

FOCO TACTUS

informações simples objetiva

Ano 1 - Edição 2

Uma marca
que só você pode
CONSTRUIR

Esse artigo apresenta dicas importantes para
construir uma imagem de sucesso
Pág. 6

Conheça nossa
seção de dúvidas
dos leitores

Nessa edição estamos esclarecendo
dúvidas trabalhistas dos nossos clientes
Pág. 3

Objetivos

A TACTUS Informativo é uma publicação mensal com objetivo de fornecer informações relevantes para as empresas nas áreas contábil, tributária, trabalhista e gestão de negócios.

A TACTUS é uma empresa de serviços contábeis sediada no Estado de São Paulo especializada na gestão contábil, tributária, administração de pessoal e legalização de empresas.

Maiores informações sobre nossos serviços podem ser obtidas através de nosso site www.tactus.com.br

expediente

Direção Geral:
Anderson Hernandes
anderson@tactus.com.br

Produção, direção de arte e
Editoração:
TACTUS Gestão Contábil
consultoria@tactus.com.br

Revisão Gramatical
Michelle de Assis
michelle@tactus.com.br

Revisão Técnica
Josafá Nunes
josafa@tactus.com.br

TACTUS Gestão Contábil
Rua Príncipe Humberto, 112 -
Cj. 44 - Centro
São Bernardo do Campo - SP
(11) 3458-7367

www.tactus.com.br
consultoria@tactus.com.br

Distribuição permitida desde que os artigos sejam mantidos integralmente

TACTUS 15 ANOS

Nesse mês a TACTUS comemora 15 anos de serviços contábeis prestados aos seus clientes. Durante esse tempo, ela alcançou diferentes conquistas e sempre esteve preparada para os cenários futuros.

Hoje a TACTUS já é referência em diversos quesitos, possui visibilidade de mercado, atua de modo preventivo e está a frente de grande parte das outras empresas do mercado. Nossos projetos futuros incluem grandes objetivos que esperamos alcançá-los nos anos a frente.

Segue um breve histórico da trajetória da nossa empresa:

- 1994 - Nasce a TACTUS atendendo dois pequenos clientes
- 1995 - TACTUS contrata seu primeiro funcionário
- 2000 - TACTUS sai do bairro e se instala próximo do centro da cidade
- 2001 - TACTUS cresce e instala-se no centro da cidade
- 2002 - TACTUS amplia sua base de clientes e aumenta sua equipe
- 2007 - TACTUS adquire sua sede própria
- 2007 - TACTUS amplia sua sede
- 2008 - TACTUS é certificada pela ISO 9001
- 2009 - TACTUS inaugura filial no Estado de Santa Catarina

Dúvidas trabalhistas dos nossos leitores

De quanto deve ser o intervalo de descanso entre uma e outra jornada de trabalho?

Os intervalos devem ser de, no mínimo, 11 horas consecutivas de descanso.

É permitido descontar nos salários do empregado a aquisição de mercadorias feita com o próprio empregador?

Sim, desde que não se caracterize induzimento para que o funcionário compre todos os produtos e fique sem salário. É vedado o *truck system*, que consiste no lucro do empregador com a venda de produtos aos seus próprios empregados.

Qual o prazo de quitação das verbas

rescisórias?

No aviso prévio trabalhado, a quitação deve ocorrer um dia após o cumprimento total do aviso.

Nos aviso indenizado, a quitação ocorre dentro de 10 dias do momento em que o empregado tomou ciência do aviso.

Qual a jornada diária máxima, sem intervalos para descanso?

Não ultrapassando 6 horas contínuas, o empregador poderá conceder um pequeno intervalo de 15 minutos. Ultrapassando 6 horas o empregado será obrigado a conceder um intervalo de 1 hora, no mínimo, e de 2 horas, no máximo.

Envie suas dúvidas para a TACTUS e teremos o prazer em respondê-las

TACTUS defende interesses dos seus clientes

A TACTUS sempre tem buscado defender os interesses dos nossos clientes. Comumente entramos em conflito direto com órgãos governamentais e entidades para fazer valer tais interesses. Recentemente em um litígio com o Ministério do Trabalho que alegava, por meio de um fiscal, possuir atribuições que julgávamos indevidas, a TACTUS recorreu a uma Instância superior para dirimir sobre o assunto e temos o prazer de informar que estávamos corretos em nossa interpretação. Segue a resposta obtida:

Prezado Senhor,

"7 Por força da Constituição Federal, promulgada em 05 de outubro de 1988, o Ministério do Trabalho e Emprego não faz

**A TACTUS
busca acima de
defender os
interesses
dos nossos
clientes**

enquadramento sindical (não define qual o sindicato que representa a categoria). A empresa define com base na sua atividade preponderante em que categoria econômica está enquadrada e seus empregados na categoria profissional correspondente. E assim define os sindicatos representativos (patronal e profissional) e cumpre a convenção coletiva e recolhe a contribuição sindical.

