

Clipping n° 955

, 08 Fevereiro 2012 - 11:28:23

Feliz Dia do Gráfico!

No dia 7 de fevereiro é comemorado o Dia do Gráfico. A data foi escolhida para relembrar a greve realizada por esses profissionais em 1923, em São Paulo. A paralização, feita para reivindicar melhores condições de trabalho e salários mais justos, marcou a base sindical do País. Celebrar o Dia do Gráfico é um reconhecimento à importância do trabalho desempenhado pelos profissionais responsáveis pela produção dos inúmeros itens que fazem parte do dia a dia da população, como cadernos, livros e agendas, entre tantos outros artigos. Por este motivo, a ABIGRAF Nacional, ABIGRAF-SP, ABTG e o SINDIGRAF-SP parabenizam todos os gráficos do Estado de São Paulo! RV&A

Governo publica normas para declara ç ão do IRPF 2012

O governo publicou nesta segunda-feira (6), no Diário Oficial da União, a instrução normativa que estabelece os procedimentos para o preenchimento da declaração do Imposto de Renda Pessoa Física 2012. O programa gerador da declaração deverá ser liberado na internet até o dia 24, segundo informações da Receita Federal. Entre os obrigados a declarar estão os contribuintes que receberam rendimentos tributáveis cuja soma foi superior a R\$ 23.499,15. Deverá declarar ainda quem recebeu rendimentos isentos, não tributáveis ou tributados exclusivamente na fonte, cuja soma foi superior a R\$ 40 mil. Deve preencher a declaração quem obteve, em qualquer mês, ganho de capital na alienação de bens ou direitos, sujeito à incidência do imposto, ou realizou operações em bolsas de valores, de mercadorias, de futuros e assemelhadas ou obteve receita bruta com a atividade rural superior a R\$ 117.495,75. A declaração terá que ser apresentada entre 1º de março e 30 de abril pela internet ou entregue em disquetes nas agências da Caixa Econômica Federal ou do Banco do Brasil. Revista Época

Reajuste real de salários em 2011 sobe e põe pressão sobre inflação

O reajuste salarial médio negociado em 163 convenções coletivas de sindicatos com data-base no último trimestre do ano passado voltou a subir na comparação com os outros trimestres de 2011, fechando em 1,81%, de acordo com levantamento realizado pelo Valor na base de dados do Ministério do Trabalho.

São três os fatores que mais influenciaram esse resultado, que gera preocupação, devido ao possível impacto sobre a inflação. Um deles é a proximidade da correção do salário mínimo, cujo aumento real foi de 7,5% em 2012. Outro fator é a força de mobilização dos sindicatos que negociaram acordos no fim do ano passado. Mas foi o recuo da inflação - do Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC), que deflaciona a maior parte dos reajustes - que garantiu ganhos reais significativos.

Entre setembro e dezembro, o INPC recuou 1,22 ponto percentual, considerando-se o resultado acumulado em 12 meses. A média de aumento real conquistada em 193 convenções assinadas no terceiro trimestre foi de 0,86%. No último trimestre do ano, a média disparou, chegando a 1,81%.

Variação da média de reajuste

"A queda na inflação explica boa parte do ganho real. O fim do ano foi um período mais difícil para a economia, no cenário nacional e no internacional, o que deve ter dificultado as negociações", diz Bráulio Borges, economista-chefe da LCA Consultores. De fato, a média de reajuste nominal variou pouco desde agosto, atingindo o piso de 8,01% em dezembro e o teto de

8,62% em outubro.

Apesar do momento pouco favorável aos trabalhadores - durante o segundo semestre, eles ouviram dos sindicatos patronais que a situação econômica estava difícil e, portanto, não havia como conceder reajustes mais expressivos -, algumas categorias com data-base nos últimos três meses do ano acabaram puxando para cima a média geral de ganho real.

Esse é o caso dos metalúrgicos de São Paulo. O Sindicato dos Metalúrgicos de São Paulo, cuja base é de 800 mil trabalhadores, conquistou 10% de aumento nominal no ano passado, o que representou 3,13% de ganho real. A data-base do sindicato é em novembro.

Se a mesma negociação ocorresse em setembro, o ganho real ficaria em 2,52%, devido ao elevado patamar em que o INPC se encontrava no mês. Foi o que aconteceu com os metalúrgicos do ABC, que conquistaram 10% de reajuste nominal e influenciaram os acordos da categoria em todo o Estado.

Maioria obteve ganho real

O pequeno número de sindicatos que conseguiu apenas a reposição da inflação comprova as conquistas salariais do último trimestre. Enquanto 21% das negociações só garantiram o INPC no terceiro trimestre, apenas 6% não tiveram ganho real no trimestre seguinte. Entre outubro e dezembro, em 56 negociações (34% do total) o ganho real foi maior que 2%. Entre julho e setembro, apenas 15 (7% do total) conseguiram reajuste igual.

De acordo com o levantamento do Valor, sindicatos em todo o país que atuam no setor de serviços conquistaram os maiores reajustes, ao lado de metalúrgicos e empregados na construção civil. Os comerciantes do Rio Grande do Sul, por exemplo, tiveram aumento real de 2,57% em outubro. Trabalhadores de hotelaria e turismo também se destacaram, principalmente em Minas (dezembro) e no Rio (outubro), onde as negociações renderam 3,7% e 4,07% de aumento real, respectivamente.

Trabalhadores da construção civil em pelo menos dez Estados conquistaram aumento real superior a 2,5% nos últimos três meses de 2011. "Na construção civil, o mínimo é importante indexador para boa parte dos trabalhadores, que recebem salários próximos do piso. Por isso o reajuste [de 14,13%] do mínimo baliza as negociações no fim do ano, quando a valorização do piso nacional estava mais definida", afirma Borges.

