

MULTAS **SIM** INJUSTIÇA **NÃO**

Pagar impostos em dia
nem sempre é possível.
Pagar com atraso, porém,
é impraticável

VEJA O TAMANHO DAS MULTAS POR ATRASO:

ICMS até
30%

TRIBUTOS FEDERAIS
10% a 30%

ISS
20%



- Ordem dos Advogados do Brasil
- Associação Brasileira de Direito Financeiro
 - Força Sindical
- Federação dos Empregados no Comércio do Estado de São Paulo
 - CGT Nacional
- Sindicato dos Empregados no Comércio de São Paulo
- Federação dos Contabilistas do Estado de São Paulo
 - Procon
- Sindicato dos Economistas do Estado de São Paulo

SINAPEL APÓIA CAMPANHA PELA REDUÇÃO DE MULTAS FISCAIS

Nosso Sindicato apóia a campanha de redução das multas fiscais liderada pela Federação do Comércio do Estado de São Paulo, lançada no mês de agosto.

A campanha exige tratamento igualitário para os devedores do setor público, já que as multas de mora do setor privado foram reduzidas de 10 para 2%, com base em Lei aprovada pelo Congresso Nacional e sancionada pelo Presidente da República.

O Plano Real, implementado a partir de julho de 1994, com a desindexação da economia brasileira e com a abertura para as importações, transformou o mercado.

Passaram-se mais de dois anos e continuamos procurando ajustar nossas empresas à nova realidade, tentando compatibilizar estabilidade econômica, demanda mercadológica e "evolução" dos negócios. Mês após mês, conforme o previsto, as vendas se mantêm estáveis, mas a rentabilidade diminui e a situação se agrava com a inadimplência voltando a subir.

A diminuição da rentabilidade era prevista, mas nem mesmo os mais pessimistas imaginavam

que a queda seria tão acentuada.

Neste momento, os empresários do setor atacadista de papel demonstram perplexidade diante do quadro de dificuldades que enfrentam e, muito embora conscientes de que o mercado é cíclico, alternando fases de demanda acentuada com etapas de forte retração do consumo, não se mostram otimistas quanto à possibilidade de recuperação do mercado, pelo menos a curto prazo.

É o momento de refletirmos sobre os novos rumos do setor atacadista de papel; de concentrarmos energias na busca de soluções que atendam ao setor como um todo.

O SINAPEL, em respeito a princípios que orientam seu trabalho como entidade representativa

do setor em todo o Brasil, reafirma a necessidade de atacadistas e fabricantes, numa ação conjunta, dialogarem, com vistas a implementar medidas que viabilizem o equilíbrio financeiro e comercial; somos parceiros e mais do que nunca devemos fortalecer esse compromisso de parceria.

Nos próximos dias, para que essa proposta seja concretizada, estaremos convidando nossos associados para participarem de reuniões e encontros, e esperamos que todos estejam presentes, pois essa união é fundamental para que possamos redirecionar o setor atacadista de papel.

A Diretoria.

LINHA ABERTA

VOCÊ PERGUNTA, O SINAPEL RESPONDE

Existe a viabilidade de se implantar no Brasil uma rede de distribuição de papel e artefatos nos moldes do sistema *franchising*?

Franchising é uma modalidade de negócio implementada de duas formas diferentes: em alguns casos firma-se contrato concedendo o direito de usar marca, estrutura e *know-how*, estipulando-se que as mercadorias/produtos serão comprados pelo franqueado, que terá o direito de revender com margem de lucro; em outros contratos, o preço de venda é estipulado pela franqueadora, que receberá uma participação sobre o montante das vendas realizadas mensalmente.

Diante do exposto e observando o mercado, verificamos que é condição fundamental para o êxito do sistema de *franchising* que os produtos sejam comercializados com uma margem superavitária; como exemplo, podemos citar as redes de *fast-food* e roupas identificadas por *griffes* famosas.

Os distribuidores de papel não operam com margens suficientes para viabilizar o sistema de *franchising*. Além disso, a alta carga tributária que onera o papel se constitui em outro impedimento. Portanto, é inviável, neste momento, o fabricante adotar o sistema de *franchising* em nosso país. Na minha opinião, somente serão criadas condições para isso após a reforma tributário-fiscal.

João Lalli Neto
Diretor da KSR - Comércio e Indústria de Papel



Cartas para esta seção devem ser encaminhadas à secretaria do SINAPEL. As respostas serão buscadas junto a pessoas especializadas no assunto e apresentadas no Informativo.

O MERCOSUL COMO MERCADO REGIONAL

Por: Leonel Tinoco Netto (*)

É cada vez maior a importância do agrupamento dos países em blocos econômicos, como forma de complementar sua produção mediante compras externas dos itens cuja produção interna não seja econômica.

