

News Paper

Informativo
Setorial ANDIPA



Nesta edição

Recopi consulta e
Andipa reapresenta
pleito de melhorias

Página 12

Desempenho de I&E
é destaque negativo
nos dados de 2020

Páginas 14 e 15

Entrada de papel
importado em queda

Páginas 16 e 17

Fiesp reconduz
diretoria do
Copagrem

Página 11

Coluna Two Sides:
vantagens do papel
nas embalagens

Página 13

Entre incertezas e expectativa positiva

Editorial - página 2

Insensibilidade tributária, artigo do presidente da FecomercioSP

Página 3

Registros de papel imune vencem em julho *Andipa foi à Receita por mais prazo para renovação*

Páginas 4 e 5

Os presidentes da CBL e do SNEL falam do cenário otimista que vem do mercado de livros

Páginas 6 a 9

Por escassez de papel, Abigraf pede redução da alíquota do imposto de importação

Página 10

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)

Incertezas e otimismo

A pandemia que assolou o mundo em 2020 teve impactos enormes não só na saúde pública, mas também na economia e na vida das pessoas. A onda de incerteza se espalhou e, neste período de quase um ano, vimos crises dentro de crises, entremeadas de vítimas. Foi neste mesmo período de um ano que vários setores se reinventaram e surgiram vacinas, sim várias, capazes de minimizar os riscos da contaminação. A boa notícia caminha ao lado dos piores indicadores de saúde e econômicos.

Essa sensação de ambiguidade parece se aplicar com propriedade ao momento de instabilidade que vivemos, seja na saúde, na economia ou no nosso mercado. Fato é, o incerto é certo! Não se trata mais de ser otimista ou cético. É preciso ser realista e bem informado, zeloso e criativo, crítico e conciliador e, acima de tudo, seguir em frente com boa dose de determinação e confiança.

Todos os assuntos desta edição abordam, de alguma forma, os reflexos de 2020 e o cenário que temos pela frente. No mercado de papel, todos os segmentos tiveram impactos desafiadores, ainda que com realidades diversas. E assim devemos seguir. A falta de mercadorias dá uma falsa sensação de crescimento. Para alguns tipos de papéis a equação para equilibrar a oferta e a demanda passa pelo mercado externo, que está afetado pelo câmbio desfavorável, pelo imposto de importação elevado e o custo do frete em alta. Isso sem considerar as condições econômicas e políticas, que é comum a todos os brasileiros, sejam trabalhadores ou empresários.

Há esperanças. Esperanças que precisam ir além da espera passiva para se construir e inovar no fazer do dia a dia. Vimos reviravoltas surpreendentes acontecerem por fatores externos e

alheios, mas também por planejamento e dedicação. A vacina, que no Brasil ainda chega a conta-gotas, parece ser o alento que esperamos para a saúde e para trazer de volta a confiança necessária à retomada mais substancial da economia.

Os entraves econômicos poderiam ser minimizados por reformas estruturais, há tempos urgentes no País. A reforma tributária ainda está na agenda legislativa e pode ser que avance nos próximos meses. Particularmente, não aposto nisso. Ou talvez caminhe a minialteração proposta pelo governo para unificação do PIS e da Cofins.

Seja como for, as cadeias produtivas e de suprimentos vão se ajustando. E a do papel não é diferente. A procura por embalagens continua aquecida. Os leitores seguem comprando livros, agora mais pelo e-commerce. A economia vai girando e nós vamos enfrentando os desafios, focados em seguir em frente, com doses de audácia e prudência, com expectativa em uma recuperação mais rápida e estável.



Andipa

*Vitor Paulo de Andrade
Presidente do Conselho Diretor*

Insensibilidade tributária

Por Abram Szajman *

O ano de 2021 se inicia com a mesma luta pela sobrevivência, tanto humana como empresarial, que marcou 2020. O fim do auxílio emergencial e a consequente queda no consumo das famílias mais vulneráveis prenuncia incertezas para as empresas sobreviventes no comércio e nos serviços. O varejo paulista será impactado em R\$ 4,1 bilhões por mês, em média. Por isso, mais do que nunca, é preciso estreitar o diálogo entre empresários e os Poderes Executivo e Legislativo para formular ações efetivas que garantam a continuidade dos negócios.

Não é o que se tem visto, porém, em algumas esferas. Sancionada em 15 de outubro do ano passado, a Lei 17.293/2020 derrubou todos os incentivos fiscais do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) conquistados às duras penas por diversos setores empresariais paulistas. Na contramão da crise vivida pela população, produtos essenciais como material de construção e produtos médicos, entre outros, sofreram aumento na alíquota.

Outro ponto na referida Lei – aprovada apesar de todas as manifestações contrárias de entidades empresariais e da sociedade civil – causou estranhamento ainda maior, por sua incompatibilidade com o ordenamento jurídico vigente. O Executivo estadual foi autorizado a legislar por decreto sobre matérias tributárias, sem consulta à Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo (Alesp).

No início deste ano a FecomercioSP, fiel à sua trajetória de oito décadas em busca da conciliação e do diálogo, procurou apresentar e discutir alternativas. Solicitou a reabertura do Programa Especial de Parcelamento do ICMS, com a dispensa de juros e multas dos débitos em aberto a partir de março de 2020.

Para a surpresa da Entidade e de seus 1,8 milhão de empresários representados, que respondem por quase 10% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro e geram em torno de 10 milhões de empregos, nenhum pleito foi atendido, nem sequer o parcelamento do ICMS referente às vendas do Natal, tradicionalmente acordado todos os anos.

Diante dessa reiterada intransigência, as principais conquistas dos contribuintes paulistas correm o risco de serem anuladas na prática, como o Código de Direitos, Garantias e Obrigações do Contribuinte, em vigor desde 2003, que resultou na criação do Conselho Estadual de Defesa do Contribuinte (Codecon-SP), responsável por coibir excessos da atividade fiscalizadora, assegurando o respeito aos direitos dos empresários.

Recentemente, com a participação ativa do Codecon-SP, foram traçadas as premissas do Programa de Estímulo à Conformidade Tributária, com o objetivo de estabelecer condições para a construção de um ambiente de confiança recíproca entre o Fisco estadual e os contribuintes. A iniciativa, ainda pendente de regulamentação e ajustes, foi infelizmente atropelada pela ruptura do diálogo evidenciada quando foram ignoradas cerca de 600 propostas destinadas a amenizar o arrocho tributário perpetrado em outubro passado.

É certo que o impacto da pandemia provocou um déficit superior a R\$ 10 bilhões nos cofres paulistas, mas também é evidente que a classe empresarial não aguenta arcar com mais essa conta, justo no pior momento econômico do País. A recusa ao parcelamento de dívidas – prática corriqueira no sistema bancário e que contribuiria, inclusive, para o equilíbrio na arrecadação – é uma demonstração de insensibilidade que pode e deve ser revista.

** Abram Szajman é presidente da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP), entidade que representa 1,8 milhão de empresários, que respondem por quase 10% do PIB brasileiro e geram em torno de 10 milhões de empregos.*

Artigo originalmente publicado no jornal Estado de S.Paulo em 13 de fevereiro de 2021, reproduzido com autorização da FecomercioSP.



Divulgação FecomercioSP

Registros de papel imune vencem em julho

Andipa pede à Receita mais prazo para renovação

Até julho de 2021, o Registro Especial de Controle de Papel Imune (Regpi) deverá ser renovado pela grande maioria das empresas que hoje estão aptas a operar no mercado editorial, conforme estabelece a Instrução Normativa (IN) nº 1.817, de 20/07/2018. O atendimento remoto, imposto pela pandemia, deve ser uma dificuldade adicional e pode acarretar sobrecarga no processamento dos pedidos de renovação junto à Receita Federal. Diante desta avaliação, a Andipa protocolou ofício ao Secretário Especial da Receita Federal do Brasil, solicitando a prorrogação do prazo para renovação do Regpi e audiência para discutir o assunto.

