



## BOLETIM INFORMATIVO – JULHO 2016

**Edição nº. 09 - Ano 22 - CRC/RS 3.112**

### COMO TRABALHAR COM A FAMÍLIA SEM BRIGAR?

Uma empresa, além de todo o ideal empresarial e profissional, traz em seu ambiente uma relação entre pessoas movidas pelas relações de poder e dinheiro. Já uma empresa familiar acrescenta aspectos ligados aos sentimentos que a formam e que são cultivados entre seus membros, o que pode ser muito positivo, mas também carregar em si um potencial destrutivo.

Uma das situações mais corriqueiras e, exatamente por isso, geradoras de problemas é a crença de que a empresa existe para servir à família, às necessidades e aos interesses de seus membros, quando, na realidade, o que sustenta a longevidade desses empreendimentos é exatamente o contrário. Os familiares prestam serviços à empresa familiar e, por consequência, beneficiam-se do seu êxito, tanto no aspecto profissional quanto financeiro.

Além da tensão criada que, querendo ou não, pode se instalar um dia em qualquer empresa, quando ela é oriunda da família, acaba agravando a situação, já que aspectos sentimentais podem florescer. Momentos como esse podem ter um potencial destrutivo nas relações entre familiares e podem fazer com que a empresa afunde junto.

A instalação de boas práticas de governança corporativa e da profissionalização de sua administração mostra-se decisiva na adequação da estrutura e na preparação e adequação das pessoas que trabalham na empresa, com vistas a criar e manter um ambiente propício à sua sustentabilidade ao longo do tempo.

Esperar que as pessoas ajam por bom senso no papel de sócios, profissionais e familiares ao mesmo tempo, em busca de um benefício comum, é viver uma ilusão de alto risco, por desconsiderar as ambições e agendas pessoais, que sempre irão afetar as relações. Para mitigar esse potencial de problemas, é preciso que se estabeleça o senso comum, que guiará as relações nos diversos ambientes.

Para ter sucesso, a governança corporativa e familiar, bem como os processos de profissionalização da gestão, devem estar amparados e guiados pelo senso de coletividade, ou seja, o que é melhor para a sociedade, para o negócio e para a família. Não para um ou outro.

Entre os sócios, a elaboração e implantação de um acordo societário, que represente os interesses e as expectativas da maioria, é o melhor caminho para pavimentar essa relação, protegendo-a de interesses individuais, privilegiando o grupo.

Da mesma forma, a escolha das pessoas que trabalham na empresa, sendo ou não membro da família empresária, deve ter como base os requisitos técnicos e comportamentais necessários ao papel que irão cumprir. Para tanto, a clareza dos papéis, responsabilidades e desempenho esperado, além de uma remuneração com base na meritocracia, serão decisivos na performance da empresa e na qualidade das relações. A ética e respeito no relacionamento do dia a dia também são bem vindos.

Na família, cultivar os seus valores e manter viva sua história ao longo das gerações são fatos imprescindíveis na formação da consciência social, que deve estar presente nos herdeiros de um empreendimento que gera riqueza para si, para as famílias e para a sociedade com quem convivem.

## NEGÓCIO CONTÁBIL: AS DIFERENÇAS ENTRE PRODUTO, OFERTA E ENTREGA

O tempo do profissional de contabilidade que era apenas técnico acabou, atualmente o contador precisa desenvolver habilidades e competências empreendedoras se quiser sucesso no seu negócio contábil, este trabalho visa contribuir para isto.

Primeiramente deve-se pedir uma licença didática/semântica para o uso do termo “produto” invés de serviço, que seria tecnicamente mais adequado, entretanto causaria perda didática e semântica para tratar do assunto.

Dito isto, qual seria a diferença entre Produto, Oferta e Entrega? Há diferença entre estes termos? Como isso influencia o seu escritório de Contabilidade? Entender estas questões podem lhe ajudar a “vender” mais e melhorar os resultados do seu escritório com marketing e crescimento.

O primeiro passo é falar sobre o **Produto**. No caso, o “produto” é o Serviço de Contabilidade, mas sabe-se que a prestação de serviço é muito mais vasta do que Contabilidade em sentido estrito. Também são prestados serviços como Departamento de Pessoal, questões fiscais, constituição de empresas, entre inúmeros outros serviços que os escritórios costumam oferecer.

Então este seria o “produto” do escritório de contabilidade, o que efetivamente é feito, o que efetivamente é a coisa vendida.

