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



Principais dúvidas dos EMPREENDEDORES

O que você precisa saber antes de abrir sua empresa

Elaboramos um breve roteiro sobre o que você precisa saber antes de abrir a sua empresa.

A IMPORTÂNCIA DE UM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA A EMPRESA

O planejamento estratégico de negócios é uma ferramenta que vai oferecer suporte durante o processo de estruturação da empresa e também garantir a sua continuidade. Ele deve estar baseado em pontos sólidos, a partir de uma ideia estruturada e da capacidade de investimento, experiência e recursos de cada empreendedor.

PRINCIPAIS PONTOS DE UM PLANO DE NEGÓCIOS

Quatro itens são fundamentais para o plano de negócios: analisar o mercado local, observar as tendências, conhecer o público em potencial e avaliar a competitividade.

Seu planejamento deve conter um cronograma de todos os passos necessários para concretizar o projeto e quais recursos serão investidos em cada uma das etapas para a abertura da sua empresa, não somente financeiros, mas esforço e investimento pessoal.

DELINEAR O PERFIL DO CLIENTE

Você deve iniciar coletando dados sobre este cliente, analisando informações demográficas e gerais, como por exemplo, onde mora, idade, se é homem ou mulher, se é casado, solteiro, enfim você precisa formar uma identidade real deste consumidor.

A partir desta definição, pense em quais os interesses, profissão, como gasta seu tempo de lazer e o que almeja para o futuro. Análise feita, responda por que esta pessoa buscaria seus serviços e o que ela espera da sua empresa. E por fim, pergunte-se: Qual o diferencial em relação à concorrência você teria para oferecer a este cliente? Que papel (missão) você cumpriria na vida desta pessoa?

CONTAR COM PROFISSIONAIS E EMPRESAS HABILITADAS PARA AJUDAR A CRIAR SEU EMPREENDIMENTO PODE COLOCAR OS SEUS NEGÓCIOS, DESDE O INÍCIO, NA DIREÇÃO CERTA

PESQUISA DE MERCADO

A pesquisa de mercado é todo e qualquer estudo que abrangerá a coleta e a interpretação de informações com o objetivo de gerar insights para a tomada de decisões. A pesquisa de mercado vai oferecer suporte para você analisar os seus concorrentes, o comportamento dos seus consumidores e avaliar a suas ações de marketing.

ESCOLHER A ESTRUTURA JURÍDICA DA EMPRESA

No momento de formalizar a sua empresa, é indispensável escolher com segurança a estrutura jurídica do seu negócio. Cada estrutura tem diferentes exigências legais e normas a serem cumpridas. Em vista disso, é muito importante conhecer a classificação e características de cada modalidade para o planejamento e sustentabilidade do negócio.

Há diversos tipos de natureza jurídica para optar, como Empresário Individual, Sociedade Empresarial Limitada e a Empresa Individual de Responsabilidade Limitada – EIRELI. No Brasil, milhares de empreendedores também têm se formalizado como MEI, mas nesta modalidade o faturamento não pode ultrapassar o limite anual.

FAZER O PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO PARA A EMPRESA

O planejamento tributário é uma das etapas mais importante para o planejamento e estruturação do negócio. O maior desafio é buscar por meio do planejamento a redução dos custos e impostos. Você deve levar em conta o mercado e área de atuação, a estrutura e porte do negócio, assim como os rendimentos. A partir desta análise, juntamente com o auxílio de um contador, o fluxo tributário poderá ser dimensionado.

Existem três linhas gerais de regime tributário: Lucro Real, Lucro Presumido e Simples Nacional. Fatores que devem pautar o planejamento tributário: previsão de faturamento (ou seja, a receita bruta); previsão de despesas operacionais; margem de lucro e o valor da despesa com empregados.