O registro especial é obrigatório para todas as empresas que adquirem ou exercem as atividades de comercialização e importação de papel destinado à impressão de livros, jornais e periódicos, desde 2009, pela Lei 11.945. A obrigatoriedade de renovação do registro a cada triênio foi uma das alterações implantadas pela IN 1.817 em 2018, que impõem maior rigor à concessão do registro. O objetivo é atestar a regularidade da empresa que está solicitando o Regpi, visando reforçar as ações para o combate ao desvio de finalidade do papel imune de impostos. O art. 10, do capítulo III, determina que a “renovação do Regpi será concedida pelo prazo de 3 (três) anos, desde que a pessoa jurídica requerente cumpra os mesmos requisitos exigidos na concessão”. Os registros ativos na data de publicação da Instrução Normativa tiveram prazo de validade de três anos (conforme Art. 19).

“O objetivo da iniciativa é prevenir que as empresas fiquem sem acesso ao papel imune. Decorrido o prazo hábil, teremos que agir para atenuar a situação em condições mais complicadas e com risco de desabastecimento”, explicou Vicente Amato Sobrinho, executivo da Andipa e presidente do Sinapel. Segundo ele, a expectativa é que a Receita Federal se manifeste em breve, que se sensibilize diante dos pleitos e conceda prorrogação.

Além de estarem sujeitas ao acúmulo de demanda junto à Receita, as empresas dependem de outras documentações que passaram a ser exigidas a partir de 2018 para todas as concessões e também para as renovações. Um exemplo é o alvará de localização e funcionamento, expedido pelo órgão de fiscalização municipal do local onde as atividades serão desenvolvidas (VI, Art. 3º da IN), documento que depende da legislação de cada município.

Na avaliação do advogado tributarista, Gustavo Baptista da Silva, sócio do Escritório LBZ Advocacia, a exigência do documento pode ser outro entrave inconveniente, dado que em muitos municípios a concessão das licenças é bem deficiente e desde a edição da Lei de Liberdade Econômica (Lei 13.874) não é mais obrigatória para muitas empresas. “Poderemos chegar ao impasse de que quem legitimamente não tem o alvará, ou não o tem por entraves burocráticos, estará fora do mercado, ou terá clientes fora dele”, ressaltou o advogado.

Quantos devem pedir renovação?

No portal da Secretaria da Receita Federal constavam, em 6 de fevereiro de 2021, 3.832 registros concedidos classificados entre fabricantes (37), importadores (541), distribuidores (199), usuários (1.516) e gráficas (1.539). Do total, 305 registros tiveram Ato Declaratório Executivo (ADE) publicado depois de 20 de julho de 2018, ou seja, na vigência da nova regulamentação. Dentre os registros que constavam ativos no levantamento realizado pelo NewsPaper, cinco tiveram ADE publicado em 2021, 47 foram concedidos ao longo de 2020; 144, em 2019; e 109 em 2018, a partir de 27 de julho. Desta forma, 3.527 registros, que correspondem a 92% do total, precisarão de renovação ou seus detentores estarão impedidos de operar com papel imune a partir de julho de 2021. Conforme a Normativa (Parágrafo único, Art. 10), a renovação deverá ser requerida no mínimo 60 dias antes do término da sua validade.





Registros de papel imune vencem em julho

Andipa pede à Receita mais prazo para renovação

Embora tenha inclusões mais recentes, a consulta ao portal da Receita Federal não garante a relação mais atualizada dos registros ativos, contrariando o previsto na própria IN 1.817 (§ 1º e § 2º, Art. 5º), que estabelece a implantação do Sistema Gerencial Papel Imune (GPI) e a disponibilização da relação de pessoas jurídicas detentoras de Regpi. Dentre as consideradas aptas no último levantamento, consta ao menos uma empresa com operação

encerrada e CNPJ baixado no cadastro da própria Receita Federal. A Andipa tem pleiteado junto à Receita a atualização das informações no GPI e orienta seus associados a acompanhar as concessões e cassações dos registros publicadas regularmente no Diário Oficial e disponibilizadas pela Associação, uma vez que, em última instância, cabe a cada empresa a responsabilidade de checar a condição cadastral de seus clientes.

NewsPaper consultou as entidades setoriais

A exigência do Registro Especial de Controle de Papel Imune (Regpi) atinge a todas as empresas envolvidas na cadeia de negócios. Ou seja, além de as empresas serem obrigadas a fazer a própria renovação, dependem que seus fornecedores e/ou clientes também tenham o registro ativo. Do contrário, ficam impedidas de operar legalmente com papel imune. Consultadas pelo NewsPaper, entidades do setor manifestaram preocupação com a renovação em massa e com o risco de algum segmento ter mais dificuldade em satisfazer às obrigações adicionais.

A Associação Nacional dos Jornais (ANJ) acredita que as empresas jornalísticas têm condições de cumprir as exigências dentro do prazo e considera um impacto negativo caso outros segmentos não o façam, “visto que o registro visa a assegurar a destinação adequada ao papel imune”.

O presidente do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), Marcos da Veiga Pereira, ressaltou a importância do papel imune para a produção editorial e a necessidade de se ter um mecanismo de controle adequado. Pereira disse que iria ‘acionar o time de campo’ para avaliar se será necessária alguma ação da entidade.

Declarando apoio à iniciativa da Andipa, o presiden-

te da Associação Brasileira da Indústria Gráfica – Abigraf Nacional, Levi Ceregato, levantou a possibilidade de um trabalho conjunto das entidades e simultâneo nas esferas federal e municipal. “É possível atuar também junto à prefeitura para prorrogação dos alvarás que vencem em 2021”, disse Ceregato, observando que, de fato, há ingerência na hierarquia dos poderes e uma medida de impacto pode acabar tendo o efeito contrário, ou seja, estimulando o mercado paralelo.

Como uma das entidades representantes do segmento de um dos principais usuários do papel imune, a Câmara Brasileira do Livro (CBL) está atenta a possíveis dificuldades reportadas por seus associados no processo de renovação do Regpi. Apesar de a maioria das empresas ter se adaptado para cumprir as obrigações acessórias do papel imune, os associados da entidade estão amparados por decisão judicial definitiva, afastando a exigência do controle federal. Em outra ação, a CBL também obteve isenção sobre a legislação do Sistema Recopi. Conforme explicou Fernanda Garcia, executiva da entidade, atualmente o instrumento legal é um recurso pontual e a maioria cumpre as duas regras de controle. No entanto, caso enfrentem dificuldade para a renovação, as associadas poderão requisitar o amparo jurídico.

Mercado livreiro tem cenário otimista

Os números de produção e vendas de 2020, que dão o panorama mais detalhado de como se comportou o mercado editorial, devem ser conhecidos em abril. Mas a boa surpresa de um ano marcado pela pandemia e pelo isolamento social é palpável: o brasileiro consumiu mais livros em 2020. Um comportamento que se seguiu em janeiro de 2021. É o que mostra o Painel do Varejo de Livros no Brasil, realizado em parceria pelo Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL) e a Nielsen BookScan, serviço de monitoramento de vendas de livros, presente em dez países.

De janeiro a dezembro de 2020, a pesquisa registrou a venda de 41,9 milhões de exemplares, crescimento 0,87% sobre as 41,5 milhões de unidades do ano anterior. Em valor, no entanto, o varejo apresentou queda nominal – não considerando a inflação no período (de 4,23%, segundo o IPCA) – de 0,48%. As livrarias, supermercados e lojas de autoatendimento que fazem parte do rol de varejistas parceiras da Nielsen fecharam o ano com faturamento de R\$ 1,74 bilhão, apurado com a venda de livros.

Analisando sempre o período de quatro semanas, o 1º Painel de 2021 registrou um aumento de 19,3% em volume e 14,1% em valores, quando comparado com os dados da mesma edição de 2020. Em números reais, foram vendidos 4,27 milhões de livros, com um faturamento de R\$ 206,34 milhões.

