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

FEVEREIRO 2024



5 passos essenciais para montar UM BOM PLANO DE NEGÓCIO

O plano de negócio é um passo essencial para todo o empreendedor que deseja fazer o seu negócio crescer e prosperar ao longo do tempo. Sem ele, é muito difícil entender as necessidades de uma empresa, bem como as formas de agir frente aos desafios que aparecem diariamente na vida de um empresário.

Ele é um mapa que demonstra o caminho que deve ser percorrido pelos gestores do negócio e, para que isso aconteça, é essencial que seja muito bem montado a partir de passos essenciais, ou seja, que não podem faltar em qualquer elaboração de um plano como esse.

MOSTRAREMOS DETALHADAMENTE QUAIS SÃO OS PASSOS E CONCEITOS IMPORTANTES SOBRE O PLANO DE NEGÓCIO

O QUE É UM PLANO DE NEGÓCIO E QUAL A SUA IMPORTÂNCIA?

Um plano de negócio é, basicamente, o projeto de como uma empresa funcionará ao longo da sua existência. Ele passa pela forma de obtenção de investimentos até os processos de marketing e vendas. Para tanto, abrange os objetivos e propósitos de um negócio. O seu papel é auxiliar o empresário na tomada de decisões, especialmente aquelas que são relacionadas a investimentos para o futuro e que podem impactar diretamente o sucesso e o crescimento do empreendimento.

Entendido o conceito do plano de negócio, é importante identificar o porque de realizar esse tipo de processo dentro da sua empresa. Para tanto, mostraremos alguns dos principais benefícios que podem ser conquistados por meio dele.

VISÃO MAIS AMPLA DO NEGÓCIO

Uma das vantagens do plano de negócio é a possibilidade de desenvolver uma visão mais ampla da sua empresa e das atividades que ela exerce. Muitos empreendedores não entendem, de fato, as principais características de seus próprios empreendimentos.

Isso porque eles não desenvolveram uma visão ampla da empresa. Muitos ficam restrito a apenas uma área e, simplesmente, esquecem da outra. O erro mais grave é não entender que o sucesso de uma empresa depende da perfeita harmonia entre todos os seus departamentos. Não adianta, por exemplo, dar total atenção aos canais de vendas e gerar muita receita para o negócio sendo que as compras estão gerando prejuízo, consumindo todo o faturamento gerado pelo departamento de vendas.

A visão ampla proporciona o entendimento de todos os setores, apontando gargalos e desafios que precisam ser superados para que o negócio se mantenha saudável.

GARANTIA DE MAIOR SEGURANÇA

Um bom plano de negócios também garante maior segurança para a sua empresa. Ao ter uma visão mais ampla, como mencionamos, você será capaz de eliminar uma grande parte dos riscos que rondam o seu negócio.

Isso não significa que todos eles serão eliminados por completo, mas, sim, que existe uma grande chance de o empresário conseguir identificá-los e suprimi-los antes que gerem impactos mais significativos.

REDUÇÃO DE FALHAS

Outro ponto que merece ser destacado é a redução de falhas. Isso porque, o plano de negócio abrange a regulação de todos os fluxos de trabalho, criando procedimentos precisos que auxiliam bastante na diminuição do número de erros cometidos no dia a dia e que podem gerar resultados negativos no futuro.

ATUAÇÃO COMO UM INDICADOR

Por fim, um bom plano de negócio é capaz de servir como um indicador do sucesso de uma empresa. Por meio dele, será possível identificar se as metas definidas foram atingidas pela equipe. Nesse caso, ele atua como um balizador do sucesso da empresa, gerando informações que podem mudar completamente o seu futuro. Sem isso, é provável que a companhia caminhe durante anos por rumos que podem não ser o que foi determinado pelo empresário na sua concepção, aumentando as chances de fracasso.

QUAIS SÃO OS 5 PASSOS ESSENCIAIS PARA ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIO?

