo de fibra diferente, pois as fibras curtas e longas têm características mecânicas diversas. De forma geral, os papéis de imprimir e escrever, os papéis tissue e alguns tipos de papel cartão são fabricados a partir de fibras curtas – que proporcionam maior opacidade e maciez. Os papéis para embalagem, papelão ondulado e outros tipos de papel cartão são fabricados a partir de fibras longas – que propiciam maior resistência mecânica. Além disso, outra importante fonte de matéria-prima para a indústria de papel são fibras recicladas, que são utilizadas principalmente para produção de papéis para papelão ondulado e papéis tissue. Existem também as chamadas pastas de alto rendimento que são utilizadas na produção de papel imprensa e revistas.



## Segmento de distribuição participa da Two Sides

As entidades representativas de distribuidores e atacadistas agora são membros da Two Sides Brasil na campanha para valorização da comunicação impressa e do papel. A Associação Nacional dos Distribuidores de Papel (Andipa) e o Sindicato Nacional do Comércio Atacadista de Papel e Papelão (Sinapel) aderiram formalmente à campanha, lançada no Brasil em abril de 2014, contribuindo ativamente para a promoção do papel como meio sustentável.

A Two Sides é uma organização sem fins lucrativos, fundada em 2008, presente em cinco continentes, incluindo o Brasil, com o objetivo de desfazer mitos e difundir informações sobre a sustentabilidade do uso do papel e da comunicação impressa, além de combater o *greenwashing* (maquiagem verde – ver página 7). Ao aderir à Two Sides, os membros também assumem o compromisso de minimizar e reduzir o impacto ambiental de suas atividades de forma que contribuam para o desenvolvimento sustentável.

O Conselho diretivo da Two Sides Brasil é presidido pelo presidente do Sindicato das Indústrias Gráficas do Estado de São Paulo (Sindigraf-SP), Fabio Arruda Mortara, e conta com apoio de representantes da cadeia do papel e da impressão. Entre as ações da campanha estão o lançamento e veiculação de peças publicitárias de promoção e esclarecimento quanto à sustentabilidade do papel e da mídia impressa e pesquisas, como a realizada pelo Datafolha (veja página 8).

“É legítimo que uma empresa ou instituição busque alternativas para redução de custos, como os de impressão e postagem. Mas, fazer isto mascarado de bom-mocismo e à custa de crucificar a cadeia do papel, disseminando informações incorretas é desserviço à população e desrespeito ao segmento que é verdadeiro exemplo de sustentabilidade – ambiental, econômica e social”, afirma Vicente Amato Sobrinho, executivo que está a frente das duas entidades.

### Na prática

Como novos membros da Two Sides, Andipa e Sinapel já demonstraram dedicação e empenho à campanha. Em novembro, Vicente Amato apresentou o assunto para uma plateia com mais de 150 presidentes de sindicatos do comércio, reunidos na Fecomércio SP. Surpreendido com as ações de difamação do papel, o público presente demonstrou interesse em conhecer os argumentos que desmistificam e comprovam a sustentabilidade do papel e da comunicação impressa. A campanha e o apoio das entidades também foi assunto da última reunião conjunta realizada entre os distribuidores.

## Conselho de publicidade coíbe “maquiagem verde”

Propaganda enganosa que confere atributos “verdes” que não existem ou não estão comprovados a produtos, serviços ou marcas. Esta é a denominação de “greenwashing”, em geral traduzido com “maquiagem verde”, prática que desde 2011 passou a ser coibida pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar). Desde agosto daquele ano, o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária inclui regras para veiculação de informações e indicativos ambientais na publicidade institucional e de produtos e serviços, que devem comprovadamente atender aos princípios de veracidade, exatidão, pertinência e relevância.

O texto consta no Parágrafo Único do Artigo 36 do Código, onde determina que a publicidade deve refletir as preocupações de toda a humanidade com os problemas relacionados com a qualidade de vida e a proteção do meio ambiente. E, ainda prevê o combate aos anúncios que estimulem poluição de qualquer espécie, depredação e desperdício de recursos naturais.

Os infratores podem ser punidos, de acordo com o Artigo 50, com advertência; recomendação de alteração ou correção do anúncio; recomendação aos veículos no sentido de que sustentem a divulgação do anúncio; divulgação da posição do Conar com relação ao

anunciante, à agência e ao veículo, através de veículos de comunicação, em face do não acatamento das medidas e providências preconizadas.

