

News Paper®

Informativo
Setorial ANDIPA



Nesta edição

Consumo aparente de papel cresceu em 2014

Página 7

Importação anual de cuchê recua 11% e de MWC dobra

Página 8

Balança comercial do setor gráfico tem déficit menor

Páginas 10

Segmento editorial lidera importação

Página 11

Regras e novas alíquotas de Pis e Cofins

Páginas 3 e 4

Vocação para distribuir

A saudável relação entre fabricante e seus distribuidores depende da definição de regras claras e transparentes, de forma que cada um possa desenvolver mais e melhor suas competências.

Páginas 2

Certificação dá selo de qualidade às gráficas

Para transformar um papel produzido a partir de florestas plantadas e certificadas em um produto amigo do meio ambiente, a indústria gráfica brasileira precisa garantir que todos os seus processos e demais insumos são compatíveis com a preservação ambiental e o desenvolvimento sustentável. Para isso, a ABTG Certificadora desenvolveu o Selo de Qualidade Ambiental.

Página 5

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

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

Vocação para distribuir

Tudo o que sai das máquinas e parques fabris precisa percorrer um caminho – normalmente longo – até cumprir seu objetivo. Produzir e comercializar são atividades complementares, que precisam de sintonia bem ajustada para atender às demandas de consumo, econômicas e sociais – gerar lucro aos acionistas, empregos e renda.

Do lápis à gasolina, do biscoito ao terno de grife, todos os produtos industrializados precisam de uma rede de distribuição para chegar aos seus consumidores.

Normalmente todos os setores produtivos nomeiam empresas comerciais para a distribuição dos seus produtos. Essas nomeações não são obrigatórias, pois cada setor atua da maneira mais prática para escoar sua produção. É uma opção puramente comercial do fabricante.

Entretanto, quando se opta por criar uma rede de distribuidores é importante que o modo de atuação de ambas as partes seja bem definido, para se evitar conflitos entre os distribuidores e com o próprio produtor.

Nada de errado em o produtor de tomate vender o fruto de sua colheita diretamente na feira. Mas, se nomear um feirante para comercializar a sua produção, não dá para ocupar a barraca ao lado e ficar disputando a freguesia!

É óbvio que a vantagem competitiva está do lado daquele que pode ter melhores preços e,

principalmente, informações privilegiadas. Assim como, também é evidente que uma relação comercial entre “concorrentes” dificilmente se pautará pela confiança ou será longa e, tampouco, bem-sucedida.

Essa disputa direta avilta os preços no mercado como um todo, disseminando prejuízos, já que não deixa clara a distinção entre cliente de fábrica, que compra grandes volumes, e os clientes de mercado, que devem ser atendidos pela distribuição. A adoção de uma política saudável, que estabeleça limites, direitos e obrigações para as partes é a melhor solução.

No setor papelero, temos distribuidoras com genuína vocação comercial, disputando mercado com aquele que deveria ser seu parceiro fornecedor. Felizmente, temos também bons exemplos de políticas tão bem definidas em que é mais comum um cliente de fábrica recorrer à distribuição, do que a indústria abordar uma gráfica ou consumidor.

Seria excelente para o mercado de papel que o relacionamento entre fabricante e distribuidores fosse sempre baseado em normas claras, com uma política transparente que favorecesse a confiança.

Parece óbvio, mas essa concorrência não é salutar. Se cada agente do setor focasse na sua atividade fim poderíamos ter um ciclo virtuoso, com melhores relações e ganhos!

Vitor Paulo de Andrade

Papel entra no ajuste e terá aumento de Pis e Cofins

O papel entrou no pacote de medidas para ajuste da economia anunciado em janeiro pelo governo federal, que incluiu o aumento da alíquota do Pis e Cofins nas importações. De acordo com a Medida Provisória 668, publicada em 30 de janeiro de 2015, a partir de 1º de maio entrarão em vigor as novas alíquotas, que no caso do papel passarão de 9,25% para 11,75% nas operações em geral e de 4% para 4,76% nas importações de papel imune.

Na avaliação da Andipa, o segmento de distribuição deve ser impactado mais pelo conjunto do cenário da economia atual do que pela elevação pontual das alíquotas. “Afeta mais a questão de capital de giro das empresas”, observa Vitor Paulo de Andrade, presidente da Andipa, ressaltando que parte das importações é de papel imune, que tem alíquota reduzida ou zerada.

