

Agosto e Setembro de 2022

Planejamento financeiro em tempos de inflação

O CAMINHO PARA O ATENDIMENTO PERSONALIZADO

Primeiro passo tem de ser
entregar o acertado com o cliente

CUIDADOS NO USO DO WHATSAPP PARA INTERAGIR COM CLIENTES

Clareza na linguagem e atenção à LGPD não
podem ser perdas de vista



Agosto
e Setembro
de 2022

3 Editorial

Gestão financeira alinhada às estratégias do negócio

4 Capa

Planejamento financeiro é instrumento para enfrentar instabilidade

8 Cenofisco Orienta

*Entidades em liquidação
- Tratamento contábil
PER/Dcomp - Ressarcimento
- Correção monetária*

10 Gestão

*Atendimento personalizado:
do básico bem-feito à excelência*

12 Gestão

*WhatsApp facilita a interação
com o cliente, mas exige atenção*

14 Gestão

*Agilidade e adaptabilidade
são essenciais para as empresas*

16 Painel

*5 características imprescindíveis
para ser um bom líder*

17 Datas & Dados

*Obrigações
Indicadores
Simples Nacional*

Contas
EM REVISTA

Publicação bimestral da Editora Quarup
em parceria com empresas contábeis.

EDITORIA RESPONSÁVEL

Aliane Villa

REDAÇÃO

Cucas Conteúdo Inteligente

CONSELHO CONSULTIVO

Bahia: Patrícia Maria dos Santos Jorge
São Paulo: Alexandre Pantoja
e Gabriel de Carvalho Jacintho

EDITORAÇÃO

Cleber Figueiroa

CAPA

Composição: Cleber Figueiroa
sobre foto Sebastian Duda | Adobe Stock

IMAGENS

Adobe Stock

DIRETOR COMERCIAL

Fernando A. D. Marin

GERENTE DE MARKETING

Janaína V. Marin

FECHAMENTO

Matérias: 30/06/22
Seção Datas & Dados: 08/07/22

EDITORA
QUARUP

11 4972-7222

contas@contasemrevista.com.br

www.contasemrevista.com.br

Rua Manuel Ribeiro, 167 - Vila Vitória
Santo André - SP - CEP: 09172-730

É VEDADA A REPRODUÇÃO FÍSICA
OU ELETRÔNICA DE QUAISQUER CONTEÚDOS SEM
A PRÉVIA AUTORIZAÇÃO DOS EDITORES

Gestão financeira alinhada às estratégias do negócio

O cenário econômico desafiador impõe às empresas a necessidade de elaborar um planejamento financeiro que seja compatível com o contexto. Porém, antes de observar o ambiente externo, é preciso voltar às atenções para o próprio negócio e fazer uma análise estratégica aprofundada. O orçamento pode trazer as respostas para o enfrentamento das questões prioritárias, mas também deve viabilizar as oportunidades de mercado.

Tão importante quanto ganhar eficiência e eliminar possíveis desperdícios, é desenvolver um plano que permita à empresa gerar resultados melhores. Entender os indicadores financeiros básicos é fundamental nesse processo. Não basta saber apenas os resultados alcançados, mas compreender quais fatores estão impactando os números apresentados.

Do diagnóstico, surgem as ações de melhoria possíveis. Evidentemente, é necessário fazer algumas projeções, que estarão mais alinhadas à realidade do seu negócio se você tiver o domínio das premissas essenciais, a exemplo da precificação dos produtos e serviços. Estabelecer preços é algo que se torna mais complexo em momentos de instabilidade econômica. O risco de cometer um deslize nesse ponto é perder dinheiro, seja porque o valor cobrado não cobre os custos, seja porque há oportunidades comerciais que não estão sendo exploradas.

Procure antecipar a elaboração do planejamento financeiro, considerando esses aspectos e outros que estão descritos na reportagem principal desta edição. E tenha o seu contador como um ponto de apoio. Lembre-se de que a contabilidade conhece muito bem os números relacionados à atividade da sua empresa e à administração do seu negócio, podendo trazer insights valiosos para melhorar o desempenho da sua organização.

Aproveite para saber um pouco mais sobre relacionamento com o cliente. Nesta edição, abordamos a importância do atendimento personalizado e, também, destacamos boas práticas no uso do WhatsApp como canal de venda e interação. Traçamos, ainda, um artigo sobre as macrotendências que vão impactar o ambiente de negócios nos próximos anos.

Boa leitura!



Planejamento financeiro é instrumento para enfrentar instabilidade

Diante do cenário econômico incerto, planejar não é uma tarefa simples, mas gerenciar a empresa com uma inflação pós-Covid persistente sem qualquer planejamento pode trazer complicações muito mais sérias



Quem viveu a hiperinflação no Brasil, nas décadas de 1980 e 1990, sabe que esse é um problema complexo, que desafia consumidores e empresas. A inflação de hoje, apesar de não se comparar com a daquele período, também gera preocupações.

“A inflação corrói o valor do dinheiro no tempo”, resume a especialista em educação financeira e fundadora da Planeja suas Finanças, Elisângela Medeiros. “Anos atrás comprava-se algo com um valor específico que não é suficiente hoje para comprar o mesmo item ou algo similar. Isso dá aquela sensação de que o dinheiro não rende suficientemente e até falta”.

Nesse contexto, o consumo tende a cair enquanto os preços sobem. E essa é uma relação difícil de equalizar por parte das empresas. “Isso pode comprometer a capacidade de cumprir com as obrigações, sejam elas financeiras, fiscais e até de entrega do produto ou serviço ao cliente final”, pondera a especialista. “Estar atento aos pequenos de-

talhes e preparado para tomar as melhores decisões em cada momento é primordial para uma boa gestão financeira”.

Para driblar a inflação, é necessário reavaliar os custos (relacionados diretamente à atividade-fim da empresa), as despesas (que englobam gastos da organização independentemente das vendas ou faturamento) e a precificação dos produtos ou serviços. “Compreendemos que nem sempre ‘repassar’ esse aumento ao consumidor final pode ser interessante, mas, ao mesmo tempo, a empresa necessita manter sua funcionabilidade sem maiores dificuldades”.

Fazer uma reserva de emergência e ter disponibilidade de capital de giro são outras recomendações da consultora. “Mesmo que seja um valor pequeno, o ideal é todo mês separar uma ‘sobra de caixa’ para situações atípicas. Se a empresa tiver possibilidade de investir esse valor em algum produto financeiro para gerar rentabilidade, é o melhor cenário”.