As denúncias podem ser feitas diretamente no portal do Conar, sendo que as infrações são julgadas pelo Conselho de Ética do órgão.

A medida do Conar foi bem recebida pelos interlocutores da sustentabilidade e do consumo consciente, como o Instituto Akatu. “O consumidor consciente adota critérios de sustentabilidade na hora de escolher produtos e serviços e também tende a privilegiar empresas responsáveis social e ambientalmente. Essa decisão do Conar é essencial para ajudar a dar mais transparência e veracidade às informações usadas pelos consumidores em suas decisões de compra”, comenta Helio Mattar, diretor-presidente do Instituto Akatu, em reportagem publicada no site da entidade.

É exatamente esta consciência ambiental que pode dar ao consumidor condições de avaliar o impacto de cada meio de comunicação com base no ciclo de vida de cada produto e eliminar mitos depreciativos explorados na competição mercadológica. “É questão de escolha. Imprimir é um ato de dignidade, desde que seja em papel certificado”, avalia Celso Foelkel, engenheiro agrônomo, especialista e estudioso em florestas.

# Datafolha pesquisa percepção do brasileiro sobre a comunicação impressa

Pesquisa realizada pelo instituto Datafolha para a campanha Two Sides Brasil mostrou que o brasileiro prefere ler livros, revistas e cartas impressas, mas na leitura do jornal já tende mais ao meio eletrônico. A maioria dos entrevistados considera o papel o meio ideal para guardar documentos importantes e tem pouca informação sobre a reciclagem de papel no Brasil, assim como sobre o tamanho das florestas e os impactos que sofre dos segmentos industriais.

O estudo aplicado no Brasil reproduziu a pesquisa realizada pela Two Sides na Europa e nos Estados Unidos sobre a percepção dos consumidores sobre impressão e uso do papel. A pesquisa Datafolha ouviu 2.074 pessoas acima de 16 anos, entre os dias 4 e 8 de agosto, em 135 municípios, entre regiões metropolitanas e cidades do interior. Segundo o instituto, a margem de erro máxima para o total da amostra é de dois pontos percentuais para mais ou para menos, considerando um nível de confiança de 95%.

Os entrevistados da amostra responderam perguntas sobre sustentabilidade – florestas e reciclagem – e sobre a relação da comunicação impressa em comparação ao meio eletrônico – meios de leitura e guarda de documentos. Também foram questionados quanto à lembrança de propagandas sobre o uso sustentável de papel da comunicação impressa.

“Os principais números comprovam uma realidade que já intuíamos: o brasileiro prefere fazer suas leituras e comunicações em papel e também confia mais nessa mídia para conservar seus documentos importantes”, avalia Fabio Arruda Mortara, presidente do Sindicato das Indústrias Gráficas no Estado de São Paulo (Sindigraf-SP), entidade que coordena a implementação da Two Sides Brasil, com apoio da Associação Nacional de Jornais (ANJ), Associação Nacional dos Editores de Revistas (Aner) e outros representantes da cadeia do papel e da impressão.

Na opinião de Mortara, a pesquisa confirmou também a necessidade de uma campanha como a Two Sides Brasil. “Apenas 20% dos entrevistados já tinham visto alguma propaganda sobre a sustentabilidade do papel e da comunicação impressa. É fácil inferir que faltam informações confiáveis, o que deixa brechas para mitos que alimentam a prática de greenwashing, quando empresas preocupadas em reduzir seus custos recorrem a argumentos supostamente ecológicos para cessar o envio de extratos, boletos e outras correspondências de interesse do consumidor. Temos a missão de desconstruir esses mitos”, disse ele.



## Reunião conjunta avalia cenários

O momento político e econômico nacional, o mercado de papel, a participação dos distribuidores e as perspectivas de futuro da atividade deram a tônica da última reunião do ano dos associados Andipa e Sinapel, realizada em novembro, na sede da FecomércioSP.

O encontro começou com a palestra do diretor do departamento de relações com órgãos de governo da FecomércioSP, Pascoal Innechi, que apresentou um panorama do cenário político brasileiro após as eleições majoritárias deste ano. Segundo ele, a redistribuição de poderes entre os partidos com representatividade e a nova composição da Câmara e do Senado, para o segundo mandato da presidente Dilma Roussef, não devem promover as reformas necessárias. “Seria mais importante começar pela reforma política, para dimensionar o tamanho do Brasil que queremos”, avalia Innechi.

