LinknaBio

Informativo Empresarial

CONTABILIDADE

F E R A

Foco - Eficiência - Resiliência - Ação

Agora somos parceiros de um super ERP para melhorar o desempenho dos nossos clientes!

ContaAzul

Vamos Implantar?

Consulte condições!!!

11 3641-8064
11 93710-3946
feraconsultoria@terra.com.br
www.feracontabilidade.com.br
@fera.contabil
@feracontabil



Guia para criar um Plano de Marketing perfeito

A melhor maneira de desenvolver uma empresa, sem sombra de dúvidas, é com um plano de marketing.

MAS VOCÊ SABE O QUE ELE É?

O Plano de Marketing é um conjunto de estratégias para alcançar os objetivos do seu negócio.

É comum que muitas empresas não tenham um Plano de Marketing, e isso pode ser uma decisão fatal. As estratégias precisam ser desenvolvidas para construir a sua marca, atrair o seu público-alvo e conquistar novos clientes. Assim, ele auxilia as empresas a lidar com as dificuldades dos mercados competitivos, reduzindo ao mínimo o risco para a empresa.

Logo de cara, está claro que este artigo vai cobrir alguns tópicos importantes. Também não demora muito para que o tom do artigo se torne aparente: Plano de Marketing soa como uma parte integrante da operação de negócios para qualquer empresa que queira crescer.

O planejamento é uma das principais ferramentas de desenvolvimento para as marcas. Descubra tudo o que precisa sobre ele para que o seu negócio se desenvolva da melhor maneira possível!

O QUE É UM PLANO DE MARKETING

Um plano de marketing, ou planejamento de marketing, nada mais é do que um documento bem especificado que vai analisar sua empresa e entender quais são os melhores caminhos para se seguir. Sempre conciliando questões internas, externas e de público.

Não existe uma fórmula certa para criar um plano de marketing, pois ele vai depender das condições e do tipo de empresa. O importante é saber qual o objetivo a ser atingido e os pontos principais, tais como o público-alvo e as palavras-chaves marketing.

Outras perguntas poderiam ser: Quer saber se é para atingir clientes adicionais ou reter os existentes? Quanto tempo você quer que ele dure? Qual a meta anual em termos de faturamento? Quanto você quer monetizar? Em qual mídia ou canais deseja anunciar?

CONJUNTO DE ESTRATÉGIAS PARA ALCANÇAR OS OBJETIVOS DO SEU NEGÓCIO

Como você vai escolher a melhor estratégia para atingir seus objetivos, a fim de alcançar a meta e não se desviar deles? Bem, isso depende de fatores internos da sua empresa, como a quantidade de dinheiro que pode gastar e também a relação entre tempo e rentabilidade de suas ações.

Com isso, queremos dizer que, por exemplo, se descobriu que uma estratégia de SEO é a mais indicada para você, afinal ela gasta pouco e você não tem rios de dinheiro para trabalhar o seu marketing, precisa ter em mente que ela é uma estratégia que demora para dar retorno.

Os links pagos, por outro lado, retornam rapidamente para a empresa, mas dependem de grandes investimentos.

O planejamento de marketing é a melhor maneira para ajudá-lo a decidir o que fazer com seu dinheiro e qual estratégia vai ser mais rentável.

Não existe uma regra geral para ter um plano de marketing brilhante, mas a grande questão que você precisa ter em mente é que ele vai lhe mostrar o caminho e indicar os melhores meios para alcançar seus objetivos.

POR QUE EU PRECISO DE UM PLANO DE MARKETING?

O Plano de Marketing é uma ferramenta incrivelmente útil para ajudar você a criar seu negócio. Ele detalha o posicionamento da sua empresa, seu público-alvo, os objetivos e muitos outros aspectos que podem ajudá-lo a construir um negócio bem sucedido.