A vantagem de elaborar um orçamento-mestre é que ele parte da projeção de vendas, o que permite definir qual será o estoque mínimo

Medeiros ressalta que o investimento pode ser feito desde que não comprometa os pagamentos que a empresa tem a fazer. Além disso, tem de ser uma aplicação com rendimento interessante e com liquidez (para que possa ser resgatado a qualquer momento). “E, principalmente, que não cause descontos de impostos ou taxas”.

Estratégico, operacional e financeiro

O planejamento financeiro deve ser visto como um instrumento para ajudar a empresa a alcançar seus objetivos e a enfrentar os desafios. Contudo, precisa



estar alinhado aos aspectos estratégicos e operacionais do negócio. “Nunca vá direto fazer o planejamento financeiro sem primeiro pensar no planejamento estratégico e no operacional”, adverte o professor e presidente do Conselho Curador da Fipecafi, Reinaldo Guerreiro. Caso contrário, a tendência é que o gestor se concentre apenas em “repetir o passado”, baseando o planejamento nos resultados anteriores.

A orientação do professor é que o planejamento estratégico seja feito a partir da análise sobre os pontos fortes, pontos fracos, oportunidades

e ameaças, conhecida como Matriz SWOT. Esse diagnóstico considera o ambiente externo, no qual estão as oportunidades e ameaças, e o ambiente interno, com os aspectos positivos (forças) e negativos (fraquezas) do negócio.

Em relação ao ambiente externo, é necessário analisar o cenário, a partir de notícias, indicadores, projeções de economistas e associações de classe, por exemplo. “Quais ameaças se apresentam que podem afetar o negócio e quais são as oportunidades? No ambiente interno, observar os aspectos bons e ruins: quais são

as forças que destacam o negócio e quais são os pontos fracos? Com base nisso, é preciso estabelecer as metas, que são os objetivos estratégicos”.

Com os objetivos estratégicos definidos, é hora de elaborar o plano operacional, detalhando como cada uma das metas vai ser concretizada. “O plano operacional é composto de duas partes: a primeira consiste em identificar as melhores alternativas para realizar os objetivos e, a segunda, em detalhar, especificar, como isso será feito”, ensina.

Nesse ponto, a empresa já tem todos os elementos para começar a traçar o planejamento financeiro. Guerreiro explica que é interessante projetar a Demonstração de Resultados



do Exercício (DRE) do período planejado para só então fazer a projeção do fluxo de caixa. Posteriormente, esses relatórios devem ser controlados mês a mês para avaliar o desempenho.

Orçamento-mestre

“Na hora de fazer o planejamento financeiro, é importante elaborar um orçamento-mestre, que aponte qual é a previsão de vendas. Com isso, é possível prever as compras, os tributos e a necessidade de mão de obra, entre outros pontos”, esclarece a doutora em difusão do conhecimento, mestre em contabilidade, especialista em auditoria contábil, engenharia econômica de negócios e perícia contábil, e professora na Faculdade de Ciências Contábeis da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Inacilma Rita Silva Andrade.

*Nem sempre repassar a inflação
ao consumidor é interessante, mas
a empresa precisa se manter
operacional sem maiores dificuldades*

A professora argumenta que a vantagem de elaborar um orçamento-mestre é que ele parte da projeção de vendas, permitindo que os aspectos mais relevantes para a gestão financeira do negócio sejam destrinchados com maior clareza. “Quando você inicia do orçamento considerando a projeção de vendas, consegue definir qual será o estoque. O recomendado é trabalhar com estoque mínimo ou estoque zero, que é o ideal, mas nem sempre é possível fazer. Estoque é dinheiro parado; representa custo”.

É importante, ainda, fazer um estudo de demanda e conhecer o ponto de equilíbrio e a margem de segurança. Dessa forma, a empresa consegue avaliar como se posicionar no mercado e quais são seus limites de operação e precificação. “Se a de-

manda do produto é de 20 unidades e o ponto de equilíbrio da empresa é 35, pode ser necessário se desfazer desse produto, caso não tenha como aumentar a demanda”, exemplifica. Fazer reunião com os vendedores pode trazer esclarecimentos essenciais para melhorar as projeções e as estratégias.

Para que a empresa tenha flexibilidade e capacidade de se adaptar melhor à situação, o melhor é trabalhar com planos específicos para cada cenário (otimista, pessimista e realista). A elaboração do orçamento-mestre pode ser feita em uma planilha simples de Excel. E sempre existe a possibilidade de contar com apoio especializado. “O empresário pode recorrer à consultoria do contador, que já conhece muito da vida financeira, tributária e patrimonial do negócio”.



Entidades em liquidação - Tratamento contábil

Qual o tratamento contábil que as entidades em liquidação deverão apresentar em suas demonstrações contábeis?



O processo de liquidação, dissolução, encerramento ou extinção de uma entidade deve-se atentar para os aspectos societários, comerciais, tributários, trabalhistas e contábeis, entre outros, antes de finalizar propriamente a atividade da entidade, e o tempo para que se realizem todas essas etapas.

Observa-se que na elaboração das demonstrações contábeis da entidade, parte-se do pressuposto que ela não terá suas atividades operacionais encerradas, pois suas demonstrações contábeis são elaboradas com base na suposição de que a entidade estará sempre em continuidade e continuará em operação no futuro previsível.

Entretanto, se houver a hipótese ou necessidade de encerrar suas atividades operacionais, as incertezas devem ser divulgadas, juntamente com as bases

utilizadas na elaboração das demonstrações contábeis e a razão pela qual não se pressupõe a continuidade da entidade; analisar o fator tempo; a necessidade de fatores relacionados com a rentabilidade corrente e esperada, cronogramas de liquidação de dívidas e potenciais fontes alternativas de financiamentos; as operações consistem na realização dos bens e direitos de forma precipitada e as obrigações devem ser honradas no prazo mais breve possível.

A [NBC TG 900 - Entidades em Liquidação](#) fornece as bases e os critérios de reconhecimento, mensuração e divulgação dos elementos patrimoniais, de elaboração das demonstrações contábeis pelas entidades em liquidação e de divulgações adicionais.

A partir do momento que iniciar o processo de liquidação, ao elaborar as demonstrações contábeis utilizando as bases da NBC TG 900 esclarecerá aos *stakeholders* que as demonstrações contábeis não estão sendo elaboradas com base nas normas para entidades em continuidade, mas sim com bases distintas de reconhecimento e mensuração, aplicáveis exclusivamente para entidades em liquidação; e na hipótese de alguma transação ou evento econômico não constar na NBC TG 900, neste caso o tratamento contábil a ser utilizado será o mesmo das normas contábeis aplicáveis à entidade em continuidade operacional.

