

News Paper

Informativo
Setorial ANDIPA



Nesta edição

A lei de proteção
de dados e os
distribuidores

Páginas 5 e 6

Convenção coletiva
foi prorrogada

Página 12

Produção nacional
de papéis têm
queda suavizada

Página 15

Importação seguiu
retraída, até agosto

Página 17

Coluna Two Sides:
E o melhor para o
meio ambiente

Páginas 13 e 14

Reaquecendo, mercado de papel se aproxima de 2019

Página 2

BO Paper aposta em novos mercados No Brasil, distribuição ganha relevância

Páginas 7 e 8

Diretor executivo da IBÁ assina artigo “O papel ontem e hoje”

Páginas 3 e 4

O papel das reformas e seus impactos

Páginas 9, 10 e 11

EXPEDIENTE

NewsPaper Informativo Setorial ANDIPA é uma publicação da Associação Nacional dos Distribuidores de Papel (ANDIPA). Direitos autorais reservados. Os artigos publicados com assinatura não traduzem a opinião da entidade. A reprodução é permitida desde que citada a fonte.

Contatos

(11) 3044-2214 - www.andipa.org.br
comunicacao@andipa.org.br
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

Edna Souza

Conteúdo Editorial e Diagramação
Keser Serviços de Comunicação

Jornalista Responsável

Rosângela Valente (Mtb 121/MS)

Gradativamente mais próximo de 2019

Persistente, o mercado de papel se aproxima dos patamares do ano passado. Seis meses após o freio abrupto nas atividades, provocado pela pandemia do coronavírus, o mercado vem se recuperando mês a mês e os dados apurados se aproximam do mesmo período de 2019. Pelo que tenho visto e ouvido, essa parece ser uma percepção geral no setor. Sem dúvida uma boa notícia, em se considerando que o Brasil segue em franco combate à disseminação da pandemia.

A expectativa positiva confirma sim uma retomada, mas relativizada pela sazonalidade das eleições municipais. Parte da demanda que estamos percebendo nos últimos meses é de papéis para impressos de campanha. Ou seja, sem isso, estaríamos bem aquém dos volumes comercializados no ano passado, que foi um ano regular, como escrevi em janeiro, neste mesmo espaço, na edição 72, “2019 não teve os bons resultados que gostaríamos, mas ainda assim, foi menos difícil do que períodos anteriores”.

A eleição brasileira já é atípica, como praticamente tudo no mundo em 2020, marcado pelo coronavírus. Adiada de outubro para novembro, a eleição terá primeiro e segundo turnos com intervalo menor, de apenas 14 dias. Terá regras para evitar aglomeração e manter o distanciamento social, com medidas de proteção individual e a campanha política, provavelmente, terá maior participação dos meios digitais. Seja como for, a presença dos impressos segue imprescindível, não só no processo de escolha dos governantes, mas também como atividade essencial para a recuperação econômica.

Os mercados de papel cartão e papelão ondulado são termômetros importantes, que refletem a melhora da economia. Ambos seguem aquecidos. Aliás, a expedição de papelão ondulado não só teve alta de 8% em agosto deste ano, na comparação com o mesmo mês de 2019, como atingiu o maior nível da série histórica, iniciada em janeiro de 2005, segundo apuração prévia da Associação Brasileira do Papelão Ondulado.

Portanto, é evidente que a reação do setor de papel vai além das eleições. Sem entrar nos erros e acertos, a retomada reflete a economia em geral, impactada pelas decisões e ações tomadas no auge da crise. Apoio às empresas, crédito, renda à população mais vulnerável, iniciativas de instituições e entidades,

cada parte conta para seguirmos na retomada, após a pandemia ter revelado problemas estruturais em vários setores, precipitando e acelerando a busca e implantação de soluções inovadoras.

Pelo caminho percorrido desde março e o cenário atual, acredito que o pior momento para o setor de papel foi superado de forma bem menos dramática do se supunha inicialmente. Evidentemente que para a sociedade há ainda incertezas na jornada pela preservação da vida e da saúde, em primeiro lugar da população, mas também na atividade econômica. Lamentavelmente, as mortes diárias no país ainda são computadas em centenas. O risco de contágio é grande, especialmente na retomada das atividades (que é necessária), mas pode ser minimizado se todos seguirem com rigor as medidas sanitárias recomendadas.

É cada vez mais iminente a confirmação de produção de uma vacina (ou até mais de uma das tantas em teste em diversos países). Do lado da economia, há sinais concretos de recuperação das atividades em vários segmentos. Um exemplo é a Sondagem Industrial de agosto, recém divulgada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), mostrando que é o terceiro mês consecutivo de crescimento da atividade industrial. Com isso, o desemprego que cresceu em abril agora cai com novas contratações e a indústria já se encontra no patamar pré-crise.

Vejo se formar uma conjunção de fatores que favorece a confiança e o otimismo, condições fundamentais para alavancar a recuperação econômica, o consumo e os investimentos que geram empregos e renda. Seja no editorial, nas embalagens ou nos impressos comerciais, o papel é parte dessa engrenagem. O segmento de distribuição segue firme, trabalhando para levar o papel das fábricas – nacionais ou estrangeiras – a todos os cantos deste país continental.



Andipa

Vitor Paulo de Andrade
Presidente do Conselho Diretor

O papel ontem e hoje

Por Embaixador José Carlos da Fonseca Júnior, diretor executivo da IBÁ *

A chegada da pandemia acelerou alguns processos que já vinham em evolução. Além da atual transformação do modelo econômico, que está transitando para um caminho mais verde, pudemos observar determinadas mudanças de comportamentos que prevíamos acontecer ao longo dos anos.

A percepção acaba comprovada pela pesquisa recentemente lançada pelo Google, que comparou os resultados de março e abril com os últimos 12 meses. A adoção do home office foi massiva, não à toa a procura por móveis para trabalhar em casa aumentou mais de 90%; o comércio online ganhou a adesão até mesmo daqueles que tinham receio de colocar o número de seu cartão de crédito em um site e, assim, o varejo e marketplace avançaram 47%; a utilização de banco pela web também tornou-se uma onda e as buscas por internet banking subiram 130%.

Estes são sinais dos novos tempos. A evolução e a modernização dos serviços, o surgimento de startups e a tecnologia avançada levam a um caminho sem volta.

Mas o período de Covid-19 também demonstrou que determinadas atividades não perderam sua importância.

O começo da pandemia já deixou claro do que se tratava. Somente os setores fundamentais permaneceram operando sem interrupção, e o setor de árvores cultivadas, que faz papel, papel para jornal, para embalagens e papeis higiênicos, conseguiu demonstrar, a partir de um trabalho bastante organizado das entidades junto ao poder público, nós três níveis de governo, a essencialidade de seus produtos.

Os hospitais necessitam de papéis para formulários, as bulas precisam acompanhar os medicamentos, os médicos precisam preencher seus prontuários.

O setor de árvores cultivadas não conteve esforços e investimentos para manter a segurança e a saúde



de seus colaboradores, seguindo os mais rígidos protocolos. Ao mesmo tempo, manteve seu compromisso com a sociedade em continuar produzindo e fornecendo seus produtos.

Aliás, esta indústria foi um exemplo de humanidade. Em meio a uma turbulência, as companhias investiram mais de R\$ 114 milhões em ações solidárias, incluindo doações e parcerias para construção de hospitais de campanha, aquisição de respiradores e EPIs para os profissionais de saúde. Além disso, as empresas partiram para projetos que ajudassem a estruturar novas fontes de renda para as comunidades, como por exemplo, a encomenda de 125,6 mil máscaras de tecido de costureiras e artesãos em mais de cinco Estados brasileiros e o trabalho conjunto para fortalecer vendas da agricultura familiar do entorno das unidades do setor, ajudando a estabelecer novos canais de vendas, já que antes a produção era exclusivamente escoada nas feiras livres, suspensas em muitos municípios. Até ações com foco na segurança alimentar das comunidades mais vulneráveis foram organizadas, com doação de alimentos e itens de higiene básica por quase todo o País.