Coordenação-Geral de Relações do Trabalho

*Secretaria de Relação do Trabalho
Ministério do Trabalho e Emprego*

Visite nosso site: www.tactus.com.br

TACTUS abre escritório em Santa Catarina

Temos a satisfação de informar que estamos expandindo nossas atividades nos Estados do Mato Grosso, Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Em cada um dos estados, a TACTUS está adequada as características locais, bem como a legislação e metodologia aplicáveis. Esse mês estamos inaugurando os serviços em Santa Catarina, e isso foi possível através de uma parceria com um escritório local. Neste Estado a TACTUS está atendendo na cidade de Imbituba, próximo de Florianópolis e já possui clientes.

No Estado do Rio Grande do Sul a TACTUS está concluindo detalhes para estabelecer um escritório na cidade de Caxias do Sul, onde mantém uma carteira de clientes.

No Estado do Mato Grosso mantemos um parceiro para atendimento da demanda de serviços contábeis e fiscais de nossos clientes. Nosso objetivo é expandir nossas filiais em novos estados nos próximos 5 anos, sempre com nosso padrão reconhecido de qualidade.



Esclarecimentos sobre DECORE

O que é DECORE?

DECORE é a declaração comprobatória de Percepção de Rendimentos preenchida em duas vias, em conformidade com dados contábeis hábeis e legais, na qual o contabilista comprova os rendimentos dos seus clientes.

Para quem é remetido o DECORE?

Instituições financeiras, empresas e entidades que exijam comprovação de rendimentos e Consulados freqüentemente solicitam o documento.

Quando pode ser emitido o DECORE?

Desde que a empresa mantenha

contabilidade regular, esteja com os impostos federais e FGTS em dia e nos casos de lucros tenha os lançamentos devidamente realizados no livro diário.

Há incidência de impostos nos rendimentos declarados no DECORE?

Não haverá incidência de INSS e IRRF nos casos de lucros auferidos em conformidade com a legislação tributária.

Há custos para elaboração para o DECORE?

Atualmente TACTUS não cobra pelos serviços prestados de elaboração de DECORE.

SUA EMPRESA ESTÁ PREPARADA PARA O SPED?

Não se preocupe... Nós estamos

O Sistema Público de Escrituração Digital é uma realidade e muitas empresas ainda não estão preparadas para cumprir os requisitos legais. Nós estamos preparados para assessorar a sua empresa a implantar o SPED Contábil, SPED Fiscal e NF-e. Consulte-nos

TACTUS

www.tactus.com.br



Uma MARCA que só você pode "CONSTRUIR"

* por Anderson Hernandes

Quase todos os profissionais sabem que devem investir no seu marketing pessoal, porém poucos sabem como "construir" uma marca pessoal. Primeiramente, é importante dizer que investir em marketing pessoal é apenas uma das maneiras de construir uma marca pessoal, por isso, vou dar-lhe quatro dicas para ajudá-lo nisso:

Faça algo diferente

Profissionais que se destacam dos demais, conseguem isso porque são de algum modo diferentes. Fuja do que chamo de comoditização profissional, ou seja, um monte de profissionais sem nenhuma diferenciação. A diferença pode ser obtida através de diversas maneiras, no entanto, normalmente é pela somatória de pequenos fatores que o profissional faz, ou que seja, estar acima da média é que o diferenciará. Exemplificando, se você é muito criativo, destaque-se dos demais, por evidenciar o quanto a sua criatividade pode ser útil para o seu ambiente profissional. Assim, quando outros pensarem no

assunto, o nome de quem virá a mente dos seus pares?

Nunca passe despercebido

Quantas chances profissionais de

construir uma marca pessoal e simplesmente são desperdiçadas por falta de iniciativa por parte do profissional. Sempre aproveite maneiras de deixar sua marca pessoal por onde passa. Por exemplo, digamos que esteja fazendo um curso de longa duração, como uma pós-graduação, será que algum ex-professor lembrar-se-ia de você, só pelo nome, cerca de dois semestres após ter-lhe dado aulas? Se você firmou sua marca pessoal, isso não seria difícil. Isso poderia ser conseguido, por exemplo, por oferecer artigos ou informações importantes, ou por emprestar um livro ao seu professor.