ESPAÇO LIVRE

Cenário atual não favorece, mas pede planejamento

Por *Vicente Amato Sobrinho**

Os resultados pífios da economia brasileira do ano passado obrigaram a presidenta Dilma a trocar o ministro da Fazenda. Saiu Mantega e entrou Levy, medida aplaudida, principalmente, pelo mercado financeiro.

O novo ministro, sem titubear, iniciou o preparo do omelete. Quebrou, logo de cara, o ovo dos impostos, do câmbio, dos juros, da inflação, do seguro desemprego, do PIB. Sem se importar com a torcida, focou nos objetivos econômicos clássicos e sabe que, apesar do momento atual de incertezas e sacrifícios, após algum tempo, o omelete ficará pronto e delicioso, o que trará novos e bons ares para a economia. A credibilidade gerará novos investimentos o que trará crescimento para o País.

Para que tudo dê certo é fundamental o apoio incondicional da presidenta e do Congresso ao novo ministro. Não será fácil, pois todas essas medidas trarão recessão, falta de crédito, desemprego como nunca vistos na história recente do Brasil e, com certeza, a pressão virá de todos os setores.

O que vai acontecer com as empreiteiras ligadas ao escândalo da Petrobrás poderá adiar a nova fase de crescimento do Brasil. Afinal, se forem declaradas inidôneas, não poderão mais participar das

licitações o que acarretará a quebra delas e de seus fornecedores, provocando prejuízos inestimáveis ao sistema financeiro. Um verdadeiro caos que deverá acontecer caso não se encontre medida alternativa.

Se os preços das commodities continuarem despencando é impossível prever o que acontecerá. Quebradeira generalizada ou ajuste aos novos tempos?

Nada bom é o cenário que vislumbramos, porém, não podemos parar. Às vezes somos tomados por uma sensação de incompetência diante de tantas incertezas, mas o planejamento de curto prazo e muita cautela são imprescindíveis no atual momento. Temos que estar atentos aos acontecimentos e não ter medo de colocar em prática o plano “B”.

Apesar da situação sombria, quem sabe todos esses fatos não vieram para modificar a humanidade. Quem sabe se, doravante, a ética vai tomar o lugar das mazelas que ocorrem atualmente no mundo todo?

Que assim seja!

* Presidente executivo da Andipa e presidente do Sinapel

Jurídico esclarece incidência de Pis e Cofins sobre papel imune

Por mais conhecida que seja a complexidade do sistema tributário nacional ao qual as empresas estão submetidas, são comuns os casos de dúvidas e inseguranças quanto à legislação tributária. A aplicação das alíquotas de Pis e Cofins nas importações de papel imune, que resultou na autuação de um associado, motivou o esclarecimento da consultoria jurídica, encaminhado aos associados em janeiro passado.

As dúvidas devem-se a interpretação dos decretos posteriores às leis que regem a comercialização de papel imune (Lei 11.945/09, que estabelece a obrigatoriedade do registro especial) e que dispõe sobre a contribuição para Pis e Cofins sobre importações (Lei 10.865/04). Nos dois casos, cabe o entendimento de que o registro especial credencia a empresa na operação com papel imune e que a efetiva destinação final do papel assegura as benesses fiscais. No entanto, referem-se a especificidades que dão margem a interpretações e autuações.

No primeiro caso, o coordenador da área tributária da LBZ Advocacia, Gustavo Dalla Valle Baptista da Silva, explica que, ao regulamentar a legislação que estabelece a exigência de registro especial, “o Decreto nº 6.842/09, em seu art. 1º, § 1º, IV, passou a dispor no sentido de que as empresas que comercializam ou distribuem o “papel imune” – destinado à impressão de jornais e/ou periódicos – somente poderiam efetuar vendas a empresas jornalísticas ou empresas gráficas destinadas à impressão de periódicos e jornais”. Ou seja, na prática a Receita Federal está autuando os contribuintes que, mesmo atendendo à legislação do registro especial, vendem seus produtos a outras empresas para comercialização “sob o fundamento de que a venda com desoneração de tributos somente poderia ser realizada se efetuada a empresas jornalísticas (UP) ou gráficas (GP)”.