Em meio a uma realidade pandêmica, o isolamento tornou-se uma prevenção, mas a continuidade da vida demandou adaptações, que suscitaram novos debates. As aulas online, que deveriam ser uma

■ ■ ■ O papel ontem e hoje

saída emergencial, estão se arrastando por meses e, infelizmente, não chegaram à maioria dos estudantes do País. Indo além deste fato, a falta de cultura ou necessidade em cumprir uma carga horária letiva fazem com que muitas escolas exijam que crianças se coloquem em frente às telas por um período longo.

País, pedagogos e pediatras se mobilizaram. Para bebês até 2 anos, a Sociedade Brasileira de Pediatria não recomenda exposição às telas. Já crianças entre dois e cinco anos podem, no máximo, ficar durante uma hora por dia em frente a um tablet, smartphone ou outro dispositivo. Uma das soluções apontadas é abusar da criatividade dos pequenos, inclusive com desenhos, dobraduras, pinturas, colagens e outras atividades que utilizam: folhas de papel.

Apesar da dinâmica imposta pelo coronavírus, que acelerou determinados movimentos de modernização da sociedade, o tradicional continuou pronto para suprir as demandas de todos. Neste caso, com um componente extra de peso: a sustentabilidade.

Se a nova geração já nasce com seus dedos prontos para deslizarem a tela de um celular, também chega a um mundo mais comprometida com um planeta mais verde. A exigência por produtos de origem correta, renovável, certificados e com pós-uso adequado será cada vez mais constante. Neste sentido, o papel, por mais tradicional que seja, é nato da bioeconomia. Um item que traz consigo os atributos corretos para os novos tempos. Um item presente no dia a dia de todos, ontem e hoje.

Embaixador José Carlos da Fonseca Júnior é diretor executivo da Indústria Brasileira de Árvores - IBÁ



Foto de Gleison Rezende / Bracell (SC)

A LGPD entra em vigor: a sua empresa está preparada?

Por Vinícius Laureano *

O Congresso Nacional rejeitou a proposta de uma nova prorrogação do início de vigência da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Com isso, quando ela começará a valer? As penalidades administrativas, tais como a aplicação de multas de até 2% do faturamento da empresa infratora por entidades governamentais, somente vão passar a valer a partir de agosto de 2021, nos termos da Lei nº 14.010/2020.

Entretanto, todas as demais regras, como os direitos dos titulares e os deveres das empresas entraram em vigor em setembro de 2020, incluindo a possibilidade de judicialização dos casos pelos titulares dos dados e/ou por órgãos públicos.

E quais são as implicações para os players do segmento de distribuição de papel?

Para quem não têm o público em geral como mercado consumidor, os titulares dos dados são principalmente: (i) seus próprios colaboradores e respectivos familiares; e (ii) as pessoas físicas que são o contato de parceiros comerciais, entidades de classes e órgãos públicos.

São basicamente estas pessoas que poderão exigir informações, correções ou exclusões de seus dados pessoais dos arquivos digitais e físicos das empresas, que, por sua vez, deverão estar preparadas para, ao menos, responder estas solicitações



Proteção de Dados

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) entrou em vigor no dia 18 de setembro com a sanção da Lei 14058/2020, convertendo em lei a Medida Provisória (MP) 959, de 29 de abril de 2020. O texto aprovado pelo Congresso Nacional excluiu o Artigo 4º da MP que adia de agosto de 2020 para maio de 2021 a vigência da Lei nº 13.709/2018, de proteção de dados. Conforme seu artigo 1º, a LGPD dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

Inspirada no Regulamento Geral de Proteção de Dados da União Europeia (GDPR, na sigla em inglês), a lei brasileira foi criada em 2018. Com o objetivo de proteger a liberdade e a privacidade de consumidores e cidadãos, a lei estabelece que empresas e órgãos públicos mudem a forma de coletar, armazenar e usar os dados das pessoas, produzindo impactos nas áreas jurídica, administrativa e de segurança da informação das companhias. O usuário passa a ter o direito de consultar gratuitamente quais dos seus dados as empresas têm, como armazenam e até pedir a eliminação deles do sistema.

Basicamente, dois motivos justificaram a criação da LGPD: o aumento dos casos de vazamento de dados e

a perda financeira causada por ataques cibernéticos. Conforme notícias divulgadas em diversos veículos de comunicação, entre eles a Agência Senado, o Brasil ocupa a 70ª colocação no índice de segurança cibernética da União Internacional de Telecomunicações (ITU, na sigla em inglês), órgão da Organização das Nações Unidas (ONU) que coordena esforços nesta área. Essa situação de fragilidade faz com que o país seja hoje o segundo no mundo que mais tem sofrido perdas econômicas advindas de ataques cibernéticos. Segundo os dados mais recentes da ITU, numa medição de 12 meses entre 2017 e 2018, os prejuízos advindos dos ataques cibernéticos no Brasil ultrapassaram US\$ 20 bilhões (mais de R\$ 80 bilhões).

As novas medidas englobam dados pessoais em formato digital e também em papel. A fiscalização dos protocolos de proteção e tratamento de dados ficará a cargo da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), órgão federal responsável por zelar, implementar e fiscalizar o cumprimento da LGPD. A ANPD também edita regulamentos e procedimentos a serem adotados em proteção e tratamento de dados, e conta com 5 diretores, conselho nacional com 23 representantes, corregedoria, ouvidoria e órgão de assessoramento jurídico próprio. Pelo decreto 10.474, de 26 de agosto de 2020, o governo aprovou a estrutura regimental e o quadro de cargos, mas a nomeação do Conselho Diretor e do diretor-presidente, órgão máximo de direção da ANPD, ainda deverá passar pela aprovação do Senado Federal.

■■■ A LGPD entra em vigor: a sua empresa está preparada?

Por Vinícius Laureano *

por intermédio de um canal de comunicação oficial, deter uma política de privacidade adequada à LGPD e ter realizado um mapeamento das informações que possuem, possibilitando uma rápida resposta a tais demandas.

“Dados pessoais” são – por exemplo – o nome, o número do RG, do CPF e do telefone, o endereço residencial, comercial e de e-mail, a cópia do currículo, o valor do salário, as informações de saúde, se o titular integra algum sindicato, que religião segue ou se faz parte de algum partido político, dentre outras diversas informações e documentos detidos pela empresa, eletronicamente ou em meio físico. E, para que esta possa coletar, processar e compartilhar tais informações deverá obter o prévio consentimento, por escrito, de cada um de seus titulares.

Já o canal de comunicação oficial da empresa deverá ser de responsabilidade de uma pessoa jurídica ou física, indicada para atuar com o cargo de “Encarregado” (ou, em inglês, DPO – Data Protection Officer) perante os titulares dos dados e a recém constituída Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD).

Adicionalmente, as empresas também precisarão exigir, fiscalizar e cobrar a adequação por todos os seus parceiros comerciais, sob risco de serem responsabilizadas por infrações à privacidade e à proteção de dados.