Entendido o conceito e a importância de adotar um plano de negócio, passaremos para a parte prática deste conteúdo. Nos próximos tópicos, apresentaremos os passos essenciais que devem ser adotados para a implementação desse processo.

continua pág. 02

P. 02
FUNRURAL: SEU BENEFÍCIO PARA O PRODUTOR RURAL

P. 03
OUÇA SEUS CLIENTES. ELES DIRÃO TUDO SOBRE EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

P. 03
DIFERENÇAS DE CUSTOS E DESPESAS

P. 04
FGTS DIGITAL: PRORROGADA FASE DE TESTES E INÍCIO DA IMPLANTAÇÃO

1. REUNIR INFORMAÇÕES SOBRE A EMPRESA

Você certamente já deve ter ouvido alguém dizer que para definir para aonde quer ir, é preciso saber em que ponto está, certo? Essa expressão é totalmente verdadeira para as pessoas naturais e as empresas. Não há como imaginar um crescimento planejado e ordenado sem identificar o momento pelo qual o negócio vem passando. Isso porque as ações são completamente diferentes para cada tipo de estágio de uma empresa. Um empreendimento que vem gerando resultados consistentes durante um tempo deve ter um tratamento totalmente diferente daquele que passa por dificuldades.

A única forma de identificar o ponto em que a sua empresa se encontra é por meio de informações — e ninguém tem mais autoridade e conhecimento para fazer isso do que empresário ou gestor do negócio. Por isso, o passo primordial para a implementação desse processo é a reunião de informações sobre o seu próprio negócio. Entre elas, podemos destacar:

- faturamento dos últimos meses;
- composição de custos;
- indicadores de endividamento e outros índices financeiros;
- demonstrações contábeis de períodos anteriores;
- dados sobre folha de pagamento, tais como valores pagos mensalmente, tributos, número de colaboradores etc.

2. FAZER UMA ANÁLISE DE MERCADO

O próximo passo é realizar uma análise do seu próprio mercado. É importante entender a necessidade que ele possui e verificar as oportunidades que podem ser extraídas. Sempre tenha em mente como a sua empresa pode suprir algum tipo de falta que existe em seu mercado.

Por exemplo, imagine que você tem uma loja de sapatos comum, como outras que já existem na sua cidade. Além disso, suponha que você descobriu que existe um número grande de pessoas que precisam de calçados estilosos e bonitos, porém, com numerações maiores, como 48 ou 50.

Você percebe que o mercado não consegue atender essa necessidade. Nesse ponto, podemos analisar que existe uma oportunidade a ser explorada. Todo segmento tem algumas necessidades ocultas que não estão sendo devidamente atendidas. Você, portanto, tem o papel de ter a sensibilidade de identificá-las e propor soluções inovadoras e eficazes.

3. DEFINIR QUEM SÃO OS SEUS CLIENTES

Definir quem são seus clientes é outro ponto que deve ser colocado em seu plano de negócio. Isso favorecerá dois aspectos cruciais para a empresa. O primeiro e mais óbvio é o retorno em vendas; e o segundo, quase sempre esquecido pelos gestores e empresários, o gasto para trazer consumidores para a sua empresa. Discorreremos mais sobre isso em outro tópico deste artigo.

Definir os clientes ou o público-alvo que você pretende atingir pode ser bastante desafiador para algumas pessoas. Para fazer isso, é importante avaliar as seguintes características:

- medos, desejos e anseios mais latentes;
- eventuais necessidades;
- pontos de divergência que gerem dúvidas, objeções ou questionamentos sobre os produtos da sua empresa;
- o que eles mais assistem na TV;
- páginas ou perfis nas redes sociais que costumam seguir/visitar;
- gostos pessoais, tais como seus hobbies, fazer compras em shoppings, sair com amigos, viajar etc.;
- o tipo de conteúdo que costumam acessar na internet, entre outros aspectos que você julgar importante.

A partir dessas dicas, será possível criar um personagem, que também chamamos de persona, que seria a personificação do seu cliente ideal. Assim, é possível criar uma comunicação mais efetiva e direcionada exclusivamente às pessoas que têm maiores chances de fazer negócios com sua empresa.