Este foi o caso da distribuidora que apresentou a questão à Andipa, que – assim como outras associadas – está amparada em decisões liminares para a aplicação da legislação do Pis e Cofins na

importação de papel imune. Acontece que as duas ações judiciais movidas pela Andipa em favor de seus associados não abrangem essa discussão, pedem a concessão dos benefícios fiscais previstos na Lei 10.865/04, que reduzem as alíquotas de Pis e Cofins na comercialização de papel imune, sem a obrigação de comprovar representação de fabricante estrangeiro.

A primeira ação, movida em 2011, que questiona o § 1º, do artigo 1º, do Decreto 5.171/04 e pede a redução de alíquota para 4% nas importações de papel imune, foi acatada em primeira instância, tendo a União recorrido da decisão. A segunda medida questiona a mesma restrição imposta aos distribuidores pelo § 1º, do artigo 1º, do Decreto 6.842/09, que regulamenta a concessão de alíquota zero na importação de papéis enquadrados nas NCMs 4801.00.10, 4801.00.90, 4802.61.91, 4802.61.99, 4810.19.89 e 4810.22.90, quando destinados à impressão de livros e periódicos. O benefício é válido até que a produção nacional atenda a 80% do consumo interno.

A segunda ação judicial impetrada em 2012, também teve pedido de liminar concedido e aguarda julgamento do mérito. Ainda de acordo com a consultoria jurídica, o fundamento das duas ações se baseia no fato de o decreto ter inovado a legislação.

Na situação agora trazida a Receita não está olhando a entrada do papel no Brasil e a condição do importador, mas a natureza do cliente, dando nova interpretação duvidosa da legislação. Assim, as operações ainda são passíveis de autuação quanto à incidência de Pis e Cofins se envolverem vendas de papel imune a empresas não gráficas ou editoras. “Sob o ponto de vista conservador, apenas a venda a empresas jornalísticas, editoras ou gráficas possuidoras do registro especial “UP” ou “GP” está salvaguardada. Na hipótese de venda a outros distribuidores o entendimento da Receita, ainda que contrário à boa interpretação da legislação, oferece risco de autuação”, orienta o especialista da LBZ, destacando que a decisão pela tomada do risco passa, portanto, pela análise da relevância financeira da operação.

Reconhecendo a certificação

O papel é um produto natural, renovável e com muitos atributos sustentáveis, que podem ser comprovados através das certificações. Esse mecanismo de identificação já está presente no dia a dia dos consumidores e tem sido cada vez mais reconhecido.

Uma das certificações utilizadas no Brasil é do Forest Stewardship Council (FSC), que tem três tipos de certificados: o manejo florestal, garantindo que a floresta é manejada de forma responsável; a madeira controlada, que se aplica no controle de madeira não certificada; e a cadeia de custódia, que garante a rastreabilidade desde a produção da matéria-prima que sai das florestas até chegar ao consumidor final. É neste último que estão todas as empresas ligadas à comercialização do papel e à produção gráfica.

Segundo o FSC, o Brasil conta com 1.035 certificados na modalidade de cadeia de custódia. Estas certificações são divididas por tipo de produto e uma mesma empresa pode ter certificação de mais de um

produto. De acordo com a FSC, 139 empresas têm certificação para o produto papel; 406 para embalagens de papel; 519 para artigos de papelaria; 525 para materiais impressos; e, 26 para papel ondulado e papel cartão.

Para que a certificação seja cada vez mais reconhecida e valorizada, a FSC lançou no início de fevereiro a primeira campanha focada no consumidor final no Brasil. Com o filme chamado “Procure o selo”, divulgado no site oficial do FSC e nas redes sociais, a instituição quer incentivar a população a exigir o selo de origem de produtos florestais como móveis, jornais, revistas, embalagens e lápis.

Este é um esforço que algumas empresas do setor já vêm fazendo. A Tetra Pak, por exemplo, divulgou que em 2014 produziu 9,7 bilhões de embalagens no Brasil com o selo do FSC, um incremento de 12,3 % em comparação com o ano passado.

Selo atesta qualidade ambiental da gráfica

A indústria gráfica brasileira já conta com um selo próprio de qualidade, desenvolvido pela Associação Brasileira de Tecnologia Gráfica – ABTG Certificadora, além das certificações de manejo florestal concedidas pelo Forest Stewardship Council (FSC) e pelo Programa Brasileiro de Certificação Florestal (Cerflor).