Em seguida, os distribuidores avaliaram e comentaram as condições dos mercados de cada tipo de papel em suas regiões e estados. No caso do papel jornal, por exemplo, foi relatada queda no consumo de 16% ao ano, impactando no faturamento das empresas que buscam novos itens para ampliar a oferta de produtos e manter sua participação no mercado de distribuição de papel. A concorrência com os impressos importados prontos e o avanço dos meios digitais mudando o comportamento do consumidor de impressos também

foram discutidas, chegando à conclusão unânime de que “o distribuidor precisa estar cada vez mais próximo e dar apoio aos seus clientes”.

Sobre as perspectivas para o mercado de distribuição de papel, destacou-se que deve haver mais consolidação, um processo que já se iniciou pelas ações do Recopi e da embalagem especial para papel imune. No entanto, a redução do mercado de alguns tipos de papéis que já vem acontecendo não implica necessariamente em menor participação da distribuição, que pode passar a atender clientes que antes compravam direto de fábrica. “A distribuição tem participação pequena no âmbito geral”, observou o presidente da Andipa, Vitor Paulo de Andrade, enfatizando que as empresas devem buscar acomodar seus volumes, garantindo margens saudáveis ao negócio da distribuição.

Também foram tratados de assuntos administrativos das entidades, que dependem de votação em assembleia, conforme previsto em seus estatutos.

Reconhecendo a participação ativa da Andipa em todas as demandas setoriais de interesse do distribuidor, destacou-se a importância de fortalecer a entidade com engajamento dos associados e adesão de novos membros. “Para isso, uma das metas da diretoria da Andipa para o próximo ano, será buscar novos associados”, afirmou o presidente executivo da Andipa, Vicente Amato Sobrinho.

## Entidades se reúnem em almoço de confraternização

As diretorias da Andipa e do Sinapel receberam seus associados, colaboradores e parceiros no já tradicional almoço de confraternização de fim de ano, realizado no dia 4 de dezembro no Dinho's Place, em São Paulo. Também estiveram presentes representantes da FecomércioSP.

O evento, para o executivo das entidades, Vicente Amato Sobrinho, é sempre uma oportunidade de troca

de experiências e integração com as entidades, importantes canais de interlocução de distribuidores e atacadistas com demais segmentos da cadeia do papel e os governos.

O presidente do Conselho Diretor da Andipa, Vitor Paulo de Andrade, deu boas-vindas e agradeceu a presença de todos, desejando boas festas e que 2015 seja um bom ano também para o setor.

# Sistema de análise de crédito será nacional

A preocupação dos distribuidores com a crescente inadimplência cria condições para a nacionalização da Central de Informações do Ramo Papeleiro – a CIRP, uma ferramenta para análise de crédito criada em 1997, para atender exclusivamente o segmento atacadista de papel. A CIRP é um sistema de consulta online da Serasa Experian, através do qual as empresas têm informações mais detalhadas e precisas para a concessão do crédito, com total confiabilidade e redução de custos.

A proposta de nacionalização da CIRP foi apresentada aos distribuidores na reunião conjunta realizada em novembro e algumas empresas de outros estados já manifestaram interesse em aderir e solicitaram a documentação. A CIRP foi um projeto pioneiro na implantação de sistemas coletivos para consulta de informações de crédito setorial, modelo hoje replicado em vários segmentos de negócios, como lembra Vicente Amato Sobrinho, presidente do Sinapel que acompanhou todo o processo de criação da central.

“A CIRP começou com um banco de dados e foi o mais difícil e desafiador projeto implantado pelo Sinapel”, afirma Amato, lembrando a dificuldade de vencer os medos que os empresários tinham de trocar informações dos clientes com seus concorrentes. “Isso é mito. São partilhadas informações relevantes para o crédito com total confiabilidade e segurança”, garante o presidente do sindicato, enfatizando que a nacionalização da CIRP vai ajudar a todos os participantes, pois amplia a base de dados e reduz os custos.

## Funcionamento

Atualmente, dezoito empresas do estado de São Paulo participam da CIRP, realizando em média sete mil consultas ao mês. O contrato é firmado diretamente com a Serasa, que rateia os custos de cobrança dos serviços, que são inversamente proporcionais ao volume total de consultas do grupo. Por exemplo, a tabela atual da Serasa Experian tem várias categorias de preços que diminuem à medida que o número de consultas aumenta. Ou seja, o custo

unitário varia de R\$ 6,65, quando são realizadas até mil consultas por mês, até R\$ 2,20 quando passar de 150 mil consultas mensais, diferença de mais de 60%.

