

# Legalização dos cassinos

**MARCO AURÉLIO LAGE**

PRESIDENTE DO SINDICATO DE HOTÉIS, RESTAURANTES, BARES E SIMILARES DE SÃO LOURENÇO E REGIÃO SUL DO ESTADO DE MINAS

Sob o lema “LIBERTAS QUE SERA TAMEM” inscrito na bandeira do Estado de Minas Gerais, as estâncias hidrominerais, tradicional destino turístico brasileiro; aguardam que desta vez será quebrado o “TABU” que há quase 70 anos tira a liberdade do desenvolvimento das estâncias de terem seus cassinos funcionando no berço do turismo nacional.

Desde meados do ano passado, venho sugerindo aos membros do Senado, da Câmara dos Deputados, do Ministério do Turismo, do Planejamento, do Trabalho a importância para a nação, da Legalização dos Cassinos no território brasileiro.

Com a crise econômica que começava a transparecer com prognósticos sombrios, o importante seria buscar alternativas viáveis para pelos menos breçar a tragédia do desemprego.

Tem-se mencionado muito na geração do aumento da arrecadação, mas ao meu ver o desemprego é o problema social e grande causador de danos à sociedade, muitíssimo maior que os problemas que a legalização dos cassinos possa causar.

Incentivando a Legalização dos Cassinos, teremos repercussão positiva no turismo, no comércio, na indústria e consequentemente na geração de novos empregos.

Obviamente muito dos nossos políticos que estarão examinando

do esta matéria não tem informações precisas para se posicionar a favor ou contra, visto que trata-se de um assunto não existente neste país há quase 70 anos.

Fico estarecido quando ouço alguém dizer que com a legalização teremos prostituição, corrupção, sonegação de impostos, lavagem de dinheiro e outros males, como se isso já não estivesse acontecendo; para mim é falsa moral.

Os jogos em cassinos existem em mais de 150 países há muitos anos. Será que só o Brasil está certo em proibir a liberdade do cidadão de se divertir nos cassinos? Chegou a hora de dar liberdade ao turismo para ser competitivo. Vamos desatar as amarras da hipocrisia e resgatar o glamour do passado gerando emprego para o trabalhador, atraindo turista até do exterior como faz Punta del Este nosso vizinho do Uruguai que recebe milhares de brasileiros os quais não têm a liberdade de jogar e se divertir em seu próprio país.

Em respeito ao slogan da bandeira do Estado de Minas Gerais “LIBERTAS QUE SERA TAMEM”; liberdade ainda que tardia, conclamo os representantes do povo brasileiro a aprovarem a liberação dos cassinos nas cidades no interior do país, conforme proposta sugerida. veja detalhes no site [www.sindhoteis.com.br](http://www.sindhoteis.com.br)

Com a crise econômica que começava a transparecer com prognósticos sombrios, o importante seria buscar alternativas viáveis para pelos menos breçar a tragédia do desemprego

# Luz no fim do túnel

**ELIANA DUTRA**

CEO DA PRO-FIT

Infelizmente é com pouca frequência que vemos a discussão sobre as barreiras que as mulheres enfrentam para subir na carreira e a diferença salarial voltarem à tona. Agora, a pesquisa da McKinsey & Company e LeanIn.org com 30 mil trabalhadores em 118 empresas norte-americanas aponta que a questão da igualdade de gêneros no topo da organização só vai se tornar uma realidade daqui a 100 anos.

O estudo revelou também que apenas 27% dos vice-presidentes das empresas avaliadas são mulheres. E no mundo corporativo brasileiro a história é bem pior, porém, o que vemos com menor frequência ainda é a discussão de quais medidas podem ajudar a reverter essa situação que se mantém a mais de 30 anos igual.

No Brasil, a diferença salarial é de imediato uma variável gritante que revela apenas uma das facetas do problema, mostrando que o público feminino ganha em média 73,7% do benefício recebido pelos homens, de acordo com a última pesquisa da Pnad (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios). Sem falar que para cada 10 pessoas em cargos de diretoria no Brasil, apenas 2,3 são mulheres.