Uma boa estratégia é necessária para que você possa ter uma marca forte e competitiva. Ela precisa ser nutrida e desenvolvida também com as estratégias certas nos lugares certos. Assim, como qualquer outro produto ou serviço no mercado, continua pág. 02

P. 02
LGPD: QUE COMECE A FISCALIZAÇÃO

P. 03
O QUE É A DASN-SIMEI?

P. 03
COMPROVANTES DE CONTAS PAGAS DEVEM SER GUARDADOS POR QUANTO TEMPO?

P. 04
O FUNDO DE RESERVA NOS CONDOMÍNIOS: ENTENDA COMO ELE FUNCIONA E COMO USAR

desenvolver uma estratégia é essencial para o desenvolvimento do marketing.

Além disso, com um Plano de Marketing, as empresas podem fazer algumas coisas. Como:

- Definir sua posição no mercado;
- Planejar a sua estratégia de marketing digital;
- Planejar a sua estratégia de publicidade.
- Desenvolver uma vantagem competitiva diante da concorrência.

Ou seja, com esse planejamento você conseguirá não apenas desenvolver o setor de marketing da sua empresa, mas fazer com que ela cresça como um todo. Direcionando seus esforços e recursos para as estratégias que você sabe que são as ideais para você!

COMO FAZER UM PLANO DE MARKETING?

O momento mais esperado finalmente chegou, e com ele vamos entender como fazemos um plano de marketing!

Conheça seu Público

O público-alvo é aquele que você está desejando atingir com seu produto ou serviço. Existem diversas maneiras de dividir o publico-alvo, tais como sexo, idade, origens étnicas etc., mas para simplificar iremos nos concentrar apenas em dois:

Público-Alvo Estratégico: Esta categoria é mais ampla e engloba todos os públicos que você tem interesse em conquistar. É o maior grupo dentre os demais;

Público-Alvo Direcionado: A categoria mais específica entre as duas, o direcionamento consiste em pessoas que não se encaixam no primeiro grupo. Eles possuem características particulares e por isso você irá adaptar sua comunicação de modo a atingi-los.

Ao conhecer, a fundo, o seu público, você saberá o que, como e onde ele compra. Essas informações são essenciais para que tome suas decisões estratégicas.

Conheça a sua empresa

Análise SWOT é uma ferramenta que permite identificar qual a força, fraqueza, oportunidade e ameaça para o mercado de cada empresa. Esse exercício permite que você tenha uma visão global do seu negócio e oportunidades de melhoria.

Ao conhecer sua empresa você será capaz de entender o que pode ou não fazer e, também, quais as melhores opções para o seu negócio. Faça uma análise SWOT e descubra as informações que precisa.

Encontre a sua estratégia ideal

Uma boa estratégia de marketing tem em conta os objetivos da empresa na perspectiva dos clientes e possibilidades disponíveis.

Cada marca tem suas necessidades, portanto é importante que você desenvolva uma estratégia de marketing coerente com o seu negócio. Identifique com clareza as suas metas para então decidir qual estratégia vai seguir.

Para te ajudar, vamos deixar algumas opções:

- SEO
- Email Marketing
- Marketing de Conteúdo
- Inbound Marketing



- PPC
- Mídias Sociais

Coloque seu plano em prática

Por fim, é hora de arregaçar as mangas! Você já tem tudo o que precisa e já desenvolveu os conhecimentos que eram necessários, agora basta implementar tudo na sua empresa.

Não se esqueça que um bom planejamento é aquele que é descrito e organizado. Por isso crie um documento que contenha todos os passos, detalhados, que você tomou para chegar até suas conclusões. Isso te ajudará em futuros replanejamentos.

Conclusão

O Plano de Marketing é uma ferramenta incrivelmente útil. Ele detalha todos os aspectos dos objetivos da sua marca, incluindo seu posicionamento, público-alvo, objetivos de publicidade, etc.

Seu negócio não pode sobreviver com as vendas sozinho, ele precisa ser nutrido com estratégias certas nos lugares certos. Assim, desenvolver uma estratégia é essencial para o seu marketing.

LGPD: QUE COMECE A FISCALIZAÇÃO

Foi publicada em outubro de 2021 a Resolução nº 01, da Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD). Lá há a regulamentação de como vai funcionar o processo administrativo de fiscalização da Lei Geral de Proteção de Dados. Como prometido, as empresas terão uma chance antes da temida multa de 2% do valor do faturamento do último exercício ser aplicada, uma vez que a ANPD vai fazer a fiscalização em 4 etapas diferentes, a saber:

Art. 15. A ANPD adotará atividades de monitoramento, de orientação e de prevenção no processo de fiscalização e poderá iniciar a atividade repressiva.