Dessa forma, o procedimento de adequação à LGPD é complexo, passando por diversas etapas:

- Diagnóstico: é o momento de se avaliar a adequação às regras, mediante a análise do fluxo de dados pessoais, dos procedimentos internos da empresa e de seus principais contratos/documentos, entrevistando os *heads* de cada departamento e identificando as carências da empresa, com o objetivo de elaborar um Relatório Preliminar e um Mapa de Riscos;
- Implementação: após a fase inicial de autoconhecimento, a empresa deve passar pela elaboração ou revisão de suas políticas, ajustes dos documentos/contratos e a realização de manuais e treinamentos aos seus colaboradores;
- Atuação e Gestão de Crises: após a efetiva implementação das melhores práticas de proteção à privacidade e aos dados pessoais, a empresa deverá se manter em conformidade, preparada para responder as demandas de titulares, entidades governamentais e da ANPD, além de eventuais incidentes de vazamentos de dados.

Dessa forma, com a iminência dessa nova obrigação legal, se faz necessária uma rápida regularização pelas empresas à LGPD, evitando danos financeiros e reputacionais decorrentes da ausência de sua adequação.

E a sua empresa, já realizou todos esses procedimentos para adequação à LGPD?

Vinícius Laureano é advogado da equipe LBZ Advocacia

Pandemia impulsiona BO Paper a novos mercados

Com sua demanda golpeada pela pandemia de coronavírus, o Grupo BO Paper reagiu rápido em busca de novos mercados para manter seus ativos ocupados. Desta forma, a participação da exportação, que girava em torno de 5%, hoje corresponde a algo entre 30% e 35% dos negócios da companhia. O grupo chileno atua nos segmentos de papéis para imprimir e escrever, jornal e especiais, além de pasta de alto rendimento, através de suas três unidades fabris – uma no Chile e duas no Brasil, no Paraná.

Ao mesmo tempo em que vislumbrou crescimento no mercado internacional, a empresa reforçou sua presença doméstica, criando uma nova estrutura organizacional na área de vendas, que agora conta uma gerência de distribuidores. “O canal de distribuição ganhou relevância neste período”, afirmou o diretor de vendas e marketing da BO Paper, Eliezer Ramos em entrevista ao NewsPaper.

O diretor afirmou que o fornecimento para a demanda interna de papel jornal está garantido, com estoque de segurança e reserva de produção. “O mercado doméstico é meu protegido”, assegurou o diretor, ressaltando que a capacidade de produção de papel jornal é muito superior à demanda nacional. A unidade da BO Paper Pisa é a única fabricante de papel jornal no Brasil, com capacidade produtiva de 150 mil toneladas por ano. Conforme dados da Indústria Brasileira de Árvores (IBÁ), entidade representativa do setor, em 2019, a produção de papel imprensa foi de 83 mil toneladas, das quais 54 mil toneladas foram vendas domésticas e 21 mil toneladas exportação. No mesmo período, foram importadas 75 mil toneladas de papel jornal.

A unidade que ficou praticamente “órfã” no início da pandemia, como descreveu o diretor, a Pisa “está completamente ocupada já até o final de novembro”. Isso graças a demandas diferenciadas em diversos mercados. Além do papel imprensa, a unidade produz pasta mecânica, que também vai para exportação. Ramos fez questão de enfatizar que as linhas de produção operam de forma harmônica dentro da fábrica, assegurando assim o abastecimento doméstico.

Passada a desaceleração abrupta do início da pandemia, que afetou o mercado de papéis de imprimir e escrever, revestidos e não revestidos e o jornal, a BO Paper vem sentindo uma melhora mais expressiva desde agosto, vislumbrando outubro também melhor. “Pelo que se percebe, mais para o fim do ano devemos aumentar o espaço reservado para o mercado doméstico”, contou o diretor de vendas, enfatizando que parte dessa recuperação vem do canal de distribuição, que tem uma demanda maior de pedidos. O diretor reforçou ainda que a parceria com as empresas de distribuição não está restrita ao papel jornal, englobando outras linhas de produtos BO Paper.



Arquivo: Pascoal

Engenheiro químico de formação, com carreira baseada na área de finanças, incluindo seu início na BO Paper, há 4 anos, Eliezer Ramos assumiu nova função no dia 13 de março deste ano, junto com a quarentena para conter o avanço do coronavírus no Brasil. Agora como diretor de Vendas e Marketing comanda a equipe, que tem Fabiano Bissule à frente da recém-criada Gerência de Vendas a Distribuidores e Segmento Educacional.



■■■ Pandemia impulsiona BO Paper a novos mercados

A fábrica de Arapoti, que é a maior do grupo, também está com ocupação praticamente tomada, reflexo da retomada do mercado de catálogos, encartes e impressos gráficos que utilizam seus vários tipos de papéis de imprimir e escrever. Segundo o diretor, a BO Paper tem apostado com sucesso em seu portfólio rico e diverso para as diferentes expectativas dos clientes. Em 2021, a unidade vai contar com um novo equipamento em operação, que vai conferir características diferenciadas para alguns produtos. “Isso vai nos dar ainda mais versatilidade do ponto de vista operacional”, destacou. Em Arapoti também são produzidos papéis especiais para autoadesivos e embalagens flexíveis.

Um outro braço fabril, que funciona dentro do complexo de Arapoti, produz celulose mecânica úmida. Em setembro, a BO Paper lançou a nova marca da linha, rebatizando e ampliando a oferta de pasta de alto rendimento, com variações quanto ao nível de brancura da pasta, com aplicações nos segmentos de caixas e polpa moldada, papel cartão, tissue e imprimir e escrever. “A partir daqui podemos nos adequar às necessidades dos nossos clientes”, exclamou o diretor contando da linha HYPulp.

Para a BO Paper, o ritmo acelerado das mudanças nos últimos meses foi uma resposta às dificuldades impostas pela pandemia de coronavírus. “Esse período nos forçou a um processo de reinvenção tremendo. Está sendo muito desafiador e também muito compensador”, avaliou Eliezer Ramos, ressaltando que transformações que poderiam ocorrer em três a quatro anos foram precipitadas graças à junção de ativos e profissionais técnicos de altíssimo nível, em uma organização ágil e inovadora.

Em operação desde 1984, a **Pisa** passou a integrar o grupo chileno em 2014. É a maior produtora de papel imprensa da América Latina e única no Brasil, atendendo as demandas do mercado gráfico e de publicações da região. Com certificações e atuando com excelência operacional e socioambiental, exhibe o reconhecimento de estar entre as plantas mais eficientes na produção de papel imprensa do mundo.

Comércio internacional

O papel jornal, por suas características, foi aposta natural da BO Paper para abrir o mercado de exportação, que rapidamente começou a demandar outros produtos, entre eles o desenvolvimento de itens direcionados ao segmento de embalagens. “Isso nos permitiu explorar outros mercados, sobretudo o asiático, em especial o chinês”, disse Eliezer Ramos.

Junto com a oportunidade, vêm os desafios do processo de exportação, ainda mais sensível neste período de pandemia que acentuou o descasamento de demanda no transporte marítimo, no comércio internacional. Hoje, explicou Eliezer Ramos, a logística é um tema importante para a BO Paper. Com a recuperação das vendas e a abertura de novos clientes, a BO Paper está tirando pedidos mais rápido do que consegue escoar os produtos da fábrica.

O **Grupo BO Paper** se apresenta como o maior produtor de papéis com fibras termomecânicas de alto rendimento da América Latina. Com mais de seis décadas de experiência na produção de papéis de imprimir e escrever para o mercado de publicações, a empresa reúne três unidades industriais operando no Chile e no Brasil, com capacidade industrial de aproximadamente 500 mil toneladas ano. A primeira unidade de negócios do grupo é a Bio Bio, constituída em 1957 no sul do Chile, atualmente com capacidade produtiva média de 125 mil ton/ano.