continua pág. 02

P. 02
COMO A INTEGRAÇÃO COMERCIAL E OPERAÇÃO PODE DESTRAVAR O CRESCIMENTO DAS EMPRESAS?

P. 03
EMPRESA INATIVA AINDA PRECISA DE UM PROFISSIONAL CONTÁBIL? ENTENDA

P. 03
GESTÃO DE CRISE: COMO LIDAR COM SITUAÇÕES DESAFIADORAS NO SEU NEGÓCIO?

P. 04
POR QUE O RH É ESSENCIAL PARA CRIAR MARCAS AUTÊNTICAS E RECONHECIDAS NO MERCADO

QUAIS OS PROCEDIMENTOS PARA REGISTRAR A MARCA

A marca é a identidade do seu negócio, o que diferencia seu produto ou serviço no mercado. Proteger sua marca é proteger seu principal patrimônio. Existem etapas de como registrar a sua marca no Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI. O primeiro passo é verificar se a marca que você deseja registrar já não está registrada. Essa pesquisa pode ser feita diretamente no site do INPI ou se caso você contratar uma empresa para gerenciar este processo para você, ela mesmo fará essa busca. Após essa etapa, você precisará determinar em que classe de atividade econômica será feito o seu registro.

Existem 45 classes para registro de marcas, sendo 34 delas específicas para produtos e 11 para serviços. Você deverá estar atento, pois talvez seja necessário fazer o registro em mais de uma categoria, mas tenha cuidado, pois os seus custos podem ser altos, por isso foque no que realmente sua empresa faz. O passo seguinte consiste no registro efetivo da sua marca. Cumpridos todos os procedimentos legais e de posse do número do processo, você deverá acompanhar a Revista Eletrônica da Propriedade Industrial – RPI. O registro final, caso não ocorra nenhum impedimento, será publicado na RPI e deverá ser atualizado a cada 10 anos.

ONDE E COMO REGISTRAR A EMPRESA

Você deve registrar a sua empresa no Cartório de Registro da Pessoa Jurídica ou na Junta Comercial do estado, para que ela passe a existir juridicamente. Para fazer esse registro, serão exigidos documentos como contrato social (no caso de empresa Ltda.), CPF, RG, comprovante de residência do empresário, entre outros.

Após o registro da empresa, você deve obter seu CNPJ, através do portal da Receita Federal, na internet. Logo após, é preciso obter a licença e o alvará de funcionamento junto à prefeitura de seu município.

DEVO TER UM CAPITAL INICIAL PARA ABERTURA DA MINHA EMPRESA?

O capital social é um aporte decisivo para iniciar as atividades de uma empresa. Em vista disso, os recursos para o exercício das atividades nos primeiros meses precisam ser previstos e incluídos nos custos iniciais. Ao calcular o capital inicial, você deve levar em consideração todos os recursos essenciais para dar inicio às atividades, que vão desde a aquisição de mercadorias e máquinas, até mesmo gastos com a decoração do estabelecimento.

Manter um capital de giro para as despesas dos primeiros meses também é fundamental para a sustentabilidade do empreendimento, como gastos que você terá com o 13º de funcionários e o FGTS, aquisição de licenças de softwares, entre outras despesas.

Se tiver que pagar aluguel, o montante referente aos primeiros meses também deverá estar inclusa nas despesas iniciais, visto que a geração de ativos acontece de forma gradual.

SÓCIOS PODEM AJUDAR A IMPULSIONAR O NEGÓCIO?

Se você tiver sócios para a abertura do seu negócio, poderá optar por uma sociedade limitada, um dos tipos de sociedade mais utilizado no Brasil. Uma estrutura com sócios permite somar experiências e compartilhar as responsabilidades.

Mas tenha em mente que sócios devem ser escolhidos com critérios, pois o sucesso do empreendimento vai depender não somente de você, mas dos seus parceiros do negócio.

O QUE FAZER PARA DIVULGAR A EMPRESA?

Existem diversas ferramentas que com algum conhecimento e esforço você poderá usá-las para divulgar a sua empresa no início de suas atividades. Produzir e publicar conteúdos relevantes nas redes sociais e blog contribui para a divulgação da sua empresa e para posicionar a sua marca.

Você também poderá optar em ter um website, mesmo que os seus negócios não sejam realizados de forma online. Se o seu negócio for um e-commerce, não se esqueça de elaborar os termos e condições de venda na Internet.

QUAIS AS TAXAS E OS CUSTOS PARA ABRIR UMA EMPRESA NO BRASIL?

Os custos e obrigações aumentam conforme o porte do negócio. Ao se formalizar como MEI, por exemplo, o processo é mais simples e envolve custos mais baixos.