4. ANALISAR OS SEUS CONCORRENTES

Outro ponto fundamental é a análise dos concorrentes. Isso não deve ser feito para copiar estratégias de outras empresas. O foco principal é verificar em quais pontos eles estão errando e como a sua empresa pode adotar medidas para melhorar esses erros.

Além disso, a análise da concorrência também é interessante para lançar produtos inovadores que nenhuma outra empresa vem oferecendo em sua região.

5. TRABALHAR O MARKETING E A DIVULGAÇÃO DO NEGÓCIO

O marketing é um ponto essencial para quem deseja montar um plano de negócio. É preciso definir quais canais serão utilizados para divulgar os seus produtos e serviços, bem como as estratégias que serão utilizadas. Esse processo leva em consideração alguns pilares muito importantes, porém, os mais impactantes são a identificação do seu público-alvo e os locais em que suas campanhas de marketing serão disseminadas.

Suponhamos que você tem uma loja de cosméticos voltada ao público feminino e deseja fazer uma campanha de marketing para trazer pessoas ao estabelecimento. Para isso, portanto, coloca um anúncio no meio do intervalo de uma partida de futebol. Sabemos que o esporte é amado por homens e mulheres, porém, não é segredo para ninguém que o público dessas programações é predominantemente masculino. Agora, imagine que a empresa também resolveu trabalhar o mesmo anúncio com uma digital influencer que dá dicas para as mulheres se vestirem no Instagram.

Qual estratégia foi vencedora: aquela inserida no intervalo do jogo de futebol ou a que foi feita pela digital influencer? Certamente, a segunda opção, e isso só foi possível porque você soube identificar os locais de divulgação em que existem mais pessoas com o perfil de consumo que a sua loja precisa.

Nesse caso, o dinheiro investido com a campanha durante o jogo de futebol foi desperdiçado. Além de não gerar o engajamento esperado, você perdeu a oportunidade de investir mais recursos em estratégias de marketing realmente eficientes. Por isso, a definição do público-alvo é tão importante.

Por fim, nós podemos concluir que abrir uma empresa é um processo que abrange uma série de desafios. Entretanto, se o gestor contar com um plano de negócio bem estruturado, pode ter mais facilidade durante essa etapa. Isso porque ele funcionará como um instrumento que minimizará os desafios, contribuindo substancialmente para o sucesso do seu empreendimento.

FUNRURAL: SEU BENEFÍCIO PARA O PRODUTOR RURAL

O QUE É FUNRURAL?

O Fundo de Assistência ao Trabalhador Rural (Funrural), trata-se de uma contribuição social Rural de caráter previdenciário, paga pelo produtor rural, porém recolhida pela pessoa jurídica no momento da compra do produto, com base no valor bruto da comercialização.

Importante saber que, apenas a contribuição ao Funrural não garante o direito à aposentadoria, é necessário contribuir para o INSS de forma individual, pois o FUNRURAL não é uma contribuição para a aposentadoria específica do produtor, mas para a previdência como um todo.

ORIGEM DO FUNRURAL

O Funrural foi criado em 1963. Naquela época, havia um forte posicionamento do então presidente João Goulart para um movimento do governo pela Reforma Agrária. No entanto, em 1971 foi criado o PRORURAL (Programa de Assistência ao Trabalhador).

Consiste em uma lei complementar que revoga parte da Lei 4214 de 2 de março de 1963. Esta lei institui o Funrural através do Estatuto do Trabalhador Rural. No dia 30 de março de 2017, o Supremo Tribunal Federal (STF) declarou constitucional a cobrança do Fundo de Assistência ao Trabalhador Rural (Funrural) do empregador rural pessoa física. A corte concordou com um recurso da União contra a decisão do Tribunal Regional Federal da 4 Região (TRF-4), que havia considerado indevida a taxação, por decisão unânime, em 2011.

FUNRURAL GARANTE A APOSENTADORIA?