Na unidade **Arapoti** são produzidos papéis revestidos de baixa gramatura e fibras termomecânicas de alto rendimento para mercado, oferecendo amplo portfólio de produtos para imprimir e escrever e uma linha de papéis especiais para os mercados de autoadesivos e de embalagens flexíveis. Conforme informações institucionais da empresa, a unidade de Arapoti tem capacidade produtiva média anual de 160 mil toneladas de papel e 60 mil toneladas de fibra termomecânica de mercado.

O papel das reformas

Em setembro, a proposta que revisa parte das regras da administração pública entrou na pauta do Congresso Nacional, onde se discute a reforma tributária. Entre parlamentares, entidades e especialistas, os dois temas têm provocado muitos debates. Alguns defendem que seja definido primeiro o tamanho da máquina pública e os gastos para depois redimensionar adequadamente a arrecadação de tributos. Mas, na prática, as mudanças no sistema tributário têm mais chances de avançar. Pelas propostas em discussão, novas regras tributárias podem atingir os livros e o papel com imunidade destinado a sua impressão. Entidades setoriais e lideranças de diversas áreas têm se posicionado contra as mudanças que afetam esse mercado, buscando sensibilizar os parlamentares, barrar as propostas e manter as desonerações.

No Congresso são discutidas duas Propostas de Emenda Constitucional (PEC) - a PEC 110/2019, no Senado e a PEC 45/2019, na Câmara - e um Projeto de Lei (PL) que propõem mudanças no sistema tributário. No PL 3887/2020 o governo pretende unificar o PIS/Pasep e a Cofins, transformando-os em Contribuição Social sobre Operações com Bens e Serviços (CBS), com alíquota única de 12%, com crédito. Pelo texto enviado aos parlamentares, a contribuição incidiria também sobre o livro, que é isento de PIS/Cofins desde 2004 pela Lei 10.865.

“O assunto deveria ser tratado com menos preconceito, respeitando as razões técnicas da proposta”, escreveu a consultora e doutora em economia pela USP, [Zeina Latif, em artigo publicado no Estadão](#), no dia 10 de setembro. Considerando que a tributação sobre o consumo deve ser a mais neutra possível, evitando alterar os preços relativos de bens e serviços, a economista ressalta que os gestores devem ter cuidado redobrado para minimizar distorções e o mau uso de recursos públicos, no caso de isenções. Segundo ela, no Brasil as renúncias tributárias, no nível federal, estão na casa de R\$ 330 bilhões (2020). A proposta da Contribuição Social sobre Operações de Bens e Serviços (CBS), substituindo PIS/Pasep e Cofins, prevê cancelar, em

2021, renúncias da ordem de R\$ 28 bilhões, dos quais R\$ 1,2 bilhão correspondem aos livros.

Deduções tributárias para livros são adotadas em diversos países, ricos e pobres, conforme a economista que analisou o relatório da International Publishers Association, de 2015, com dados de 77 países, e concluiu que “não há uma correlação entre o desempenho dos alunos no exame de Leitura do PISA e a tributação do livro impresso”. Zeina Latif cita ainda o perfil dos leitores no Brasil que, de acordo com as pesquisas oficiais, representam pouco mais da metade da população. “Pelos dados acima, é provável que a demanda por livro seja pouco sensível a variações de preços”, conclui a economista.

E o papel?

O segmento editorial pode ser impactado também pela PEC 110/2019 que tramita no Senado, na qual o relator senador Roberto Rocha pede o fim da imunidade tributária sobre o papel, propondo que a redação constitucional do art. 150, VI, “d” seja “livros, jornais e periódicos;”. A justificativa é o desvio de finalidade do papel imune, que impõe obrigações acessórias e controles onerosos à cadeia do papel e ainda provoca prejuízos aos cofres públicos. De acordo com levantamento da Indústria Brasileira de Árvores (IBÁ), estimam-se em R\$ 300 milhões as perdas, em 2017, referentes a papéis adquiridos com imunidade como se fossem para impressão de livros, jornais e periódicos e utilizados em folders, catálogos e outros materiais que devem ser tributados.

A carga tributária de mais de 30%, que distingue um papel imune de um comercial, é um estímulo ao ilícito, que provoca sonegação fiscal e distorce o mercado. Mesmo submetidas a triplo controle (o Registro Especial e DIF-Papel Imune; a embalagem diferenciada; além do Sistema de Registro e Controle das Operações com o Papel Imune - Recopi Nacional) e os custos inerentes a essas obrigações acessórias, as empresas da cadeia do papel imune também enfrentam insegurança jurídica. ■ ■ ■

■ ■ ■ O papel das reformas

Todo esse cenário foi discutido no evento “Papel Imune e os desafios para prevenir o desvio de destinação” promovido pela Andipa e pelo Sinapel, realizado em junho de 2018, na sede da Fecomercio, em São Paulo. Conforme cobertura registrada na [edição 63 do NewsPaper](#), na ocasião já se apontava que as propostas de solução para desvio de papel imune envolvem a tributação. “Se a gente pensa em sistemas tributários eficientes, quanto menor o número de exceções melhor”, pontuou Clovis Cabrera, advogado e ex-diretor da Sefaz-SP. O tributarista Gustavo Baptista da Silva, da LBZ Advocacia, considerou que o ideal é o tratamento igualitário da tributação e lançou o questionamento se os benefícios sociais da desoneração compensam os custos que envolvem o controle do papel imune – Recopi, Registro Especial, DIF-Papel Imune, controles internos, defesa de autuações, garantias, perda de crédito, custo da máquina pública, além da quebra da livre concorrência.

A Andipa reconhece que a imunidade tributária é importante para a promoção cultural, assim como sempre apoiou e defendeu medidas de combate ao uso indevido do papel imune. “Entendo que a reforma tributária não pode deixar de criar mecanismos para se evitar as fraudes e os desvios de finalidade”, disse Vicente Amato Sobrinho, presidente executivo da Andipa, explicando que a entidade estuda as propostas oficiais para se posicionar sobre o assunto.

Status atual das reformas

O andamento das duas reformas – tributária e administrativa – depende do Congresso Nacional, que no dia 3 de setembro, recebeu a Proposta de Emenda Constitucional (PEC) 32/2020, de autoria do poder executivo, que altera disposições sobre servi-dores, empregados públicos e organização administrativa. A PEC da reforma administrativa abrange os três poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário) da União, dos estados e dos municípios.

No entanto, entidades e especialistas de diversos setores têm se manifestado defendendo que a

reforma administrativa deve preceder a tributária. “Precisamos inverter a lógica e reduzir o tamanho do Estado antes de fazer a reforma tributária”, afirmou Fábio Pina, assessor econômico da FecomercioSP, um dos convidados da segunda edição deste ano do evento ‘E agora, Brasil?’, realizado pelos jornais O Globo e Valor Econômico, com patrocínio da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC).

Enviado em julho, o PL 3887/2020 que cria a CBS estava prestes a trancar a pauta do Congresso quando o governo federal voltou atrás no pedido de urgência para tramitação, em mensagem publicada no Diário Oficial da União, no dia 4 de setembro. A proposta voltou ao trâmite habitual da Câmara para constituição de comissão. De acordo com o Ministério da Economia, o PL 3887 corresponde à primeira das três etapas de uma ampla reforma tributária pretendida pelo governo federal. As novas medidas a serem propostas seguem em discussão interna do governo. Entre as mudanças deve constar a criação de um imposto sobre transações financeiras digitais, que seria fonte para financiar a desoneração parcial da folha de salário das empresas.