O selo verde foi desenvolvido de acordo com a ISO 14001, de gestão ambiental, porém considerando as especificidades da indústria gráfica brasileira, como explicou o diretor técnico da ABTG, Bruno Mortara. “É uma ação inovadora e recente, oferecendo um selo diferencial, que depende de ser percebido pelo meio gráfico e pelo cliente final”, explica, acrescentando que o selo visa eficiência na produção gráfica, o que significa redução de retrabalho e de desperdícios e, “em última instância, o sucesso do negócio e sua sustentabilidade”.

Lançado em 2013, o selo foi concedido até agora às gráficas Plural e Stilgraf. O selo de qualidade ambiental da ABTG atesta que empresas gráficas

possuem processos com a devida responsabilidade ambiental, considerando todos os estágios do ciclo de vida do produto: extração de recursos, fabricação, uso e descarte. Isto inclui desde a certificação florestal do papel ao manejo, passando por todos os insumos utilizados na indústria gráfica, como tintas, vernizes, chapas e solventes.

“Os fabricantes desses produtos integram o esforço do setor para o desenvolvimento de tecnologias que reduzem significativamente os impactos ambientais”, explica Ricardo Coube, coordenador do Grupo Empresarial de Sustentabilidade da regional paulista da Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf-SP). Ele cita como exemplo, as tintas utilizadas no processo gráfico, que eram basicamente de recursos minerais, portanto, não renováveis. “Hoje, já dispomos de tintas à base de soja, matéria-prima facilmente renovável”, conta Coube, destacando também que o uso de insumos biodegradáveis tem reduzido sobremaneira os impactos ambientais.

Associados avaliam informativo

A diretoria da Andipa quis ouvir de forma ordenada e clara os associados sobre o informativo NewsPaper e os assuntos tratados na publicação. O objetivo da iniciativa, como explica o presidente do Conselho Diretor, Vitor Paulo de Andrade, é alinhar a expectativa e a estratégia de comunicação, promovendo os ajustes pontuais e periódicos necessários para se aprimorar os trabalhos realizados em prol do fortalecimento do segmento de distribuição na cadeia de negócios de papel.

A avaliação dos respondentes foi muito satisfatória, atribuindo conceitos bom e ótimo a todas as questões referentes à forma e ao conteúdo da publicação. Também foram apresentadas sugestões que estão sendo avaliadas e serão implementadas na medida de sua viabilidade, como a adoção de uma versão impressa.

De imediato, o NewsPaper passa a contar com uma coluna opinativa denominada Espaço Livre, onde serão publicados artigos assinados sobre temas afins ao segmento distribuição. Inaugurando esse espaço, a presente edição traz o artigo do presidente executivo da Andipa analisando o atual cenário econômico brasileiro (ver página 3).

Todos os associados e leitores estão convidados a participar da elaboração do NewsPaper, seja encaminhando seus próprios textos ou suas sugestões, que serão apreciadas na definição da pauta pela diretoria, juntamente com a assessoria de comunicação.

Eleito, Amato vai presidir conselho atacadista por mais um ano

O setor de distribuição continuará tendo seu representante à frente do Conselho do Comércio Atacadista, da FecomercioSP. Vicente Amato Sobrinho foi eleito para a presidência do Conselho para a gestão 2015, continuando no cargo ocupado desde 2013, quando aceitou o convite do presidente da Federação, Abram Szajman.

Presidente executivo da Andipa e presidente do Sinapel, Amato é membro da Two Sides Brasil e palestrante de assuntos correlatos, em especial os ligados à valorização do papel. Professor e administrador, também é diretor da FecomercioSP e conselheiro do SESC.

Sob sua presidência, em 2014, o Conselho Atacadista debateu temas como compliance, nichos de mercado, fusão e aquisição de empresas, déficit das contas públicas, além de contar com esclarecimentos da equipe de assessores sobre lavagem de dinheiro e lei anticorrupção e de diversas outras medidas editadas pela Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo. O Conselho também encaminhou ofícios às autoridades constituídas a partir de manifestações apresentadas pelos membros nas reuniões.

