

# News Paper®

Informativo  
Setorial ANDIPA



## Nesta edição

Recopi Nacional amplia controle das operações com papel imune

Página 9

Justiça confirma benefício fiscal a associadas Andipa

Página 10

Congresso veta volta da alíquota zero do PIS/ COFINS

Página 10

Livro de colorir para crianças ensina valores do impresso

Página 11

Indústria gráfica participa da Drupa

Página 06

## Percepção de retomada econômica cria expectativa positiva

Com a conjuntura nacional mais estável, o ambiente de negócios começa a emitir sinais de reação e cria expectativa de retomada do crescimento.

No mercado de papéis, os indicadores melhores na produção e na venda interna de papéis e na indústria gráfica confirmam a percepção de recuperação.

Páginas 2, 4, e 14

### Confira ainda

Números do mercado editorial em 2015 (Página 7)

Desempenho das importações de papéis no ano (Página 12)

Artigo aborda aspectos dos meios de comunicação (Página 3)

#### 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 (11) 3044-2214

[andipa@andipa.org.br](mailto:andipa@andipa.org.br) / [comunicacao@andipa.org.br](mailto:comunicacao@andipa.org.br)  
[www.andipa.org.br](http://www.andipa.org.br) Andipa também no Facebook

#### 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

Iolanda Moretti

#### Assistente de Diretoria

Edna Souza

#### Assessoria de Comunicação e Conteúdo Editorial

Keser Serviços de Comunicação

#### Jornalista Responsável

Rosângela Valente (Mtb 121/MS)

# Perspectiva de recuperação anima o setor

A evidente melhora no 'humor' da economia brasileira nos últimos meses dá ânimo aos setores e deve contribuir para retomada do crescimento no segundo semestre, período tradicionalmente mais aquecido para o mercado de papéis. É claro que cada segmento econômico tem seu tempo de ação e reação, mas a percepção geral é de que a trajetória descendente foi interrompida e essa perspectiva é uma boa notícia para os negócios ligados ao papel e à produção gráfica.

Os indicadores da economia em geral mostram resultados ruins do ano anterior e dos primeiros meses deste ano. Mas já temos sinais de recuperação das atividades tanto na produção e vendas domésticas de papéis, quanto na indústria gráfica. Considero ainda que os próximos meses comprovarão que a mudança de rumo já aconteceu. Há uma melhora no ambiente de negócios. A queda foi contida e a volta ao crescimento vai depender da força da economia real e do poder de aceleração que coletivamente formos capazes de acionar.

Não podemos ignorar as transformações internas e externas que os momentos de instabilidade provocam. Períodos de crise são momentos que exigem rever práticas, aperfeiçoar processos, melhorar a gestão e primar pela eficiência. As adversidades trazem oportunidades e dificuldades. Uns focam na primeira, outros sucumbem à segunda. Assim, é provável que tenhamos um rearranjo, um reequilíbrio que está em curso.

Seja como for, a excelência é – e será sempre – o diferencial de sucesso e longevidade em qualquer segmento. Os distribuidores de papéis têm função estratégica na cadeia de negócios, por atender com a variedade de produtos, nas quantidades adequadas, com a qualidade e a agilidade necessárias ao bom desempenho da indústria gráfica e editorial. Essa é a vocação do segmento e onde deve estar o foco e objetivo das ações e decisões de cada dia.

Quem enxergou a oportunidade de aprendizado no passado recente, deve colher resultados promissores no futuro próximo.

*Vitor Paulo de Andrade*  
Presidente do Conselho Diretor

# Segmentação e a qualidade na busca da informação com curadoria

Por Diego Oliveira \*

Detentora de uma penetração relevante e altamente qualificada, os jornais e as revistas se destacam na população urbana do País evidenciando, de acordo com os dados EGM (Janeiro a Junho de 2015), um consumo expressivo na faixa de 39% do total da população acima de 10 anos para o meio jornal e 38% para o meio revista. As Classes ABC com 43%, e chegando a penetração de 51% na Classe AB1 e 49% na Classe B2. Toda essa qualificação é alicerçada sobre as possibilidades e a personalização das escolhas. O leitor escolhe o assunto, o momento e o local, só adquirindo os jornais e revistas que tratam de assuntos de seus interesses específicos.

Esse destaque pode ser associado à esfera dos interesses da população, que experimenta uma ampliação sem precedentes, uma vez que o acesso à informação ultrapassa barreiras geográficas. No entanto, o interesse pelos mais variados conteúdos ao mesmo tempo convive com a busca pela “customização” na hora do consumo. Hoje todos nós queremos conteúdos praticamente individualizados, que dialoguem com nossos interesses e opiniões e que sejam “a nossa cara”. Daí a procura por veículos com conteúdos personalizados.

Soma-se a esse cenário o potencial de multiplicidade do meio, ampliado à medida que a própria sociedade foi se evidenciando mais plural, mais heterogênea e particular. Saímos de um tempo em que os títulos se limitavam a serem agrupados por temáticas meramente femininas (casa, moda, filhos etc) ou masculinas (carros e esportes), e na contemporaneidade, os vários e inúmeros interesses estão nas bancas de forma personalizada e altamente segmentada. O que nos faz acreditar que sempre existe “um título de jornal ou revista para cada perfil de leitor”.

E essa segmentação tem se constituído como uma das características mais marcantes do veículo. Mesmo que, em um período anterior, ela não fosse tão demarcada, ou mesmo tão subsegmentada numa variedade sem fim de perfis e interesses. Hoje, por exemplo, o EGM (Estudo Geral dos Meios) pesquisa o consumo de muitos títulos, que são impressos com regularidade e com distribuição nacional, além dos suplementos regionais. O que comprova que tal segmentação é o sustentáculo da identificação com os leitores.

Exatamente por conta dessa aproximação tão espontânea entre os títulos e os leitores, não é difícil perceber que estamos diante de uma interação intrínseca ao for-

mato do meio, que sempre primou pela troca e ampla comunicação com os seus leitores: são espaços para sugestões, comentários, compartilhamento de histórias, pedidos de orientação, o que faz com que muitas matérias surjam a partir dessa interação tão particular com a revista.