Se não houver acordo diferente entre o governo e os líderes do Congresso, tanto o PL quanto as duas PECs devem seguir para a Comissão Mista, instalada em março com a finalidade de consolidar a redação da Reforma Constitucional Tributária a ser colocada em votação na Câmara e no Senado. Composta por 25 deputados e 25 senadores, a Comissão Mista Temporária da Reforma Tributária é presidida pelo senador Roberto Rocha e tem como relator o deputado federal Aguinaldo Ribeiro. Cabe ao relator analisar as propostas e criar um novo texto a ser examinado pela comissão mista, com o objetivo de acelerar a tramitação que vai seguir os ritos nas duas casas legislativas. Suspensas devido à pandemia do covid-19, as atividades da comissão voltaram no dia 31 de julho, em reuniões remotas, com a promessa de votar uma proposta de reforma tributária na primeira quinzena de outubro, para então enviar o texto para a Câmara e, em seguida, para o Senado.

Abigraf reforça posição em favor da imunidade

As propostas de reforma tributária em discussão no país podem levar ao aumento de preços de livros, jornais, revistas e periódicos, como enfatizou o presidente da Abigraf Nacional, Levi Ceregado. A entidade tem reiterado sua posição em defesa da imunidade tributária sobre o papel e contra a incidência de novo tributo sobre os produtos editoriais, como Contribuição Social sobre Operações com Bens e Serviços (CBS).

Duas propostas de emenda à Constituição (PECs) já estavam sendo discutidas no Congresso Nacional: a PEC 110/2019, no Senado e a PEC 45/2019, na Câmara. O parecer da proposta de emenda à Constituição (PEC) 110/2019, subscrito pelo senador Roberto Rocha (PSDB/MA), recomenda o fim do papel imune e pode ser mais um fator para aumentar consideravelmente o preço dos livros, jornais, revistas e periódicos, os chamados produtos editoriais, como observa Ceregado.

A Abigraf questiona a justificativa apresentada pelo relator de que o fim da imunidade do papel foi pleito da indústria gráfica, que seria prejudicada pelo disposto no art. 150, VI, “d”. “Essa afirmação causou comoção no meio gráfico, pois em nenhum momento a Associação Brasileira da Indústria Gráfica – Abigraf, única entidade representativa da in-

dústria gráfica com real abrangência nacional, foi consultada pelo senador e muito menos encaminhou pedido de tal natureza a nenhum parlamentar, por entender que produtos editoriais não podem ser destinados apenas a quem tem poder econômico para comprá-los”, afirma em nota o presidente da entidade.

Considerando que tributar os produtos editoriais ou o papel neles utilizado é um retrocesso, ele defende que a função governamental deve ser a de incrementar o acesso dos brasileiros às diferentes formas de se adquirir conhecimento por meio da leitura, nunca o contrário.

Para Ceregado, as cadeias produtiva e de comercialização dos produtos editoriais (grandes geradoras de emprego, renda e cultura) formadas por fabricantes de papel, gráficas, autores, editoras, distribuidores e livrarias, devem continuar alertas, combativas e unidas em defesa de seus produtos. “As entidades que compõem a cadeia produtiva do livro no Brasil esperam que o governo compreenda que cobrar impostos ou contribuições de qualquer natureza sobre produtos editoriais, além de não resolver a questão tributária, é um desserviço ao crescimento intelectual do país.”

Papel e livro foram assuntos recentes no podcast Ondas Impressas

A cada 15 dias, um assunto ligado ao universo da impressão é debatido no Ondas Impressas, um podcast comandado pela jornalista Tânia Galluzzi e pelo consultor Hamilton Costa. “A reforma tributária e o mercado editorial” foi o tema do episódio que foi ao ar em 26 de agosto, com a participação do tributarista Roberto Duque Estrada, do presidente da Câmara Brasileira do Livro, Vitor Tavares, do presidente da Abigraf Nacional, Levi Ceregado, e do cientista político, Leandro Consentino.

Comunicação visual e a pegada ambiental das embalagens foram pautas com os convidados dos episódios de setembro, que estão disponíveis nos principais agregadores de podcast e no site <https://ondasimpressas.buzzsprout.com/>.

No texto publicado na edição 75 do [NewsPaper \(página 5\)](#), os links ficaram indisponíveis. Falha corrigida, agora sim, basta clicar nos links para acessar os episódios anteriores e os próximos de [Ondas Impressas](#), em qualquer uma das plataformas de podcast: [Spotify](#), [Apple Podcasts](#), [Google Podcasts](#), [Deezer](#) e [Overcast](#).

Convenção coletiva foi prorrogada

A Convenção Coletiva de Trabalho (CCT) dos comerciários da capital paulista foi prorrogada, através do termo de aditamento assinado pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) e pelo Sindicato dos Comerciários de São Paulo. As condições valem para os trabalhadores dos segmentos representados pelo Sinapel – Sindicato do Comércio Atacadista de Papel, Papelão, Artigos de Escritório e de Papelaria do Estado de São Paulo.

Pelo aditamento, foi prorrogada até o término da situação emergencial, conforme disposição legal (art. 1º, §§ 2º e 3º, da lei 13.979/20), a vigência das condições estabelecidas na Convenção Coletiva de Trabalho celebrada entre as partes em 31 de outubro de 2019, inclusive as constantes de termos aditivos.

No contexto da crise gerada pela pandemia de coronavírus, as entidades representativas patronal (FecomercioSP) e laboral (Sindicato dos Comerciários

de São Paulo), com a intenção de preservar empregos e empresas, decidiram não alterar as condições da natureza econômica previstas na norma para a categoria, inclusive os pisos salariais. “A convenção dá segurança à relação entre patrões e empregados e o acordo é importante para manter empregos em um momento tão delicado em que vivemos”, avaliou Vicente Amato Sobrinho, presidente do Sinapel.

O termo de aditamento também convalida todos os acordos individuais efetuados com base nos termos aditivos da norma anterior e os decorrentes da Lei 14.020/2020, originária da Medida Provisória (MP) 936, desde que devidamente comunicados às entidades patronal e laboral. Logo, ficam autorizadas as medidas emergenciais de reduções de jornada e salários e de suspensão dos contratos de trabalho.

A íntegra da CCT e mais informações podem ser obtidas no site do sindicato (<http://sinapel.com.br/>).

Campanha quer despertar amor pelo papel

Chegou ao Brasil a campanha Love Paper, uma ação global com foco no consumidor, lançada para melhorar as percepções e aumentar a conscientização sobre a sustentabilidade e atratividade da impressão, do papel e das embalagens à base de papel.

Promovida pela organização sem fins lucrativos, Two Sides, a campanha procura contar aos consumidores, ao redor do mundo, todas as histórias positivas sobre papel, impressão e embalagens de papel, cartão e papelão, desde seus atributos ambientais até sua importância no processo criativo.

A campanha Love Paper compartilha com o consumidor uma série de recursos que mostra os benefícios do papel, que é renovável, reciclável e o suporte natural de novas ideias e criatividade. Além de informações, o site da campanha oferece as Criações de Love Paper, uma série de artesanatos em papel, jogos, tarefas de escrita e folhas de atividades para crianças e adultos.

A mensagem de sustentabilidade pode integrar um material de marketing impresso ou embalagem de produto de todas as empresas e atividades relacionadas ao universo do papel. Contatos e mais detalhes em <https://lovepaper.org.br/>.

A campanha LOVE PAPER é uma criação original de Two Sides. Acesse lovepaper.org.br e saiba mais.