Considerando a média mensal de consultas deste ano, os usuários CIRP economizaram cerca de 15%. No entanto, a redução de custos é muito maior. “A empresa praticamente acaba com o departamento de informação comercial, gerando economia com pessoal e telefone”, afirma Vicente Amato, citando que a empresa ganha ainda com a agilidade da operação que é online e independe da disponibilidade e presteza do fornecedor consultado. Ainda assim, os usuários CIRP contam com suporte de um funcionário do Sinapel para solucionar eventuais problemas nas consultas.

## Conteúdo

Além dos dados de praxe fornecidos pelos serviços de proteção ao crédito, como cheques devolvidos, títulos em protesto e demais pendências dos compradores, as consultas feitas pela CIRP disponibilizam também informações personalizadas do setor, como o histórico de pagamentos no mercado, o endividamento e referências de negócios a vista e a prazo com os fornecedores Sinapel, detalhando data e valor da compra e compromissos a vencer. Desta forma, é possível saber para quem e quanto o cliente deve no mercado e como tem honrado seus compromissos. “O cliente pode indicar a referência comercial de um fornecedor que ele paga em dia e ter dívidas ou atrasos expressivos com vários outros. Ou ainda, estourar sua capacidade de endividamento”, afirma Amato, apontando mais vantagens para os participantes da CIRP.

Aderindo ao sistema, a empresa passa a fornecer diariamente os dados sobre suas vendas e recebimentos e a consultar as informações disponíveis para a análise de concessão de crédito. O serviço do Sinapel está disponível a todas as empresas do setor atacadista de papel do país, mesmo que não filiadas. Mais informações podem ser solicitadas pelo site <http://www.sinapel.com.br/cirp> ou pelo email [sinapel@sinapel.com.br](mailto:sinapel@sinapel.com.br).

# Conflito tributário deve ter solução em breve

Depois de mais de três décadas de insegurança jurídica, a indústria gráfica deve ver esclarecido o conflito tributário que deixa margem a interpretações sobre quando é devido o imposto municipal (ISS) e quando se aplica o estadual (ICMS) nos impressos. Há duas possibilidades de solução iminentes, uma através do poder legislativo, onde tramita o Projeto de Lei nº 366 de 2013, e outra via judiciário, através de Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) que aguarda decisão liminar no Supremo Tribunal Federal (STF).

A expectativa deste momento se justifica pelo histórico dos processos, liderados pela Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf). Nas duas esferas, o objetivo é alterar o item 13 - 05 da Lei nº 116, de julho de 2003, que estabelece a cobrança de Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS) para composição gráfica, fotocomposição, clichéria, zincografia, litografia, fotolitografia.

Pelo arcabouço legal vigente, há duas interpretações quanto à tributação dos impressos, o que deixa a indústria gráfica em situação de insegurança jurídico-tributária e a mercê de autuações, como explica o presidente nacional da Abigraf, Levi Ceregado. “Há casos que se enquadram em ISS e vem o estado querendo o ICMS”, exemplifica, acrescentando que em geral, dentro da mesma planta industrial se produz impressos enquadrados nos dois tipos de tributação. Nos casos de cobrança em duplicidade, a empresa é obrigada a recolher e tentar na Justiça reaver o imposto pago, em ações complexas e morosas.

## Histórico

A dúvida jurídica nasceu e cresceu dentro do próprio setor, a partir do enquadramento previsto no Decreto-Lei nº 406, de 31 de dezembro de 1968, que inseria parte das atividades gráficas em serviços. Este entendimento foi mantido na Lei nº 116/2003, em vigor. As autuações e discussões se intensificaram ao ponto de, no início dos anos 80, os estados abrirem mão da tributação do ICMS em favor de os municípios recolherem ISS. A esta altura havia-se estabelecido um padrão com base na utilização do impresso e não em suas características. Ou seja, os impressos personalizados de uso exclusivo do encomendante – como cartões de visita e folders – seriam tributados com ISS; outros produtos – como embalagens, rótulos e etiquetas – teriam incidência de ICMS.