Em termos mercadológicos o meio é um dos mais para incorporar marcas ao cotidiano e à personalidade do consumidor brasileiro. E mesmo com a atual pulverização midiática, é possível que as revistas e suas marcas viabilizem a fluidez de influências. Não é por acaso que as revistas da atualidade deixam de ser apenas impressas e ganham o estatuto de marcas. Marcas cujo posicionamento pode ser ‘consumido’ de diversas formas, ultrapassando a dimensão do próprio meio. Criam-se muitas apresentações diferentes de acesso ao conteúdo, calendários de eventos, coleções de artigos de jornais, revistas, promoções, possibilidade de ler em outras plataformas (como na Internet), aplicativos para baixar no celular ou no tablet, produtos licenciados, entre outros.

Por fim, mesmo que os meios ditos “tradicionais”, nos quais os jornais e revistas impressas são agrupadas, experimentem algumas dificuldades com a emergência da digitalização das mídias e a oferta de conteúdo *free* na Internet, é perceptível que hoje os jornais e revistas estão trabalhando seus posicionamentos como marcas que não estão presentes apenas num único meio impresso, mas em várias plataformas, levando a credibilidade da sua informação onde quer que se manifestem. Além disso, não é novidade para ninguém que o consumidor percebe a diferença da informação que recebe de graça, e que não tem credibilidade e nem posicionamento claro, da informação com curadoria - que é mais confiável e tem um posicionamento com o qual o leitor se identifica e valoriza.

*\*Diego Oliveira é expert em Consumer Insight e Account Director na Ipsos Connect. Publicitário, especialista em Relações Sócio-Digitais e Consumer Insights, com mestrado em Comunicação pela Cásper Líbero, professor da ESPM e Belas Artes. É palestrante nas áreas de Mídia, Consumo e Comportamento e escreve quinzenalmente para a coluna “Ponto de Vista” no Meio & Mensagem.*

# Sinais de alento na indústria gráfica

Os números referentes ao primeiro trimestre deste ano da indústria gráfica nacional dão sinais de alento, mas mostram que a desconfiança ainda persiste. A exportação de impressos cresceu, a importação recuou deixando saldo positivo na balança comercial e o resultado da produção física foi melhor do que o esperado. Os dados mais positivos foram insuficientes para elevar o índice de confiança do empresário, que ficou estável, na marca dos 40 na escala de 0 a 100. No trimestre, o setor gráfico demitiu mais do que contratou e há dezoito meses registra saldo negativo na criação de postos de trabalho formal.

O cenário está descrito no Boletim de Atividade Industrial (edição 31, de junho) referente ao primeiro trimestre de 2016, elaborado pela Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf). Sem divulgar os números absolutos, o boletim mostra que depois de fechar 2015 com queda na produção física de 13,9% (queda superior ao recuo da Indústria de Transformação, de -9,9%), o setor gráfico emitiu sinais mais alentadores no primeiro trimestre de 2016. Ainda que negativos na comparação anual, em relação ao quarto trimestre do ano passado houve crescimento de 4,5%, descontado o padrão sazonal. Com isso, o setor compensou a queda daquele período e viu a produção física voltar ao patamar do terceiro trimestre de 2015 na série ajustada.

## Confiança

O índice de confiança do setor gráfico ficou estável em 41,2 no trimestre, sendo puxado para baixo pelos segmentos de cadernos (35), editoriais (35,3) e

impressos de segurança (36,6). O resultado da sondagem está abaixo da neutralidade, que seria na faixa dos 50, índice obtido apenas entre os empresários do segmento de envelopes. A confiança do empresário do ramo promocional obteve índice 43,1, de embalagens 43,9 e de etiquetas 46,4.

## Comércio exterior

Na balança comercial, o saldo do primeiro trimestre deste ano foi positivo (superávit de US\$ 12,9 milhões), resultado para o período que não acontecia desde 2006. De acordo com o Boletim, o setor gráfico brasileiro exportou 26 mil toneladas em produtos, somando US\$ 73,6 milhões, aumento de 18% em comparação com o mesmo período do ano anterior. As importações totalizaram 8,7 mil toneladas e US\$ 60,7 milhões, queda de 46% frente ao primeiro trimestre de 2015.

A conclusão, de acordo com o estudo, é de que a menor concorrência com o produto final importado e o aumento da exportação é uma realidade, mas para poucos. No geral, o setor gráfico não tem se beneficiado do ajuste na taxa de câmbio na produção e ainda tem sofrido a pressão sobre custos de insumos. Pelos resultados obtidos na Sondagem da Indústria Gráfica Nacional, a maioria das gráficas não atua no comércio exterior e os produtos importados não representam concorrência direta aos locais. “Esse resultado está de acordo com pesquisas que mostram que a indústria gráfica é um setor relativamente fechado para importação e exportação”, finaliza o boletim.

# Comércio global de impressos

China, Estados Unidos (EUA) e França foram os principais fornecedores estrangeiros de impressos no primeiro trimestre deste ano, conforme os dados do boletim econômico da Abigraf. Ao mesmo tempo, EUA foi o país que mais comprou produtos gráficos brasileiros, seguido por Peru e Argentina.

Nas importações de produtos gráficos, o segmento editorial é sempre o de maior representatividade, no período correspondeu a US\$ 23,3 milhões ou 38% das compras de impressos no exterior. Em segundo lugar ficou o segmento promocional, com US\$ 10,5 milhões (17%), seguido por embalagens, US\$ 10 milhões; e cartões, com US\$ 9,7 milhões, ambos com 16%. Já nas exportações, os principais itens enviados foram o caderno para os EUA (45% do total) e o cartão impresso para o Peru (71,7%) e Argentina (47,3%).