As taxas para abertura de uma empresa são: DARE – Documento de Arrecadação de Receitas Estaduais; DARF – Documento de Arrecadação de Receitas Federais; Junta Comercial – taxa destinada ao registro público da empresa; Certificado Digital – para as empresas que emitem nota fiscal eletrônica.

SOFTWARE DE GESTÃO É IMPORTANTE PARA A EMPRESA?

Um software de gestão é um programa de computador que lhe ajuda a cuidar das atividades de sua empresa. O objetivo é facilitar as atividades do dia a dia, automatizando os processos de rotina de uma empresa.

Hoje, a grande oferta de software no mercado pode deixar os empreendedores em dúvida sobre qual é o melhor para as suas necessidades. Existem ferramentas para comércios e pequenos varejos em geral, para prestadores de serviços e de maior complexidade para grandes empresas. Ao fazer a escolha leve em conta o porte do seu empreendimento e avalie os custos e se haverá a necessidade de suporte.

Bons softwares costumam oferecer várias funcionalidades integradas, como cadastro de vendas, controle de estoque e emissão de nota fiscal eletrônica.

COMO SABER SE ESTOU PRONTO PARA ABRIR UM EMPREENDIMENTO?

Abrir uma empresa é um projeto de vida e não somente profissional. Quando se tem o desejo de empreender, sonhos pessoais, profissionais e financeiros vão guiar o empresário. Em vista disso, na busca de colocar a ideia de um projeto em prática, deve se buscar o equilíbrio e equacionar todas as aspirações envolvidas para que o empreendimento tenha sucesso.

Além de conhecimento sobre todos os aspectos do seu negócio, você deve ter consciência de que seus resultados dependerão exclusivamente dos seus esforços. A dica é empreender em uma atividade pela qual você tenha domínio, paixão e, de quebra, o inspire a descobrir e conhecer cada vez mais sobre o assunto.

E lembre-se, contar com profissionais ou empresas habilitadas para ajudar a criar o seu empreendimento pode colocar os seus negócios, desde o início, na direção certa.

COMO A INTEGRAÇÃO COMERCIAL E OPERAÇÃO PODE DESTRAVAR O CRESCIMENTO DAS EMPRESAS?

Um dos principais gargalos que impedem o crescimento acelerado de uma empresa está na falta de integração entre as áreas comercial e operacional. Embora pareçam distintas em suas funções, essas duas frentes são, na verdade, engrenagens do mesmo motor.

Quando trabalham isoladamente, o resultado é um motor desalinhado, que consome mais energia do que entrega velocidade. Mas, quando operam juntas, impulsionam a empresa para um crescimento sustentável e escalável.

O DESAFIO DA COMUNICAÇÃO E DO ALINHAMENTO DE EXPECTATIVAS

A falta de um fluxo de comunicação eficiente entre comercial e operação é o primeiro grande obstáculo nesse esforço. Enquanto o time comercial busca fechar negócios e atender às expectativas dos clientes no momento da compra, a operação precisa garantir a entrega do que foi prometido.

Quando não há um alinhamento claro entre essas áreas, o resultado é um descompasso: clientes insatisfeitos, retrabalho e perda de oportunidades. Num exemplo, o comercial e a operação costumavam atuar de forma isolada, como em grande parte das empresas. Isso gerava desalinhamento entre o que era vendido e o que podia ser entregue.

Um dos grandes desafios era garantir que a promessa feita ao cliente pelo time comercial fosse viável e executável pela operação. Para superar esse obstáculo, estruturou-se um processo de comunicação contínua entre os times.

Hoje, neste exemplo de empresa, o diretor de arquitetura de soluções e operações participa semanalmente de uma reunião comercial e também das reuniões de previsões de vendas com todos os vendedores. Assim, ele pode analisar, para cada oportunidade, o que é necessário entregar, adaptar, e encaminhar para o setor operacional.

Portanto, comercial e operação trabalham lado a lado desde a construção da proposta até a entrega final. Esses rituais de alinhamento são fundamentais para garantir que aquilo que está sendo vendido pode, de fato, ser entregue com qualidade e eficiência.

PROCESSOS BEM DEFINIDOS SÃO A BASE PARA O CRESCIMENTO

Além da comunicação, outro ponto



essencial é a definição de processos bem estruturados. Não basta apenas aproximar as equipes; é preciso criar fluxos que garantam que essa interação aconteça de forma produtiva e escalável. Implementar ferramentas que facilitam essa troca de informações e criar métricas compartilhadas entre os times para garantir que todos estejam olhando para os mesmos objetivos.