Olhando para o panorama do setor que chegou a estimar perdas da ordem de 25% no início da pandemia, os resultados apurados até agora confirmam que o brasileiro leu mais em 2020. “E isso precisa ser fomentado”, enfatizou Marcos da Veiga Pereira, presidente do SNEL, explicando que ainda não se tem dados sobre o perfil do leitor, mas é provável que o crescimento seja devido ao consumo maior das pessoas já habituadas à leitura.

Com os lançamentos comprometidos pela ausência das livrarias físicas, que ficaram fechadas por um período longo, predominaram as vendas dos catálogos das editoras. Com a retomada do varejo físico mais consistente no segundo semestre, as editoras voltaram a publicar novos títulos, mas continuam

sofrendo muito na colocação. Pereira explicou que um título novo precisa ser mais trabalhado no varejo e que, neste cenário, o editor pode apostar em tiragens menores, o que reflete em custo maior. “Aí entra a questão cambial, que é complicada para livro. O insumo principal é o autor, mas dentro do processo industrial do livro, tanto o papel como os insumos da indústria gráfica são commodities ou importados, criando pressão de custos”, afirmou.

Panorama

Uma avaliação do cenário atual do mercado livreiro precisa retroagir além do desafiador ano de 2020, olhando os números e o que estava acontecendo antes da pandemia, como observa o presidente da Câmara Brasileira do Livro (CBL), Vitor Tavares da Silva Filho.

Entre 2016 a 2018 o setor livreiro enfrentou uma crise violenta, agravada pelas incertezas políticas e recuo da economia em geral. Neste período, houve a recuperação judicial de grandes livrarias, que juntas deixaram um passivo de mais de um bilhão de Reais. “Em 2019 o mercado editorial parou de cair, começou a sair desse cenário e registrou crescimento de 6% tanto em faturamento como em vendas”, pontuou Tavares, lembrando que a expectativa era de que 2020 seria o ano da virada. “E aí apareceu a pandemia”.

Nos primeiros meses de fechamento das atividades, o mercado praticamente parou, ficando com algo entre 10% a 15% do faturamento anterior. Ainda de acordo com o presidente da CBL, o cenário foi devastador, foram fechadas muitas livrarias e muitas ainda enfrentam dificuldades. “Mas, por outro lado, vimos o mercado se ajustar em 2020”, ressaltou Vitor Tavares, apontando para o crescimento das vendas pela internet.

Se antes da pandemia 70% das vendas de livros no varejo eram em lojas físicas e 30% pela internet, agora a situação se inverteu. Segundo o presidente da CBL, hoje em torno de 60% dos livros físicos são vendidos por plataformas de vendas pela internet, não só por grandes empresas, como através de marketplaces, com muitas pequenas empresas e livreiros vendendo online.





Mercado livreiro tem cenário otimista

A partir de setembro, as livrarias físicas começaram a recuperar as vendas, mas ainda registraram movimento em torno de 70% a 80% do que tinham antes da pandemia. “O final do ano teve bom patamar de vendas, mas não repôs a quebra acumulada do ano, que deve ser de queda de 7% a 8% em comparação a 2019”, afirmou Tavares.

Um retrato mais fiel do desempenho do mercado livreiro em 2020 será revelado pela Pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro (ano-base 2020), que está em fase de coleta de dados das editoras. Realizada há 15 anos, essa pesquisa é o principal estudo sobre o mercado editorial brasileiro. Feita pela Nielsen Book sob a coordenação da CBL e do SNEL, deve ter o resultado divulgado até abril.

O presidente do SNEL fez questão de pontuar que a Painel do Varejo e a Produção e Vendas são pesquisas distintas, mas como ambas agora são realizadas pela Nielsen a proposta é que possam convergir. “Trabalhando os dois produtos, poderemos ter mais transparência no que se passa mês a mês e é capturado no Painel”, afirmou Marcos da Veiga, explicando que o Painel de Varejo abrange um universo determinado do mercado, que é mais relevante para as editoras que têm seus principais canais de vendas cobertos pela pesquisa. Já outros segmentos - como didático, técnico-científico e profissionais - terão seus movimentos capturados pela pesquisa Produção e Vendas.

Reforma em compasso de espera

As questões tributárias seguem no radar das entidades em 2021, especialmente das ligadas ao mercado do livro. Em 2020 muito se falou da reforma tributária – das Propostas de Emenda Constitucional (PECs) 110/2019 e 45/2019 – e do texto encaminhado pela equipe econômica do governo, o Projeto de Lei (PL) 3887/2020, que cria a Contribuição sobre Bens e Serviços para substituir o PIS/Cofins. Ambas as iniciativas têm potencial para onerar diretamente a produção de livros.

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 sobre todos os produtos, podendo abranger também o livro que é isento de PIS/Cofins desde 2004 pela Lei 10.865. Já a PEC 110 propõe retirar a imunidade concedida ao papel destinado à impressão de livros, jornais e periódicos, na Constituição Federal de 1988, art. 150, VI, “d”.

Sem acordo político sobre os temas e em plena pandemia, o assunto não avançou no Congresso em 2020. Agora que se confirmaram os novos presidentes da Câmara e do Senado, os assuntos podem voltar à pauta do Congresso Nacional. A data prevista para a entrega do relatório da Comissão Mista Especial do Congresso Nacional, formada para consolidar o texto da Reforma Tributária, foi prorrogada novamente,

desta vez com prazo até 31 de março.

As entidades do livro contaram com iniciativas da sociedade na mobilização pública e dos parlamentares contra a taxaço de livros. A Câmara Brasileira do Livro e o Sindicato Nacional dos Editores de Livros estiveram envolvidos nas iniciativas. “Os deputados e senadores estão sensibilizados para a importância de que o livro continue como está, imune como reza a Constituição desde 1946”, avaliou o presidente da CBL, Vitor Tavares da Silva Filho, admitindo que a equipe técnica ainda possa insistir. “Temos confiança, mas não segurança total”, acrescentou o presidente do Sindicato.

A iniciativa de três jovens universitárias, com idades entre 17 e 21 anos, foi o apoio de maior destaque. Com pretensão inicial de atingir 50 mil pessoas, um abaixo-assinado contra o projeto do governo que cria uma alíquota de 12% sobre a indústria de livros reuniu mais de um milhão de assinaturas eletrônicas. Para Marcos da Veiga, do SNEL, a entrega do documento no Senado Federal foi emocionante.

Mesmo defendendo veementemente a manutenção dos benefícios concedidos à produção editorial, os dirigentes das duas entidades destacaram que o Brasil tem um sistema tributário confuso que precisa de uma reforma. Apesar da expectativa, o setor avalia que a pauta tributária é estrutural e se não for votada em 2021, dificilmente avançará em 2022, ano eleitoral.

CBL 360° aposta na tecnologia em prol do livro

Com as experiências de 2020, aceleradas pela necessidade de adequação às restrições da pandemia, a Câmara Brasileira do Livro (CBL) caminha a passos largos rumo à automação, vislumbrando estar integralmente conectada formando um guarda-chuva para todos os seus serviços, ações e eventos. 'CBL 360°' expressa esse novo conceito, como explicou Vitor Tavares da Silva Filho, presidente da CBL, reeleito para o próximo biênio em eleição de chapa-única realizada virtualmente, no dia 25 de fevereiro.

A ideia, segundo Tavares é que os serviços oferecidos pela CBL estejam em uma plataforma única, na qual o profissional do livro de qualquer lugar consiga ter tudo em 360 graus, em uma entidade que o ajude a fazer o seu livro, seja ele editor ou autor. "A pandemia fez com que usássemos cada vez mais e melhor a tecnologia que está a nossa disposição", disse, acrescentando que a entrada da tecnologia 5G será fundamental para impulsionar esses serviços conectados via internet.