Two Sides é uma organização global, sem fins lucrativos, criada na Europa em 2008 por membros das indústrias de base florestal, celulose, papel, cartão e comunicação impressa. Two Sides, a mais importante iniciativa do setor, promove a produção e o uso conscientes do papel, da impressão e das embalagens de papel, bem como esclarece equívocos comuns sobre os impactos ambientais da utilização desses recursos. Papel, papelcartão e papelão são provenientes de florestas cultivadas e gerenciadas de forma sustentável. Além disso, são recicláveis e biodegradáveis.



www.lovepaper.org.br



www.twosides.org.br

Two Sides América do Norte discute:

Eliminar o papel é melhor para o meio ambiente?

Muitos bancos, serviços públicos, telecomunicações e outros prestadores de serviços continuam a incentivar (e às vezes forçar) seus clientes a migrarem do papel para os meios digitais, alegando que a comunicação eletrônica é "mais verde", "salva árvores" ou "protege o planeta" como justificativa.

Só podemos concluir que os CEOs dessas empresas estão:

1. mal informados sobre a sustentabilidade inerente do papel, a pegada ambiental em rápida expansão da comunicação digital ou ambos;
2. confiam nas equipes de marketing que não se preocupam em validar as afirmações ambientais;
3. buscam reduzir custos, ignorando as regras de marketing ambiental estabelecidas da FTC dos EUA e da Canadian Standards Association que dizem que os profissionais de marketing "não devem fazer declarações amplas e não qualificadas de benefícios ambientais como "verde" e que "as declarações devem ser claras, proeminentes e específicas".

Crescimento de dispositivos eletrônicos e de lixo eletrônico

Não há como negar que o uso de dispositivos eletrônicos explodiu na última década. De acordo com um estudo do Pew Research Center, a grande maioria dos americanos (81%) possui smartphones em 2019, contra apenas 35% em 2011. Quase três quartos dos adultos dos EUA possuem desktops ou laptops, e cerca de metade possui tablets e leitores eletrônicos. Esse boom resultou em muitos avanços que tornam nossas vidas mais eficientes, produtivas e agradáveis. Mas também trouxe consigo graves e crescentes consequências ambientais, de saúde e econômicas.

De acordo com o recém lançado Global E-waste Monitor (GEM) 2020, um recorde de 53,6 milhões de toneladas de lixo eletrônico foi gerado em 2019, um aumento de 21% em apenas cinco anos. Para se ter uma ideia, o lixo eletrônico do ano passado pesava até 350 navios de cruzeiro do tamanho do Queen Mary 2, o suficiente para formar uma linha de 76 milhas de comprimento. O GEM descreve o lixo eletrônico como produtos descartados com uma bateria ou um plugue. Pequenos equipamentos eletrônicos, telas e monitores, equipamentos de TI e telecomuni-

cações representaram mais da metade do lixo eletrônico global no ano passado. Os EUA e o Canadá geraram coletivamente 7,7 milhões de toneladas de lixo eletrônico em 2019. Isso equivale a cerca de 21 quilos por pessoa, e quase três vezes a geração per capita mundial de 7 quilos.

O relatório também prevê que o lixo eletrônico global chegará a 74 milhões de toneladas em 2030, quase o dobro do lixo eletrônico em apenas 16 anos. Isso torna esse resíduo o fluxo de lixo de crescimento mais rápido do mundo, alimentado por taxas mais altas de consumo de dispositivos elétricos e eletrônicos, ciclos de vida curtos dos dispositivos e poucas opções de reparo. Muitas pessoas agora veem os dispositivos e eletrodomésticos como descartáveis, simplesmente eliminando-os na hora de uma atualização. Outros podem mantê-los, mas não encontram uma maneira econômica de repará-los.

Pouco lixo eletrônico é reciclado

O GEM descobriu que apenas 17,4% do lixo eletrônico foi coletado e reciclado globalmente em 2019, com apenas 15% do lixo eletrônico reciclado na América do Norte. A maior parte do lixo eletrônico era despejada ou queimada em vez de ser coletada para reciclagem e reutilização.

Inúmeras substâncias tóxicas e perigosas são encontradas em equipamentos eletrônicos e representam grave risco para o meio ambiente e a saúde humana quando não manuseadas de maneira ambientalmente correta. Uma pesquisa recente citada no GEM descobriu que o lixo eletrônico não regulamentado está associado a um número crescente de males à saúde, desde defeitos congênitos e neurodesenvolvimento alterado até danos ao DNA, problemas cardiovasculares e respiratórios e câncer.

O lixo eletrônico também representa uma grande perda econômica. Quando os dispositivos eletrônicos são simplesmente jogados fora, materiais de alto valor recuperáveis, como ferro, cobre e ouro, são descartados com eles. "Se não podemos reciclar o lixo eletrônico, não estamos devolvendo os materiais ao circuito, o que significa que temos que extrair novas matérias-primas", diz Vanessa Forti, autora principal do GEM. Estima-se que o valor das matérias-primas em todos os resíduos eletrônicos globais gerados em 2019 foi de US\$ 57 bilhões, mais do que o produto interno bruto da maioria dos países. ■ ■ ■

■ ■ ■ Eliminar o papel é melhor para o meio ambiente?

Comunicação eletrônica, consumo de energia e mudanças climáticas

A miniaturização dos equipamentos e a “invisibilidade” das infraestruturas utilizadas leva muitos a subestimar a pegada ambiental da tecnologia digital. Esse fenômeno é reforçado pela ampla disponibilidade de serviços na “nuvem”, o que torna a realidade física de uso ainda mais imperceptível e leva a subestimar os impactos ambientais diretos da tecnologia digital.

Em 2023, [a gigante da tecnologia global Cisco](#) estima que a América do Norte terá 345 milhões de usuários de internet (eram 328 milhões em 2018) e 5 bilhões de dispositivos e conexões em rede (3 bilhões em 2018). O [Departamento de Energia dos EUA](#) relata que os data centers dos EUA consumiram cerca de 70 bilhões de quilowatts-hora (kWh) em 2014, representando cerca de 1,8% do consumo total de eletricidade dos EUA. Com base nas estimativas de tendências atuais, os data centers dos EUA devem consumir aproximadamente 73 bilhões de kWh em 2020. Este consumo de energia não inclui a energia necessária para construir, alimentar ou recarregar os dispositivos.

[De acordo com o The Shift Project](#), um grupo de reflexão sobre a transição do carbono, o consumo de energia necessário para as tecnologias digitais está aumentando 9% a cada ano e a participação da tecnologia digital nas emissões globais de gases de efeito estufa (GEE) pode dobrar para 8% até 2025. [The US National, Laboratório de Energia Renovável](#), analisou 113 empresas de tecnologia da informação em 2014 e constatou que apenas 14% da energia consumida era de fontes renováveis.

O contraste entre as comunicações eletrônicas e em papel

A magnitude dos impactos negativos resultantes do uso da comunicação eletrônica em comparação com a comunicação baseada em papel deve direcionar aqueles que são comprometidos com práticas de marketing responsáveis.

- O papel é feito de um recurso renovável - árvores cultivadas ou de florestas geridas de forma sustentável.
- Com uma taxa de recuperação de 66% nos Estados Unidos, 67% no Brasil e 70% no Canadá, o papel é um dos materiais mais reciclados.
- A maior parte da energia usada para fabricar papel na América do Norte vem de biomassa neutra em carbono e outras fontes renováveis.
- A indústria de celulose e papel dos Estados Unidos emitiu 35,7 Mt de emissões de GEE em 2018, o que representou apenas 1,2% do total de emissões diretas dos Estados Unidos.
- Mais de 90% da água usada para fabricar papel na América do Norte é limpa e devolvida à fonte. No Brasil esse percentual ultrapassa 93%. A maior parte do restante evapora ou permanece em produtos de papel.
- As indústrias de papel norte-americana e brasileira têm mostrado melhoria contínua de desempenho ambiental, que está bem documentada.