§ 1º A atividade de monitoramento destina-se ao levantamento de informações e dados relevantes para subsidiar a tomada de decisões pela ANPD com o fim de assegurar o regular funcionamento do ambiente regulado.

§ 2º A atividade de orientação caracteriza-se pela atuação baseada na economicidade e na utilização de métodos e ferramentas que almejam a promover a orientação, a conscientização e a educação dos agentes de tratamento e dos titulares de dados pessoais.

§ 3º A atividade preventiva consiste em uma atuação baseada, preferencialmente, na construção conjunta e dialogada de soluções e medidas que visam a reconduzir o agente de tratamento à plena conformidade ou a evitar ou remediar situações que possam acarretar risco ou dano aos titulares de dados pessoais e a outros agentes de tratamento.

§ 4º A atividade repressiva caracteriza-se pela atuação coercitiva da ANPD, voltada à interrupção de situações de dano ou risco, à recondução à plena conformidade e à punição dos responsáveis mediante a aplicação das sanções previstas no artigo 52 da LGPD, por meio de processo administrativo sancionador.

Assim, as empresas tiveram um prazo para se adequar, e o início da fiscalização iniciou em janeiro de 2022. Mas não se engane, em que pese o fato da ANPD iniciar o monitoramento das empresas apenas em janeiro de 2022, temos que considerar o seguinte:

- Já existiam mais de 600 casos de condenação na justiça tratando sobre proteção de dados, para ter acesso à íntegra das decisões judiciais, acesse: https://anppd.org/violacoes;

- O Ministério Público e os Procons já estavam bem atuantes, independente da ANPD;

- Há possibilidade de denúncia anônima;

- A Lei Geral de Proteção de Dados entrou em vigor em 18 de setembro de 2020, então todas as infrações cometidas após essa data serão objeto de fiscalização.

É importante lembrar que quando houver o início da fiscalização, seja por um incidente de segurança ou por denúncia anônima, a empresa deverá disponibilizar para a ANPD:

Art. 5º Os agentes regulados submetem-se à fiscalização da ANPD e têm os seguintes deveres, dentre outros:

I - fornecer cópia de documentos, físicos ou digitais, dados e informações relevantes para a avaliação das atividades de tratamento de dados pessoais, no prazo, local, formato e demais condições estabelecidas pela ANPD;

II - permitir o acesso às instalações, equipamentos, aplicativos, facilidades, sistemas, ferramentas e recursos tecnológicos, documentos, dados e informações de natureza técnica, operacional e outras relevantes para a avaliação das atividades de tratamento de dados pessoais, em seu poder ou em poder de terceiros;



III - possibilitar que a ANPD tenha conhecimento dos sistemas de informação utilizados para tratamento de dados e informações, bem como de sua rastreabilidade, atualização e substituição, disponibilizando os dados e as informações oriundos destes instrumentos;

IV - submeter-se a auditorias realizadas ou determinadas pela ANPD;

V - manter os documentos físicos ou digitais, os dados e as informações durante os prazos estabelecidos na legislação e em regulamentação específica, bem como durante todo o prazo de tramitação de processos administrativos nos quais sejam necessários; e

VI - disponibilizar, sempre que requisitado, representante apto a oferecer suporte à atuação da ANPD, com conhecimento e autonomia para prestar dados, informações e outros aspectos relativos a seu objeto.

Assim, nós temos o dever de relembrar as empresas/clientes da importância da adequação à Lei Geral de Proteção de Dados, uma vez que se a empresa for fiscalizada e não conseguir atender aos requisitos do artigo 5°, da Resolução n. 01/ANPD acima transcrito, poderá ser enquadrada em obstrução de fiscalização, o que vai majorar, ainda mais, o valor da multa a ser aplicada.

O QUE É A DASN-SIMEI?