O setor experimentou mais fortemente as possibilidades abertas pela automatização na Bienal do Livro de São Paulo de 2020. Impedida de acontecer presencialmente, a Bienal foi realizada entre os dias 7 e 13 de dezembro através de uma plataforma digital que abrigou expositores e o público em geral. "A Bienal Virtual foi um sucesso", nas palavras do presidente da CBL, entidade organizadora do evento literário considerado o maior da América Latina e um dos maiores do mundo. Vitor Tavares contou que por volta de 300 mil pessoas participaram e acompanharam as mesas e palestras, e que a Bienal de São Paulo passou a ser mais acolhedora e inclusiva, de forma que qualquer pessoa com acesso a uma banda larga pode acompanhar ao vivo ou pelas gravações que ficaram disponíveis.

Conforme o balanço, a Bienal Virtual teve 1,33 milhão de visualizações, mais de 190 horas de programação, 100 expositores, 220 autores nacionais, oito estrangeiros e 114 reuniões de negócios com compradores internacionais. Os bons números de público não se reproduziram nas vendas diretas de livros, sempre expressivas na Bienal. Sem o contato direto do autor com o público leitor, a venda não tem o mesmo impacto. Conforme Tavares, sem as feiras e eventos literários esse canal de vendas foi um dos mais impactados pela pandemia.

Diante do resultado da primeira Bienal Virtual, as próximas edições terão modelo híbrido, de forma que as mesas e debates realizados nos auditórios terão transmissão simultânea e ficarão disponíveis após o evento. "A próxima Bienal Internacional do Livro de São Paulo será 360 graus", afirmou Vitor Tavares, falando da 26ª edição, adiada de 2020 para 2022.

A expectativa é que o presencial e o online convivam em todos os serviços e atividades da CBL, como foi na eleição da diretoria para o próximo biênio. A CBL conta com cerca de 600 associados, entre editores, livrarias e distribuidores. Para votar tem de ser associado, mas os serviços oferecidos pela CBL atendem a toda a sociedade, como registro de ISBN, carta de exclusividade, ficha catalográfica, registro de notas e documentos. Desde 1º de março de 2020, a CBL é a Agência Brasileira do ISBN (International Standard Book Number/ Padrão Internacional de Numeração de Livro). Utilizado pelo mercado editorial e livreiro em todo o mundo, o ISBN é uma sequência composta de 13 números que indicam o título, o autor, o país, a editora e a edição de uma obra, como monográficas, livros, artigos e apostilas.

Bienal do Livro Rio segue prevista para setembro

Uma das expectativas de 2021 do mercado editorial é para a realização da 20ª Bienal do Livro Rio, marcada para acontecer entre os dias 3 e 12 de setembro, no Riocentro, no Rio de Janeiro. “Sou um otimista. Acredito que possamos ter uma porção da população vacinada até meados do ano que permita ter o evento presencial do porte da Bienal. Depois deste período difícil, estamos precisando festejar”, afirmou Marcos da Veiga Pereira, presidente do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), falando em ‘bienal do renascimento’.

Na prática, a Bienal do Livro Rio 2021 já começou na plataforma digital, com acesso gratuito e conteúdos inéditos e atualizados frequentemente,

ao alcance de pessoas de qualquer lugar do mundo. O exemplo da Bienal de São Paulo mostrou que eventos online ampliam as possibilidades de alcance e interação, como no caso de autores internacionais.

Segundo Pereira, além dos conteúdos prévios, a Bienal carioca terá recursos online, permitindo que mesas e debates ao vivo sejam transmitidos simultaneamente, gravados e disponibilizados de outras formas. “Temos uma produção de conteúdo muito rica”, pontuou Veiga, acrescentando que explorar mais os potenciais das tecnologias faz parte dos aprendizados da pandemia. Ainda assim, “nada substitui o encontro entre o leitor, as editoras e os autores”, enfatizou.

SOBRE A BIENAL 360°



NARRATIVAS ATUALIDADES INFANTIL LOJA VIRTUAL EVENTO 2021



Desbrave a BIENAL 360°

UMA EXPERIÊNCIA DIGITAL DE CONTEÚDOS INÉDITOS.
EMBARQUE NESSE MUNDO DE HISTÓRIAS!

Por escassez de papel, Abigraf pede redução de alíquota de importação

O cenário de desequilíbrio entre demanda e oferta de papéis específicos para a produção de embalagens, reflexo da pandemia causada pelo novo coronavírus, motivou a Associação Brasileira da Indústria Gráfica (Abigraf Nacional) a pleitear a redução temporária de alíquotas de importação. Em ofício ao ministro da Economia, Paulo Guedes, a entidade pede que as atuais alíquotas do Imposto de Importação de quatro tipos de papéis, de 12% e 14%, sejam reduzidas a 0% ou no máximo 2%, “de forma a equilibrar a oferta com a demanda no mercado brasileiro, a preços competitivos, e assim evitar o desabastecimento de produtos de diversos segmentos (farmacêutico, alimentício, higiene, bebidas, eletroeletrônicos, cosméticos, etc.) por falta de embalagens”.

Após receber o ofício, datado de 19 de janeiro deste ano, o Ministério da Economia informou que encaminhou o pleito para avaliação da Câmara de Comércio Exterior (Camex), órgão ligado à pasta e responsável pelos assuntos relacionados aos negócios internacionais. O encaminhamento foi informado ao NewsPaper pelo presidente da Abigraf Nacional, Levi Ceregato, que falou da expectativa positiva diante do exemplo do segmento de plásticos, que conseguiu a redução temporária do mesmo imposto. Segundo ele, uma dificuldade no caso do papel é não ter informações acessíveis sobre produção e estoques.

O pedido da Abigraf envolve os cartões e papéis classificados em quatro NCMs (Nomenclatura Comum do Mercosul) – 4805.2400, 4805.9100, 4810.2990 e NCM 4810.9290. O presidente da entidade argumenta que a falta de matéria-prima faz subir o custo, que vai repercutir no preço do produto final, “o que, conseqüentemente, gera inflação”.

Além da ação junto ao Ministério da Economia, a entidade também entregou uma carta ao presidente da República solicitando a volta de medidas de auxílio para o enfrentamento da pandemia, tanto para as pessoas quanto para as empresas.

Ceregato contou que já em janeiro se percebia o

impacto negativo da ausência dos benefícios, que terminaram em 31 de dezembro. “O governo enxerga como despesa, mas o dinheiro do auxílio vai para o consumo e volta para a cadeia produtiva, ativando a economia”, explicou, dando como exemplo a alavancagem verificada a partir de setembro do ano passado. “Precisará ser aplicado o mesmo método agora e sem esperar que chegue ao fim do poço”, disse.

As duas iniciativas da entidade têm como pano de fundo o cenário recente na indústria gráfica, que está saindo “machucada dessa crise”, segundo Levi Ceregato. A grande maioria das gráficas, em torno de 95%, são pequenas e microempresas, em geral familiares e com até 15 funcionários, que tiveram queda drástica no faturamento no último ano. A demanda por impressos promocionais reduziu muito e os pedidos vinculados às festas e eventos sociais praticamente desapareceram. O segmento gráfico que melhor reagiu neste período foi o de embalagem, que está mais concentrado nas grandes empresas. Já o segmento editorial, ele considera que sobreviveu com o aumento das vendas de livros pela internet. De acordo com Ceregato, hoje a embalagem responde por em torno de 46% do mercado gráfico e os livros por algo entre 12% a 15% da produção.

Contextualizando

Ceregato lembra que no início de 2020 o clima era de otimismo, com muitos projetos e investimentos, até a disseminação do coronavírus. Com isso, de março até junho foi um período muito ruim, com empresas paradas em todas as cadeias produtivas, inclusive as fabricantes de matéria-prima, como o papel. “Isso fez que houvesse redução de oferta de matéria-prima”, pontuou o presidente da entidade, falando que a retomada mais forte veio em setembro, impulsionada pelos novos hábitos de consumo por delivery, que criou uma demanda maior de embalagens e dos serviços de moto entrega. “Esse novo hábito de consumo que veio para ficar, dificilmente deve voltar ao que era antes da pandemia”.