No CRM, estabelecer uma construção de pipeline onde o vendedor mapeia a oportunidade, levanta as informações e passa os dados para o diretor de arquitetura. Ele, então, faz toda a composição técnica e retorna para o vendedor

poder negociar com o cliente completamente ciente da complexidade caso a caso.

Esse alinhamento é fundamental para destravar o crescimento de empresas. Com times integrados e processos bem definidos, consegue-se reduzir o tempo de resposta ao cliente, melhorar a eficiência operacional e, principalmente, entregar uma experiência mais fluida e previsível.

O PAPEL DA LIDERANÇA NA MUDANÇA DE MENTALIDADE

Nenhuma mudança acontece sem uma liderança comprometida. É papel dos gestores garantir que comercial e operação não funcionem como "ilhas" isoladas, mas sim como parte de um grande ecossistema que precisa estar sincronizado.

Cultivar uma cultura em que o sucesso do comercial é medido não apenas pelo número de contratos fechados, mas também pela satisfação e retenção dos clientes. Da mesma forma, o time operacional entende que sua função não é apenas executar, mas também contribuir para melhorar a oferta de valor ao cliente.

A INTEGRAÇÃO COMO MOTOR DE CRESCIMENTO

Empresas que desejam crescer de forma escalável precisam encarar a integração entre comercial e operação como uma prioridade estratégica. Quando essas áreas trabalham em sintonia, os impactos são visíveis: menos fricção interna, maior eficiência e clientes mais satisfeitos.

Esse alinhamento tem sido um dos grandes responsáveis pelo crescimento. Mas esse é um processo contínuo, que exige aprimoramento constante. E a melhor forma de garantir que estamos no caminho certo é manter um diálogo aberto e colaborativo entre as áreas, sempre com foco na entrega de valor ao cliente.

Afinal, crescimento sustentável não se faz com esforços isolados, mas sim com times que entendem que juntos são mais fortes.

EMPRESA INATIVA AINDA PRECISA DE UM PROFISSIONAL CONTÁBIL? ENTENDA

Empresas que estão sem faturamento, despesas ou qualquer movimentação financeira devem manter suas obrigações fiscais em dia. A orientação é válida para todo o território nacional e vale enquanto a empresa estiver formalmente registrada, mesmo que esteja inativa.

A exigência de manutenção contábil, mesmo na inatividade, deve-se ao fato de que a empresa ainda está ativa perante os órgãos governamentais, como a Receita Federal e as Juntas Comerciais. Assim, é necessário o suporte de um contador para garantir o correto envio das declarações obrigatórias e evitar sanções.

O QUE CARACTERIZA UMA EMPRESA INATIVA: De acordo com a Receita Federal, uma empresa inativa é aquela que não realiza nenhuma atividade operacional, financeira, patrimonial ou administrativa durante o ano-calendário. É importante diferenciar esse status do de uma empresa sem movimentação, que, apesar de operar com baixo volume, ainda realiza transações eventuais.

Empresas podem se tornar inativas por diversos motivos: fusões, aquisições, reorganizações internas ou até mesmo crises financeiras que levam à paralisação das atividades. No entanto, enquanto a baixa oficial não for registrada nos órgãos competentes, a empresa segue com obrigações acessórias e deve cumprir prazos legais.

OBRIGAÇÕES FISCAIS DE EMPRESAS INATIVAS: Mesmo sem atividade, empresas inativas precisam entregar algumas declarações obrigatórias. A principal delas é a Declaração de Débitos e Créditos Tributários Federais (DCTF), exigida mensalmente pela Receita Federal. Ela informa que a empresa não teve tributos a recolher, evitando que a ausência de movimentação seja interpretada como omissão de informações.

OUTRAS OBRIGAÇÕES INCLUEM:

Escrituração Contábil Fiscal (ECF): exigida anualmente para empresas no Lucro Presumido ou Real, com prazo até o último dia útil de julho.

Declaração de Inatividade: obrigatória para empresas optantes pelo Simples Nacional.

Obrigações estaduais e municipais: variam conforme o estado e o município, como GIA e ISSQN.