No mercado global, as demandas domésticas enfrentam a concorrência internacional, como acontece nos Estados Unidos, que é um dos maiores parceiros comerciais do Brasil, como importadores e exportadores de produtos gráficos. O impacto das importações de impressos nos EUA foi assunto de recente artigo do vice-presidente mundial de papel gráfico da consultoria RISI, John Maine. Segundo ele, o mercado norte-americano encolheu cerca de 20% nos últimos quinze anos, saindo da casa de US\$ 100 bilhões em 2000 para a faixa de US\$ 80 bilhões no ano passado, mesmo período em que cresceram as importações da China e de Hong Kong, ocupando espaço de fornecedores locais e europeus.

A redução do mercado gráfico por lá se deve ao período de crise econômica e também ao avanço das mídias digitais e das tecnologias que tem afetado o consumo da comunicação impressa e, conseqüentemente a demanda por papéis de imprimir e escrever. Há tempos especialistas alertam que este fenômeno é uma tendência irreversível. Um deles é o vice-presidente América Latina da Pöyry, Carlos Farinha, que explica em palestras e eventos, que o consumo de papéis gráficos continua crescendo nos países em desenvolvimento, enquanto no mundo desenvolvido (nos chamados mercados maduros) o consumo é decrescente há vários anos.

Este cenário torna o comércio internacional ainda mais relevante e atrativo para escoamento das produções. No entanto, embora apostem e incentivem a participação de seus players no mercado global, os setores econômicos e os governos tendem a proteger seus mercados domésticos. No Brasil, uma das iniciativas neste sentido é o Projeto de Lei 7867, de 2014, do deputado Vicente Paulo da Silva, do PT-SP, que proíbe a impressão no exterior das obras compradas pelo governo federal no âmbito do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD) e daquelas contempladas pela Lei Rouanet. A proposta foi aprovada pela Comissão de Cultura e seguiu para a Comissão de Educação, conforme rito da Câmara Federal.

# Indústria nacional marca presença na Drupa

A indústria gráfica brasileira participou ativamente da maior feira mundial do segmento gráfico – a Drupa, realizada de 31 maio a 10 de junho, em Düsseldorf, na Alemanha. Com menor número de participantes do que em edições anteriores, o país contou com expositores, representantes de entidades setoriais e de empresas, além de proporcionar o Brazilian Day. O encontro para falar das possibilidades do mercado brasileiro com profissionais de imprensa e da indústria gráfica internacional foi promovido pela Associação dos Agentes de Fornecedores de Equipamentos e Insumos para a Indústria Gráfica (Afeigraf) e pela Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf).

De acordo com o presidente da Afeigraf, Eduardo Sousa, a Drupa mostrou pontos relevantes dentro da indústria, como a consolidação da impressão digital inkjet (jato de tinta), que agora está presente em equipamentos de todos os tamanhos e tipos de produção. “Vimos o aumento de soluções para áreas como impressão de embalagens, que abre portas para os empresários que desejam fazer novos investimentos”, contou, destacando a ampla programação de palestras com conteúdo rico em tendências e mercados em crescimento.

Para quem não pode ir à Alemanha, há a oportunidade de visitar as feiras do Brasil que contarão com os lançamentos da Drupa, como a ExpoPrint Digital / FESPA Brasil em março de 2017 e a ExpoPrint Latin America em março de 2018. O presidente da Afeigraf

diz que a tecnologia vista na feira logo estará disponível aos empresários brasileiros. “Algumas inclusive já estão”.

## Cenário nacional

Analisando o momento econômico nacional, o presidente da Afeigraf, Eduardo Sousa, comentou o real e esperado impacto da retração no setor. “Somos uma indústria de transformação que não tem conseguido crescer e não ser afetada pela crise atual. O mercado encolheu, mas acreditamos em uma recuperação no médio prazo, tendo em vista não apenas o potencial do país, como uma alta demanda por atualização tecnológica reprimida que tende a melhorar assim que o cenário político e econômico ficar mais claro”.

Os reflexos da crise incluem dificuldades adicionais com relação ao crédito, como praticamente em todos os segmentos. Segundo Sousa, há uma curva de crescimento de inadimplência e endividamento em alta, e assim como o governo e as instituições financeiras, as empresas do setor estão um pouco conservadoras na liberação de crédito.

Neste cenário, o mercado internacional aparece como opção viável para o setor que, na avaliação de Eduardo Sousa, produz materiais do mais alto nível, comparados e até superiores aos confeccionados pelos países de primeiro mundo.

# Setor editorial teve recorde negativo em 2015

O desempenho em 2015 mostrou que o mercado editorial foi golpeado pela crise econômica, como mostram os dados da pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro, realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), para a Câmara Brasileira do Livro (CBL) e o Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL).

No ano, o setor editorial brasileiro produziu 447 milhões de exemplares, vendeu 389 milhões e faturou R\$ 5,23 bilhões. Em relação a 2014, o faturamento teve queda nominal de 3,27%, o que significa recuo real de 12,63%, considerada a variação do IPCA no ano passado. O total de livros produzidos diminuiu 10,87% e o de vendidos, 10,65%.

As edições da pesquisa permitem o exame detalhado do comportamento do setor ao longo dos anos, um exercício de análise para especialistas do setor, como o economista Carlo Carrenho, fundador e CEO do PublishNews. A partir da série histórica, com valores atualizados, ele mostra que o faturamento dos editores ficou praticamente estagnado desde 2006, com crescimento entre os anos de 2010 e 2013 e em queda desde então (veja gráfico pag. 8). “Em 2014, uma queda causada apenas pelas menores vendas governamentais, enquanto que em 2015 tanto o setor privado como o estatal contribuíram para o cenário negativo do setor editorial”, destacou Carrenho, observando que a queda real de 12,60% em 2015 é histórica, pois a última vez que o faturamento dos editores de livros decresceu nestes níveis foi em 2002, quando houve uma queda real de 14,51% impulsionada por uma inflação de 12,53% de acordo com o IPCA daquele ano.