Portanto, a estática e a dinâmica patrimonial se alteram substancialmente, a liquidação de uma entidade consiste na operação de realizar os ativos, concomitantemente aos pagamentos das dívidas perante terceiros, e apurar de



forma prática, o patrimônio líquido que corresponderá ao valor a ser restituído aos sócios ou ao montante que os sócios devem cobrir se a quantia arrecadada com a venda dos bens e direitos não for suficiente para a cobertura das dívidas.

Base legal: citadas no texto.

Vanessa Alves - Consultora e redatora Cenofisco

PER/Dcomp - Ressarcimento - Correção monetária

Haverá atualização de juros pela taxa do Sistema Especial de Liquidação de Custódia (Selic) para os créditos passíveis de ressarcimento no Pedido Eletrônico de Restituição, Ressarcimento ou Reembolso e Declaração de Compensação (PER/Dcomp)?

No ressarcimento ou na compensação de créditos do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), da Contribuição para o Programa de Integração Social/Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PIS/Pasep), da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins) e relativos ao Regime Especial de Reintegração de Valores Tributários para as Empresas Exportadoras (Reintegra), não haverá incidência dos juros compensatórios sobre o crédito, contudo, na hipótese de não haver o ressarcimento de créditos do IPI, da Contribuição para o PIS/Pasep, da Cofins e relativos ao Reintegra, no prazo de 360 dias da data do protocolo do pedido de ressarcimento, aplica-se à parcela do crédito não ressarcida ou não compensada o acréscimo de juros com base na taxa Selic.

No cálculo dos juros, será observado como termo inicial o tricentésimo sexagésimo primeiro dia contado da data do protocolo do pedido de ressarcimento original, e como termo final da valoração do crédito:

- a) quando a quantia for disponibilizada ao contribuinte, na hipótese de pedido de ressarcimento;
- b) quando houver a entrega da declaração de compensação original, na hipótese de compensação declarada;
- c) quando ela for considerada efetuada, na hipótese de compensação de ofício.

Base Legal: art. 151 e 152 da [Instrução Normativa RFB nº 2.055/21](#).

Terezinha Massambani - Consultora e redatora Cenofisco

5 maneiras para tornar o seu dia a dia mais ágil e seguro.

- 1 Comece o dia atualizado** com os assuntos de maior importância para sua rotina diária.
- 2 Economize seu precioso tempo**, pois tudo de mais importante está consolidado em nosso Portal.
- 3 Não fique na dúvida.** Nosso conteúdo é atualizado **DIARIAMENTE** para que você não perca nenhum detalhe, nenhuma atualização e nenhuma novidade.
- 4 Você não está sozinho.** Conte com a mais experiente equipe de consultores, pronta para atender a qualquer dúvida, buscando soluções adequadas e eficazes.
- 5 Melhorias constantes.** Estamos atentos e valorizamos o feedback dos nossos assinantes, buscamos diariamente aperfeiçoar nosso trabalho, mantendo o compromisso com nossos clientes de entregar a mais alta qualidade em atualização, informação e orientação.

CENOFISCO
Centro de Orientação Fiscal



Não deixe de consultar o Cenofisco antes de iniciar o seu dia. Isso fará a diferença na hora de entender as alterações do seu negócio.

07 DIAS de acesso **GRÁTIS** ao **PORTAL CENOFISCO**

São Paulo

(11) 4862-0714/4862-0715

CENOFISCO.COM.BR

Atendimento personalizado: do básico bem-feito à excelência

A confiança do cliente é construída a cada etapa do relacionamento, desde o primeiro contato com a empresa até a fidelização, e depende de processos bem estruturados, inteligência e customização

A marca que, além de atender as demandas de seus clientes, consegue oferecer um atendimento encantador e personalizado atinge um patamar diferenciado em relação às concorrentes. É como chegar ao topo de uma pirâmide, depois de consolidar uma base que sustente toda essa estrutura. Na prática, é isso que se deve ter em mente, comenta o sócio-líder do segmento de Varejo da KPMG no Brasil, Paulo Ferezin. “Não adianta querer centrar no consumidor se não entrega o básico. Na base da pirâmide, as empresas deveriam estar muito preocupadas em cumprir o contrato”.

O mínimo que o cliente espera é que o produto ou serviço sejam entregues conforme o combinado. Isso é essencial, mas não pode ser negligenciado. Outro ponto a se considerar na construção do relacionamento é a resolução de problemas. Eventualmente, algum fator pode comprometer aquela entrega básica, exigindo uma ação rápida. “A empresa precisa se antecipar e entrar em



contato com o cliente”, acrescenta Ferezin. “Problemas fazem parte de qualquer negócio, e a resolução rápida é fundamental para continuar construindo a visão de que a empresa entrega o básico”.

Na evolução dessa jornada, o passo seguinte é adotar ações que economizem tempo e esforço do cliente. Até aqui, não há nada de personalização, mas não negligencie estas etapas para não prejudicar a relação que está sendo construída.

Com os processos básicos bem estabelecidos, começa a escalada para o topo. Agora é hora de personalizar o atendimento. Nesta etapa, os dados tornam-se indispensáveis para reconhecer as especificidades do cliente. Ferezin afirma que as informações podem ser coletadas a partir do sistema de gestão do relacionamento com o cliente (CRM, do inglês *Customer Relationship Management*) e das próprias interações, críticas e sugestões, mas devem respeitar a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).



Ao usar esses dados de forma inteligente, alinhados à estratégia, já é possível começar a oferecer um atendimento personalizado. “O ponto principal é falar com o cliente, especificamente. É nessa hora que passamos a falar com o cliente sobre o que interessa para ele. Quando é de interesse dele, as coisas fluem melhor e vem a fidelização. Mas ter o básico funcionando corretamente é essencial, pois, se algo der errado, derruba tudo o que foi construído até aqui”.

Humanização, análise e comunicação

A consultora e fundadora da Shopper 2B, Bruna Fallani, explica que, para oferecer um atendimento personalizado, deve-se partir do princípio de que a empresa está interagindo com uma pessoa, e não com um CPF ou CNPJ. “É uma pessoa com um problema, uma dúvida, que a gente precisa ajudar a solucionar”.

Recursos tecnológicos, como softwares de CRM ou chat bots, facilitam o processo, pois permitem identificar o perfil do cliente e estabelecer o

contato adequado e ágil com ele, no entanto, não substituem o atendimento humano. “A máquina vem para fazer um determinado papel, mas a gente já sabe que isso vai até determinado ponto”.

A tecnologia está acessível às empresas de todos os portes, com aplicações de custo compatível com o perfil das organizações. Contar com ferramentas básicas permite gerenciar melhor as estratégias de customização do atendimento. “A tecnologia ajuda a interpretar e a entender qual é a melhor forma para resolver a dor do cliente”, argumenta Fallani. “Só que precisamos pensar que a comunicação está atrelada a isso”.