Equipe Two Sides North America com informações acrescentadas por Two Sides Brasil

<https://twosides.org.br/>

Em julho, indústria nacional teve queda minimizada

Depois de registrar retrações mais expressivas no segundo trimestre, a indústria nacional de papéis fechou julho com números melhores, mas a maior parte deles ainda negativos quando comparados ao mesmo mês de 2019. O boletim estatístico mensal Dados Papel, divulgado pela Indústria Brasileira de Árvores (IBÁ), reitera o comportamento de cada segmento do mercado de papel diante das paralisações decorrentes da pandemia de coronavírus.

As demandas dos papéis para imprimir e escrever (I&E) e dos jornais foram as mais afetadas, enquanto nos tipos utilizados para embalagens, sanitários e cartão as atividades seguiram aquecidas. Com isso, os números do mercado geral de papéis, no acumulado de janeiro a julho deste ano em relação a igual período de 2019, mostraram redução de 3,5% na produção nacional, de -6,3% na venda doméstica, -2,2% nas exportações e -18,6% na importação.

Olhando para evolução da produção mensal, a maior retração foi em junho, -11,8% no total geral e -51,5% entre os papéis para imprimir e escrever. No mês seguinte, foram produzidas 837 mil toneladas de papéis para todos os fins, 6% menos que em julho de 2019. No mercado de I&E, a produção foi de 135 mil toneladas, queda de 35,1% quando comparada às 208 mil toneladas de julho do ano passado.

A fatia destinada ao mercado interno também caiu menos em julho. Conforme o boletim, as vendas domésticas em geral recuaram 1,4%, puxadas pela redução de 23,1% no segmento de imprimir e escrever.

Janeiro a julho

O mercado de papéis para embalagens registrou crescimento em todos os indicadores quando comparados os dados de janeiro a julho de 2020

com os do mesmo período do ano passado. Já os segmentos de I&E e jornal tiveram resultados negativos em todos os parâmetros. Aliás, o segmento de embalagens foi o único com alta nas importações em relação ao mesmo período de 2019, e com percentual expressivo de 75%. Entre janeiro e julho, as entradas dos papéis para embalagens neste ano somaram 56 mil toneladas, 24 mil toneladas a mais que no comparativo de 2019.

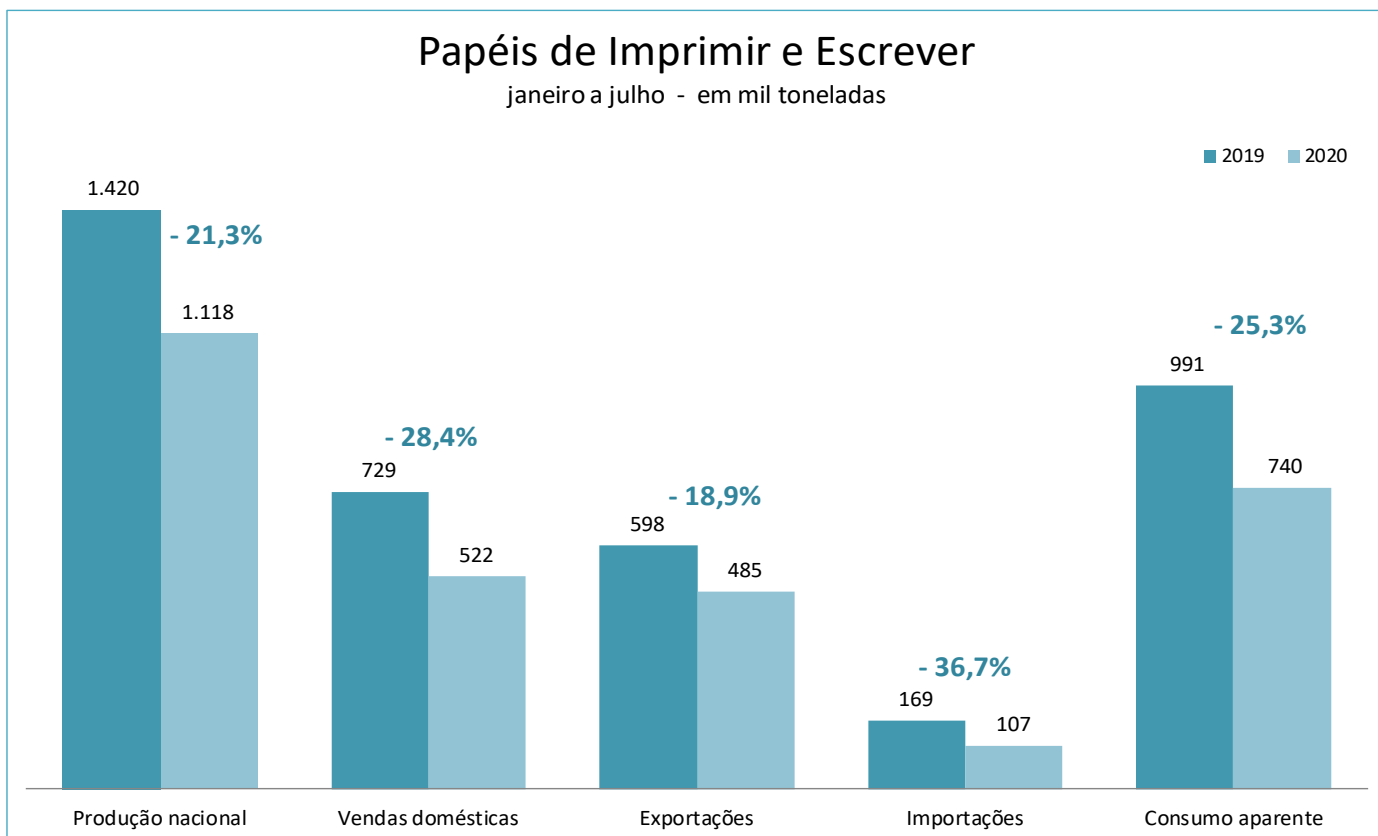
No papel jornal, as quedas foram de 21,3% na produção, de 28,1% na venda interna, 20% na exportação e 52,1% na importação, considerando os volumes mensais de janeiro a julho deste ano frente a 2019.

Já entre os papéis para impressão e escrita, de janeiro a julho de 2020 foram produzidas 1,1 milhão de toneladas, 21,3% menos que em igual período de 2019. A venda doméstica somou 522 mil toneladas, -28,4% sobre as 729 mil toneladas anteriores. Nas exportações de I&E, o saldo até julho foi de -18,9%, com a saída de 485 mil toneladas em 2020 ante as 598 mil toneladas anteriores. No mesmo comparativo, as importações destes papéis caíram 36,7%, de 169 mil toneladas para 107 mil toneladas. Neste ano, com os dados até julho, o consumo aparente de papéis de imprimir e escrever – que consiste na soma da produção com a importação, descontada a exportação – diminuiu 25,3% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Mais estável neste período analisado, o mercado de papel cartão teve crescimento de 3,7% na produção nacional, a fatia doméstica diminuiu 1%, enquanto a exportada aumentou 15,8%. Ainda conforme a edição de julho do boletim dados Papel, em 2020, a importação de cartão somou 25 mil toneladas, com recuo 10,7% ante as 28 mil toneladas de 2019.