Essa é uma questão que gera muitas dúvidas para os produtores rurais. No entanto, é fundamental esclarecer que apenas a contribuição ao Funrural não garante o direito à aposentadoria. Logo, é necessário contribuir para o INSS de forma individual também para adquirir o direito de se aposentar. Melhor dizendo, o Funrural não é uma contribuição para a aposentadoria específica do Produtor Rural, mas para a previdência como um todo.

Em 2011 o Supremo Tribunal Federal decidiu pela inconstitucionalidade da contribuição, contudo, em 30 de março/2017, ao julgar o Recurso Extraordinário nº 718.874, a Suprema Corte modificou o seu entendimento, passando a considerar a constitucionalidade da cobrança.

O FUNRURAL É DECLARADO?

Em primeiro lugar, o Funrural não é uma declaração. No entanto, ele é um tipo de contribuição recolhida para o INSS, RAT e SENAR, que deve ser declarada por meio da GFIP (Guia de



Recolhimento do FGTS e de Informações à Previdência Social).

FUNRURAL DE QUEM É A RESPONSABILIDADE?

O produtor rural pessoa física deverá realizar o recolhimento (pagamento da contribuição ao Governo Federal) nas seguintes situações:

- Quando vender para outro produtor rural ou empresa estrangeira;
- Quando vender para consumidor final pessoa física;
- Ou, quando optar por calcular a contribuição pela folha de pagamento.

Já a pessoa jurídica (empresa) irá realizar o recolhimento da contribuição nas seguintes

situações:

• Ao vender produção agrícola própria;

• Ao adquirir produção agrícola de produtor rural pessoa física, onde houve retenção de Funrural;

• Ou, quando for produtor rural pessoa jurídica e optar por calcular a contribuição pela folha de pagamento.

Nestes casos, o valor da contribuição deverá ser informado na Guia de Recolhimento do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço e Informações à Previdência Social (GFIP).

ALÍQUOTA FUNRURAL

Agora que você já sabe o que é Funrural, vamos conhecer as alíquotas que devem ser utilizadas para calculá-lo sobre a folha de pagamento ou sobre o valor da produção agrícola.
Se o produtor rural optar por calculá-lo sobre o valor da produção agrícola, irão incidir as seguintes alíquotas:

• Produtor Rural Pessoa Física: alíquota total de 1,5%sendo 1,2% INSS, 0,1% RAT e 0,2% SENAR

• Produtor Rural Pessoa Jurídica: alíquota total de 2,05%sendo 1,7% INSS, 0,1% RAT e 0,25% SENAR.

Já se optar por calcular o Funrural pela folha de pagamento, irá incidir a alíquota total de 23% sobre o valor dos salários, sendo 20% INSS e 3% RAT, além de outras alíquotas de terceiros como Incra e Salário Educação.

QUAIS SÃO OS PRODUTOS ISENTOS?

Existem, entretanto é importante informar que estes são isentos de INSS e RAT, a alíquota referente ao SENAR deve ser calculada sobre o valor da folha ou sobre o valor da receita bruta do período. Confira abaixo a listagem de produtos isentos: Pecuária de cria, recria e engorda (macho e fêmea); Sêmens; Florestas plantadas; Sementes; Leitões; Pintinhos.

FOLHA DE PAGAMENTO

Na prática, o contribuinte que optar pela contribuição sobre a folha de pagamento deverá formalizar a opção através da primeira contribuição do ano.

Dessa forma, a opção será formalizada na primeira declaração das informações previdenciárias à RFB, que hoje em dia é a GFIP (Guia de Recolhimento do FGTS e de Informações à Previdência Social). Contudo, ela vale para todo o ano-calendário, podendo ser alterada a cada novo início de ano.

TÊM MULTAS?

Sim. Elas podem variar de 75 a 225% do tributo devido. Sendo assim, a renegociação de dívidas do Funrural deve ser feita pelo PRR – Programa de Regularização Rural, no qual o produtor rural pessoa física e adquirente de produção rural (como frigoríficos, laticínios e cooperativas) pode quitar os seus débitos.