CONSEQUÊNCIAS DO DESCUMPRIMENTO: Empresas que deixam de cumprir essas exigências estão sujeitas a diversas penalidades. Entre as principais estão: Multas por atraso na entrega de declarações; Bloqueio ou exclusão do Simples Nacional; Comprometimento do CPF do responsável legal; Dificuldade para obter crédito, licitações ou reativação do CNPJ.

Segundo o Conselho Federal de Contabilidade, a atuação do contador é essencial. Mesmo inativa, a empresa continua com vida jurídica e, por isso, deve cumprir com as obrigações acessórias. O contador é quem garante essa conformidade e evita problemas com o Fisco.



QUANDO ENCERRAR A EMPRESA OFICIALMENTE: Mesmo sem gerar receita ou movimentação financeira, uma empresa inativa continua existindo perante o Fisco e, por isso, precisa manter o acompanhamento contábil. O descuido com essas obrigações pode resultar em multas, bloqueios e outras complicações para o empreendedor.

Se não há intenção de retomar as atividades, a melhor decisão pode ser encerrar oficialmente a empresa, com o auxílio de um contador. A regularização é essencial para evitar problemas futuros e garantir a tranquilidade jurídica e tributária do negócio. Empreendedores que mantêm empresas inativas devem consultar um contador de confiança o quanto antes para verificar sua situação fiscal e definir os próximos passos, seja para manter as obrigações em dia ou iniciar o processo de encerramento definitivo.

GESTÃO DE CRISE: COMO LIDAR COM SITUAÇÕES DESAFIADORAS NO SEU NEGÓCIO?

Tanto a prevenção quanto a preparação são fundamentais na gestão de crise. A questão é compreender que determinados problemas são até normais considerando a complexidade do ambiente empresarial. O desafio é a empresa estar pronta para amenizar as situações e até evitá-las.

IDENTIFIQUE POSSÍVEIS AMEAÇAS E RISCOS: A ideia é que a análise de risco permita à sua empresa estar sempre um passo à frente em relação aos riscos que a ameaçam. Focos de crises financeiras, de pessoal, organizacionais, entre outras, podem ser mapeados de maneira que as interferências sejam feitas antes de o problema maior aparecer.

DESENVOLVA UM PLANO DE CONTINGÊNCIA ABRANGENTE: É importante contar com um plano de gerenciamento de crise que estabeleça os critérios para a sua empresa reagir quando necessário. Faça isso identificando as pessoas que entrarão em ação. Atribua a cada uma delas os papéis que desempenharão. Com a equipe preparada para lidar com eventualidades, a tendência é que seja possível minimizar os danos e restaurar as operações de negócios o mais brevemente possível.

COMUNICAÇÃO EFETIVA COM CANAIS ADEQUADOS: Estabeleça canais de comunicação eficazes para informar os funcionários, clientes e outras partes interessadas sobre a situação. Atenção especial para: os comunicados à imprensa; as atualizações nas redes sociais e as mensagens diretas aos clientes.

TREINE SUA EQUIPE: É preciso que a sua equipe esteja treinada e preparada para lidar com as crises. Nesse sentido, a preparação diz respeito a: treinamento em gerenciamento de crise; primeiros socorros e comunicação.

A IMPORTÂNCIA DO TRABALHO EM EQUIPE NA GESTÃO DE CRISE: O gerenciamento de crise em equipe permite à empresa se antecipar aos problemas e evitar danos maiores. Saiba como fazer isso conforme as instruções a seguir.

TENHA UM LÍDER DE EQUIPE: Será este o responsável por coordenar a resposta às crises. Caberá a ele: tomar decisões rápidas e eficazes; comunicar-se com os membros da equipe e outras partes interessadas e garantir que a equipe esteja trabalhando junta para resolver a crise.

CONSCIENTIZE OS MEMBROS DA EQUIPE: Os membros da equipe precisam estar prontos para agir segundo o plano de gerenciamento de crise elaborado. É necessário que eles estejam: cientes de suas responsabilidades específicas e prontos para executá-las quando necessário.

TENHA UMA EQUIPE DE COMUNICAÇÃO: A equipe de comunicação será responsável por comunicar informações sobre a crise aos envolvidos. No caso, funcionários, clientes e outras partes interessadas. Será essa equipe de comunicação que fará com que as informações entregues sejam precisas, atualizadas e transmitidas de maneira clara e concisa.