Por escassez de papel, Abigraf pede redução de alíquota de importação

Com isso, Ceregato aponta que houve desequilíbrio na oferta de papéis, sobretudo cartões e papéis especiais, como micro-ondulado, kraft, semikraft e maculatura, muito utilizados na confecção de embalagens. Segundo ele, na retomada, os distribuidores atacadistas ainda tinham estoques para atender às demandas das gráficas.

“Aos poucos a oferta da indústria retomou, mas demora a se reequilibrar. Hoje deve estar entre 80% a 90%”, disse avaliando como negativa a posição de alguns fabricantes de atender diretamente a indústria gráfica e o consumidor final, sem passar pelo distribuidor. “É uma quebra da cadeia produtiva do

papel que não é saudável. Nós precisamos prestigiar os distribuidores, que são aqueles que irrigam, com matéria-prima e todos os insumos, as gráficas de todo o Brasil”, enfatizou.

E a participação dos distribuidores é ainda mais relevante quando o insumo é importado, como no caso dos papéis em que a Abigraf está pleiteando a redução de alíquota. Levi Ceregato ressaltou a importância da distribuição, fazendo a prospecção entre o mercado interno e o externo para abastecer o consumo brasileiro de papel. “Deveríamos fortalecê-los para manter a oferta de papel”, concluiu.

Fiesp reconduz diretoria do Copagrem

Representando o segmento de distribuição, o presidente executivo da Andipa, Vicente Amato Sobrinho, foi designado Diretor Titular Adjunto do Comitê da Cadeia Produtiva do Papel, Gráfica e Embalagem (Copagrem), da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp).

Pelo terceiro ano, a diretoria foi reconduzida, agora para o mandato no período de 28 de janeiro a 31 de dezembro de 2021. O presidente da Abigraf Nacional, Levi Ceregato, segue como Diretor Titular, enquanto Fabio Arruda Mortara, country manager da Two Sides Brasil, e Pedro Villas Boas, presidente executivo da Associação Nacional dos Aparistas de Papel, completam o trio de Diretores Titulares Adjuntos.

Em atividade desde 2013, atualmente o Copagrem é composto por oito sindicatos ligados à Fiesp e outras 32 entidades de segmentos da cadeia produtiva, entre elas a Andipa e o Sinapel.

Adeus a Martti Soisalo, pioneiro no papel

Com pesar, a Andipa recebeu a notícia do falecimento de Martti Soisalo, pioneiro no mercado de papel brasileiro, e manifesta condolências aos familiares e amigos.

Em 1952 o jovem finlandês chegou ao País para trabalhar em uma empresa de comercialização de papel, a S.A. Mercantil Anglo-Brasileira (S.A.M.A.B.). Uma pequena demonstração de sua grande contribuição para o segmento de Distribuição está registrada nas páginas da edição 26 do NewsPaper, de julho de 2011.

À época como Conselheiro da Samab, Senhor Soisalo falou sobre a árida atividade papeleira do Brasil desde a segunda guerra mundial, quando toda a imprensa dependia do papel importado. Com sotaque estrangeiro acentuado, narrou sua trajetória na empresa, que era associada à Andipa, e falou das origens e dos desafios do papel imune.

De acordo com as informações, Martti Soisalo morreu no dia 27 de fevereiro.

Andipa renova pedido de melhorias no Recopi

Na última semana de dezembro de 2020, a equipe técnica do Recopi Nacional, na Secretaria da Fazenda e Planejamento do estado de São Paulo (Sefaz-SP), solicitou às entidades setoriais sugestões dos contribuintes para “um estudo para possíveis melhorias no ambiente do Sistema”. Para a Andipa foi uma oportunidade de atualizar e reapresentar as propostas de aperfeiçoamento do Sistema de Reconhecimento e Controle das Operações com Papel Imune – Recopi, encaminhadas em 20 de abril de 2017. Depois de inúmeras reuniões, que se estenderam até o final de 2019, o assunto não prosperou.

Dentre as sugestões apresentadas pela Andipa, estão critérios mais objetivos e seguros para que as empresas possam operar com papel imune e, principalmente, para conferir mais elementos de fiscalização para que, em caso de desvio, os verdadeiros responsáveis sejam punidos. O material é fruto do trabalho de consultoria especializada contratada pela Andipa, e contempla 32 itens sobre dificuldades técnicas e operacionais, com ao menos uma sugestão de solução.

Conforme o documento recente da Sefaz, a ideia é compilar as sugestões apresentadas por todos os usuários envolvidos no país e assim elaborar uma lista das prioridades para desenvolvimento de melhorias no Recopi por parte da área da Secretaria responsável pelo Sistema.

Histórico

O Recopi foi criado em 2010, com apoio das entidades setoriais, entre elas a própria Andipa, para coibir as fraudes decorrentes do desvio de finalidade do papel com imunidade tributária, destinado exclusivamente à impressão de livros, jornais e periódicos (Constituição Federal art. 150, inc. VI, alínea

"d"). O Recopi exige o cadastramento prévio e ativo de compradores e vendedores para acompanhar em tempo real cada operação comercial. Apesar disso, foram registrados inúmeros autos de infração contra fornecedores por venda de papel imune a contribuintes destinatários que estavam aptos no Sistema no momento da venda, mas tiveram cassadas suas inscrições estaduais em momento subsequente, com efeitos retroativos.

As primeiras informações de atuações são de 2015 e, segundo relato de empresas atuadas e de advogados, os julgamentos administrativos não acatavam os documentos e argumentos apresentados nas defesas, o que inevitavelmente levava a discussão para o Judiciário, em processos demorados e onerosos. Desde 2016, ações sobre o assunto que tramitam no Judiciário vêm tendo o reconhecimento da boa fé do contribuinte com cancelamento da exigência. Mas novas atuações, na mesma linha anterior, continuaram a ocorrer.

Na busca de uma solução racional e eficaz para o Fisco e para os fornecedores, a Andipa contratou um grupo de consultores e advogados que elaborou uma proposta com alterações pontuais na Portaria do Recopi, CAT 14/2010. Ainda em 2017, o trabalho foi apresentado à Sefaz-SP, com o pleito da Associação para o aprimoramento das regras do Recopi. Desde então foram realizadas diversas reuniões, tanto com entidades do setor quanto com técnicos e especialistas do governo e de fora dele, discutindo o problema e esclarecendo a solução proposta. A última reunião foi com o secretário da Fazenda e do Planejamento do estado de São Paulo, Henrique Meirelles, com a presença de representantes da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP).

A embalagem de papel é atrativa, impactante e eficaz

Papel e papel cartão são materiais de embalagem versáteis e eficazes, seja em armazenamento ou em transporte, nas lojas ou nas residências. Isso tem sido comprovado por vários estudos.

A embalagem robusta e de marca conhecida dá uma ótima primeira impressão ao potencial comprador, o que aumenta as expectativas em relação ao produto. Essas expectativas, por sua vez, influenciam a forma como o cliente percebe o produto em si. As expectativas mais altas, se não forem realmente contrariadas pelo produto, resultam em uma melhor experiência do cliente¹.

Para ajudar na eficiência das operações logísticas, papel, cartão e papelão podem proporcionar a melhor solução. São robustos e protegem, permitindo fácil empilhamento e otimização do uso do espaço. Por exemplo, um caminhão carregado com caixas de bebidas de cartão transporta cerca de 95% de produto e apenas 5% de embalagem².

Além de ser segura e higiênica, a embalagem de papel oferece inúmeras opções de design. Ela pode ser projetada em praticamente qualquer formato e impressa diretamente com informações essenciais e imagens de alta qualidade. Ela pode receber uma gama de acabamentos especiais, seja para dar um toque de luxo ou uma função tátil (por exemplo, com gravação em braille).