Sabemos da importância do pequeno empresário se formalizar e manter a regularidade do seu próprio negócio. Para isso é preciso cumprir com algumas obrigatoriedades, entre elas a Declaração Anual de Faturamento do Simples Nacional (DASN-SIMEI). Afinal, essa é uma das principais obrigações do Microempreendedor Individual (MEI). Seu objetivo é compilar o valor total das vendas de mercadorias e serviços através da declaração do valor do faturamento bruto informado anualmente pelo empreendedor. A seguir, veremos mais detalhes sobre essa obrigação.

DASN-SIMEI: COMO SE PREPARAR PARA ENTREGA DA DECLARAÇÃO

O Microempreendedor Individual (MEI) tem por obrigatoriedade efetuar a entrega da Declaração Anual do Simples Nacional (DASN-SIMEI). É importante que isso ocorra até o dia 31 de maio, relativo ao exercício do ano calendário de 2021.

Algumas recomendações e procedimentos ajudam a se preparar para o correto preenchimento da declaração, são elas:

- Manter anotadas as receitas provenientes das vendas ou serviços de cada mês; Confrontar se todas as informações de valores foram anotadas corretamente;
- Informar se teve algum funcionário contratado no período;
- Efetuar o envio da declaração no prazo estabelecido pela legislação.

É através do preenchimento e da entrega da DASN-SIMEI que o governo analisa a regularidade do negócio. Afinal, para que o contribuinte permaneça enquadrado como MEI, o limite de faturamento não deve ultrapassar R$ 81 mil anuais, ou o equivalente a R$ 6.750 mensal.

O QUE DEVE SER FEITO EM CASOS QUE O LIMITE DE FATURAMENTO É ULTRAPASSADO?

É importante esclarecer que, caso o limite de faturamento seja ultrapassado, é de obrigatoriedade do empreendedor solicitar o seu desenquadramento da condição de MEI.

Dessa forma, existem duas situações que podem ocorrer, que são:

- Valor excedido abaixo de 20% do limite de R$ 81 mil. O MEI deverá emitir uma guia DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional) à parte, e pagar o imposto sobre o valor excedido;
- Valor excedido acima de 20% do limite de R$ 81 mil. O MEI deve retroagir até o mês de janeiro do ano anterior ou ao mês da inscrição da empresa.

Sendo assim, em ambas as situações, o empreendedor terá que se desenquadrar da condição de MEI, conforme mencionado anteriormente. Caso contrário, se dará por ofício quando verificada a falta de comunicação.

Além disso, na primeira situação é necessário alterar para ME (Microempresa), no ano-calendário subsequente, e passar a recolher o DAS considerando os percentuais a seguir:

ME - MICROEMPRESA
Percentuais para recolhimento do DAS

Percentual	Segmento
4,0%	Comércio
4,5%	Indústria
6,0%	Serviços

Fonte: Felippe Pedrozo - Vamos Escrever para Arquivei, janeiro de 2021

Já na segunda situação, retroativamente a 1º de janeiro do ano-calendário ou ao mês da inscrição (formalização) da ocorrência do excesso, é preciso verificar qual tipo de enquadramento deve ser adotado, com base no total de faturamento anual para ME ou EPP.

Enquadramento para ME ou EPP

Modalidades	Faturamento
ME - Microempresa	Até R$ 360 mil por ano
EPP - Empresa de Pequeno Porte	A partir de R$ 360 mil até R$ 4.8 milhões por ano

Fonte: Felippe Pedrozo - Vamos Escrever para Arquivei, janeiro de 2021

OBSERVAÇÃO: Em relação aos percentuais de arrecadação demonstrados na tabela anterior, eles permanecem os mesmos.

E SE HOUVER ATRASO NA ENTREGA DA DASN-SIMEI?

Uma vez que o empreendedor realizar a entrega da declaração DASN-SIMEI em atraso, ele deve estar ciente que haverá imposição de multa. Vale ressaltar que o valor mínimo é de R$ 50 reais, ou 2% ao mês por ano de entrega ou fração, sendo limitado a 20%.

Se porventura o MEI estiver em processo de encerramento de suas atividades, esse também deverá realizar a entrega da DASN-SIMEI de extinção.

A falta do envio ou pagamento da declaração anual pode resultar em sérios riscos para o empreendedor, como a suspensão ou o cancelamento do MEI, perda de benefícios, inclusive relacionados à aposentadoria.