Apesar da distinção e do entendimento com os fiscos estaduais e municipais na aplicação da legislação vigente, seguiram-se os casos de autuações e processos administrativos e judiciais sobre a tributação.

Para esclarecer a questão, a Abigraf motivou a

apresentação do Projeto de Lei nº 183/2001, acrescentando à legislação o seguinte texto: “a confecção de impressos gráficos somente estará sujeita à incidência do ICMS quando se destinar a posterior operação de comercialização ou industrialização, ainda que incorporado à outra mercadoria que deva ser objeto de circulação”. Depois de oito anos tramitando na Câmara e no Senado o projeto sofreu inúmeras emendas até ser aprovado. As mudanças despertaram o lobby das prefeituras contra o projeto, que foi vetado pela então presidente Lula. Novamente o setor se mobilizou para tentar derrubar o veto presidencial. Mas, na prática voltava à estaca zero na questão do conflito tributário.

Diante do insucesso no legislativo, em 2010 a Associação contratou o tributarista Humberto Ávila e, através da Confederação Nacional da Indústria (CNI), entrou com uma ADI no STF, mesmo caminho percorrido meses antes pela Associação Brasileira de Embalagem (ABRE). As ADIs contestam o artigo 1º, caput, e parágrafo 2º da Lei Complementar nº 116/03, e o subitem 13.05 da lista anexa à lei.

No Supremo, as duas ADIs foram apensadas até o julgamento liminar, quando os ministros entenderam que a ação da indústria gráfica é mais ampla e decidiram novamente separá-las. Em 11 de abril de 2011, o STF deu liminar favorável à ABRE, decidindo que incide ICMS sobre a fabricação de embalagens. Os dois processos ainda tramitam no Supremo, o da Abigraf ainda em pedido de medida cautelar e o da ABRE aguardando julgamento do mérito da ação. Mesmo assim, a expectativa da indústria gráfica é de que prevaleça o entendimento inicial da Corte, esclarecendo a aplicação dos dois impostos.

## De volta ao legislativo

Acompanhando atentamente as movimentações a cerca da legislação tributária, a Abigraf conseguiu sensibilizar a Associação Brasileira das Secretarias de Finanças das Capitais (ABRASF), que concordou em esclarecer o problema através da proposta que já pretendia apresentar para alteração da Lei Complementar nº 116/2003, que dispõe sobre o ISS. O Projeto de Lei do Senado nº 386/2012 foi apresentado pelo Senador Romero Jucá, em 30/10/2012, aprovado na Casa em 27 de novembro de 2013 e encaminhado à Câmara dos Deputados, onde aguarda apreciação do plenário, tramitando em regime de prioridade.

“A expectativa é que o projeto entre na pauta do plenário ainda em dezembro”, afirmou Levi Ceregado, explicando que pelo princípio da anualidade, as alterações entram em vigor no ano seguinte a aprovação.

# Indústria gráfica fecha ano em queda e prevê novo recuo para 2015

A produção da indústria gráfica brasileira deve encerrar 2014 com retração de 1,7% frente ao ano anterior. O resultado negativo deve prevalecer em 2015, quando o setor prevê recuo de 1,1%, conforme divulgado pela Associação Brasileira da Indústria da Gráfica (Abigraf), no dia 16 de dezembro, em evento de encerramento do ano, quando apresentou a retrospectiva de 2014 e as previsões para o próximo ano.

A projeção de desempenho é realizada pelo Departamento Econômico da Abigraf, com base na Pesquisa Industrial Mensal do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Os últimos dados consolidados são do terceiro trimestre, que registrou crescimento de 7,5% na comparação com os três meses anteriores, já descontado o padrão sazonal. “O bom desempenho de julho a setembro compensou o impacto negativo da Copa no segundo trimestre e parece ter tido como motor a produção de materiais para as campanhas eleitorais”, avalia o presidente nacional da Abigraf, Levi Ceregato.

O desempenho, considerado surpreendente, não conseguiu reverter o saldo negativo do acumulado anual (-1,6% até setembro), tampouco alterar a expectativa de fechar o ano com queda de 1,7% frente a 2013.

De acordo com os números divulgados, o segmento de embalagens responde por 40% da produção gráfica, seguido pelos impressos editoriais (livros, revistas e jornais) que totalizam 29,2%. Os impressos promocionais participam com 9,8% da produção; impressos de segurança 6,7%; etiquetas 4,4%; cadernos 2,8%; pré-impressão 3,4%; cartões 3,1%; e envelopes 0,7%.