A embalagem de papel também é eficiente. Além de fornecer proteção durante o transporte, promove o produto nas gôndolas das lojas, onde são tomadas muitas decisões finais de compra. Uma embalagem bem desenhada é percebida por até 76% mais consumidores do que outras³.

Os varejistas podem impulsionar suas vendas de frutas e vegetais em até surpreendentes 14% se apresentarem seus produtos em embalagens de papel ondulado em vez de caixas de plástico retornáveis⁴.

O valor publicitário das embalagens de papel continua construindo o reconhecimento e a fidelidade à marca em casa, onde sua aparência e sensação atrativas perduram. Esses são dois “pontos de contato” importantes – contato visual puro, no qual o consumidor vê a embalagem, e contatos táteis, em que o consumidor segura a embalagem para obter informações sobre o produto ou usá-lo. Os contatos táteis são particularmente importantes, pois são intensos e duradouros⁵.

Caixas de papel cartão proporcionam contatos visuais puros e – particularmente para produtos usados regularmente em casa – um número considerável de contatos táteis. Ponto de toque no verdadeiro sentido da palavra⁵.

1. DOOLEY, Roger. “How Your Packaging Improves Customer Experience”, forbes.com, 2014.
2. “ACE – The Alliance for Beverage Cartons and the Environment”, <http://www.beveragecarton.eu>, abril de 2017.
3. Smurfit Kappa, Marketing na gôndola: exatamente como você está no controle? 2014.
4. Eye Square, Estudo sobre o impacto de marketing de bandejas de papel cartão ondulado no ponto de venda. Junho de 2015.
5. Pro Carton, Touchpoint Study. 2015.

Fonte: “Embalagem de Papel, A Escolha Natural”, publicação de Two Sides.

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. Hoje atua em cinco continentes e 24 países. Two Sides 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.

Imprimir e escrever confirma destaque negativo em 2020

Os números consolidados do ano passado da indústria papelreira reafirmaram o que as parciais indicavam: o segmento de imprimir e escrever (I&E) teve as maiores retrações e puxou o desempenho geral do setor para o negativo. Outros segmentos tiveram quedas, em especial o papel jornal. Os destaques positivos também foram confirmados com crescimento, nos segmentos de embalagens e de papéis para fins sanitários. Os dados constam na 64ª edição do boletim estatístico Cenários Ibá, da Indústria Brasileira de Árvores, referente ao quarto trimestre do ano passado.

Em 2020, a produção de papéis da indústria nacional atingiu 10,2 milhões de toneladas, 3,3% menos do que em 2019. Os totais produzidos são distribuídos entre a exportação e o abastecimento do mercado interno, que também demanda produtos importados. As fatias destinadas a cada mercado variam conforme o segmento e as condições de oferta e demanda. A publicação da Ibá reúne os dados de produção, vendas domésticas, exportação e importação, divididos em seis categorias: embalagem; imprimir e escrever; imprensa (jornal), sanitários, cartões e outros.

Nos tipos destinados às embalagens foram produzidas 5,5 milhões de toneladas, com ligeiro crescimento (0,3%) na comparação com o ano anterior. Percentualmente o melhor resultado foi no papel cartão, também utilizado pela indústria de embalagens. A produção de cartão foi de 798 mil toneladas, crescimento de 4,9% sobre as 761 mil toneladas de 2019. Dos papéis sanitários foram 1,33 milhões de toneladas, aumento de 1,4% ante o volume de 2019. Já os tipos de papéis utilizados para impressão e escrita perderam 16,8% da produção na mesma base de comparação. De acordo com o boletim, a produção de I&E foi de 2 milhões de toneladas em 2020, contra 2,4 milhões de toneladas em 2019.

Os totais destinados ao consumo interno seguiram comportamento similar ao da produção, com oscilações percentuais. No geral, em 2020, as vendas

domésticas totalizaram 5,2 milhões de toneladas, 4,1% de queda em relação às 5,5 milhões de toneladas ofertadas no ano anterior. Novamente o resultado reflete o crescimento nos segmentos de embalagens (0,3%), sanitários (1,6%) e cartão (8,1%), e a retração em I&E (19,5%), jornais (16,7%) e outros (3,7%).

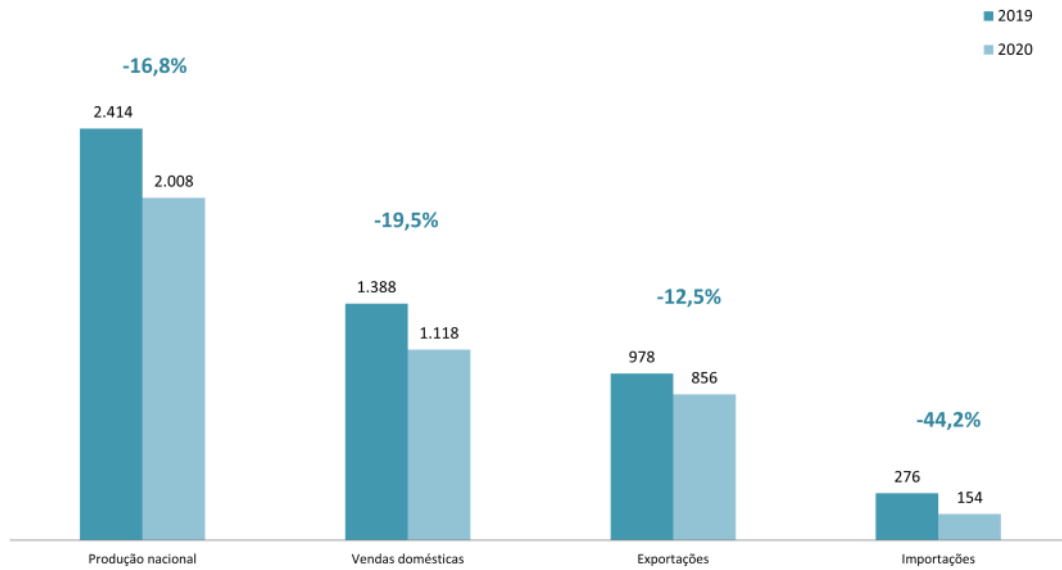
A fatia da produção brasileira destinada à exportação diminuiu 3,3% na comparação anual. Conforme o boletim estatístico, foram exportadas 2,1 milhões de toneladas de papéis em 2020, ante a 2,2 milhões de toneladas no ano anterior. I&E ainda teve o maior volume, com a exportação de 856 mil toneladas, 12,5% menos do que em 2019. A saída de papel cartão recuou 3,2%, somando 212 mil toneladas em 2020. Com redução de 3,7%, o grupo de outros registrou a exportação de 283 mil toneladas. Os destaques positivos no comércio exterior foram no papel sanitário (36,8%), jornal (23,8%) e embalagens (8%).

Nas importações, os aumentos em embalagens (73,2%) e outros (0,5%) não compensaram as retrações nos demais grupos e o saldo de 2020 foi de 550 mil toneladas, uma queda de 19,4% ante as 682 mil toneladas do ano anterior. Os desembarques de papéis para impressão e escrita caíram 44,2%, de 276 mil toneladas para 154 mil toneladas no período de análise. Dentre os tipos agrupados no cartão, a Ibá aponta importação de 44 mil toneladas, queda de 12% no período. As entradas de jornal somaram 31 mil toneladas em 2020, 58,7% abaixo das 75 mil toneladas de 2019.