Em aspectos gerais, ressalto a importância do profissional da área contribuir com a correta aplicação da norma, sem deixar que o seu negócio corra riscos e saia do controle.

COMPROVANTES DE CONTAS PAGAS DEVEM SER GUARDADOS POR QUANTO TEMPO?

Em tempos de tecnologia cada vez mais avançada quando o assunto é operações financeiras, ter um comprovante físico de pagamento de alguma conta é cada vez mais raro. Isso porque, os próprios boletos estão sendo gerados e pagos digitalmente com mais frequência.

Diante dessa situação, surge a dúvida:

POR QUANTO TEMPO ESSES COMPROVANTES DEVEM SER GUARDADOS AGORA, EM VERSÃO DIGITAL?

O comprovante de pagamento é uma garantia para o consumidor. O comprovante é uma segurança para que o consumidor não tenha que pagar uma conta em duplicidade, ele tem uma prova de quitação do débito. Não há uma lei específica quanto aos comprovantes de contas pagas, entretanto, há recomendações dos órgãos de defesa do consumidor para que os consumidores possam saber seus direitos. Há também uma lei federal que prevê um documento único certificando os pagamentos.

Existe uma Lei Federal de 2007 que obriga os contratos de água, energia elétrica, gás, serviços de telecomunicações e cartões de créditos a fornecer e enviar a declaração anual de quitação de débitos que substitui os 12 comprovantes do ano anterior. Ele tem que ser enviado ao consumidor até o mês de maio do ano seguinte.

O QUE DEVE SER FEITO CASO O CONSUMIDOR NÃO RECEBA ESSE DOCUMENTO?

Ele pode solicitar aos canais de atendimento do prestador e, se não receber, ele pode reclamar nos órgãos de defesa do consumidor. Essa declaração anual de quitação também precisa ser guardada durante um período. O documento deve ser guardado por cinco anos, porque após esse período, a prestadora de serviços ou vendedora não tem meio judicial de questionar contas em aberto.

QUAIS COMPROVANTES DE PAGAMENTO DEVEM SER GUARDADOS?

Apesar de não haver uma legislação específica sobre o prazo para guardar os comprovantes de pagamento, as entidades de defesa dos direitos do consumidor orientam que os seguintes comprovantes devem ser preservados por cinco anos: (Água; Energia; Gás; Telecomunicações; Tributos - como IPTU, IPVA e Imposto de renda; Mensalidade escolar; Consórcio; Plano de Saúde; Cartões de crédito).

Aluguéis é bom o consumidor guardar por todo período que ele esteve no imóvel, e, após sua saída, guardar por três anos, porque é prazo em que o locatário pode cobrar um débito.

Já a Federação Brasileira de Bancos (Febraban) informou que conforme normativos estabelecidos pelo Banco Central (BC), os bancos são obrigados a manter e conservar os registros relativos aos seus clientes (dados cadastrais, informações sobre operações ou serviços financeiros prestados) pelo prazo de cinco anos.



COMPROVANTE DE PAGAMENTO É UMA GARANTIA PARA O CONSUMIDOR

As notas fiscais de produtos devem ser guardadas conforme a garantia que ele tem. Para bens duráveis, como eletrodomésticos, é recomendável que, além de prestar atenção na garantia, é interessante guardar pensando em outro fator . O mais indicado é que ele guarde de acordo com o período de vida útil do produto.

Esses prazos valem tanto para os comprovantes físicos como os digitais. O consumidor pode inclusive digitalizar esses comprovantes por foto mesmo. Por conta do Pix, ele pode criar uma chave com um e-mail que sirva só para receber os comprovantes via Pix e isso pode facilitar o controle.

O meio para guardar o comprovante não interfere, desde que nele conste as informações de que o produto ou serviço foi pago. Qualquer meio que comprove o pagamento, serve. No aplicativo do banco, desde que tenha o nome do fornecedor com a data, já garante a comprovação.