"Em muitos casos a relação entre o serviço e o produto é tão intensa que não conseguimos diferenciar um do outro"

Se você tem habilidades em comunicação, porque não se oferecer para ministrar uma palestra sobre um assunto que domine na sua faculdade? Isso pode ser o início de uma construção de marca pessoal. Não importa o que você faça, mas fuja da medianidade, por que são os melhores e os piores que são lembrados, nunca os medianos.

Comunique-se adequadamente

Habilidade de comunicação é fundamental para a construção de uma marca profissional. Pode até parecer estranho, mas durante anos palestrando e desenvolvendo treinamentos profissionais, aprendi que muito mais importante do que você fala é como você fala. As pessoas, de modo geral, admiram muito mais pessoas que dizem frases comuns de modo extraordinário do que aquelas que dizem frases extraordinárias de forma comum. Diante disso, capriche nas apresentações. Se possuir bom humor ou facilidade de fazer os outros rirem, procure transmitir informações desse modo, mesmo quando tratar-se de informações técnicas. Nunca perca a platéia, deixando-a "dormir" ou "vaguear" em seus discursos. Se puder transmitir algo em 30 minutos de modo disperso, prefira fazer isso em 15 minutos de modo emocionante. Lembre-se que informação é importante, mas embalá-la para presente poderá torná-la algo inesquecível.

continua

Faça algo pessoal com o qual possa orgulhar-se. Durante anos observando profissionais com marcas fortes, aprendi que elas estão atreladas ao que o profissional é como pessoa, bem como aos seus valores e realizações pessoais. Se dedicarmos todo nosso recurso em criar uma imagem profissional, mas ela não refletir o que somos na vida real, cedo ou tarde, isso irá prejudicar nossa reputação. Isso envolve os nossos valores e atributos pessoais que devem ficar evidentes às pessoas em nossa volta, principalmente hoje, onde cada vez mais caminhamos para inseparabilidade entre vida profissional e pessoal.

As pessoas admiram aquelas que realizam algo extraordinário em sentido pessoal, especialmente quando feito saber a outras pessoas. Isso trás inúmeros benefícios pessoais, que vão da auto-realização a ajuda prestada a outras pessoas. Existem diversas maneiras de realizar algo pessoal com que podemos nos orgulhar, como por exemplo, auxiliar pessoas em estado terminal, visitar



abrigos de idosos e crianças carentes, voluntariar-se na sua área de atuação profissional e muitas outras. Existem também realizações nas quais dedicamos uma vida inteira ou parte dela, como a adoção e apadrinhamento de crianças ou de parentes carentes e cuidados especiais a pais idosos.

De qualquer modo, após dedicar tanto tempo e recursos nessas atividades, aprendemos que somos mais beneficiados pelas recompensas obtidas do que aqueles que de alguma maneira ajudamos.

Com certeza, existem inúmeras outras maneiras para construirmos a nossa Marca Pessoal, mas se você seguir essas dicas, com certeza estará investindo pesado na consolidação da marca chamada VOCÊ.

** Anderson Hernandes é diretor da TACTUS, palestrante, escritor e especialista em marketing de serviços.*

WWW.andersonhernandes.com.br

TACTUS firma parceria com a ALTERDATA

A TACTUS firmou parceria com a Alterdata - Software para Automação Contábil, uma solução que integrada nossos clientes com nosso sistema de ERP contábil, proporcionando redução de custos, através de economia de material, tempo, pessoas, deslocamento, arquivamento e, sobretudo, produtividade e eficiência.

Os sistemas permitem dentre outras funcionalidades:

- Administrar de forma integrada o seu Financeiro, Estoque, Faturamento e CRM,
- Compatibilidade com Atividades de Varejo, Atacado, Indústria e Prestadores de Serviços
- Automatizar a sua Força de Vendas com dispositivos móveis e re-digitação dos Pedidos de Venda
- Controlar o relacionamento de sua empresa com seu cliente através do sistema de CRM
- Controlar seu estoque, inclusive com validade de produto ou número de série - Faturar em massa para seus clientes com individualização de Rota, Característica e outros
- Compatibilidade com a NF-e (Nota Fiscal Eletrônica)
- Emitir a Nota Fiscal Eletrônica integrada, ou seja, emissão do DANFE, sem interferência manual.