[Veja Gráfico 1 na página 16](#)

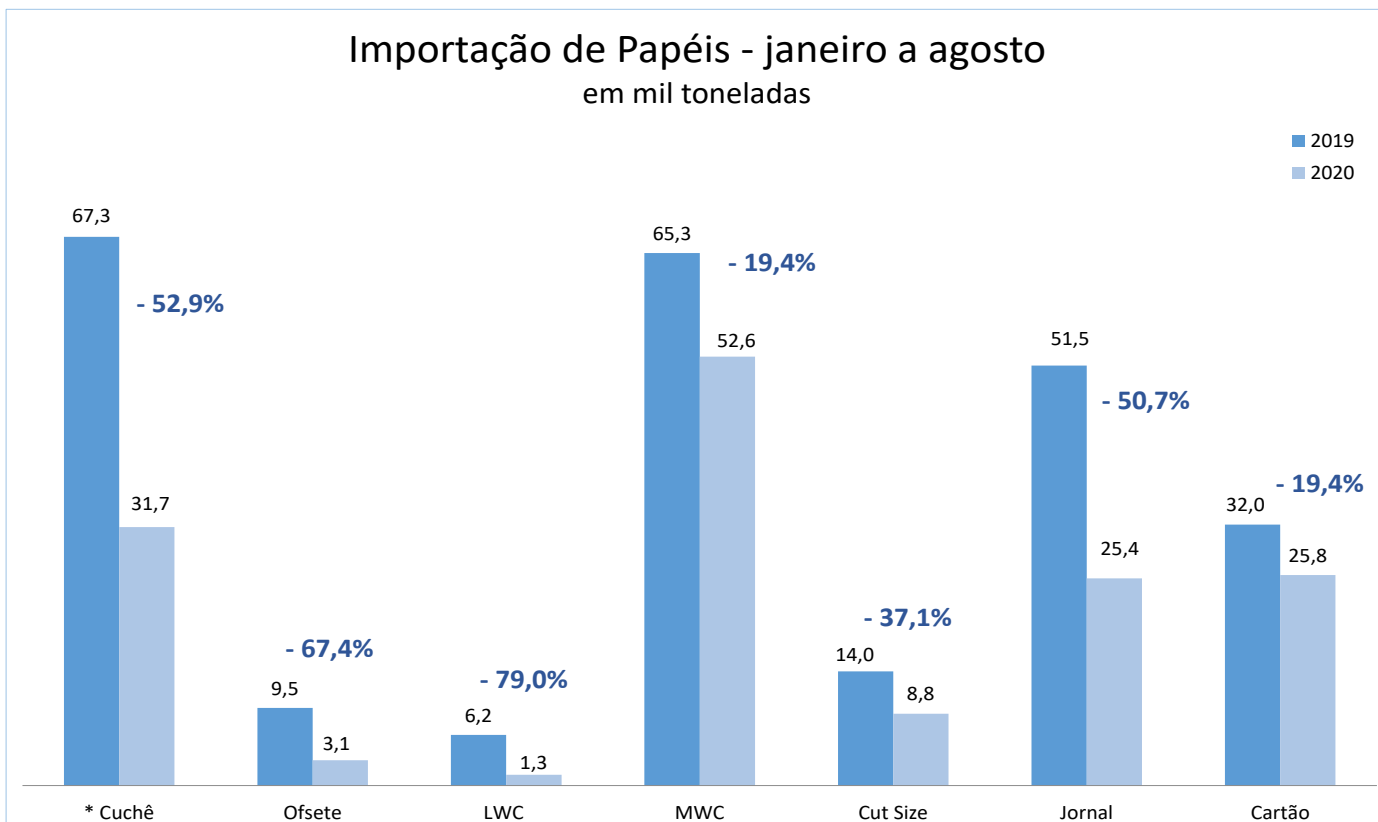
GRÁFICO 1



Fonte: Dados Papel Iba

Elaboração: ANDIPA

GRÁFICO 2



Fonte: Comex Stat / MDIC

Elaboração: ANDIPA

* inclui os papéis revestidos para rótulos (NCMs 4810.13.91 e 4810.19.91, em vigor desde 01/01/2020). Entre janeiro e agosto de 2020, foram importadas 3,2 mil toneladas nas duas NCMs.

Importação segue em queda

A entrada de papéis importados neste ano até agosto continuou em níveis bem abaixo de 2019, conforme os números disponíveis no Portal Comex Stat, sistema para consultas e extração de dados do comércio exterior brasileiro do Siscomex. Desde abril, os volumes mensais de papéis em geral (classificados no Capítulo 48 do Sistema Harmonizado (SH) de classificação de mercadorias) registram quedas ante ao mesmo período de 2019. Na comparação de julho, em 2020 as entradas diminuíram 58,3% sobre as do ano passado. Em agosto, a diferença recuou para -45,8%. No acumulado de janeiro a agosto deste ano foram importadas 362,7 mil toneladas de papéis para todos os fins, 22% menos que as 465,4 mil toneladas dos oito meses de 2019.

Na consulta refinada por NCM, a queda nos volumes importados é ainda maior. A Andipa acompanha os indicadores dos sete principais tipos de papéis comercializados pelos canais de distribuição. Os papéis MWC e cartão foram os tipos menos impactados pela pandemia de coronavírus, conforme as estatísticas oficiais.

O papel cartão (NCM 4810.92.90) somou 25,8 mil toneladas entre janeiro e agosto deste ano, queda de 19,4% sobre as 32 mil toneladas importadas no mesmo período de 2019. Mesmo percentual de retração foi apurado no papel MWC (NCM 4810.29.90), com importação de 52,6 mil toneladas entre janeiro e agosto deste ano, contra 65,3 mil toneladas apuradas no mesmo período de 2019.

O papel cuchê registrou queda de 52,9% nas importações de janeiro a agosto deste ano ante a igual período de 2019. No total neste ano até

agosto, foram importadas 31,7 mil toneladas, sendo 28,4 mil toneladas nas NCMs 4810.13.89, 4810.13.99, 4810.19.89, 4810.19.99, conforme formato (folhas ou rolos) e gramatura (alta ou baixa). A diferença de 3,2 mil toneladas corresponde às entradas nas NCMs 4810.13.91 e 4810.19.91, em vigor desde 01 de janeiro deste ano. Estes novos códigos foram criados pela Resolução nº 4 do Comitê Executivo de Gestão da Câmara de Comércio Exterior para identificar os tipos de papéis revestidos utilizados em rótulos de bebidas (papel revestido ou recoberto em uma face, do tipo *wet strength*, resistente à umidade e ao meio alcalino). Em 2019, sem o desmembramento das NCMs, as importações de cuchê entre janeiro e agosto somaram 67,3 mil toneladas.

Outros tipos

A queda percentual mais acentuada foi verificada no LWC (NCM 4810.22.90), -79% no período de comparação. As importações passaram das 6,2 mil toneladas nos oito primeiros meses de 2019 para 1,3 mil toneladas em 2020. No subgrupo de ofsete, classificados nas NCMs 4802.55.99 e 4802.57.99, as importações recuaram 67,4%, de 9,5 mil toneladas para 3,1 mil toneladas no comparativo.

De acordo com os dados da Secex, em 2020, até agosto entraram no Brasil 25,4 mil toneladas de papel jornal (NCMs 4801.00.30 e 4801.00.90), 50,7% abaixo do volume registrado no mesmo período do ano anterior, que foi de 51,5 mil toneladas. Já a importação de *cut size* (NCMs 4802.56.10 e 4802.56.99) caiu 37,1%, de 14 mil toneladas em 2019 para 8,8 mil toneladas em 2020.

Veja Gráfico 2 na página 16

DISTRIBUIDORES ASSOCIADOS



ENTIDADE MEMBRO DE



www.twosides.org.br