Em seguida é preciso entender sobre a **Oferta**. O Contador, e o empresário, precisam ter uma coisa muito clara na cabeça: **Produto e Oferta são coisa diferentes!**

Produto é a “coisa”, efetivamente. Oferta é o que se fala a respeito da coisa, isto é, produto é o bem ou o serviço efetivamente prestado, oferta é o que se fala a respeito do produto.

O erro de muitos profissionais de contabilidade (e não só de contabilidade) na hora de oferecer seus serviços é que invés de ofertar os seus serviços, acabam descrevendo os serviços, falando o que fazem, e assim acabam por apenas descrever o produto e não fazem uma boa oferta.

Como dito desde o início, o termo produto é mais didático e vamos aos exemplos para ilustrar essa diferença:

*Com certeza o leito já ouviu falar do famoso remédio contra gripe “Benegrip”. Mas o que é, efetivamente, o Benegrip? O que é o produto?*

*Ora, é um comprimido revestido contendo 500 mg de dipirona sódica, 2 mg de meclizina de clorfeniramina, 30 mg de cafeína e excipientes (metabissulfato de sódio, EDTA dissódico, povidona, crospovidona, celulose microcristalina, dióxido de silício, estearato de magnésio, álcool etílico (informações da bula).*

*Imagine agora uma primeira oferta: um comercial na televisão onde a Hypermarchas (distribuidora do Benegrip) colocasse um farmacêutico, devidamente trajado com todas as suas credenciais, pós graduações e diplomas de excelência recitando esse monte de nomes esquisitos, e ao final, falando que era um “Comprimido Revestido bom para combater a Gripe”. Você compraria este medicamento? Talvez sim, mas...*

*Imagine agora esta segunda oferta: aparece uma pessoa num dia chuvoso, dentro do ônibus, com dores de cabeça, e diversos sintomas de gripe, e de repente, essa pessoa espirra! Todos no ônibus então perguntam se é gripe, e mandam que ela tome “Benegrip”. Na cena seguinte a pessoa toma o medicamento e na última, já aparece sorridente e sem sintomas. Aparece então o nome do medicamento com o jargão publicitário “É gripe? Benegrip!”.*

*Seja sincero, qual dos dois comerciais lhe deixaria mais propenso a comprar este remédio quando você estivesse doente? Ou pelo menos, em qual dos dois casos você se lembraria mais facilmente do remédio que precisa tomar? Provavelmente na segunda opção, é assim para a maioria das pessoas. E veja bem, a segunda não precisou dizer se o medicamento era em comprimido ou em gotas, não revelou a sua composição, nem sequer falou que era um medicamento...*

Por fim, resta falar da **Entrega**. Ora, no exemplo acima, o produto é o comprimido com a devida composição de elementos químicos, a oferta é o comercial bem estruturado, e a entrega, por fim, é um par de comprimidos nas cores verde e amarela – que se utilizado corretamente tem o potencial de combater a gripe.

Trazendo esta realidade para a contabilidade, tem-se que os contadores em geral fazem uma série de serviços para além da contabilidade, na hora de elaborar uma oferta tão somente oferecem “serviços de contabilidade” com um ou outra variação para dizer que fazem DP, fiscal e similares, e na hora de entregar, muitos entregam apenas Guias diversas, Contracheques, cobram documentos e avisam de obrigações.

Está tudo errado! Se o profissional de contabilidade quiser, efetivamente, alcançar melhores resultados para seu escritório precisa descrever minuciosamente o “produto” que irá oferecer (o serviço que irá prestar), precisará pensar numa oferta realmente eficaz, que efetivamente vá despertar naquele que contratará os serviços o interesse em contratá-lo e, na entrega, pensar em formas de demonstrar os serviços prestados como um todo, ou com mais valia do que a mera entrega de guias, contracheques e outras obrigações.

Refletir nestas questões é uma tarefa tão importante quanto a atualização e estudos técnicos na área a fim de aperfeiçoar a qualidade dos serviços em si para todo aquele profissional que deseja continuar no mercado e melhorar os seus resultados.

## JUCERGS INICIA IMPLANTAÇÃO DA JUNTA DIGITAL

A Junta Comercial do Rio Grande do Sul (Jucergs) inicia a implantação da Junta Digital, projeto através do qual será possível realizar os serviços de atos empresariais e autenticação de livros pela internet. O lançamento oficial do sistema ocorre no dia 29 e deve reunir representantes de outros sete estados que compõem a rede Integrar (Piauí, Roraima, Mato Grosso do Sul, Sergipe, Ceará, Goiás e Acre) e de Minas Gerais, responsável por repassar tecnologia e Know how.