PROGRAMA DE REGULARIZAÇÃO RURAL (PRR)?

Em suma, o PRR é um benefício previsto na Lei nº 13.606 e regulado pela Portaria PGFN nº 29/2018, que tem como objeto a quitação de débitos da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional (PGFN) inscritos em Dívida Ativa da União, de responsabilidade de produtor rural, pessoa física ou jurídica, e de adquirentes de produção rural de pessoa física.

CONCLUSÃO

O Funrural vem sendo um tema bem discutido gerando uma série de discussões no setor agrícola no decorrer dos tempos. E com isso gerando inúmeras dúvidas sobre o assunto.

OUÇA SEUS CLIENTES. ELES DIRÃO TUDO SOBRE EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

Quando você cria um ambiente onde os clientes se sentem valorizados, eles fornecerão informações valiosas para ajudar sua empresa a crescer. Nos dias de hoje, a satisfação do cliente não é apenas uma métrica, mas um elemento essencial para o sucesso de qualquer empresa. A chave para criar uma experiência excepcional para o cliente não reside apenas em oferecer produtos ou serviços de alta qualidade, mas também em ouvir atentamente o que seus clientes têm a dizer.

O título deste artigo destaca a importância de dar voz aos clientes e aprender com suas opiniões e feedback. Abordaremos três formas cruciais de incorporar o feedback do cliente para aprimorar a experiência do cliente e, consequentemente, impulsionar o sucesso empresarial:

1) PESQUISA DE SATISFAÇÃO E FEEDBACK CONTÍNUO: A pesquisa de satisfação do cliente é uma ferramenta poderosa para entender as necessidades e expectativas dos clientes. Em vez de apenas coletar feedback após uma transação, adote uma abordagem contínua.

Envie pesquisas periodicamente e peça aos clientes que compartilhem suas opiniões sobre diferentes aspectos de sua experiência, desde o atendimento ao produto ou serviço.

Analise os resultados com atenção e use-os para fazer melhorias específicas em sua operação. Demonstrar que você valoriza as opiniões dos clientes e age com base nelas construirá confiança e fidelidade.

2) CRIE CANAIS DE COMUNICAÇÃO ABERTOS: Estabeleça canais de comunicação direta com os clientes, como chats ao vivo, e-mails de suporte e linhas diretas. Certifique-se de que os clientes saibam que podem entrar em contato a qualquer momento para fazer perguntas, relatar problemas ou fornecer feedback.

Além disso, esteja atento às mídias sociais, onde os clientes frequentemente compartilham experiências e opiniões. Responda prontamente a comentários e mensagens, mostrando que você está ouvindo e comprometido em resolver problemas.

3) IMPLEMENTE MUDANÇAS BASEADAS NO FEEDBACK: Ouvir os clientes é apenas o primeiro passo; a ação é o que realmente faz a diferença. Use o feedback coletado para implementar melhorias tangíveis em seus produtos, serviços e processos. Quando os clientes veem que suas sugestões são levadas a sério e resultam em mudanças positivas, eles se tornam mais leais e satisfeitos. Comunique essas melhorias aos seus clientes para mostrar que você valoriza a contribuição deles.



Lembre-se de que a experiência do cliente não é algo estático; ela evolui com o tempo e as necessidades dos clientes. Portanto, é essencial manter um ciclo contínuo de ouvir, agir e ajustar. Ao seguir essas práticas, você não apenas cria uma experiência do cliente excepcional, mas também constrói relacionamentos sólidos e duradouros com seus clientes.

Em resumo, ouvir seus clientes é a chave para desvendar os segredos de uma excelente experiência do cliente. Quando você cria um ambiente onde os clientes se sentem ouvidos e valorizados, eles fornecerão informações valiosas para ajudar sua empresa a crescer e prosperar. Portanto, não subestime o poder do feedback do cliente. Ouça, aprenda e aja. Seus clientes têm muito a dizer, e é hora de colocar essa sabedoria em ação para alcançar o sucesso empresarial duradouro.