Para estabelecer uma comunicação efetiva com o consumidor, é preciso ter um conhecimento aprofundado sobre o seu perfil. Nesse ponto, a consultora salienta que as pesquisas sobre o cliente são um aspecto estratégico para as marcas – a própria personalização do atendimento pode ser prejudicada pela falta de entendimento do perfil dos clientes.

*Não adianta querer centrar
no consumidor se não entrega o básico.
As empresas deveriam estar
muito preocupadas em cumprir o contrato*

“É importante estar preparado para ouvir o cliente, entender a opinião dele sobre a empresa e sobre a concorrência. Isso permite que a marca se posicione melhor no mercado e consiga criar produtos ou serviços de valor”. A consultora alerta que, embora muitos negócios tenham funcionado bem sem isso até hoje, daqui para frente não será mais assim. “Vai ser necessário entender o cliente para saber como se diferenciar e, principalmente, como inovar para atender o consumidor nos próximos 10 anos”.



WhatsApp facilita a interação com o cliente, mas exige atenção

Boas práticas no uso da plataforma, que se destaca como canal de atendimento, interação e vendas, abrangem: alinhamento interno, treinamento da equipe e adequação à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD)

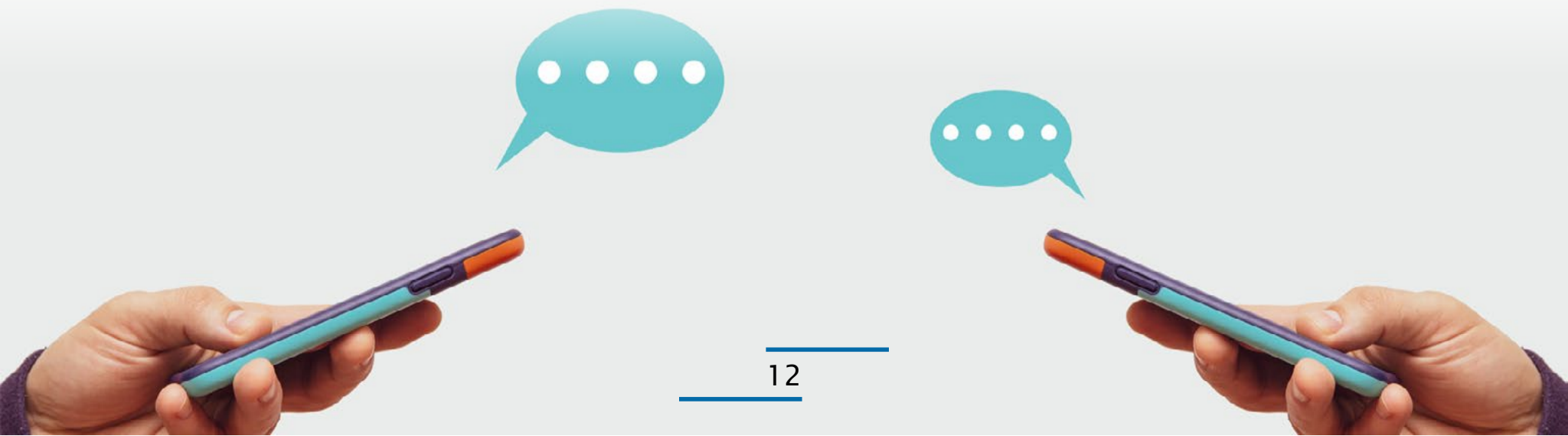
O WhatsApp está entre os recursos favoritos dos brasileiros na interação com as empresas. De acordo com a pesquisa *Panorama Mobile Time/Opinion Box – Pagamentos móveis e comércio móvel no Brasil*, publicada em abril, 64% dos brasileiros com smartphone já realizaram compras pelo aplicativo.

Além de viabilizar as vendas, a plataforma também pode ser usada para prestar atendimento ao cliente, transmitir informações sobre transações realizadas e disparar conteúdos de marketing. Em todas essas ações, a empresa que utiliza o WhatsApp pode automatizar o disparo das mensagens por meio de robôs (bots), que facilitam a interação com o público e a gestão do canal.

O professor de marketing digital da ESPM Rio, João Vitor Rodrigues, afirma que a automatização garante agilidade no envio de esclarecimento ou orientações simples para o consumidor. “No entanto, o que o cliente espera de fato

é ser bem atendido, o que significa escutar com atenção sua dúvida ou questão e oferecer as respostas ou soluções adequadas de forma personalizada”, enfatiza. “E isso deve ser feito com atendimento pessoal, por uma equipe especializada que trabalha no negócio, bem orientada pela área de relacionamento com clientes”.

Embora o uso de bots seja eficiente, nem sempre consegue solucionar as demandas do consumidor. Nesse momento, a empresa deve contar com uma equipe preparada para realizar o atendimento esperado pelo cliente. “É preciso investir em qualificação de pessoal especializado em relacionamento com clientes”, argumenta Rodrigues. “E vale ressaltar que a conversa no WhatsApp requer pessoas qualificadas para interagir com clientes com texto claro, objetivo, direto, uma conversa simples e esclarecedora. Por isso é tão importante investir no treinamento contínuo desses profissionais”.



Adequação à LGPD

Estabelecer processos para o uso do WhatsApp é um cuidado que simplifica as operações no dia a dia e permite a adoção de práticas relacionadas à LGPD. O advogado associado ao Cerveira, Bloch, Goettems, Hansen & Longo Advogados Associados e Data Protection Officer (DPO), Lucas Souza dos Anjos, lembra que os dados devem ser compreendidos como ativos de risco. “Se a empresa não tem certos cuidados e não cumpre as obrigações que a LGPD traz, pode sofrer um processo administrativo ou ser acionada judicialmente”.

*A conversa com clientes no WhatsApp
requer pessoas qualificadas,
pois deve ser simples e esclarecedora,
com texto claro e objetivo*

Para atenuar os riscos e seguir a lei, o advogado orienta que as empresas identifiquem como e para quem usam o WhatsApp e, a partir desse mapeamento, estabeleçam algumas práticas. A empresa pode precisar de consentimento para enviar as mensagens sob certas circunstâncias, como ações de marketing, que dependem de autorização expressa, mesmo que sejam simples. “Para manter essas autorizações guardadas, a empresa deve ter backup das informações. Por isso, sempre aconselhamos a usar o WhatsApp Business vinculado a uma conta da empresa, porque permite maior controle”, comenta. A ferramenta permite programar a realização de backups periódicos.