O coordenador do Centro de Políticas Públicas do Insper, Naercio Menezes Filho, aponta para a tendência de reajustes maiores em mercados de trabalho mais apertados. "A taxa de desemprego está caindo muito, o que reflete em disputa maior pelo trabalhador. O resultado é o aumento do salário."

Em 2011, a média de ganho real apurada em 831 negociações foi de 1,4%. O índice preocupa, devido à pressão inflacionária que carrega. De acordo com cálculos de Borges, a taxa é maior do que o aumento de produtividade da economia brasileira no ano passado, estimado em 1,2%.

"Quando o salário dos trabalhadores cresce mais que a produtividade, ou seja, o trabalhador recebe mais para produzir o mesmo, a empresa tem que repassar a diferença de custo para o preço", explica ele. "O índice de 1,4% explica, em parte, a inflação ter atingido o teto da meta em 2011."

Herança

Economista-sênior do banco Santander, Cristiano Souza destaca a herança deixada pelo último trimestre. "É preocupante haver alta de ganhos reais no patamar de 1,81%, quando a produtividade não se acelera. Isso implica aumento do custo de produção. Pagar mais para produzir o mesmo significa perda de competitividade."

Para Menezes Filho, a tendência é que essa situação permaneça em 2012, uma vez que a taxa de desemprego atinge sucessivos níveis históricos de baixa. "Enquanto a economia estiver crescendo, ainda que pouco, e houver alta da demanda sem aumento da produtividade, a pressão no mercado de trabalho continuará aumentando."

O coordenador de relações sindicais do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese), Jos é Silvestre, prevê que o ritmo de ganho real no início deste ano deve ficar abaixo do patamar de 1,8%, registrado no quarto trimestre de 2011.

Segundo o Dieese, 2012 deve fechar com média de ganho real nas negociações próxima ao registrado em 2011 - na faixa de 1,4% -, já que os efeitos da crise financeira na Europa devem ser compensados pela perspectiva de queda da inflação e da taxa básica de juros. (Fonte: Valor Econômico) **Publicidade na internet brasileira deve bater jornais e revistas até 2015, diz consultoria**

Setor brasileiro seguirá fenômeno já observado nas economias mais desenvolvidas, segundo a Wark International Ad Forecast. Pesquisa divulgada nesta semana mostra que os mercados emergentes vão garantir o crescimento da publicidade em 2012. Entre os 13 países pesquisados pela Wark, o Brasil deverá apresentar o quarto maior avanço, 8,5%, atrás de Rússia (16,5%), Índia (14%) e China (11,5%).

Leia também: Publicidade na internet superar a jornal em 2013

No ano passado, o setor de publicidade brasileiro ocupou a mesma posição, com avanço de 7,1%, em um período marcado por decréscimos em algumas das principais economias. De acordo com o estudo, a internet puxa o crescimento dos anúncios globalmente, com variação positiva nos países pesquisados de 12,6%, seguida por TV (5,3%), Outdoors (5,1%), Cinema (3,8%) e Rádio (2,9%).

Já revistas e jornais deverão apresentar queda em 2012, de 1,2% e 2%, respectivamente, prevê a Wark. No caso do Brasil, o aumento da publicidade online deverá ser de 23,8%, informa a pesquisa. Já jornais e revistas devem avançar 3,6% e 6%, respectivamente.

Leia também: Sites de notícias lucram mais que jornais nos EUA, diz estudo

"É importante lembrar que, embora tenha apenas 6% dos gastos em publicidade no Brasil, a internet cresce muito rápido, de 20% a 50% todo ano desde que iniciamos a pesquisa. Todas as outras mídias estão perdendo participação para o online, principalmente impressos e rádio, embora a TV ainda seja dominante. Imagino que a internet passará os jornais e será a segunda maior mídia em publicidade até 2015", avalia Suzy Young, editora de Informação da Wark.

Sem surpresa

Embora os gastos com publicidade online nos países pesquisados devam crescer menos em 2012 do que em 2011, quando o aumento foi de 16,6%, o segmento deverá responder por 20% do total investido em anúncios até o fim do ano, informa a Wark.

Leia também: Publicidade na web é a mais influente nas compras

Entre as chamadas economias desenvolvidas, Alemanha (-0,8%), França (-0,9%) e Itália (-2,3%) apresentarão em 2012 o pior desempenho de sua história na comparação com o ano anterior.

"Com os receios sobre dívida afetando mercados mais maduros e o otimismo de investidores e consumidores, não é surpresa que o crescimento do setor em 2012 venha dos países emergentes", avalia Young. Ela lembra que as eleições nos Estados Unidos e eventos esportivos como os Jogos Olímpicos evitaram cenário ainda pior.

Young observa ainda que, embora afetado pela recessão na Europa, o Brasil manteve o crescimento da publicidade, o que ocorre há dez anos. Os gastos no setor no país teriam passado de R\$ 11 bilhões, em 2003, para R\$ 30,1 bi, em 2012, já descontado o impacto da inflação nestes números.

Leia também: Publicidade na internet supera jornais pela primeira vez nos EUA

"O investimento estrangeiro na indústria brasileira de comunicação tem impulsionado o crescimento de gastos em publicidade. E vai continuar", prevê. A participação do Brasil no total aplicado nos 13 países examinados também vem aumentando: de 3,1%, em 2003, para estimados 4,5%, em 2012.

Os Estados Unidos, cuja fatia passou de 50,4% para 41,6% nos últimos dez anos, vem perdendo espaço para emergentes. Já a participação da China terá passado de 6,5%, em 2003, para 12,2% em 2012, segundo as séries históricas da Wark. Portal IG

Jorge Caetano Fermino