Consumo aparente de papel de imprimir e escrever cresceu 3% em 2014

O mercado nacional consumiu 2,33 milhões de toneladas de papéis para impressão e escrita (I&E) no ano passado, recuperando parte da fatia perdida em 2013, quando o consumo havia recuado 5%. A produção nacional foi ligeiramente menor, enquanto o mercado externo registrou queda de 6,2% em relação aos volumes do ano anterior. Os dados disponíveis indicam que o mercado interno demandou mais papel importado, além de comprar mais dos fabricantes nacionais.

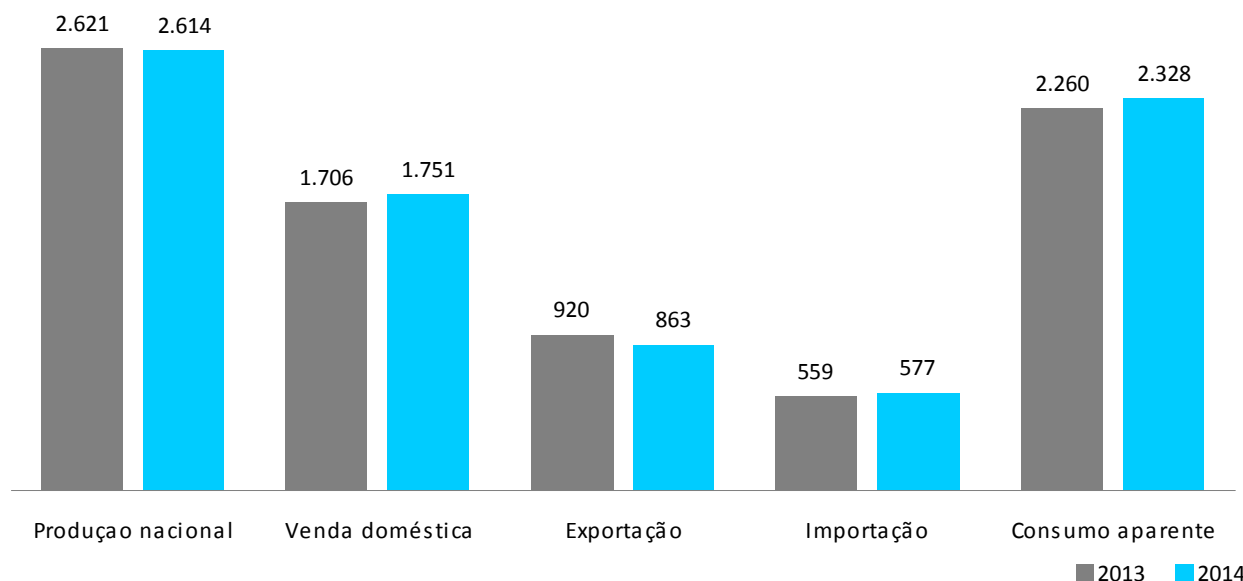
A produção brasileira foi de 2,61 milhões de toneladas, 0,3% menos que em 2013, conforme divulgado no relatório estatístico Cenários Ibá. Dois terços da produção foram vendidos internamente – 1,75 milhão de toneladas, volume 2,6% maior do que no ano anterior (1,71 milhão de toneladas). As exportações levaram 863 mil toneladas, contra 920 mil toneladas embarcadas um ano antes. Já as importações foram 3,2% maiores que as 559 mil toneladas de 2013, totalizando 577 mil toneladas. Com isso, o consumo aparente destes papéis no Brasil cresceu 3% em relação a 2013 (2,26 milhões de toneladas).

Outros tipos

No geral, a produção brasileira de papéis foi de 10,40 milhões toneladas, 0,4% menor em 2014 na comparação com o ano anterior, registrando índices positivos nos segmentos de embalagens e sanitários, 0,3% e 2,5% respectivamente. Já as vendas ao mercado interno somaram 5,72 milhões de toneladas, com crescimento apenas nos segmentos sanitários (3,1%) e de imprimir e escrever (2,6%). A presença do produto brasileiro no exterior cresceu somente nas embalagens. No total, foram exportadas 1,85 milhão de toneladas, 1,1% menos na comparação anual. Com índices negativos nos segmentos de embalagens, jornais e sanitários, as importações totais de papéis diminuíram 0,9% em 2014, somando 1,26 milhão de toneladas.

O consumo de papel imprensa segue em forte tendência de queda, atingindo 396 mil toneladas no ano passado, 11% menos que em 2013. Praticamente 40% menor que em 2008, quando o consumo de jornal foi de 651 mil toneladas.