## Balanço

Mesmo com indicadores negativos, o setor gráfico lista conquistas do ano de 2014, com avanços significativos em demandas históricas, como a redução temporária de 14% para 2% do imposto de importação de 91 máquinas e equipamentos gráficos sem similar nacional. O setor também celebra a desaceleração na importação de impressão de livros, que caíram 10%, totalizando 2,3 mil toneladas de produtos entre janeiro e novembro deste ano.

Outra vitória apontada é a negociação com o governo para priorizar os produtos impressos em gráficas brasileiras nas compras para o Programa Nacional do Livro Didático, e também incluir a exigência de declaração de uso de papel com certificação Cerflor ou FSC, nas licitações públicas para compra de livros didáticos e cadernos.

“O Brasil é um dos mercados mundiais mais promissores para a indústria gráfica e deve se tornar o oitavo maior do mundo até 2017, de acordo com estudo da Unidade de Inteligência da revista inglesa *The Economist*. É uma oportunidade de consolidação para as empresas do setor, mas precisamos criar condições para aproveitar esse bônus, o que depende da integração virtuosa de toda a cadeia em favor da competitividade”, afirma o presidente nacional da Abigraf. Segundo essa projeção, os segmentos com melhores oportunidades de crescimento são embalagens, rótulos, etiquetas e revistas.

## Ano novo

Focada na competitividade, a lista de demandas para 2015 mantém temas tributários e de regulamentação em prol da produção nacional. A entidade também referendou o engajamento no combate ao uso indevido do papel imune e pretende atuar contra as chamadas “gráficas de pasta” (empresas não-gráficas que disputam concorrências de forma predatória) e o disciplinamento da atuação das gráficas religiosas, estatais, sindicais e assistenciais para que não utilizem seus benefícios fiscais e tributários na realização de trabalhos alheios à sua finalidade principal.

O presidente do Sindigraf-SP, Fabio Arruda Mortara, destacou que “apenas a união da cadeia produtiva é capaz de criar condições factíveis para o crescimento sustentável do setor”, citando como exemplos a campanha mundial *Two Sides* e o Comitê da Cadeia Produtiva do Papel, Gráfica e Embalagem (Copagem).

Conclamando o olhar para futuro, Ceregato lembrou que o setor tem tecnologia, capacitação técnica, talento humano, além de um histórico de superação. “Essas virtudes nos manterão fortes e serão a base do resgate de nossa competitividade”.

## Importação de I&E voltou a crescer

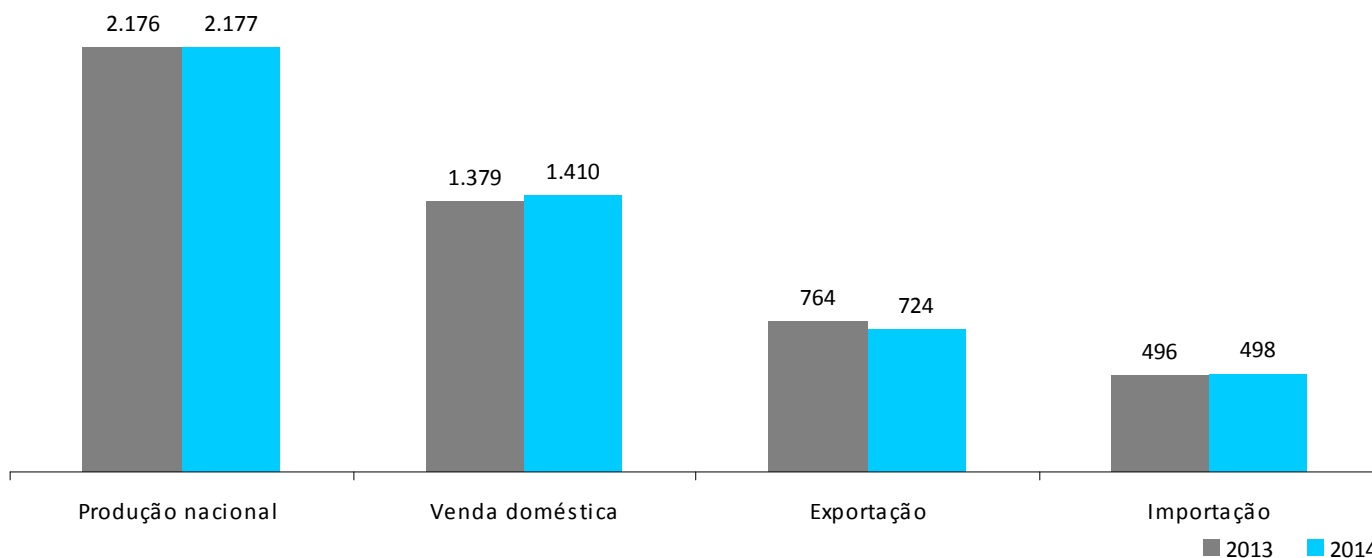
Revertendo a tendência de queda apresentada nos meses anteriores, a importação de papéis para impressão e escrita (I&E) aumentou 36,4% no mês de outubro de 2014 (60 mil toneladas) ante o mesmo mês do ano anterior (44 mil toneladas). Com isso, o acumulado do ano que vinha abaixo de 2013 também teve indicador positivo. De acordo com os dados detalhados na sexta edição do informativo Cenários Ibá, os papéis importados somaram 498 mil toneladas nos dez meses do ano, 0,4% mais que as 496 mil toneladas apuradas no mesmo período de 2013.