Trata-se de uma realidade conhecida por todos: as profissionais femininas são ainda subestimadas no mercado de trabalho como mão de obra de alta qualidade. Além, do preconceito que algumas ainda sofrem em relação a si próprias, considerando-se culpadas por não conseguirem atingir níveis mais altos dentro da organização, sem perceber que é o contexto externo que é um obstáculo.

Mas há caminhos para mudar esse cenário e, para isso, é preciso que essa transformação seja liderada pelo CEO, já que ele é o espelho da organização e das políticas nela aplicadas. Constantemente

ele necessita está atento se as políticas de diversidade da organização estão de fato sendo eficazes. A única forma de enxergar isso é analisar cuidadosamente os dados da empresa no que diz respeito aos seus programas de promoção.

É preciso verificar a quantidade de profissionais do sexo masculino e feminino que entraram na corporação em comparação com aqueles que conseguiram alcançar outros níveis hierárquicos. Por exemplo, a proporção de homens promovidos para gerentes nos primeiros cinco anos. Essa pode ser uma métrica bem eficiente para ajudar o CEO a identificar quais são os gargalos.

Também é preciso que o CEO esteja atento ao preconceito que ele próprio possui, que é muitas vezes não é transparente para ele mesmo, contribuindo para que não enxergue a disparidade de gê-

Há caminhos para mudar esse cenário e, para isso, é preciso que essa transformação seja liderada pelo CEO, já que ele é o espelho da organização e das políticas nela aplicadas. Constantemente ele necessita está atento se as políticas de diversidade da organização estão de fato sendo eficazes

neros. Essa tarefa de autoconhecimento e de enxergar a realidade ao redor livre de julgamentos não é fácil, mas pode ficar um pouco mais leve se ele contar com o coaching como parceiro.

Este processo pode apoiá-lo para perceber quando está dando exemplo contraproducente para o resto da organização. Ainda mais se esse coaching for uma mulher, pois um homem pode ter o mesmo “desvio de olhar” do CEO e todo esse trabalho ser em vão. É preciso de olhos atentos e mente aberta. Assim cria-se a luz no fim do túnel para disparidade de gêneros.

# Hora de definir a forma tributária: Simples Nacional, lucro real ou presumido

**DAVID NIGRI**

ADVOGADO

Uma decisão estratégica para as empresas sobreviverem à crise atual, o planejamento tributário é o pontapé inicial para simplificação dos impostos e a redução dos custos. Simples Nacional, Lucro Real ou Presumido, a forma de tributação, declarada até o próximo dia 29, será irrevogável até o fim do ano. E, tendo em vista que não há regras fixas para determinar um modelo mais vantajoso é importante buscar a orientação de um especialista tributário para evitar possíveis infrações por desconhecimento das leis.

O aumento do desemprego e a queda no faturamento podem incentivar as adesões ao Simples Nacional. É necessário realizar uma projeção de faturamento, pois uma vez ultrapassado o limite, a empresa será automaticamente excluída do Simples e ainda obrigada a corrigir o valor pago.

Apesar da unificação, o Simples está longe de ser simples, pois é rico em detalhes. Diante da complexidade tributária com exceções como PIS/Cofins cumulativo e não-cumulativo, a decisão exige cautela.

Final, dados do Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação comprovam que 9,78% do faturamento dos pequenos negócios são destinados aos tributos, motivando a falência de aproximadamente 17% das empresas.

Previsto na Lei Complementar nº 123/2006, o Simples Nacional abrange os Tributos de todos os entes federados (União, Estados, Distrito Federal e Municípios), ou seja, IRPJ, CSLL, PIS/Pasep, Cofins, IPI, ICMS, ISS e a Contribuição para a Seguridade Social destinada a Previdência Social a cargo da pessoa jurídica (CPP), colhidos mediante documento único de arrecadação – DAS. O recolhimento é baseado nos percentuais elencados nos anexos da lei supracitada e incidem sobre a Receita.