O Rio Grande do Sul será o primeiro da rede a adotar o novo modelo de abertura, alteração e extinção de empresa. “Vamos tornar mais fácil à vida dos empreendedores. Os contadores e empresários poderão emitir o contrato social de casa, e realizar praticamente todas as entradas de documentos sem ter de sair do escritório”, destaca o presidente da Jucergs, Paulo Roberto Kopschina.

Para usufruir do serviço, bastará ter acesso à internet, possuir certificado digital e disponibilizar os arquivos no formato exigido.

A Junta Digital traz benefícios também à administração pública, como a redução de custos de papel. Desde 2009, todos os novos processos “já saem digitalizados”, garante Kopschina. Do total de documentos em acervo físico da Jucergs, 24 milhões, 8 milhões já foram colocados em ambiente digital. A expectativa é finalizar esse trabalho até dezembro de 2017.

O projeto irá integrar os 57 escritórios regionais da Jucergs. “Os maiores beneficiados devem ser os pequenos municípios, onde a abertura de uma empresa ainda exige que se percorra uma pequena via sacra”, diz Kopschina.

A adoção da Junta Digital é complementar a Rede Nacional para a Simplificação do Registro e Legalização de Empresas e Negócios (Redesim), fruto de uma parceria entre governo do Estado por meio da Jucergs, SEBRAE/RS e prefeituras. O propósito é simplificar e desburocratizar o registro e a legalização de empresas. Hoje, todo o processo é centralizado em um único espaço, normalmente na prefeitura, e cerca de 25 mil processos são protocolados mensalmente na Jucergs. “A corrida de obstáculos acaba, agora será a corrida da imagem”, complementa.

“O mais valioso dos capitais é aquele investido em seres humanos” Alfred Marshall



## Agenda das Principais Obrigações Julho/2016



DIAS	COMPROMISSOS
01/07	Envio das notas fiscais, documentos de caixa e recibos de autônomos, impostos e contribuições pagos pela sua empresa para encerramento do mês de junho 2016
06/07	SALÁRIOS - JUNHO
07/07	GPS - DOMÉSTICAS GFIP - JUNHO
11/07	ICMS - SUBSTITUIÇÃO TRIBUTÁRIA (Demais produtos) - JUNHO
11/07	Envio das notas fiscais, dos documentos de caixa, de bancos, impostos e contribuições pagos pela sua empresa referente o período de 01 a 10/07/2016
12/07	ICMS - COMÉRCIO - JUNHO
15/07	GPS - CONTRIBUINTE INDIVIDUAL ISSQN - JUNHO
20/07	GPS - JUNHO IMPOSTO SIMPLES NACIONAL - JUNHO ICMS - DIFERENCIAL DE ALÍQUOTA - SIMPLES NACIONAL - MAIO
21/07	ICMS - PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE TRANSPORTES - JUNHO ICMS - INDÚSTRIA - JUNHO
21/07	Envio das notas fiscais, dos documentos de caixa, de bancos, impostos e contribuições pagos pela sua empresa referente o período de 11 a 20/07/2016
25/07	Envio dos dados para encerramento da folha de pagamento: registro de empregados, alterações de salário, faltas e descontos, recibos de autônomos e notas fiscais cooperativas, referente julho 2016
25/07	ICMS - ÚLTIMOS SETORES INCLUÍDOS NA SUBST. TRIBUTÁRIA - MAIO IPI - INDÚSTRIA - MODALIDADE GERAL - JUNHO COFINS - JUNHO PIS - JUNHO
29/07	CONTRIBUIÇÃO SOCIAL - JUNHO - ESTIMATIVA IRPJ - JUNHO - ESTIMATIVA CONTRIBUIÇÃO SOCIAL - LUCRO PRESUMIDO - 2º TRIMESTRE/2016 IRPJ - LUCRO PRESUMIDO - 2º TRIMESTRE/2016
01/08	Envio das notas fiscais, dos documentos de caixa, de bancos, impostos e contribuições pagos pela sua empresa referente o período de 21 a 31/07/2016



**Curta nossa página no Facebook:**

**VISAO CONTABILIDADE VILLAGIO IGUATEMI 54 30264600**

**Visão Contabilidade - Competência e Credibilidade**