A observação da corrente de comércio entre o Brasil e os países integrantes do Mercosul mostra evolução crescente a partir da assinatura do Tratado de Assunção, em março de 1991, que estabelece regras para o funcionamento do Mercado Comum do Sul. Os parceiros, ao longo desses últimos anos, ajustaram seus regimes tarifários, com o objetivo de fixação de uma tarifa única, etapa cumprida em 1/1/95, quando entrou em vigor a TEC - Tarifa Externa Comum, vencendo-se mais uma etapa da integração regional.

Com isso, gradativamente a corrente de comércio com os países do sul aumentou de US\$ 4.577 milhões em 1991 para representativos US\$ 12.975 milhões em 1995, majoração de 183,5% no total comercializado, incluindo-se importações e exportações.

QUADRO I
CORRENTE DE COMÉRCIO
BRASIL COM PAÍSES DO MERCOSUL
(EM US\$ MILHÕES FOB)

ANO	IMPORTS. + EXPORTS.	% SOBRE ANO ANTERIOR	% SOBRE TOTAL BRASIL
1991	4.577	+ 25,8	10,71
1992	6.326	+ 38,2	10,84
1993	8.765	+ 38,5	13,38
1994	10.504	+ 19,8	13,86
1995	12.975	+ 23,5	13,76

Fonte: SECEX / Secretaria do Comércio Exterior

Observa-se também que ocorreu crescimento constante no total das operações de comércio exterior, com a maior elevação em 1993, relativamente ao ano anterior.

Por outro lado, a participação nos negócios efetuados com a Argentina, Uruguai e Paraguai, relativamente ao total negociado pelo Brasil em suas operações externas, registrou crescimento expressivo. Basta dizer que, no período de 1980 a 1988, a participação média desse mercado era de 5,3% do total comercializado com o mundo, passando para a casa dos

13% a partir de 1993, patamar que se aproximou dos 14% em 1995.

A evolução da Balança Comercial com o Mercosul está demonstrada no Quadro II.

QUADRO II
BALANÇA COMERCIAL BRASIL X MERCOSUL
(EM US\$ MILHÕES FOB)

ANO	EXPORTAÇÕES	IMPORTAÇÕES	SALDO
1991	2.309	2.268	41
1992	4.097	2.229	1.868
1993	5.387	3.378	2.009
1994	5.921	4.583	1.338
1995	6.154	6.821	667

Fonte: SECEX / Secretaria do Comércio Exterior

A observação dos saldos existentes a partir de 1991 indica inversão no último ano, demonstrando que importamos mais do que nos anos anteriores, quando a Balança Comercial se mostrou superavitária.

O déficit comercial ocorreu em razão do saldo negativo no fluxo de comércio com a Argentina, equivalente a US\$ 1.529 milhões, uma vez que a balança com o Paraguai e o Uruguai registrou saldos positivos, respectivamente de US\$ 787 milhões e US\$ 75 milhões.

As exportações brasileiras em 1995 evoluíram 3,94% em relação a 1994, apresentando o menor crescimento desde 1991, fato ocorrido especificamente em razão da queda das vendas à Argentina, principal parceiro do bloco econômico. Em contraposição, as importações cresceram 48,8% em 1995, com expansão de 52,1% nas compras efetuadas na Argentina, enquanto que as originárias do Paraguai aumentaram 46% e as do Uruguai 29,5%.

Apesar das dificuldades enfrentadas por alguns dos parceiros da América do Sul, o futuro é promissor, já se estudando a entrada de novos parceiros que aumentarão a importância do mercado para complementação das economias envolvidas.

(*) Leonel Tinoco Netto é consultor econômico do SINAPEL e professor de economia do IMES de São Caetano do Sul e da Fundação Santo André.

EXPEDIENTE

CANAL SINAPEL - Publicação mensal do Sindicato Nacional do Comércio Atacadista de Papel e Papelão - **Presidente:** Vicente Amato Sobrinho; **Jornalista Responsável:** Gracia Martin - Reg. Prof. 14.051 (Fone: 601-8124); **Fotos:** Nelson Brunel's - **Produção, Arte, Fotolito e Impressão:** De Sá Copiadora Ltda. - Fone: 232-1858 - **Redação:** Praça Silvio Romero, 132 - 7º and. - cj. 72 - Fones: (011) 941-7431 / 293-0922 - São Paulo - SP.