Comportamento do setor editorial brasileiro			
	2014	2015	Var. %
Títulos	60.829	52.427	-13,81
Exemplares Produzidos	501.371.513	446.848.571	-10,87
Faturamento (R\$) Total	5.408.506.141,17	5.231.396.423,43	-3,27
Mercado	4.169.658.915,19	4.003.182.263,47	-3,99
Governo	1.238.847.225,98	1.228.214.159,96	-0,86
Exemplares Vendidos	435.690.157	389.274.495	-10,65
Mercado	277.387.290	254.680.102	-8,19
Governo	158.302.867	134.594.394	-14,98

Fonte: Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro – cbl.org.br

A relação entre o crescimento do mercado editorial com o Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro foi outra análise apresentada pelo especialista em artigo publicado no PublishNews, representada no gráfico a seguir (pag. 8). Segundo ele, em termos consolidados, na década entre 2006 e 2015, o PIB brasileiro cresceu 30,67%, enquanto o faturamento dos editores de livros no Brasil caiu 6,75%. “É para se preocupar e a situação exige que o mercado reconheça sua estagnação de longo prazo tanto quanto sua queda de curto prazo, passando a buscar soluções que sem dúvida passam por aumento da produtividade e melhoria da eficiência” avaliou, destacando que com melhores práticas de gestão e logística, boa governança e uma melhor integração da cadeia, é possível sobreviver à tempestade. “A hora de agir é agora”.

## Termômetro sinaliza mais queda

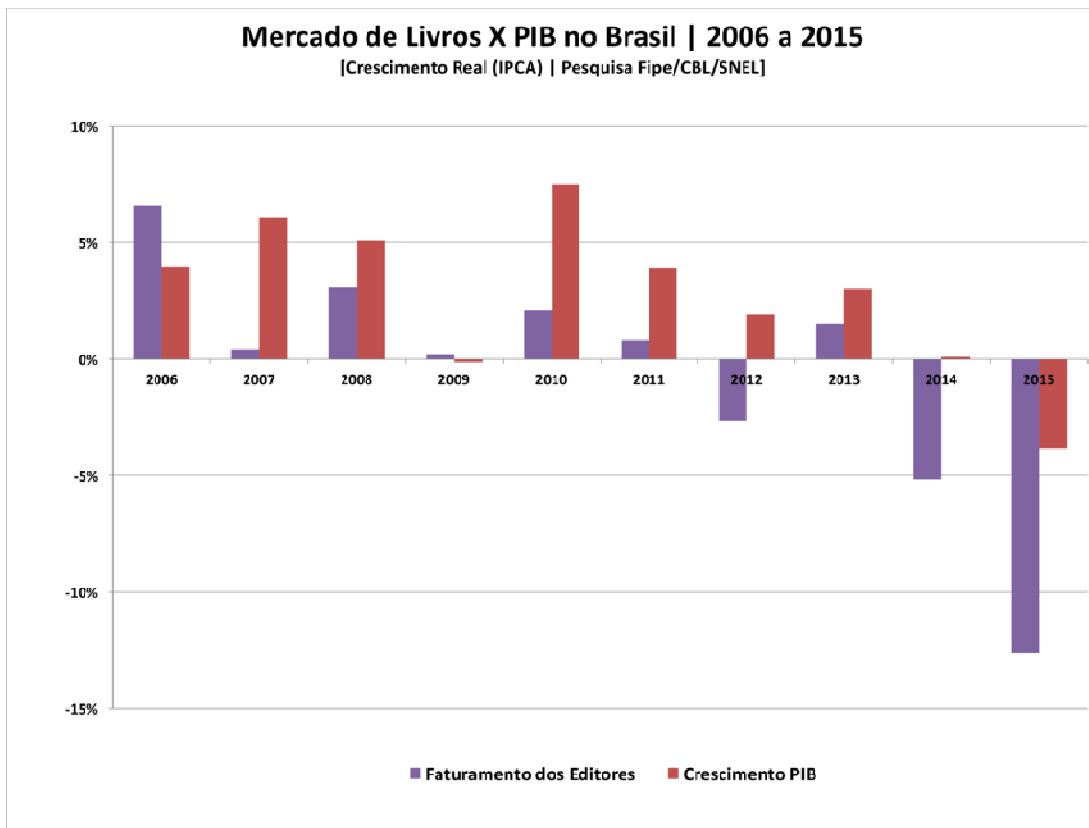
O desempenho negativo deve persistir no mercado editorial em 2016, a julgar pelos resultados da pesquisa Painel das Vendas de Livros no Brasil, divulgada no dia 23 de junho pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e pela Nielsen BookScan Brasil. O quinto período – que corresponde a quatro semanas, neste ano de 25 de abril a 22 de maio – foi de declínio nas vendas, -31,56% em volume e -23,03% em valores, em relação ao ano anterior.

Em 2015, o quinto período registrou o fenômeno de vendas dos livros de colorir. A retração atual é tão acentuada que mesmo desconsiderando as vendas dos