Papéis de Imprimir e Escrever janeiro a dezembro - em mil toneladas



Fonte: Cenários Ibá / 08

Importação de cuchê recua 11% e de MWC dobra

O mercado brasileiro consumiu menos papel cuchê estrangeiro em 2014, porém aumentou e muito as compras de MWC. Com produção nacional insuficiente para atender a demanda, o cuchê é o principal item das importações brasileiras de papel para impressão e escrita, respondendo por quase metade do volume total deste grupo. Das 577 mil toneladas de papéis de I&E desembarcadas no País no ano passado, 272,7 mil toneladas foram de cuchês, 86,5 mil toneladas de MWC, 51,2 mil toneladas de LWC, 52,9 mil toneladas de papéis ofsete, 26,8 mil toneladas de *cut size* e 86,9 mil toneladas de outros tipos de papéis.

Os dados são apurados no Sistema AliceWeb, da Secretaria de Comércio Exterior (Secex), do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC), com base na classificação dos produtos na Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM).

As importações anuais de cuchê, nas quatro NCMs que englobam as diferentes especificações de produto – 4810.13.89; 4810.13.90; 4810.19.89; e 4810.19.90 – atingiram 363,9 mil toneladas em 2012, caíram para 303,9 mil toneladas no ano seguinte, reduzindo novamente em 2014 (272,7 mil toneladas).

No MWC, o volume do ano passado (86,5 mil toneladas) é recorde desde 2002, quando foram registradas as primeiras importações deste tipo de papel (NCM 4810.29.90). Até então, 2012 tinha a maior importação

de MWC, com 61,5 mil toneladas internalizadas. Pelos dados iniciais, em 2015, o MWC estrangeiro deve continuar sendo alternativa para a produção gráfica. Em janeiro foram importadas 8 mil toneladas, 10% do total do ano passado e 22% mais que no mesmo mês de 2014 (6,5 mil toneladas).

Outros

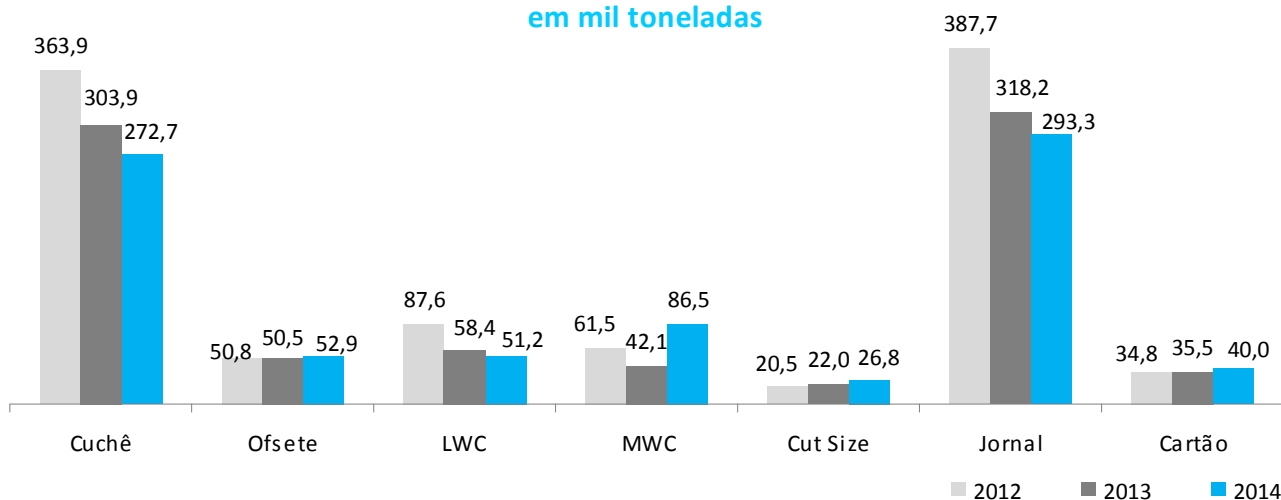
Dentre os segmentos acompanhados pelo NewsPaper, o de ofsete cresceu 4,5%. Segundo dados disponíveis no Sistema AliceWeb, as importações nas três nomenclaturas que compõem o grupo ofsete – 4802.55.92; 4802.55.99; e 4802.57.99 – atingiram 52,9 mil toneladas em 2014, contra 50,5 mil toneladas do ano anterior.