No mês de setembro, as entradas destes papéis foram ainda maiores, somando 61 mil toneladas. Ainda que nos últimos dois meses do ano não tenha mantido o mesmo ritmo, as importações de papéis de

imprimir e escrever em 2014 podem superar as 559 mil toneladas internalizadas no ano anterior. O volume importado vinha caindo anualmente desde 2010, quando atingiu o recorde de 735 mil toneladas. Em 2011, desembarcaram 699 mil toneladas de papéis estrangeiros destes tipos e no ano seguinte, outras 661 mil toneladas.

Considerando o total geral, que inclui embalagens, papéis sanitários, jornal, papel cartão e outros tipos, as importações brasileiras de janeiro a outubro foram de 1.086 mil toneladas. Em novembro, foram desembarçadas mais 98 mil toneladas de papéis, chegando a 1.184 mil toneladas no ano, conforme dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex).

### Papéis de Imprimir e Escrever janeiro a outubro - em mil toneladas



Fonte: Cenários Ibá / 06

## Indústria nacional vende mais ao mercado interno

Apesar do crescimento das importações e da estabilidade na produção, no acumulado de janeiro a outubro, a indústria nacional aumentou em 2,2% suas vendas ao mercado doméstico, compensando a queda de 5,2% nas exportações de papéis para imprimir e escrever. Foram 31 mil toneladas a mais este ano, somando 1.410 mil toneladas vendidas internamente, 161 mil toneladas só no último mês, que registrou crescimento de 1,3% em relação a outubro de 2013, conforme consta na publicação Cenários Ibá.

No período, a produção de papéis de imprimir e escrever foi de 2.177 mil toneladas, apenas uma tonelada a mais que no comparativo anterior. No geral, a produção nacional diminuiu 0,3%, caindo de

8.680 mil toneladas no acumulado de 2013 para 8.657 mil toneladas em 2014. Respondendo por mais de 50% da produção brasileira de papel, as embalagens registraram crescimento de 0,4% ante as 4.447 mil toneladas do ano anterior.

O desempenho do produto nacional foi positivo em 0,6% nas exportações em geral, que somaram 1.560 mil toneladas até outubro de 2014. Deste total, 575 mil toneladas foram de embalagens, que registraram crescimento de 12,5% em relação as 511 mil toneladas de 2013. Os embarques de papéis de imprimir e escrever recuaram 5,2% de 764 mil toneladas para 724 mil toneladas no período analisado.



# Importação de MWC dobra e de cuchê cai 12,5%

Três dos sete grupos de papéis acompanhados mensalmente pela ANDIPA tiveram aumento nas importações no período de janeiro a novembro deste ano, em comparação com o mesmo período de 2013. O desempenho que mais chama a atenção é o do MWC, classificado na Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM) 4810.29.90, que saltou de 39,3 mil toneladas para 80,4 mil toneladas, conforme dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex), do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC), disponíveis através do sistema AliceWeb.

Dentre os tipos de papéis que apresentaram queda, o destaque é o grupo de cuchês, que inclui as NCMs 4810.13.89, 4810.13.90, 4810.19.89 e 4810.19.90, e teve saldo de 254,6 mil toneladas nos onze meses de 2014, 12,5% menor que no equivalente do ano anterior (291,1 mil toneladas).