O FUNDO DE RESERVA NOS CONDOMÍNIOS: ENTENDA COMO ELE FUNCIONA E COMO USAR

Para que haja transparência no processo da criação de fundos é importante que se explique coisas básicas como: a duração da arrecadação por exemplo. O fundo de reserva é a mais famosa e tradicional forma de arrecadação extra. Normalmente, consta na convenção o percentual da taxa condominial que deve ser destinado ao fundo. Em geral, essa alíquota varia de 5% a 10% e é a única forma de arrecadação extra a figurar nas convenções.

As outras formas de arrecadação, como fundo de obras, e para outros fins, e rateios extras podem ser criadas por assembleias. A sua principal destinação é garantir a continuidade e o bom funcionamento do condomínio em caso de despesas imprevistas e emergenciais, além de acumular recursos para viabilizar a necessidade de grandes reformas futuras, por exemplo.

Os fundos são, em essência, uma forma de separar uma parcela de dinheiro da conta comum do condomínio. Assim, fica mais fácil gerir uma arrecadação para certo fim. Por se tratar de uma arrecadação na maioria das vezes de médio a longo prazo, fundos de reserva costumam acumular valores consideráveis.

FUNDO DE OBRAS: Serve para proporcionar melhorias na infraestrutura do prédio. Troca de itens como canos, impermeabilização de lajes, pintura na garagem. Esse tipo de reforma, comum em tantos condomínios, é em geral custeada pelo fundo de obras.

FUNDO DE EQUIPAGEM: Muito usado em condomínios novos, é voltado para compras diversas como carrinhos de compras, tapetes, acolchoados para elevadores, lixeiras, acessórios para banheiros de áreas comuns, mobiliário para piscina, e até em alguns casos, a instalação de circuito fechado de tv e proteção perimetral. Nesse caso, como é muito difícil prever o término desses custos, a arrecadação dura o tempo que for necessário para sanar essas compras.

RATEIOS EXTRAS: Os tão impopulares rateios extras também são fundos. Seu excesso deve ser evitado, pois muitos extras colaboram com a alta inadimplência e também dão ideia de gestão fraca no condomínio. Os condomínios se provisionam com rateios extras ou quando um grande imprevisto acontece, quando está para acontecer, como uma sentença judicial contrária ao condomínio, ou para se provisionar para meses de maiores gastos, como novembro e dezembro – quando há o pagamento do dissídio dos funcionários e também do décimo terceiro salário.

COMO USAR: Algo que incomoda os moradores é o uso de um fundo para suprir outro problema. Mas o síndico pode, sim, se utilizar daquele caixa para sanar alguma outra emergência, como um elevador queimado. Nesse caso, o uso parcial ou total do fundo deve ser reposto e para deixar tudo claro aos condôminos, também deve ser ratificado em ata na próxima assembleia.

Mesmo assim, os usos possíveis do fundo de reserva, especificamente, devem estar citados na convenção do condomínio. Caso não haja menção a isso, quando houver necessidade do uso dessa arrecadação, uma votação em assembleia deverá ratificá-la.

VOTOS E ARRECADAÇÃO: O pagamento das cotas está ligado ao conceito de fração ideal, ou seja, quem possui duas unidades deve pagar o dobro do que o dono de apenas um apartamento. O mesmo vale para coberturas, desde que respeitada a proporcionalidade das frações ideais correspondentes à unidade.

Para conseguir uma nova arrecadação, como um fundo de obras, por exemplo, o síndico deve contar com maioria simples para sua aprovação.

INQUILINOS: Muito se questiona sobre a participação dos inquilinos para a formação de fundos dos mais diversos em condomínios. O aceito é que os inquilinos arquem com as despesas ordinárias, que são as despesas do dia-a-dia, como água, luz e pagamento de funcionários.

Já condôminos, donos do imóvel, são os responsáveis por investir em melhorias, como pintura de fachada, e obras no jardim, já que esse tipo de benfeitoria aumenta o valor do bem. Para facilitar a contabilidade e a separação das contas, o ideal é a abertura de cadernetas de poupanças separadas: uma para despesas ordinárias e outras para fundos específicos.

Mas há também casos em que inquilinos devem arcar com os rateios extras. É quando esses foram usados para cobrir despesas ordinárias. Em casos de alta inadimplência, por exemplo, pode-se ter usado uma arrecadação extra para pagar as contas do mês. Nesse caso, os inquilinos devem, sim, contribuir para a sua restauração.