Outra boa prática é usar um aparelho corporativo e adotar todas as medidas de segurança, tanto do dispositivo (como a senha) quanto da plataforma (como a autenticação de dois fatores). Isso evita que os dados fiquem armazenados em dispositivos

pessoais (dos empregados, por exemplo). Além disso, vendedores ou funcionários da empresa devem ser orientados sobre proteção de dados.

Para as empresas que fazem a integração do WhatsApp com outros softwares ou plataformas, o advogado recomenda, ao contratar o serviço de terceiros, verificar se o fornecedor oferece controle de criptografia e segurança de acesso na sua própria plataforma.

Existem procedimentos que se enquadram nas bases legais da LGPD e dispensam o consentimento expresso para tratamento de dados. É o caso de um simples atendimento para esclarecimento de dúvidas ou da execução do contrato. Nessas situações, se houver a necessidade de solicitar alguma informação pessoal, uma boa prática relacionada ao princípio da transparência é informar por que os dados são necessários e repassar ao cliente a política de privacidade da empresa.



Agilidade e adaptabilidade são essenciais para as empresas

Tendências que foram aceleradas durante a pandemia da Covid-19 consolidaram um ambiente corporativo mais dinâmico, no qual a gestão, as tecnologias e o aprendizado precisam evoluir de forma mais ágil

O novo ambiente de negócios que emergiu da pandemia da Covid-19 é o das transformações mais dinâmicas e rápidas, avalia o professor e coordenador acadêmico da Fiap, Cláudio Carvajal. “Já sabíamos que a velocidade das mudanças seria cada vez maior e a pandemia deixou isso muito claro”.

Da crise sanitária, que antecipou avanços aguardados para os próximos anos, surgiram outras macro-tendências relacionadas à estratégia e gestão do trabalho, às operações, ao marketing e à educação corporativa. O professor destaca que esses quatro aspectos são determinantes para manter a competitividade dos negócios daqui para frente. E todos eles devem estar alinhados às novas tecnologias e, principalmente, ao novo perfil de consumidores.

Carvajal observa que, apesar da reabertura das atividades, as empresas

não retornaram ao modelo anterior ao da pandemia. Em meio às mudanças cada vez mais rápidas, as empresas precisam incorporar ferramentas e métodos ágeis à gestão. “Isso é muito importante tanto na questão estratégica quanto para o dia a dia, em virtude do dinamismo e da necessidade de adaptabilidade e flexibilidade”, esclarece.

“Outra lição que nós aprendemos é que o mundo é ‘phygital’; há uma integração permanente entre o físico e o digital”. Para acompanhar essa tendência, o investimento em tecnologia é indispensável. “As empresas precisam investir em tecnologia em dois momentos: para ganhar eficiência, com ferramentas que permitam às pessoas desempenharem suas atividades de forma mais produtiva, e para fazer negócios (prospectar, interagir com clientes e efetuar transações online)”.

Adaptabilidade é imprescindível para triunfar em tempos de incerteza. Hoje, as empresas devem ser feitas para mudar, e não para durar

A educação corporativa também não pode ser negligenciada. Carvajal explica que as pessoas precisam compreender a transformação e aprender a usar as novas tecnologias. “Não adianta fazer os investimentos em ferramentas, mudar a gestão e as estratégias, se as pessoas não estão preparadas”. Hoje, os cursos podem ser

5 características imprescindíveis

para ser um bom líder

Cada empresa desenvolve o perfil de liderança que é mais alinhado ao seu modelo de negócio e à sua cultura. Mas os profissionais que exercem bem o papel de líder têm algumas características em comum

1. Coerência: O bom líder demonstra que discurso e prática estão em sintonia. Ele precisa ser o primeiro a exercer aquilo que propaga e a disseminar a cultura da organização. A coerência é uma característica que ajuda a construir a credibilidade e a confiança junto à equipe.

2. Comunicação: A capacidade de se comunicar bem é outro ponto importante. Além de transmitir as mensagens de forma transparente e objetiva, a comunicação do líder precisa estar baseada na escuta ativa para que ele consiga exercer bem o seu papel.

3. Autoconhecimento: O aprendizado contínuo é uma necessidade para que a liderança permaneça atualizada em relação às competências técnicas e comportamentais que precisa incorporar no dia a dia. Afinalde contas, as transformações ocorrem de forma cada vez mais ágil.

4. Feedback: Como profissional que orienta o trabalho da equipe, o líder precisa ser capaz de transmitir o feedback aos colaboradores. Esse processo precisa estar baseado na coerência, em dados e exemplos para estimular a melhoria contínua do time.

5. Motivação: O bom líder sabe motivar a sua equipe e faz isso reconhecendo o papel de todas as pessoas e servindo como um ponto de apoio para ajudá-las a se desenvolverem cada vez mais na empresa.



Agosto'22

Dia ⁽¹⁾	Obrigações
05	FGTS - Jul.'22 Salários - Jul.'22 ⁽²⁾ Simples Doméstico - Jul.'22
10	GPS - Envio ao sindicato ⁽³⁾
12	EFD-Contribuições - PIS/Cofins - Jun.'22
15	DCTFWeb - Jul.'22 EFD-Reinf - Jul.'22 eSocial - Jul.'22 Previdência Social - Contribuinte individual ⁽⁴⁾ - Jul.'22
19	Cofins/CSLL/PIS fonte - Jul.'22 Cofins - Entidades financeiras e equiparadas - Jul.'22 DCTF - Jun.'22 IRRF - Jul.'22 PIS - Entidades financeiras e equiparadas - Jul.'22 Previdência Social - Jul.'22
22	Simples - Jul.'22
25	Cofins - Jul.'22 IPI - Jul.'22 PIS - Jul.'22
29	DeSTDA - Jul.'22
31	Contribuição sindical facultativa ^(5 e 6) CSLL - Jul.'22 CSLL - Trimestral - 2ª cota Declaração de Operações Liquidadas com Moeda em Espécie (DME) - Jul.'22 Escrituração Contábil Fiscal (ECF) - Ano-base 2021 eFinanceira - 1º semestre de 2022 IRPF - Alienação de bens ou direitos - Jul.'22 IRPF - Carnê leão - Jul.'22 IRPF - Renda variável - Jul.'22 IRPJ - Jul.'22 IRPJ - Lucro inflacionário - Jul.'22 IRPJ - Renda variável - Jul.'22 IRPJ - Simples - Lucro na alienação de ativos - Jul.'22 IRPJ - Trimestral - 2ª cota Pert - Ago.'22 Pert-SN - Ago.'22 Refis - Jul.'22 Refis da Copa (Lei nº 12.996/14) - Ago.'22 Refis da Crise (Lei nº 11.941/09) - Ago.'22 Refis do Simples (Lei Complementar nº 193/22) - Ago.'22

(1) Estas datas **não** consideram os feriados estaduais e municipais. (2) Exceto se outra data for especificada em Convenção Coletiva de Trabalho. (3) O inciso V, do art. 225 do [Decreto nº 3.048/99](#), que exigia a apresentação de cópia da GPS ao sindicato até o dia 10 foi revogado pelo [Decreto nº 10.410/20](#). Contudo, esse envio do documento continua obrigatório de acordo com o art. 3º da [Lei nº 8.870/94](#). (4) Contribuinte facultativo e autônomo sem prestação de serviços para empresas. (5) A [Lei nº 13.467/17](#) extinguiu a obrigatoriedade da contribuição sindical. (6) Empregados optantes admitidos em junho que não contribuíram no exercício de 2022.