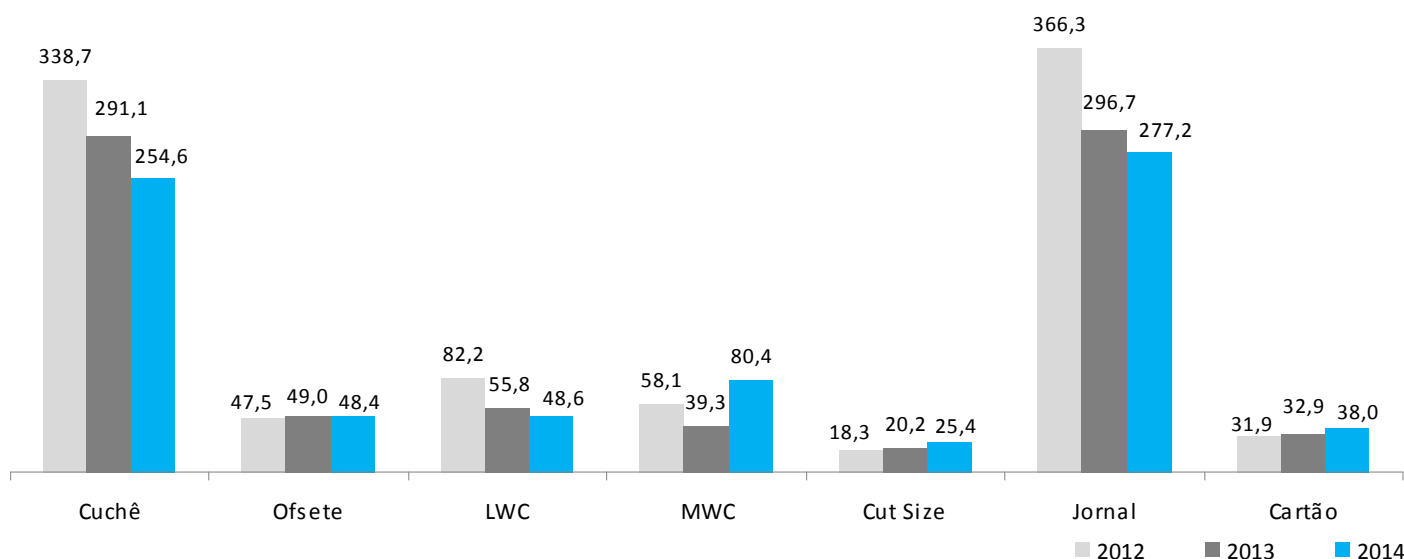
Com demanda em baixa, o papel jornal registrou 6,6% de recuo nas importações, passando de 296,7 mil toneladas para 277,2 mil toneladas no período de comparação. Dependente do fornecedor estrangeiro, o mercado de jornal diminuiu 24,3% em relação aos volumes de 2012, quando foram importadas 366,3 mil toneladas.

Proporcionalmente a maior queda foi verificada nas importações de LWC (NCMs 4810.22.10 e 4810.22.90). Conforme os dados da Secex, o volume de LWC diminuiu 12,9%, de 55,8 mil toneladas entre janeiro e novembro de 2013 para 48,6 mil toneladas, em 2014. Quando comparado a 2012, com 82,2 mil toneladas em onze meses, o recuo chega a 40,9%.

No grupo dos papéis ofsete (NCMs 4802.55.92, 4802.55.99 e 4802.57.99), os volumes apresentaram leves oscilações, somando 48,4 mil toneladas nos onze meses deste ano, 49 mil toneladas em 2013 e 47,5 mil toneladas no ano anterior.

*Cut size* e cartão também tiveram aumento nos volumes importados este ano, 25,7% e 15,5% respectivamente. De acordo com a Secex, entraram no país 25,4 mil toneladas de papéis cortados nas NCMs 4802.56.10 e 4801.5699 até novembro de 2014, 5,2 mil toneladas a mais que no mesmo período de 2013. Já o cartão (NCM 4810.92.90) somou 38 mil toneladas, ante as 32,9 mil toneladas do período de comparação.

## Importação de Papéis janeiro a novembro - em mil toneladas



Fonte: AliceWeb – Secex / MDIC

Distribuidores Associados