É preciso fazer a simulação para verificar se o desconto de crédito conduzirá a valores menores, caso o ICMS esteja fora do Simples. Por outro lado, o Simples será vantajoso para empresa que possuir elevados gastos com Folha de Pagamento, já que gera economia de INSS patronal de 20% calculados sobre proventos.

Os empresários que não conseguem definir a sua forma de tributação até o último dia útil de janeiro, só terá duas alternativas: optar pelo lucro presumido ou real até o dia 29 de abril.

A tributação pelo Lucro Presumido será a melhor opção se após um minucioso estudo contábil, o lucro experimentado for superior aos percentuais estabelecidos pelas leis federais (entre 8% e 32%). Assim, uma empresa comercial pagaria 8% da presunção da margem de lucro e serviço 32% e sucessivamente.

Se a empresa possuir uma margem de lucro que supere as estabelecidas pela Receita Federal à aplicação do percentual estabelecido será mais vantajosa e a empresa deverá optar por pagar o IRPJ e a CSLL sobre a receita. Em relação ao PIS/Cofins, ao optar pelo Lucro Presumido, a empresa irá calculá-lo pelo regime cumulativo, e as alíquotas somadas perfazem uma alíquota de 3,65% sobre a Receita.

Portanto, a grande desvantagem de optar pelo Lucro Presumido ocorre em relação a Folha de Pagamento na qual a Ônus de INSS patronal de 20%. Já os empresários que experimentam faturamento anual superior a R\$ 78 milhões serão obrigados a optarem pelo Lucro Real, como são os casos dos Bancos e outras Instituições Financeiras. Indica-se a opção por este formato, quando a margem de lucro for pequena e até apresentar prejuízo contábil em alguns meses.

No lucro real, devem ser abatidas da receita as despesas e benefícios fiscais autorizados por lei e nos prazos e limites estabelecidos, além de haver a possibilidade de compensar os prejuízos fiscais apurados limitados a 30% do lucro líquido ajustado pelas adições e exclusões decorrentes de lei.

Em relação ao PIS/Cofins, ao optar pelo Lucro Real, a empresa irá calculá-lo pelo regime não cumulativo, com pouquíssimas exceções. Neste ponto devem ser consideradas as restrições de crédito que a atividade possui, já que a empresa a optar pelo Lucro Real pode estar economizando no IRPJ e na CSLL e perdendo no PIS/Cofins, já que as alíquotas somadas perfazem 9,25%. Além disso, também há desvantagem em relação à Folha de Pagamento para qual a Ônus de INSS Patronal é 20%.

Por fim é preciso considerar que a apuração do lucro com base no lucro real requer um controle maior das operações e uma contabilidade atualizada, assim como uma série de obrigações acessórias. Não adianta economizar tributos e levar uma atuação que porá toda a economia feita a perder.

É preciso considerar que a apuração do lucro com base no lucro real requer um controle maior das operações e uma contabilidade atualizada, assim como uma série de obrigações acessórias. Não adianta economizar tributos e levar uma atuação que porá toda a economia feita a perder

<b>Jornal do Commercio</b> www.jornaldocommercio.com.br E-mail: <a href="mailto:jornaldocommercio@jcom.com.br">jornaldocommercio@jcom.com.br</a>	<b>RIO DE JANEIRO</b> Rua Fonseca Teles, 114/120 - CEP 20940-200 Rio de Janeiro - RJ Telefone geral: (21) 2223-8500 <a href="mailto:jornaldocommercio@jcom.com.br">jornaldocommercio@jcom.com.br</a>	<b>SÃO PAULO</b> Avenida Moema, 170 - 6º andar - Conjs 64 Planalto Paulista - São Paulo - SP - CEP 04077-020 (11)5051-5115 <a href="mailto:jornaldocommercio.sp@jcom.com.br">jornaldocommercio.sp@jcom.com.br</a>	<b>BRASÍLIA</b> SCN - Qd.01 - Bloco "F" - Ed. America Office Tower - Sala 711 - Asa Norte - Brasília/DF - (61) 3037-1280 / 1282 CEP: 70711-905 - <a href="mailto:opecrp@gmail.com">opecrp@gmail.com</a>	<b>MINAS GERAIS</b> Rua Tenente Brito Melo, 1223 QJ 604 Barro Preto - Belo Horizonte Tel: (31)3048-2310 - CEP 30180-070	<b>ANJ</b> ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNALIS
---	---	--	---	--	--