DICAS: Antes de propor a votação para criação de um novo fundo, vale a pena já orçar com três empresas a melhora desejada. Dessa forma, é possível prever o tamanho do custo e a duração e tamanho mensal da arrecadação.

O ideal é ter um fundo para gastos ordinários (com contribuição dos inquilinos) e outro para gastos extraordinários, com contrapartida apenas dos condôminos. Especialistas recomendam parar o recolhimento do fundo de reserva quando este chegar a duas arrecadações completas do condomínio.

TABELAS E OBRIGAÇÕES

JANEIRO / 2022

VENC.	OBRIGAÇÕES	REFERÊNCIA
07/01	SALÁRIO DOS COLABORADORES (Empregados)	Comp. 12/2021
07/01	FGTS	F. Ger. 12/2021
07/01	DAE - SIMPLES DOMÉSTICO	F. Ger. 12/2021
10/01	IPI - 2402.20.00	Comp. 12/2021
14/01	SPED (EFD-Contribuições)	F. Ger. 11/2021
14/01	ESOCIAL	F. Ger. 12/2021
14/01	DCTFWEB	Comp. 12/2021
14/01	EFD REINF	F. Ger. 12/2021
17/01	GPS (Facultativos, etc...)	Comp. 12/2021
20/01	IRRF (Empregados)	F. Ger. 12/2021
20/01	DARF PREVIDENCIÁRIO EMPRESA	F. Ger. 12/2021
20/01	CONTRIBUIÇÃO PREVIDENCIÁRIA (Sobre Receita Bruta)	F. Ger. 12/2021
20/01	CONTRIBUIÇÕES (Cofins, PIS/PASEP e CSLL) Retidas na Fonte	F. Ger. 12/2021
20/01	IR RETIDO FONTE (Serviços Profissionais Prestados por PJ)	F. Ger. 12/2021
20/01	SIMPLES NACIONAL	F. Ger. 12/2021
21/01	DCTF	F. Ger. 11/2021
25/01	IPI (Mensal)	F. Ger. 12/2021
25/01	PIS	F. Ger. 12/2021
25/01	COFINS	F. Ger. 12/2021
31/01	IRPJ (Lucro Real / Lucro Presumido)	F. Ger. 12/2021
31/01	CSLL (Lucro Real / Lucro Presumido)	F. Ger. 12/2021
31/01	CONTRIBUIÇÃO SINDICAL (Prof. Liberal / Autônomo) OPCIONAL	F. Ger. 12/2021
31/01	IR (Carne Leão)	F. Ger. 12/2021
	ISS (Vencimento de acordo com Lei Municipal).	
	ICMS (Empresas Normais) (Vencimento estabelecido pela Legislação Estadual).	

AGENDA DE OBRIGAÇÕES SUJEITA A MUDANÇAS DE ACORDO COM A LEGISLAÇÃO VIGENTE NO MÊS DE FECHAMENTO DO INFORMATIVO

AGENDA DE OBRIGAÇÕES / CALENDÁRIO

Domingo	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado
						1
2 ●	3	4	5	6	7	8
9 ◑	10	11	12	13	14	15
16	17 ○	18	19	20	21	22
23 30	24 31	25 ◑	26	27	28	29

Feriados: 01 - Confraternização Universal

Coordenação, Redação e Conselho Editorial: Inforgrafic Gráfica. (47) 3055-3233. CNPJ: 37.224.261/0001-03. www.inforgrafic.com.br. Este material possui Direitos Reservados. Este Informativo é desenvolvido por Profissionais da Área Empresarial. Fonte 01: Administradores.com | Fonte 02: contabeis.com | Fonte 03: Arquivei.com Fonte 04: Contábeis | Fonte 05: Jornal Contábil| **Edição: 025**

PUBLICAÇÃO MENSAL: CONTABILIDADE FERA
CRC 1SP-304299. Tiragem: 030 exemplares - Cod. 000459

CONTABILIDADE FERA

Foco - Eficiência - Resiliência - Ação