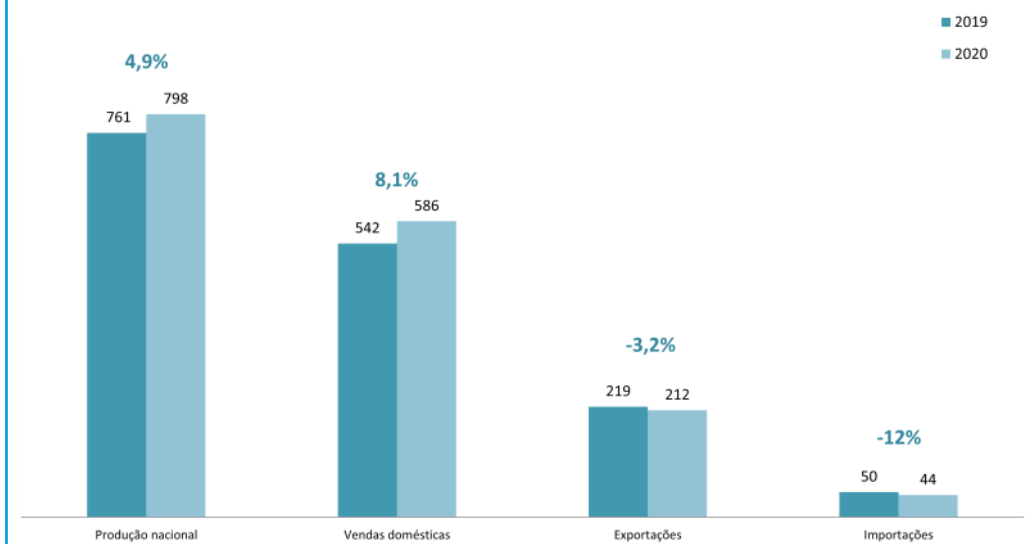
De acordo com a Andipa, o elo da distribuição tem maior participação nos segmentos de I&E e de jornais, atendendo também o mercado consumidor de cartão e alguns papéis especiais, classificados como outros, ofertando tanto o produto nacional quanto o importado. Os gráficos a seguir destacam os dados específicos dos anos de 2019 e 2020 para os papéis de imprimir e escrever, embalagens e cartão.

[Veja gráficos na página 15](#)

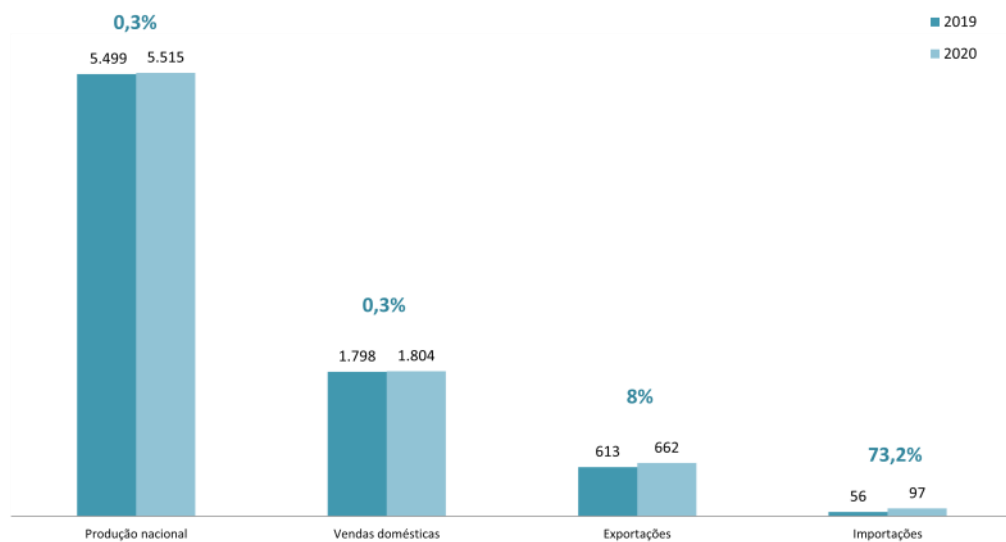
Papéis de Imprimir e Escrever janeiro a dezembro - em mil toneladas



Papel Cartão janeiro a dezembro - em mil toneladas



Papéis para Embalagens janeiro a dezembro - em mil toneladas



Fonte dos gráficos: Boletim Estatístico Cenários IBÁ - 64ª edição
Elaboração: ANDIPA

Importações seguem em baixa

As importações de papéis tiveram recordes negativos em 2020, em especial alguns tipos de papéis mais comercializados pelo segmento de distribuição. Os detalhes constam no Portal Comex Stat, sistema para consultas e extração de dados do comércio exterior brasileiro do Siscomex. O percentual de retração varia de um mercado para o outro, sendo que os mais impactados foram os mercados de papéis para imprimir e escrever e o de jornal, e o menos afetado, o de papel cartão, utilizado em embalagens individuais.

Considerando o total de registros no Capítulo 48 do Sistema Harmonizado (SH) da classificação de mercadorias, que engloba produtos de papel e cartão divididos em 261 diferentes Nomenclaturas Comum do Mercosul (NCMs), as importações recuaram 19,4%, passando de 682 mil toneladas em 2019 para 550 mil toneladas no ano passado. Os tipos de papéis classificados como embalagens foram os únicos com crescimento. De acordo com os dados da edição 64 do boletim estatístico Cenários Ibá, da Indústria Brasileira de Árvores, as importações destes papéis saltaram de 56 mil toneladas em 2019 para 97 mil em 2020, alta de 73,2%.

O papel revestido (cuchê), um dos principais itens da pauta de importações para a Distribuição, teve queda de 53,2%, recuando de 91 mil toneladas em 2019 para 42,6 mil toneladas no ano passado. Estes volumes correspondem às importações nas quatro NCMs de cuchê (4810.13.89, 4810.13.99, 4810.19.89 e 4810.19.99), conforme formato (folhas ou rolos) e gramatura (alta ou baixa), além daquelas computadas nos códigos 4810.13.91 e 4810.19.91. Os dois últimos são novos e identificam os 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) e estão em vigor desde 1º de janeiro de 2020, quando se tornou efetiva a Resolução nº 4 do Comitê Executivo de Gestão da Câmara de Comércio Exterior, que determinou a reclassificação e desmembramento das NCMs. Desta forma, em 2020, o Brasil recebeu 37,2 mil toneladas de papéis cuchê e 5,3 mil toneladas de revestidos para rótulos. A partir de janeiro de 2021 os dois grupos poderão ser acompanhados separadamente.