Para maiores informações contate a representante Alterdata - Calie A. Sampaio - calie@solarsoftware.com.br ou diretamente a TACTUS - consultoria@tactus.com.br

Conheça todas as soluções da Alterdata:



twitter

a **tactus** está no **twitter**, agora só falta **você**



siga-nos...

www.twitter.com.br/tactusgestao

Você conhece a Inteligência Tributária TACTUS?

A solução de **INTELIGÊNCIA TRIBUTÁRIA TACTUS** age de forma preventiva, protegendo as empresas contra ações do Fisco, através do cruzamento de dados contábeis, fiscais, trabalhistas e previdenciários dos nossos clientes.

Esse diferencial preventivo da TACTUS tem possibilitado diversas ações corretivas visando a proteção financeira e o apontamento de contingências tributárias.

As empresas que contratam a solução **INTELIGÊNCIA TRIBUTÁRIA TACTUS** passam por um "pente fino" que envolve a análise dos últimos cinco anos, prazo previsto pela legislação tributária para prescrição de débitos. O relatório final aponta a situação tributária, inconsistências, alternativas, riscos e recomendações para regularidade que serão definidas pelo cliente em conjunto com a assessoria técnica da TACTUS.



Relacionamento

de vendas



por Marcelo Ortega

Você sabia que conquistar um novo cliente custa quase cinco vezes mais do que manter um cliente antigo? Isto pode ajudá-lo a entender a importância de manter uma boa relação com os clientes e fazer com que eles se tornem assíduos e façam propaganda boca-a-boca a favor de sua empresa. Essa é a melhor maneira de conseguir novas vendas.

O relacionamento em vendas baseia-se na construção de uma amizade ou de um bom relacionamento com seus clientes e em buscar atender suas necessidades. Esse é o caminho certo para fazer clientes e construir um bom relacionamento. Sabendo das suas necessidades e descobrindo os seus receios, você pode encontrar soluções para os problemas dele e construir uma relação ainda mais forte. Com essa relação feita, outros detalhes são fáceis e rápidos de serem resolvidos. Eles só se tornam um obstáculo se essa boa relação entre o cliente e o vendedor

não existir.

As pessoas costumam dizer que as melhores experiências com vendedores são quando eles ouvem honestamente suas necessidades e mostram um interesse maior do que apenas negócios. Eles não fazem pressão, esperam e fazem uma abordagem honesta. Quando isso ocorre, mesmo que os concorrentes procurem esse tipo de cliente (talvez até com preços mais baixos), ele estará tão satisfeito com os vendedores atuais que continuará com eles. Isso faz parte do poder do relacionamento de vendas.

A maioria das pessoas reage negativamente à alta pressão nas vendas. No relacionamento em vendas, pressionar não causa boa impressão, principalmente porque é difícil construir uma relação amigável quando o cliente se sente pressionado. Nesta técnica você se torna um tipo de suporte para os seus clientes. Eles se tornam dependentes de seus serviços ou produtos e quanto mais você suprir suas necessidades e facilitar o seu trabalho, mais eles responderão às suas ofertas de vendas adicionais. Você vai descobrir também que o bom relacionamento traz muitos benefícios para as empresas que oferecem produtos em mercados muito competitivos, principalmente se não houver diferenças entre eles.

Parte do relacionamento em vendas envolve um contato regular com o cliente. Se você esquece de um cliente que confiou na sua integridade como pessoa e como vendedor, ele pode acabar procurando seu concorrente, que provavelmente está ligando regularmente para fechar negócios. Então, tenha certeza de que não deve simplesmente construir uma relação, mas principalmente mantê-la (através de contato regular e canais de comunicação abertos). Disponibilize várias maneiras de contato para qualquer tipo de necessidade urgente, ou você vai descobrir que seus clientes, numa emergência, precisaram procurar aquele seu concorrente e descobriram que eles também são bons e que os produtos deles podem ser até um pouco melhores. Então, a lição é: mantenha sempre contato e esteja sempre disponível para os seus clientes ou você certamente será substituído.

Se você esquece de um cliente que confiou na sua integridade como pessoa e como vendedor, ele pode acabar procurando seu concorrente

E antes de tudo gostar do que faz, transmitindo isso a quem está efetuando uma compra, transmite credibilidade, fazendo com que o cliente se sinta a vontade e na obrigação de procurá-lo no estabelecimento quando voltar.

Marcelo Ortega é palestrante e escritor