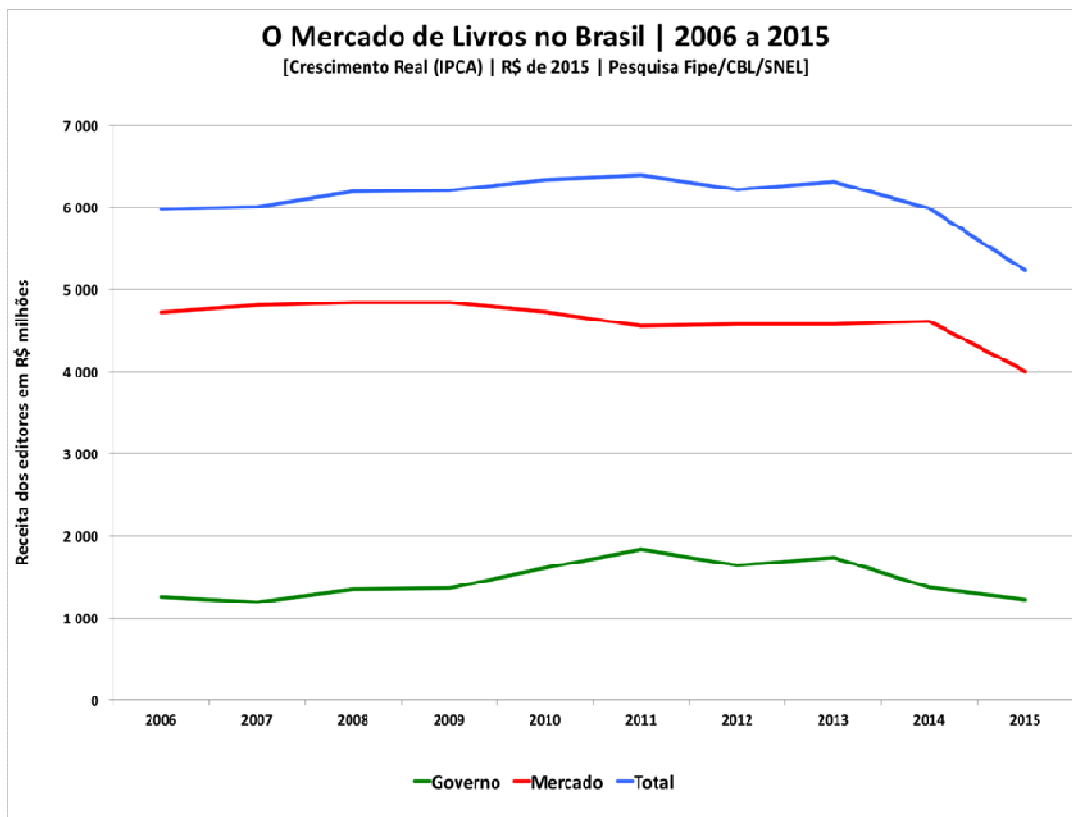
títulos de colorir no comparativo, o volume deste ano é 16,93% menor.

No comparativo do acumulado para os cinco períodos, este ano, a queda no volume de vendas foi crescente em relação a 2015 (-15,91%). Em valores, o percentual de quebra ficou menor, -6,45 de retração em 2016 ante o ano anterior. No entanto, considerando a inflação de 9,32%, a variação real foi de -14,42%, mesmo mantendo o crescimento do preço médio oferecido (+11,25%).

A pesquisa apura as vendas das principais livrarias e supermercados no país, com o objetivo de dar mais transparência à indústria editorial brasileira.



Fonte: PublishNews



Fonte: PublishNews

<http://www.publishnews.com.br/materias/2016/06/01/sete-microanalises-da-pesquisa-da-fipe>



# Recopi avança e amplia controle das operações com papel imune

A adesão e a regulamentação pelos governos estaduais do Sistema de Reconhecimento e Controle das Operações com Papel Imune – Recopi Nacional – têm ampliado o poder de combate às fraudes, inclusive nas operações interestaduais. “Os resultados são positivos e crescentes”, informou a Secretaria da Fazenda de São Paulo (Sefaz-SP), explicando que a partir dos indícios de irregularidades identificados por meio do Recopi em operações interestaduais, tem recebido apoio dos fiscos de outros estados na apuração dessas operações (simulações), o que resulta em parte das autuações realizadas.

De acordo com a Secretaria, o Sistema Recopi tem sido uma importante ferramenta, atingindo resultados positivos e atendendo as expectativas de quando o projeto foi concebido. No entanto, as ações de combate às fraudes de simulação, tanto da existência de empresas (empresas de fachada) quanto das operações interestaduais, é cada vez mais efetivo quanto maior for a adesão dos estados ao Recopi.

Conforme balanço informado pela Secretaria em junho, o Recopi possui 1.411 estabelecimentos ativos em São Paulo, com média mensal de 12.640 operações registradas entre junho de 2015 e maio de 2016. No período, foram bloqueados 258 contribuintes e outros 76 foram descredenciados. De acordo com a Sefaz-SP, desde o início das operações do Recopi, foram lavrados 333 autos de infração, no total aproximado de R\$ 1 bilhão.

Os estabelecimentos ativos estão cadastrados em uma ou mais atividades, totalizando 2.078 registros, sendo: 58 como Armazém Geral ou Depósito Fechado; 23 como Convertedor; 128 como Distribuidor; 24 como Fabricante; 682 como Gráfico; 332 como Importador; e, 831 como Usuário.

## Prazos e abrangência

Atualmente, os estados do Acre, Amazonas, Rondônia, Roraima e Tocantins ainda não aderiram ao Convênio ICMS nº 48/2013. Das demais 22 unidades da Federação, oito estados ainda estão em processo de definição das regras para seus contribuintes. Um destes estados é Sergipe que publicou, no dia 8 de junho, a Portaria nº 222, prorrogando as datas para credenciamento e vigência do Recopi, que deverá ser feito a partir do dia 1º de julho, para vigência em 1º de setembro de 2016.

Os contribuintes pernambucanos também ganharam

mais prazo para adesão ao Sistema, que entra em vigor também no dia 1º de julho, conforme alterado pelo Decreto Estadual 43.074/16, publicado em 27 de maio.

Os estados do Amapá, Ceará e Rio Grande do Norte já publicaram normas regulamentando o Sistema sem, no entanto, estabelecer os prazos do processo. Assim como os estados do Maranhão, Mato Grosso, Paraíba e Rio Grande do Sul ainda não criaram normas que obrigam os contribuintes locais a registrarem as operações com papel imune no Recopi Nacional.

## Visitas prévias

Desde a concepção e implantação do sistema de controle no estado de São Paulo, passando pela nacionalização, o efetivo combate aos ilícitos com papel imune contam com participação e apoio das entidades do setor papelero. O assunto segue na pauta setorial e foi debatido na reunião de maio do Grupo de Trabalho de Tributação do Comitê da Cadeia Produtiva do Papel, Gráfica e Embalagem (Copagem), da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo. As entidades setoriais estão discutindo propostas de melhorias do Sistema Recopi.