**REDAÇÃO EDITORA-EXECUTIVA - JÔ GALAZI:** [jgalazi@jcom.com.br](mailto:jgalazi@jcom.com.br) / [reportagem@jcom.com.br](mailto:reportagem@jcom.com.br) **EDITORES - JORGE CHAVES:** [jchaves@jcom.com.br](mailto:jchaves@jcom.com.br) **PEDRO ARGEMIRO:** [pargemiro@jcom.com.br](mailto:pargemiro@jcom.com.br) **LUÍS EDMUNDO ARAÚJO:** [laraújo@jcom.com.br](mailto:laraújo@jcom.com.br) **VINICIUS PALERMO:** [vpalermo@jcom.com.br](mailto:vpalermo@jcom.com.br) **WALTER DUARTE:** [wduarte@jcom.com.br](mailto:wduarte@jcom.com.br) **KATIA LUANE:** [kluane@jcom.com.br](mailto:kluane@jcom.com.br) **MARTHA IMENES:** [mimenes@jcom.com.br](mailto:mimenes@jcom.com.br) **RICARDO GOMES:** [rgomes@jcom.com.br](mailto:rgomes@jcom.com.br) **SERVIÇOS NOTICIOSOS** Agências Estado, Brasil, Bloomberg e Reuters

<b>DEPARTAMENTO COMERCIAL</b> RIO publicidade@jcom.com.br (21)2223-8590			<b>Departamento de Cobrança:</b> (21) 2223-8516 / 2223-8509 Fax: 2223-8599 <a href="mailto:cobranca@jcom.com.br">cobranca@jcom.com.br</a>		<b>D.A PRESS MULTIMÍDIA</b> ATENDEMENTO PARA VENDA E PESQUISA DE IMAGENS 
<b>Diretor Comercial</b> JAIRO PARAGUASSU <a href="mailto:jparaguassu@jcom.com.br">jparaguassu@jcom.com.br</a>	<b>Gerente Comercial</b> ELVIRA ALVANÉ <a href="mailto:ealvane@jcom.com.br">ealvane@jcom.com.br</a>				
<b>SÃO PAULO</b> Gerente Comercial WALDEMAR GOCKOS FILHO <a href="mailto:wfilho@jcom.com.br">wfilho@jcom.com.br</a> (11) 5051-5115	<b>MINAS GERAIS</b> MÍDIA BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA. Rua Tenente Brito Melo, 1223/604 - Barro Preto Belo Horizonte - MG - CEP: 30180-070 - <a href="mailto:comercial@midiabrasilmcomunicacao.com.br">comercial@midiabrasilmcomunicacao.com.br</a> (31) 3048 - 2310	<b>BRASÍLIA</b> RP Assessoria e Consultoria Empresarial SCN - Qd.01 - Bloco "F" - Ed. America Office Tower - Sala 711 - Asa Norte - Brasília/DF - CEP: 70711-905 - <a href="mailto:opecrp@gmail.com">opecrp@gmail.com</a> (61) 3037-1280/1282	<b>Circulação:</b> 2223-8570 / 2223-8545 <a href="http://circulacao@jcom.com.br">circulacao@jcom.com.br</a>	<b>Departamento de Compras:</b> (21) 2223-8500, ramal 9582 <a href="mailto:compras@jcom.com.br">compras@jcom.com.br</a>	
			<b>Endereço:</b> SIG Quadra 2, nº 340, bloco 1, Cobertura - 70610-901 - Brasília - DF, de segunda a sexta, das 13 às 17h <b>E-mail, fax ou telefone:</b> (61) 3214.1575/1582   3214.1583 <b>dapress@diariosassociados.com.br</b> , de segunda a sexta, das 13 às 21h / sábados e feriados, das 12 às 18h		