Já as entradas de 51,2 mil toneladas do LWC, representaram retração de 12% sobre as 58,4 mil toneladas desembarcadas em 2013 e mais de 40% na comparação com as 87,6 mil toneladas apuradas em 2012.

Os segmentos de papel cartão (4810.92.90) e *cut size* (4802.56.10 e 4802.56.99) também registraram volumes maiores em 2014 no comparativo com o ano anterior. Conforme números do AliceWeb, no ano passado foram importadas 40 mil toneladas de papel cartão, 12,5% mais do que em 2013 (35,5 mil toneladas). No *cut size*, as importações somaram 26,8 mil toneladas, contra 22 mil toneladas na comparação anual.

Importação de Papéis - anual

em mil toneladas



Fonte: Aliceweb – Secex / MDIC

Volume de importação cai em janeiro

O total das importações do Capítulo 48 da tabela de incidência do imposto sobre produtos industrializados (TIPI), que envolve todos os tipos de papéis, em janeiro deste ano foi de 88,8 mil toneladas, 10 mil toneladas a mais que em dezembro passado e 14,5% menor se comparado a janeiro de 2014 (103,5 mil toneladas), conforme dados disponíveis no sistema AliceWeb.

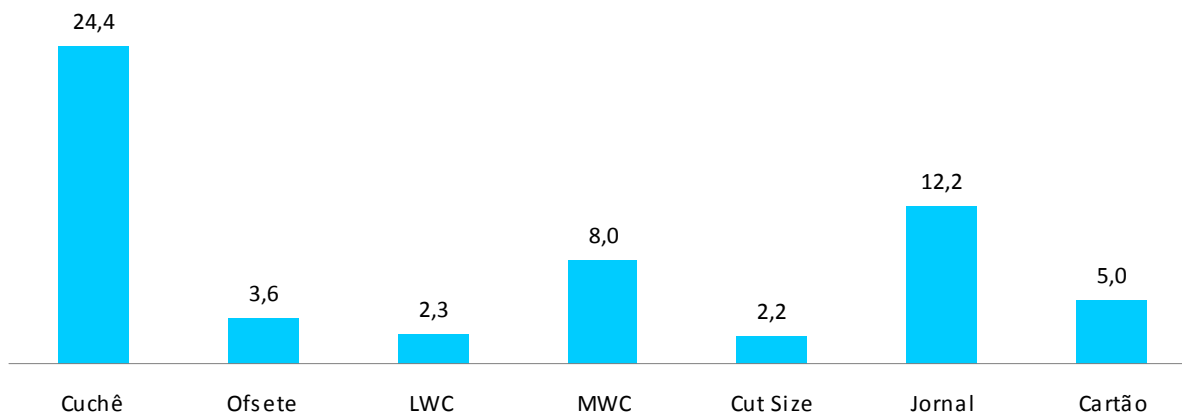
Do grupo de papéis acompanhados pelo NewsPaper, apenas os tipos MWC e cartão registraram volumes maiores do que em janeiro do ano passado. A entrada

de 5 mil toneladas de papel cartão em janeiro deste ano corresponde ao segundo maior volume mensal, ficando perto das 5,2 mil toneladas importadas em maio de 2014.

Dentre os outros tipos de papéis, LWC teve o menor desempenho mensal da série histórica, somando 2,3 mil toneladas em janeiro. As importações de papel jornal seguem em queda e atingiram no primeiro mês de 2015 o segundo menor volume mensal. Foram 12,2 mil toneladas em janeiro, superando apenas as 10,6 mil toneladas importadas em setembro de 2013.

Importação de papéis em janeiro 2015

em mil toneladas



Fonte: Aliceweb – Secex / MDIC

Balança comercial da indústria gráfica teve saldo negativo menor em 2014

Mesmo com déficit, a balança comercial de produtos gráficos mostrou resultados mais positivos em 2014, em relação ao ano anterior. Em valores, as importações recuaram 10%, enquanto as exportações expandiram 7,7%. Com isso, o saldo negativo também recuou, somando US\$ 204 milhões, conforme dados do Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), compilados e divulgados pela Associação Brasileira da Indústria Gráfica. É o oitavo ano consecutivo de déficit na balança comercial do setor gráfico.