DIFERENÇAS DE CUSTOS E DESPESAS

No ambiente corporativo somos, em muitas ocasiões, cobrados para a redução de custo/despesas, mas geralmente não temos o entendimento completo sobre o que seria custos e despesas.

É visto que normalmente, os colaboradores que não entendem a diferenciação, classificam todos os gastos como despesas ou como custos, sendo 8 ou 80. Assim, a ideia desse artigo é esclarecer os conceitos de ambas as nomenclaturas.

CUSTOS: são gastos de bens ou serviços com objetivos de serem utilizados na produção de outros bens e serviços.

Por exemplo: a matéria-prima comprada e imediatamente utilizada na produção, surge o custo da matéria prima como integrante do produto acabado (PA). Outro exemplo seria a energia gasta no setor industrial que também integra o PA.

DESPESAS: são gastos consumidos diretos ou indiretamente para a obtenção de receitas. Outro conceito é que despesas são redutores de Patrimônio líquido e que há característica de sacrifícios no processo de obtenção de receitas.

Por exemplo: salário de colaboradores dos setores administrativos, é um gasto que se torna imediatamente despesa, ou a comissão paga para o vendedor, ou a energia gasta também pelo administrativo, dentre outros.

É possível observar que conceitualmente, se analisarmos no ambiente industrial, a nomenclatura que habitualmente utilizamos como CUSTO DO PRODUTO VENDIDO que assim irá aparecer na Demonstração de Resultado do Exercício (DRE) , o uso do termo “custo” não estaria totalmente correto, já que custo é um gasto necessário na produção de novos bens. Logo o termo mais correto seria “despesa”, que é o somatório de itens que compõem o custo de fabricação que então serão vendidos.

FGTS DIGITAL: PRORROGADA FASE DE TESTES E INÍCIO DA IMPLANTAÇÃO

O Ministério do Trabalho e Emprego anunciou em novembro passado, a prorrogação da data de implantação do FGTS Digital de 1º de janeiro de 2024 para 1º de março de 2024. Com isso, a fase de testes que terminaria no dia 10 de novembro foi prolongada até 13 de janeiro de 2024.

De acordo como o órgão federal, a decisão foi tomada após o recebimento de uma quantidade expressiva de solicitações de empregadores para prorrogação da data de implantação do ambiente de produção e operação efetiva, a fim de minimizar impactos na sua rotina de processos de cumprimento de obrigações fiscais e trabalhistas decorrentes das recentes alterações normativas fiscais, e, ainda, de possibilitar-lhes maior período para teste do sistema.

Outro ponto destacado como motivador da alteração da implantação do FGTS Digital foi a decretação do estado de calamidade pública em alguns municípios do Rio Grande do Sul, que alterou o vencimento do FGTS para as competências de outubro de 2023 até janeiro de 2024.

O QUE É O FGTS DIGITAL?

Basicamente, o FGTS Digital é uma plataforma que está em desenvolvimento e que visa aperfeiçoar a forma de arrecadação, fiscalização e apuração do FGTS, substituindo a Conectividade Social (CAIXA). É uma nova forma de gerir toda a arrecadação de FGTS para facilitar o cotidiano dos empregadores e dos empregados. Por exemplo, através dela, os empregadores poderão emitir guias rápidas e personalizadas, consultar extratos, solicitar compensação ou restituição de valores, contratar parcelamentos.

NOVO CRONOGRAMA DE IMPLANTAÇÃO DO FGTS DIGITAL

Confira a seguir o novo cronograma de implantação do FGTS Digital:

- 19 de agosto de 2023 – Início da fase de testes em Produção Limitada para as empresas do Grupo 1 do eSocial (faturamento acima de R$ 78 milhões no ano de 2016);
- 23 de setembro de 2023 – Início da fase de testes em Produção Limitada para as empresas dos demais grupos do eSocial (2, 3 e 4);
- 13 de janeiro de 2024 – Término da fase testes em Produção Limitada;
- 13 de janeiro de 2024 a 29 de fevereiro de 2024 – Preparação do sistema para entrada em operação efetiva.;
- 1º de março de 2024 – Entrada em produção do FGTS Digital e substituição do SEFIP/Conectividade Social para os débitos de FGTS de fatos geradores a partir da competência março/2024.