SUA OPINIÃO INTERESSA AO SINAPEL

DÊ SUGESTÕES PARA O PLANEJAMENTO DA PROGRAMAÇÃO DE CURSOS DO SINAPEL

Assinale neste cupom os temas que você gostaria que fossem abordados em palestras, cursos e/ou seminários organizados pelo SINAPEL:

- ☐ TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÃO E VENDAS
☐ QUALIDADE TOTAL NA COMERCIALIZAÇÃO DE PAPEL
☐ VENDAS POR TELEFONE
☐ OUTROS _____

ESTE CUPOM DEVIDAMENTE PREENCHIDO DEVE SER ENCAMINHADO À SECRETARIA DO SINAPEL

QUALIDADE QUE FAZ A DIFERENÇA



Com especial ênfase ao novo logotipo e forte investimento em campanhas promocionais, objetivando incrementar o potencial de vendas e consolidar sua marca em todos os setores do ramo papeleiro, a Labate Comércio de Papéis se apresenta ao mercado.

À frente da empresa está o diretor Nicola Labate, que atua na área gráfica des-

de 1952 e no setor atacadista de papéis desde 1973, quando abriu-se paralelamente às atividades da Indústria Gráfica São Vito uma nova frente de trabalho: o comércio atacadista de papel.

Hoje, Nicola admite estar diante de um novo desafio: fazer com que a LABATE, que iniciou atividades em dezembro de 1994, à rua Visconde de Parnaíba nº 1148, no bairro do Brás, em São Paulo, consolide sua marca, ocupando posição de destaque no mercado de papéis.

Moderna, informatizada e segmentada para atender a gráficas, editoras, copadoras, papelarias, bancos e órgãos públicos, a empresa é dividida em seis departamentos totalmente distintos e com metas pré-estabelecidas, onde o profissional responsável tem total autonomia.

Atuando em todo o território nacional,

através de seu *telemarketing*, a LABATE, apesar de introduzir constantemente novos conceitos, mantém a tradição no tocante a vendedores autônomos, contando com aproximadamente 130 profissionais cadastrados. "Continuo apostando na eficiência do trabalho do Homem de Vendas, que representa uma de nossas forças", observa Nicola, fazendo questão de salientar que a empresa está atenta às necessidades de cada cliente, valorizando-o, personalizando o atendimento e investindo na eficiência de serviços logísticos, tais como o Serviço de Atendimento ao Cliente, para justificar o *slogan*: "QUALIDADE QUE FAZ A DIFERENÇA".

Na administração da empresa, somam esforços com Nicola, seus filhos, César à frente da área comercial, e Clécio, nas áreas financeira e de logística, bem como todo o corpo de gerentes e demais funcionários.

VAPT-VUPT

GUIA DE INFORMAÇÃO E APURAÇÃO DO ICMS

A partir deste mês de outubro, a Secretaria da Fazenda somente receberá a GIA - Guia de Informação e Apuração do ICMS em meio eletrônico, ou seja, em disquete magnético ou através de intercâmbio eletrônico de dados (EDI).

ATACADO FATUROU US\$ 8,6 bilhões

O Conselho do Comércio Atacadista da FCESP concluiu trabalho que avalia a importância do setor para a economia nacional. O estudo aponta os benefícios a fabri-

cantes e varejistas, decorrentes da relação de ambos com o atacado, analisa o princípio das mínimas transações totais e revela números de 1995, quando o faturamento das 165 maiores empresas atacadistas totalizou US\$ 8,6 bilhões, atendendo a mais de 3 milhões de clientes com estrutura empresarial que emprega mais de 33 mil funcionários.

GRANDES VAREJISTAS

Interessante estudo do Conselho do Comércio Atacadista (CCA) da FCESP alerta para o fato de, na Europa, o atacado independente ter sido dizimado pelas grandes redes de varejo que, aproveitando-se da lentidão e do tradicionalismo dos distribuidores, construíram grandes depósitos e cuidaram de abastecer suas próprias lojas. No Brasil, com a economia estabilizada, a maior velocidade com que o atacadista seja capaz de ligar as duas pontas do mercado, produtor e varejista, será fator decisivo para sua sobrevivência e crescimento.

OIT 158

De 25 a 27 de outubro, será realizado o Seminário Anual de Juizes Classistas, na colônia de férias do SESC, em Bertioga. Participarão do encontro todos os representantes dos sindicatos patronais do comércio paulista e o principal tema a ser discutido será a Convenção 158 da OIT (Organização Internacional do Trabalho).

ICMS TEM NOVO PRAZO DE RECOLHIMENTO

Decreto publicado no Diário Oficial do Estado de 1º de setembro permite que o ICMS de empresas atacadistas, cujas vendas em 1995 não foram superiores a 300 mil UFESPs (R\$ 2.076.000,00), seja recolhido até o dia 10 do segundo mês subsequente ao da ocorrência do fato gerador.

CANAL SINAPEL

Praça Silvio Romero, 132 - 7º and. cj. 72
CEP 03323-000 - São Paulo - SP.