Segundo a Associação, a atividade é influenciada pelo câmbio e a valorização do real contribuiu para a piora dos saldos comerciais entre 2005 e 2011. Com a atual depreciação cambial, o cenário deve mudar

dando maior equilíbrio à balança comercial, que também é “influenciada pela piora na demanda externa e o expressivo encarecimento da produção brasileira, que tem prejudicado a competitividade de toda a indústria nacional”, avalia o presidente da Abigraf, Levi Ceregato.

Para 2015, a projeção do setor é que o efeito do câmbio não será benigno (gerando uma pressão sobre os custos que não poderá ser plenamente repassada ao preço final), mas promete trazer oportunidades para 2016. Os segmentos mais sensíveis a essas oscilações são embalagens e editorial, com o primeiro fortemente influenciado também pelo desempenho da indústria em geral.

Balança comercial de produtos gráficos (total em US\$ milhões)			
Período	Exportação	Importação	Saldo Comercial
2004	205,31	142,38	62,92
2005	182,05	180,81	1,24
2006	277,11	212,48	64,63
2007	279,10	319,50	-40,39
2008	255,68	370,48	-114,80
2009	220,34	298,57	-78,23
2010	248,97	409,87	-160,89
2011	269,32	564,85	-295,53
2012	298,16	536,85	-238,69
2013	279,10	548,64	-269,54
2014	289,61	493,82	-204,21

Segmento editorial lidera importação e déficit

As importações de impressos editoriais (livros e revistas) somaram US\$ 180,42 milhões em 2014, contra apenas US\$ 20,57 milhões de exportações, deixando saldo negativo de US\$ 159,85 milhões, quase 80% do déficit da balança comercial do setor. As compras de livros e revistas no exterior diminuíram nos últimos anos, porém em ritmo menor que em outros segmentos.

O segundo item das importações de impressos são as embalagens (US\$ 107,31 milhões), que caíram 21,4% em relação ao ano anterior. Ao mesmo tempo, o segmento de embalagens foi o que mais exportou no período (US\$ 111,58 milhões), superando em 3% os valores de 2013. Desta forma, o saldo do segmento embalagem foi positivo em US\$ 4,27 milhões.

Isoladamente, o segmento de cadernos também apresentou superávit na balança comercial de 2014.

Formam US\$ 30,30 milhões em exportações e US\$ 7,30 milhões em importações, deixando saldo positivo de US\$ 23 milhões.

O segmento de cartões impressos ficou em terceiro lugar nas importações (US\$ 102,02 milhões) e em segundo lugar nas exportações (US\$ 95,36 milhões), e foi responsável pelo déficit de US\$ 6,66 milhões. Nas exportações, o cartão foi o único segmento em que o valor anual apresentou discreto recuo em comparação ao ano anterior (US\$ 95,87 milhões). Em todos os demais, as vendas externas de 2014 superaram os valores de 2013.

Já nas importações, apenas os impressos fiscais e os formulários tiveram valores maiores. Somados, os dois segmentos representam em torno de 2,5% das entradas no período e também ocuparam a lanterna na lista de exportações. (Veja quadros a seguir).

Importação por segmento de produtos gráficos (US\$ milhões)			
	2012	2013	2014
Cadernos	8,54	9,54	7,30
Cartões	113,58	107,67	102,02
Editoriais	190,28	186,01	180,42
Embalagens	127,00	136,54	107,31
Envelopes	0,39	0,43	0,44
Etiquetas	37,50	40,34	33,89
Fiscais	9,16	8,59	8,71
Formulários	1,90	3,02	3,79
Promocionais	48,51	56,49	49,94
Total	536,85	548,64	493,82

Exportação por segmento de produtos gráficos (US\$ milhões)			
	2012	2013	2014
Cadernos	29,82	30,66	30,30
Cartões	105,40	95,87	95,36
Editoriais	29,54	20,33	20,57
Embalagens	108,38	108,13	111,58
Envelopes	0,34	0,51	0,56
Etiquetas	6,29	5,65	7,39
Fiscais	2,89	1,98	2,54
Formulários	1,19	0,90	0,95
Promocionais	14,29	15,07	20,36
Total	298,16	279,10	289,61

Distribuidores Associados