O QUE AS EMPRESAS PODEM FAZER NA FASE DE TESTE?

No período de testes, as empresas podem utilizar dados reais transmitidos para o eSocial; gerar guias simuladas e conhecer outras funcionalidades do FGTS Digital; acessar o serviço de atendimento ao empregador; verificar se as informações de bases de cálculo do FGTS geradas no eSocial estão de acordo com os recolhimentos atuais efetuados via GFIP/CAIXA.

O portal do FGTS Digital ressalta que é importante ficar atento em relação às incidências das verbas/rubricas utilizadas e funcionamento do



totalizador do FGTS (S-5003). Se o empregador encontrar divergências nos valores devidos de FGTS entre seu sistema de gestão de folha e o FGTS Digital, deverá verificar inicialmente todas as rubricas declaradas, sejam elas de vencimento, desconto ou informativas. E deverá corrigir as incidências em cada rubrica e reenviar os eventos de remuneração para cada trabalhador, para que os totalizadores do FGTS sejam processados novamente.

As empresas também poderão fazer ajustes nos processos internos para realizar o recolhimento pela nova plataforma.

Vale ressaltar ainda que, durante a fase de testes, os recolhimentos continuarão sendo realizados via guias GRF/GRRF geradas pelo Conectividade Social/Caixa.

COMO E QUEM PODE ACESSAR O FGTS DIGITAL?

É possível acessar o FGTS Digital com senha gov.br (categoria prata ou ouro) ou com certificado digital. O acesso será restrito ao titular, responsável legal pelo CNPJ na base da Receita Federal e ao procurador devidamente cadastrado no sistema de procurações do FGTS Digital.

FEVEREIRO / 2024

VENC.	OBRIGAÇÕES	REFERÊNCIA
06/02	SALÁRIO DOS COLABORADORES (Empregados)	01/2024
07/02	FGTS	01/2024
07/02	DAE - SIMPLES DOMÉSTICO	01/2024
07/02	DAE - MEI	01/2024
09/02	IPI - 2402.20.00	01/2024
14/02	SPED (EFD-Contribuições)	12/2023
15/02	ESOCIAL	01/2024
15/02	DCTFWEB	01/2024
15/02	EFD REINF	01/2024
15/02	GPS (Facultativos, etc...)	01/2024
20/02	IRRF (Empregados)	01/2024
20/02	DARF PREVIDENCIÁRIO EMPRESA	01/2024
20/02	CONTRIBUIÇÃO PREVIDENCIÁRIA (Sobre Receita Bruta)	01/2024
20/02	CONTRIBUIÇÕES (Cofins, PIS/PASEP e CSLL) Retidas na Fonte	01/2024
20/02	IR RETIDO FONTE (Serviços Profissionais Prestados por PJ)	01/2024
20/02	SIMPLES NACIONAL	01/2024
23/02	DCTF	12/2023
23/02	IPI (Mensal)	01/2024
23/02	PIS	01/2024
23/02	COFINS	01/2024
29/02	CONTRIBUIÇÃO SINDICAL (Prof. Liberal / Autônomo) OPCIONAL	01/2024
29/02	IR (Carne Leão)	01/2024
29/02	DMED / DIMOB	
29/02	DIRF - Informe de Rendimentos	
	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	24 ○
25	26	27	28	29		

Feriados: 13 - Carnaval | 14 - Quarta-feira de cinzas

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: SEBRAE | Fonte 02: agropos.com.br | Fonte 03: administradores.com | Fonte 04: Contábeis | Fonte 05: IOBI | **Edição: 050**

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

CONTABILIDADE FERA

Foco - Eficiência - Resiliência - Ação