Dentre os questionamentos levantados, a realização de vistoria prévia para concessão do Recopi Nacional é considerada medida fundamental para evitar que se repitam os problemas ocorridos em São Paulo. Inicialmente o Recopi era concedido a quem requisitasse, apresentado a documentação obrigatória, o que acabou permitindo que empresas de fachada fossem habilitadas para comercializar papel imune, em operações posteriormente questionadas e autuadas pela Secretaria da Fazenda de São Paulo.

Conforme a Sefaz-SP, a visita prévia é efetuada a critério das Delegacias Regionais Tributárias de vinculação dos contribuintes solicitantes e é um procedimento que pode ser adotado a critério do fisco de cada estado, que possui autonomia para determinar como se dará o credenciamento dos estabelecimentos que pretendem realizar operações com papel imune.

A proposta defendida pela Andipa e analisada no grupo de trabalho é levar ao Confaz (Conselho Nacional de Política Fazendária), órgão que regulamentou o Recopi Nacional, a recomendação que sejam adotadas a vistoria prévia e também a exigência de comparecimento do dono da empresa para assinatura da documentação, como é a prática na emissão do registro RADAR de importação.

## Justiça confirma liminar e assegura benefício fiscal a associadas Andipa

A ação ajuizada pela Andipa na Justiça Federal do Distrito Federal foi julgada procedente em sentença proferida no dia 15 de junho. A ação visa assegurar às distribuidoras de papéis associadas em todo o país o enquadramento nos benefícios fiscais previstos na Lei 10.865/04, que reduzem as alíquotas de PIS e COFINS na comercialização de papel imune jornal e clichê, sem a obrigação de comprovar representação de fabricante estrangeiro.

O acesso ao benefício fiscal já estava assegurado às associadas Andipa por decisão liminar, concedida tanto pela Justiça do Distrito Federal quanto pela de São Paulo, onde foi impetrada a primeira ação. No primeiro julgamento, ainda em processo, o juiz limitou a decisão às distribuidoras da cidade de São Paulo.

Pela sentença proferida agora, “ficam as associadas da parte autora em todo o território nacional, desobrigadas de comprovar serem representantes de fábrica estrangeira de papel, para o gozo do benefício citado”, como destaca comunicado do escritório LBZ Advocacia, informando que o processo será encaminhado para o Tribunal para que confirme a sentença favorável.

Desta forma, as associadas localizadas na capital de São Paulo permanecem amparadas pelas decisões proferidas nas duas ações impetradas no estado, enquanto as distribuidoras afiliadas à Andipa sediadas em outras cidades têm o tratamento tributário assegurado pela sentença mais recente da Justiça Federal do Distrito Federal.

## Congresso barra emenda para prorrogar benefício do PIS/COFINS vencido em abril

O setor de papel sofreu a segunda derrota no Congresso Nacional para aprovar a prorrogação do prazo do benefício fiscal que reduz a zero as alíquotas do PIS/PASEP e da COFINS incidentes sobre a venda no mercado interno e na importação de papel destinado à impressão de jornais e periódicos. O benefício foi estabelecido pela Lei nº 10.865/04 e venceu no dia 30 de abril. O primeiro pedido de prorrogação foi discutido e aprovado na Câmara dos Deputados como emenda no texto da Medida Provisória (MP) nº 694/15, que perdeu efeito por ter ultrapassado o prazo de tramitação no Senado.

Após o vencimento, o pedido de retorno da alíquota zero até 30 de abril de 2020 foi incluído na Medida Provisória nº 713/16, através de emenda apresentada pelo senador Romero Jucá. No entanto, no trâmite do texto para conversão em lei pelo Congresso Nacional,

a emenda foi rejeitada pela Comissão Mista. Conforme parecer do relator da MP, senador Dalírio Beber, “a liderança do governo arguiu falta de espaço fiscal para comportar a renúncia de receitas decorrente da aprovação das emendas, mas se comprometeu a examinar com profundidade as demandas nelas contidas”.

Atuando conjuntamente para a manutenção do benefício fiscal, Associação Nacional dos Editores de Revistas (ANER) e a Associação Nacional dos Jornais (ANJ) informaram que vão “continuar trabalhando nesse sentido, inclusive no governo”.

A mudança na regra suscitou dúvidas sobre os procedimentos recomendados para cada tipo de papel e operação. Os associados Andipa receberam comunicado detalhado com orientações dos especialistas tributários do Escritório LBZ Advocacia.

# Colorindo, crianças apreendem valores da comunicação impressa

Alunos do ensino fundamental I das escolas do SESI (Serviço Social da Indústria) no estado de São Paulo receberam um livro de colorir especial, na ação promovida pela Campanha Two Sides Brasil e o Sindigraf-SP. A publicação 'Mitos e Fatos para Colorir' foi criada para as crianças brasileiras a partir do livro idealizado pelo grupo irlandês fabricante de papel cartão de embalagens Smurfit Kappa.

Como na versão original, o livro infantil tem o objetivo de mostrar aos alunos e professores que além de sustentável, o papel é divertido, prático e atraente. Ele também explica as confusões sobre o uso de papel que já foram difundidos na opinião pública, o chamado greenwashing.

São 22 páginas com gravuras a traço para colorir, acompanhadas de textos-legendas que apresentam com simplicidade os mitos divulgados na sociedade e explicam os fatos.

A Two Sides já prepara novas ações para esclarecer mitos e apresentar fatos que contam a sustentável história do papel e da comunicação impressa a todos os públicos, em linguagem adequada para cada faixa etária.

Todas as informações sobre a Two Sides estão disponíveis no portal <http://www.twosides.org.br/>.