Setembro'22

Dia ⁽¹⁾	Obrigações
06	FGTS - Ago.'22 Salários - Ago.'22 ⁽²⁾ Simples Doméstico - Ago.'22
09	GPS - Envio ao sindicato ⁽³⁾
15	DCTFWeb - Ago.'22 EFD-Contribuições - PIS/Cofins - Jul.'22 EFD-Reinf - Ago.'22 eSocial - Ago.'22 Previdência Social - Contribuinte individual ⁽⁴⁾ - Ago.'22
20	Cofins/CSLL/PIS fonte - Ago.'22 Cofins - Entidades financeiras e equiparadas - Ago.'22 IRRF - Ago.'22 PIS - Entidades financeiras e equiparadas - Ago.'22 Previdência Social - Ago.'22 Simples - Ago.'22
22	DCTF - Jul.'22
23	Cofins - Ago.'22 IPI - Ago.'22 PIS - Ago.'22
28	DeSTDA - Ago.'22
30	Contribuição sindical facultativa ^(5 e 6) CSLL - Ago.'22 CSLL - Trimestral - 3ª cota Declaração de Operações Liquidadas com Moeda em Espécie (DME) - Ago.'22 Declaração do Imposto sobre a Propriedade Territorial Rural (DITR) 2022 Imposto sobre a Propriedade Territorial Rural (ITR) - 1ª cota ou única IRPF - Alienação de bens ou direitos - Ago.'22 IRPF - Carnê leão - Ago.'22 IRPF - Renda variável - Ago.'22 IRPJ - Ago.'22 IRPJ - Lucro inflacionário - Ago.'22 IRPJ - Renda variável - Ago.'22 IRPJ - Simples - Lucro na alienação de ativos - Ago.'22 IRPJ - Trimestral - 3ª cota Pert - Set.'22 Pert-SN - Set.'22 Refis - Ago.'22 Refis da Copa (Lei nº 12.996/14) - Set.'22 Refis da Crise (Lei nº 11.941/09) - Set.'22 Refis do Simples (Lei Complementar nº 193/22) - Set.'22

(1) Estas datas **não** consideram os feriados estaduais e municipais. (2) Exceto se outra data for especificada em Convenção Coletiva de Trabalho. (3) O inciso V, do art. 225 do [Decreto nº 3.048/99](#), que exigia a apresentação de cópia da GPS ao sindicato até o dia 10 foi revogado pelo [Decreto nº 10.410/20](#). Contudo, esse envio do documento continua obrigatório de acordo com o art. 3º da [Lei nº 8.870/94](#). (4) Contribuinte facultativo e autônomo sem prestação de serviços para empresas. (5) A [Lei nº 13.467/17](#) extinguiu a obrigatoriedade da contribuição sindical. (6) Empregados optantes admitidos em julho que não contribuíram no exercício de 2022.



Tabela de Contribuição dos Segurados Empregado, Empregado Doméstico e Trabalhador Avulso (a partir de jan.'22)

Salário de Contribuição (R\$)	Alíquotas (%)*
até 1.212,00	7,5
de 1,212,01 até 2.427,35	9,0
de 2.427,36 até 3.641,03	12,0
de 3.641,04 até 7.087,22	14,0

* Cada alíquota incide sobre a respectiva faixa de valores do salário de contribuição.

Imposto de Renda (a partir de abr.'15)

Rendimentos (R\$)	Alíquota (%)	Deduzir (R\$)
até 1.903,98	—	—
de 1.903,99 até 2.826,65	7,5	142,80
de 2.826,66 até 3.751,05	15,0	354,80
de 3.751,06 até 4.664,68	22,5	636,13
acima de 4.664,68	27,5	869,36

Deduções: 1) R\$ 189,59 por dependente; 2) R\$ 1.903,98 por aposentadoria ou pensão a quem já completou 65 anos; 3) pensão alimentícia; 4) valor de contribuição para o mês, à Previdência Social; e 5) contribuições para a previdência privada e Fapi pagas pelo contribuinte.

Outros Indicadores (R\$)

Salário mínimo	1.212,00
Salário-família - até 1.655,98	56,47
Teto INSS	7.087,22
Ufir (dez.'00)	1,0641
Ufemg	4,7703
Uferr	445,14
Ufesp	31,97
Ufirce	5,18625
Ufir/RJ	4,0915

UFR/PI	4,08
UPFAL	31,03
UPF/BA (dez.'00)	39,71
UPF/PA	4,1297
UPF/RO	102,48
UPF/RS	23,3635
URF/AC	102,48
VRTE/ES	4,0350



Índices Econômicos

	Jun/22	Mai/22	Abr/22	Mar/22	Fev/22	Jan/22	Dez/21	Nov/21	Out/21	Set/21	Ago/21	Jul/21	12 meses
IGP-M	0,59	0,52	1,41	1,74	1,83	1,82	0,87	0,02	0,64	-0,64	0,66	0,78	10,70
IGP-DI	0,62	0,69	0,41	2,37	1,50	2,01	1,25	-0,58	1,60	-0,55	-0,14	1,45	11,12
FGV IPA-DI	0,44	0,55	0,19	2,80	1,94	2,57	1,54	-1,16	1,90	-1,17	-0,42	1,65	11,27
IPC-DI	0,67	0,50	1,08	1,35	0,28	0,49	0,57	1,08	0,77	1,43	0,71	0,92	10,31
INCC-DI	2,14	0,84	0,95	0,86	0,38	0,71	0,35	0,67	0,86	0,51	0,46	0,85	11,57
IBGE INPC	0,62	0,45	1,04	1,71	1,00	0,67	0,73	0,84	1,16	1,20	0,88	1,02	11,92
IPCA	0,67	0,47	1,06	1,62	1,01	0,54	0,73	0,95	1,25	1,16	0,87	0,96	11,89
Fipe IPC	0,28	0,42	1,62	1,28	0,90	0,74	0,57	0,72	1,00	1,13	1,44	1,02	11,69
TJLP	0,55	0,55	0,55	0,49	0,49	0,49	0,43	0,43	0,43	0,40	0,40	0,40	5,77
TR	0,1484	0,1663	0,0555	0,0971	0,0000	0,0605	0,0488	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,58
Bacen Selic	1,02	1,03	0,83	0,93	0,76	0,73	0,77	0,59	0,49	0,44	0,43	0,36	8,64
Poup.⁽¹⁾	0,6491	0,6671	0,5558	0,5976	0,5000	0,5608	0,5490	0,5000	0,5000	0,5000	0,5000	0,5000	6,78
Poup.⁽²⁾	0,6491	0,6671	0,5558	0,5976	0,5000	0,5608	0,4902	0,4412	0,3575	0,3012	0,2446	0,2446	5,75
SFH UPC	23,59	23,59	23,59	23,55	23,55	23,55	23,54	23,54	23,54	23,54	23,54	23,54	0,04