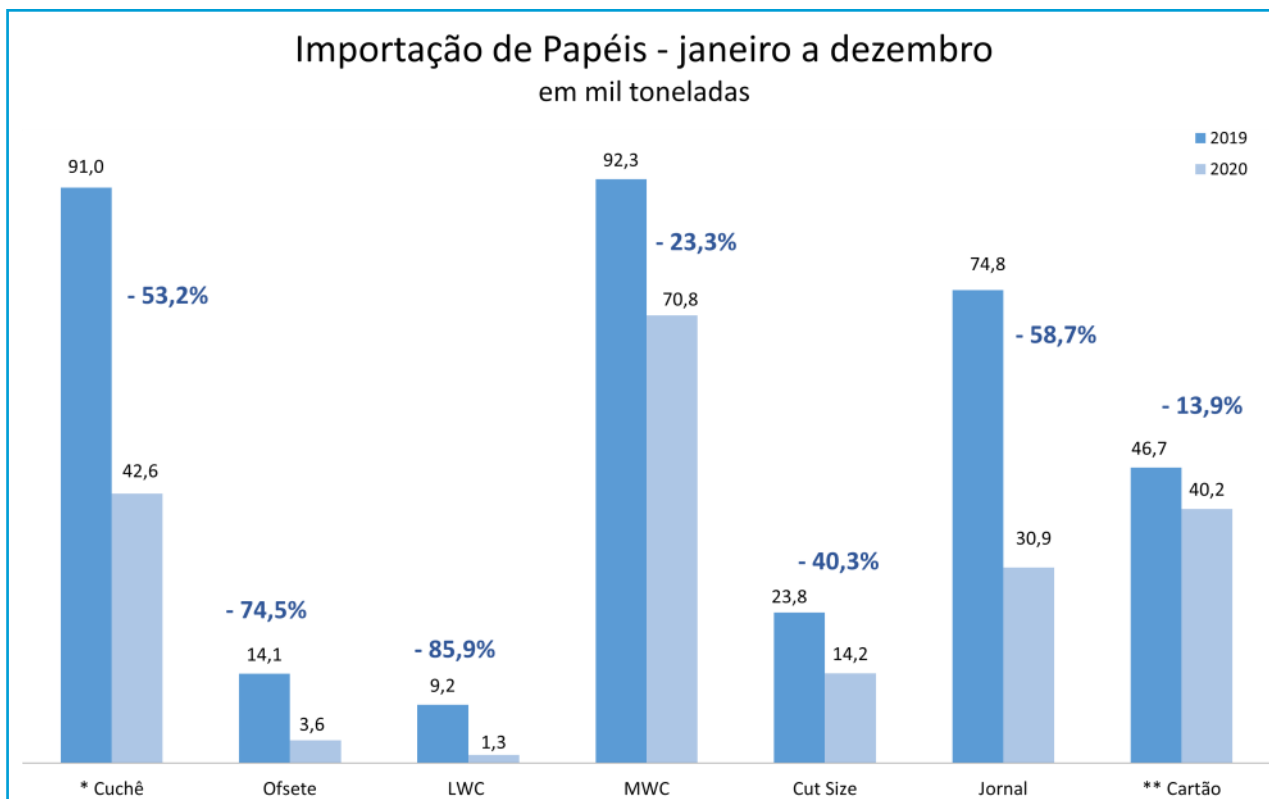
Com retração menor, o posto de maior volume de importação, dentre a seleção monitorada pelo NewsPaper, ficou para o papel MWC, com 70,8 mil toneladas em 2020, uma queda de 21,6% sobre as 90,3 mil toneladas de 2019. As entradas do papel LWC (NCM 4810.22.90) registraram ao mesmo tempo a maior queda e o menor volume para o período. Foram internalizadas apenas 1,3 mil toneladas no ano passado, 85,9% abaixo das 9,2 mil toneladas anotadas em 2019. O subgrupo de ofsete (NCMs 4802.55.99 e 4802.57.99) foi outro destaque negativo, somando 3,6 mil toneladas em 2020, -74,5% ante as 14,1 mil toneladas apuradas no mesmo período do ano anterior.

Conforme os dados do Portal Comex Stat, em 2020 entraram no Brasil 30,9 mil toneladas de papel jornal, o que corresponde a queda de 58,7% sobre as 74,8 mil toneladas internalizadas no ano anterior. Entre os papéis cortados (*cut size*), enquadrados nas NCMs 4802.56.10 e 4802.56.99, a importação caiu 40,3%, de 23,8 mil toneladas em 2019 para 14,2 mil toneladas no ano seguinte. Já o papel cartão (NCM 4810.92.90) teve o menor percentual de queda, -13,9% no comparativo, passando de 46,7 mil toneladas para 40,2 mil toneladas.

Ano 2021

Em janeiro de 2021, os volumes de importações continuaram caindo com exceção do cartão, conforme os registros do comércio exterior. A importação de 6,1 mil toneladas de cartão em janeiro deste ano, superou em 15,1% as computadas no mesmo mês de 2020 (5,3 mil toneladas). Nos outros seis subgrupos de papéis acompanhados pelo NewsPaper, o percentual de retração aumentou ainda mais do que no acumulado anual. No comparativo com janeiro de 2020, as entradas de cuchê (considerando exclusivamente as NCMs 4810.13.89, 4810.13.99, 4810.19.89 e 4810.19.99) recuaram 54,7% e totalizam 2,4 mil toneladas no primeiro mês de 2021. LWC não teve registro e o de ofsete foi irrisório, enquanto *cut size* somou 1,1 mil toneladas e o jornal 1,0 mil toneladas. O MWC foi novamente o maior volume dentre os tipos selecionados, 6,2 mil toneladas internalizadas em janeiro deste ano, queda de 24,4%.

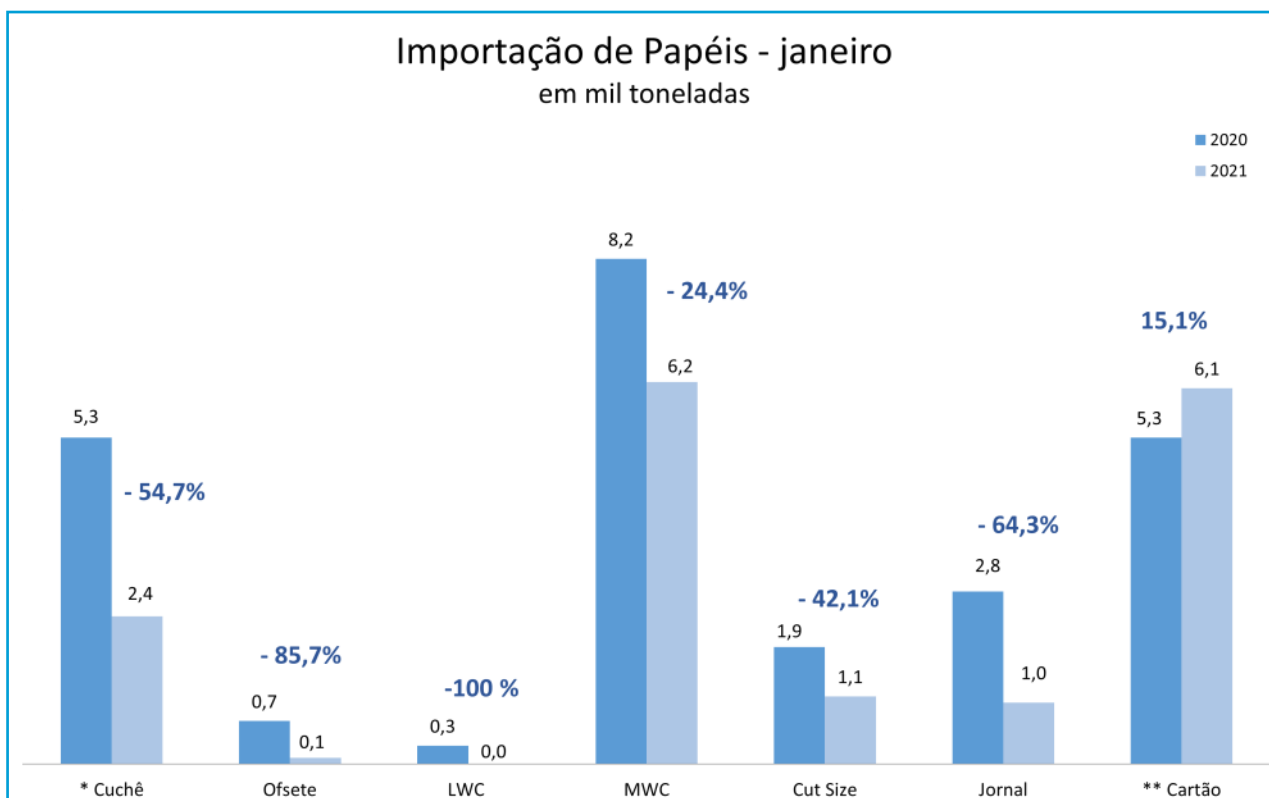
[Veja gráficos na página 17](#)



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 dezembro de 2020, foram importadas 5,4 mil toneladas nas duas NCMs.

** Papel cartão na NCM 4810.92.90.



Fonte: Comex Stat / MDIC Elaboração: ANDIPA

* NCMs 4810.13.89, 4810.13.99, 4810.19.89 e 4810.19.99.

** Papel cartão na NCM 4810.92.90.

DISTRIBUIDORES ASSOCIADOS



ENTIDADE MEMBRO DE



www.twosides.org.br