## Papel segue ritmo de baixa nas importações

A entrada de papéis estrangeiros no País segue em sintonia com o desempenho das importações brasileiras e influenciada pelas mesmas razões que explicam os recordes positivos no saldo da balança comercial brasileira: atividade econômica em baixa e dólar em alta. Conforme análise apresentada pela Secretária de Comércio Exterior (Secex), do Mdic (Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços), na divulgação dos dados de maio, “o câmbio apoia o movimento exportador, enquanto a queda das importações acontece em um grau maior, fruto da atividade econômica”.

Olhando para os valores negociados, a Secex aponta que o tombo nas importações veio da retração dos preços dos produtos, de 11% no ano, e também no volume de compras feitas pelas empresas brasileiras, de 22%. Considerando apenas os volumes das importações mensais, as quedas se repetem nos itens do Capítulo 48, que engloba os papéis para os mais variados fins. Entre janeiro e maio deste ano, as entradas de papéis somaram 272,7 mil toneladas, redução de 34% em comparação com as 414,4 mil toneladas do mesmo período de 2015.

A maior retração nos cinco primeiros meses foi verificada no segmento de papéis para imprimir e escrever, com a importação de 109 mil toneladas em 2016, 72 mil toneladas a menos do que as 181 mil toneladas no ano passado (queda de 39,8%), como consta na edição 25 do relatório Cenários Ibá.

O grupo de papéis mais comercializados pelas empresas de distribuição, acompanhados mensalmente pelo NewsPaper, segue igual sequência de recuo. Um destes itens é o papel cuchê, segmento que tem elevada dependência do produto estrangeiro para o abastecimento do mercado interno e teve queda de 35% nas importações. Os quatro tipos de papel cuchê totalizaram 57,7 mil toneladas desembarcadas entre

janeiro e maio deste ano, contra 88,8 mil toneladas no período equivalente em 2015. A retração beira os 50% quando comparada as 108,3 mil toneladas importadas nos primeiros cinco meses de 2014.

Primeiro em volume importado na seleção acompanhada, o papel jornal despencou no comparativo até maio com os anos anteriores. De acordo com dados apurados no Sistema AliceWeb, da Secex, no período, os volumes de papel jornal caíram de 140,7 mil toneladas em 2014 para 89,9 mil toneladas no ano passado e recuando novamente em 2016, para 63,4 mil toneladas.

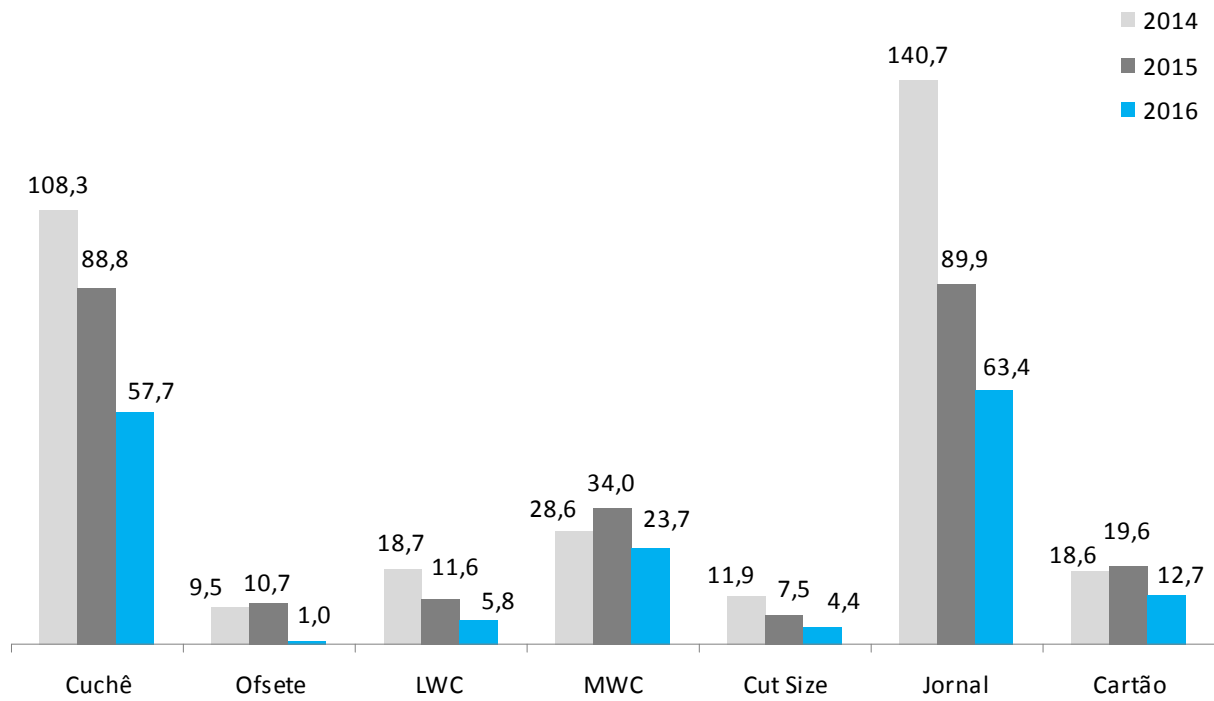
Terceiro em volume, o MWC somou 23,7 mil toneladas no acumulado até maio, volume 30% menor que as 34 mil toneladas internalizadas no mesmo período do ano passado. Já as entradas de papéis LWC caíram à metade, passando de 11,6 mil toneladas para 5,8 mil toneladas no período de comparação.

Ainda entre os papéis utilizados para impressão e escrita, estão os tipos ofsete e cut size que também registraram quedas expressivas. No ofsete, os desembarques deste ano correspondem a cerca de 10% do volume do ano passado. Entre janeiro e maio foi importada apenas uma tonelada destes papéis, contra pouco mais de 10 mil toneladas apuradas nos mesmos meses de 2015. Já entre os papéis cortados, denominados cut size, as importações somaram 4,4 mil toneladas, recuo de 41% ante as 7,5 mil toneladas do período equivalente no ano anterior.