(1) Rendimentos no primeiro dia do mês para depósitos até 03/05/2012. (2) Rendimentos no primeiro dia do mês para depósitos a partir de 04/05/2012.

Anexo I - Comércio

Receita bruta em 12 meses (R\$)	Alíquota nom. (%)	Deduzir (R\$)	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ICMS ⁽¹⁾
Até 180.000,00	4,00	-	5,50	3,50	12,74	2,76	41,50	34,00
De 180.000,01 a 360.000,00	7,30	5.940,00	5,50	3,50	12,74	2,76	41,50	34,00
De 360.000,01 a 720.000,00	9,50	13.860,00	5,50	3,50	12,74	2,76	42,00	33,50
De 720.000,01 a 1.800.000,00	10,70	22.500,00	5,50	3,50	12,74	2,76	42,00	33,50
De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	14,30	87.300,00	5,50	3,50	12,74	2,76	42,00	33,50
De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	19,00	378.000,00	13,50	10,00	28,27	6,13	42,10	—

(1) Quando o valor do RBT12 for superior ao limite da quinta faixa, para a parcela que não ultrapassar o sublimite, o percentual efetivo do ICMS será calculado pela fórmula: $(RBT12 \times 14,30\% - R\$ 87.300,00) / RBT12 \times 33,5\%$.

Anexo II - Indústria

Receita bruta em 12 meses (R\$)	Alíquota nom. (%)	Deduzir (R\$)	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	IPI ⁽²⁾	ICMS
Até 180.000,00	4,50	—	5,50	3,50	11,51	2,49	37,50	7,50	32,00
De 180.000,01 a 360.000,00	7,80	5.940,00	5,50	3,50	11,51	2,49	37,50	7,50	32,00
De 360.000,01 a 720.000,00	10,00	13.860,00	5,50	3,50	11,51	2,49	37,50	7,50	32,00
De 720.000,01 a 1.800.000,00	11,20	22.500,00	5,50	3,50	11,51	2,49	37,50	7,50	32,00
De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	14,70	85.500,00	5,50	3,50	11,51	2,49	37,50	7,50	32,00
De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	30,00	720.000,00	8,50	7,50	20,96	4,54	23,50	35,00	—

(2) Para atividade com incidência simultânea de IPI e ISS, quando o percentual efetivo do ISS for superior a 5%, o resultado limitar-se-á a 5%, transferindo-se a diferença para os tributos federais, de forma proporcional aos percentuais abaixo. Os percentuais redistribuídos serão acrescentados aos percentuais efetivos de cada tributo federal da respectiva faixa.

Quando o valor do RBT12 for superior ao limite da quinta faixa, para a parcela que não ultrapassar o sublimite, o percentual efetivo do ISS será calculado pela fórmula: $\{[(RBT12 \times 21\%) - R\$ 125.640,00] / RBT12\} \times 33,5\%$.

O percentual efetivo resultante também ficará limitado a 5%, redistribuindo-se eventual diferença para os tributos federais na forma acima prevista, de acordo com os seguintes percentuais: IRPJ = 8,09%; CSLL = 5,15%; Cofins = 16,93%; PIS/Pasep = 3,66%; CPP = 55,14%; IPI = 11,03%. Total = 100%.

Anexo III - Serviços

Receita bruta em 12 meses (R\$)	Alíquota nom. (%)	Deduzir (R\$)	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ISS ⁽³⁾
Até 180.000,00	6,00	—	4,00	3,50	12,82	2,78	43,40	33,50
De 180.000,01 a 360.000,00	11,20	9.360,00	4,00	3,50	14,05	3,05	43,40	32,00
De 360.000,01 a 720.000,00	13,50	17.640,00	4,00	3,50	13,64	2,96	43,40	32,50
De 720.000,01 a 1.800.000,00	16,00	35.640,00	4,00	3,50	13,64	2,96	43,40	32,50
De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	21,00	125.640,00	4,00	3,50	12,82	2,78	43,40	33,50 ⁽³⁾
De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	33,00	648.000,00	35,00	15,00	16,03	3,47	30,50	—

(3) Quando o percentual efetivo do ISS for superior a 5%, o resultado limitar-se-á a 5%, transferindo-se a diferença para os tributos federais, de forma proporcional aos percentuais abaixo. Os percentuais redistribuídos serão acrescentados aos percentuais efetivos de cada tributo federal da respectiva faixa.

Quando o valor do RBT12 for superior ao limite da quinta faixa, para a parcela que não ultrapassar o sublimite, o percentual efetivo do ISS será calculado pela fórmula: $\{[(RBT12 \times 21\%) - R\$ 125.640,00] / RBT12\} \times 33,5\%$.

Esse percentual também ficará limitado a 5%, redistribuindo-se eventual diferença para os tributos federais na forma acima prevista, de acordo com os seguintes percentuais: IRPJ = 6,02%; CSLL = 5,26%; Cofins = 19,28%; PIS/Pasep = 4,18%; CPP = 65,26%. Total = 100%.

Anexo IV – Serviços

Receita bruta em 12 meses (R\$)	Alíquota nom. (%)	Deduzir (R\$)	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	ISS ⁽⁴⁾
Até 180.000,00	4,50	—	18,80	15,20	17,67	3,83	44,50
De 180.000,01 a 360.000,00	9,00	8.100,00	19,80	15,20	20,55	4,45	40,00
De 360.000,01 a 720.000,00	10,20	12.420,00	20,80	15,20	19,73	4,27	40,00
De 720.000,01 a 1.800.000,00	14,00	39.780,00	17,80	19,20	18,90	4,10	40,00
De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	22,00	183.780,00	18,80	19,20	18,08	3,92	40,00 ⁽⁴⁾
De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	33,00	828.000,00	53,50	21,50	20,55	4,45	—

(4) O percentual efetivo máximo devido ao ISS será de 5%, transferindo-se a diferença, de forma proporcional, aos tributos federais da mesma faixa de receita bruta anual. Sendo assim, na quinta faixa, quando a Alíquota Efetiva (AE) for superior a 12,5%, a repartição será: IRPJ = (AE - 5%) x 31,33%; CSLL = (AE - 5%) x 32,00%; Cofins = (AE - 5%) x 30,13%; PIS/Pasep = (AE - 5%) x 6,54%; ISS = Percentual de ISS fixo em 5%. Quando o percentual efetivo do ISS for superior a 5%, o resultado limitar-se-á a 5%, transferindo-se a diferença para os tributos federais, de forma proporcional aos percentuais abaixo. Os percentuais redistribuídos serão acrescentados aos percentuais efetivos de cada tributo federal da respectiva faixa.

Quando o valor do RBT12 for superior ao limite da quinta faixa, para a parcela que não ultrapassar o sublimite, o percentual efetivo do ISS será calculado pela fórmula: $\{[RBT12 \times 22\%] - R\$ 183.780,00\} / RBT12 \times 40\%$.

Esse percentual também ficará limitado a 5%, redistribuindo-se eventual diferença para os tributos federais na forma acima prevista, de acordo com os seguintes percentuais: IRPJ = 31,33%; CSLL = 32%; Cofins = 30,13%; PIS/Pasep = 6,54%. Total = 100%.

Anexo V – Serviços

Receita bruta em 12 meses (R\$)	Alíquota nom. (%)	Deduzir (R\$)	IRPJ	CSLL	Cofins	PIS/Pasep	CPP	ISS ⁽⁵⁾
Até 180.000,00	15,50	—	25,00	15,00	14,10	3,05	28,85	14,00
De 180.000,01 a 360.000,00	18,00	4.500,00	23,00	15,00	14,10	3,05	27,85	17,00
De 360.000,01 a 720.000,00	19,50	9.900,00	24,00	15,00	14,92	3,23	23,85	19,00
De 720.000,01 a 1.800.000,00	20,50	17.100,00	21,00	15,00	15,74	3,41	23,85	21,00
De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	23,00	62.100,00	23,00	12,50	14,10	3,05	23,85	23,50 ⁽⁵⁾
De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	30,50	540.000,00	35,00	15,50	16,44	3,56	29,50	—

(5) Quando o percentual efetivo do ISS for superior a 5%, o resultado limitar-se-á a 5%, transferindo-se a diferença para os tributos federais, de forma proporcional aos percentuais. Quando o percentual efetivo do ISS for superior a 5%, o resultado limitar-se-á a 5%, transferindo-se a diferença para os tributos federais, de forma proporcional aos percentuais abaixo. Os percentuais redistribuídos serão acrescentados aos percentuais efetivos de cada tributo federal da respectiva faixa.

Quando o valor do RBT12 for superior ao limite da quinta faixa, para a parcela que não ultrapassar o sublimite, o percentual efetivo do ISS será calculado pela fórmula: $\{[(RBT12 \times 23\%) - R\$ 62.100,00] / RBT12\} \times 23,5\%$.

Esse percentual também ficará limitado a 5%, redistribuindo-se eventual diferença para os tributos federais na forma acima prevista, de acordo com os seguintes percentuais: IRPJ = 30,07%; CSLL = 16,34%; Cofins = 18,43%; PIS/Pasep = 3,99%; CPP = 31,17%. Total = 100%.

Tributação das atividades do setor de serviços – Anexo IV: a) construção de imóveis e obras de engenharia em geral, inclusive sob a forma de subempreitada; b) execução de projetos e serviços de paisagismo, bem como decoração de interiores; c) serviço de vigilância, limpeza ou conservação; e d) serviços advocatícios. **Anexo III (“r” >= 28%) ou Anexo V (“r” < 28%):** a) administração e locação de imóveis de terceiros; b) academias de dança, de capoeira, de ioga e de artes marciais; c) academias de atividades físicas, desportivas, de natação e escolas de esportes; d) elaboração de programas de computadores, inclusive jogos eletrônicos, desde que desenvolvidos em estabelecimento do optante; e) licenciamento ou cessão de direito de uso de programas de computação; f) planejamento, confecção, manutenção e atualização de páginas eletrônicas, desde que realizados em estabelecimento do optante; g) empresas montadoras de estandes para feiras; h) laboratórios de análises clínicas ou de patologia clínica; i) serviços de tomografia, diagnósticos médicos por imagem, registros gráficos e métodos óticos, bem como ressonância magnética; j) serviços de prótese em geral; k) fisioterapia; l) medicina, inclusive laboratorial, e enfermagem; m) medicina veterinária; n) odontologia e prótese dentária; o) psicologia, psicanálise, terapia ocupacional, acupuntura, podologia, fonoaudiologia, clínicas de nutrição e de vacinação e bancos de leite; p) serviços de comissaria, de despachantes, de tradução e de interpretação; q) arquitetura e urbanismo; r) engenharia, medição, cartografia, topografia, geologia, geodésia, testes, suporte e análises técnicas e tecnológicas, pesquisa, design, desenho e agronomia; s) representação comercial e demais atividades de intermediação de negócios e serviços de terceiros; t) perícia, leilão e avaliação; u) auditoria, economia, consultoria, gestão, organização, controle e administração; v) jornalismo e publicidade; w) agenciamento; e x) outras atividades do setor de serviços que tenham por finalidade a prestação de serviços decorrentes do exercício de atividade intelectual, de natureza técnica, científica, desportiva, artística ou cultural, que constitua profissão regulamentada ou não, desde que não sujeitas à tributação na forma dos Anexos III e IV. **As demais atividades são tributadas pelo Anexo III.**



Por trás de todo negócio de sucesso, está uma excelente equipe contábil.

Nós sabemos o quão complexa é a gestão de todos os departamentos de uma empresa. E sabemos, também, o quanto essa complexidade aumentou ainda mais nos últimos dois anos.

Por isso, hoje queremos reforçar que estaremos sempre aqui para apoiar você (e a sua empresa, é claro) e ajudá-lo à cuidar das rotinas trabalhistas e burocracias fiscais e contábeis, para que você possa investir mais tempo e energia cuidando da gestão estratégica. Nós também podemos assessorá-lo com informações gerenciais, para que você possa tomar as melhores decisões para cuidar da administração do seu negócio.

É um enorme prazer acompanhar a sua empresa nessa jornada.

Conte sempre conosco!