A cesta de produtos acompanhados inclui ainda as importações de papel cartão, que somaram 12,7 mil toneladas no acumulado até maio deste ano, queda de 35% ante as 19,6 mil toneladas do equivalente no ano anterior.

## Importação de Papéis

janeiro a maio - em mil toneladas



Fonte: AliceWeb – Secex / MDIC

# Venda doméstica de papel nacional para imprimir e escrever cresceu 4%

A indústria nacional tem conseguido manter o ritmo de crescimento nas vendas domésticas de papéis para imprimir e escrever (I&E). Entre janeiro e maio deste ano, 596 mil toneladas foram vendidas internamente, volume 4,2% acima das 572 mil toneladas de igual período de 2015. De acordo com edição 25 do relatório Cenário Ibá, em comparação com os números proporcionais de 2015, as exportações permaneceram estáveis em 379 mil toneladas e a produção teve discreta alta de 0,4%, atingindo 1.035 mil toneladas entre janeiro e maio de 2016.

O incremento de 24 mil toneladas nas vendas domésticas ameniza a redução de 72 mil toneladas na oferta de papéis estrangeiros, que passaram de 181 mil toneladas para 109 mil toneladas no comparativo dos cinco meses. Desta forma, o consumo aparente dos papéis de imprimir e escrever continua recuando, puxado pela retração da economia brasileira. Considerando a produção, mais importação, menos exportação, até maio deste ano o mercado interno teve consumo aparente de 765 mil toneladas, 8% abaixo das 833 mil toneladas calculadas para o mesmo período de 2015.

## Outros papéis

O segmento de papel cartão teve o segundo melhor

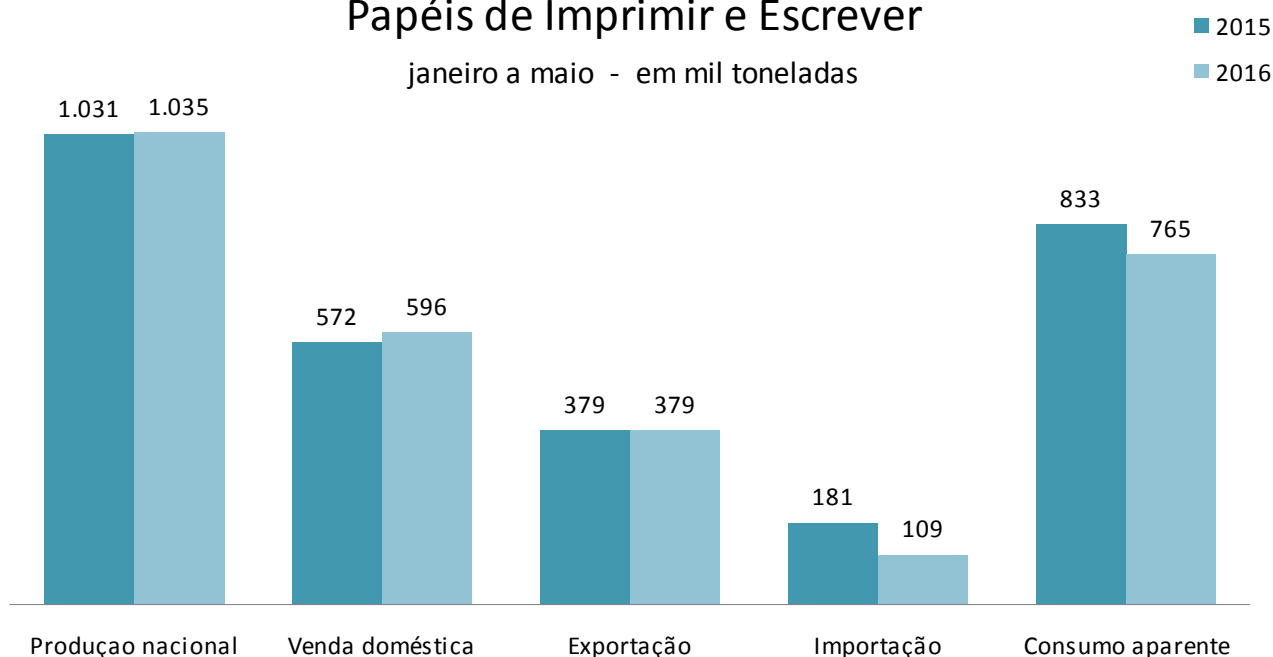
desempenho nas vendas internas da indústria nacional entre janeiro e maio deste, quando confrontado com a parcial do ano anterior, conforme os dados do relatório divulgado, no dia 28 de junho, pela Indústria Brasileira de Árvores (Ibá) entidade que congrega os fabricantes de papel.

Com alta de 4,1%, as vendas domésticas de cartão passaram de 197 mil toneladas para 205 mil toneladas no período analisado. A oferta de papéis sanitários ficou praticamente estável em 456 mil toneladas. Já os segmentos de embalagens, imprensa e o classificado como outros tiveram queda nos volumes de vendas. Com isso, o resultado total das vendas domésticas dos fabricantes nacionais fechou os cinco meses deste ano com alta de 0,9% em relação a 2015.

No geral, a indústria teve todos os indicadores positivos tanto para o mês de maio quanto para o acumulado dos cinco meses. De acordo com o documento, entre janeiro e maio deste ano, a indústria brasileira produziu 4,28 milhões de toneladas de papéis (+0,8%), dos quais 2,18 milhões de toneladas (+0,9%) foram vendidas ao mercado interno e 874 mil toneladas (+8,2%) destinadas à exportação. Em maio, a produção foi de 850 mil toneladas (+0,8%), com venda local de 436 mil toneladas (0%) e externa de 185 mil toneladas (+9,5%).

## Papéis de Imprimir e Escrever

janeiro a maio - em mil toneladas



Fonte: Cenários Ibá / 25

DISTRIBUIDORES ASSOCIADOS



ENTIDADE MEMBRO DA



[www.twosides.org.br](http://www.twosides.org.br)