CONTE COM RECURSOS TECNOLÓGICOS AVANÇADOS

É possível contar com soluções que ajudam sua equipe a se organizar, especialmente em momentos de crise. Ferramentas de software podem simplificar a organização das tarefas, a delegação de responsabilidades e o acompanhamento de todo o progresso. Além disso, elas podem ser usadas para manter a equipe conectada e bem informada durante a crise.

POR QUE O RH É ESSENCIAL PARA CRIAR MARCAS AUTÊNTICAS E RECONHECIDAS NO MERCADO

Já parou para pensar que a reputação de uma marca funciona como um espelho? Ele reflete exatamente o que acontece dentro da empresa. Se os bastidores estão desalinhados, com uma cultura frágil e colaboradores desmotivados, não há filtro ou campanha publicitária que consiga esconder as rachaduras.

É por isso que o RH ocupa um papel essencial: ele é o guardião daquilo que será refletido para o mercado. Sem ele, a promessa da sua marca nunca chega ao público de forma autêntica.

A ORIGEM DA REPUTAÇÃO

Uma marca autêntica começa pelo que ela é, não pelo que diz ser. Ou seja, a autenticidade de uma marca não nasce do discurso, mas da prática. A cultura organizacional, criada e nutrida pelo RH, é a base para construir uma reputação sólida. Quando os valores são vividos no dia a dia, eles deixam de ser apenas palavras bonitas. Eles se transformam em comportamentos concretos que fazem a diferença.

Um exemplo? Se a sua empresa prega "colaboração", isso precisa estar presente nos processos internos, desde os feedbacks até as reuniões. Caso contrário, a desconexão entre o discurso e a prática será rapidamente percebida, tanto pelos colaboradores quanto pelo mercado.

OS PRIMEIROS EMBAIXADORES

Imagine que cada colaborador é uma vitrine da sua empresa. O que eles mostram ao mundo sobre a sua organização? Funcionários engajados e alinhados aos valores da empresa se tornam naturalmente os melhores embaixadores de uma marca. Eles possuem uma credibilidade que nenhuma campanha paga consegue replicar, pois não estão "vendendo" um conceito, e sim compartilhando experiências reais.

Como começar:

• Invista em treinamentos que ajudem os colaboradores a entenderem a cultura e a missão da empresa.

• Incentive a equipe a compartilhar nas redes sociais (principalmente no LinkedIn) histórias sobre como os valores da empresa são vividos no dia a dia.

• Considere contratar uma empresa especializada em comunicação para orientar seus colaboradores na criação e execução de um plano estratégico de conteúdo.

Não tente criar embaixadores com roteiros prontos ou frases padronizadas. Histórias genuínas têm mais impacto.

CULTURA E REPUTAÇÃO SÃO INSEPARÁVEIS

Cultura organizacional e reputação são duas faces da mesma moeda. Clientes, parceiros e até futuros talentos têm acesso a uma ampla vitrine: as redes sociais. O que eles encontram lá vai muito além de campanhas institucionais. Comentários de colaboradores e posts espontâneos ajudam a construir uma imagem mais autêntica da empresa, reforçando a credibilidade e a confiança do público.

Assim, o RH assume um papel estratégico ao garantir que a experiência interna dos funcionários esteja alinhada com o que a marca comunica externamente.

Algumas ferramentas práticas:

• Realize pesquisas de clima para identificar se os valores da empresa são vividos no dia a dia.

• Desenvolva campanhas internas que espelhem ações externas. Se a marca apoia causas sociais, por exemplo, crie oportunidades para que os colaboradores participem dessas iniciativas.

O PAPEL DO RH

A autenticidade não pode ser fabricada; ela precisa ser vivida. É aqui que o RH entra como um conector entre cultura, propósito e reputação, garantindo que o que é prometido seja entregue.

Como fazer isso acontecer?

• Crie rituais que reforcem os valores da empresa, como reuniões regulares para compartilhar conquistas e aprendizados.

• Utilize o storytelling para destacar histórias reais de colaboradores que representem os princípios da organização.

• Mantenha o foco na transparência: marcas que reconhecem desafios e comunicam as ações para superá-los conquistam mais confiança do que aquelas que tentam parecer perfeitas.

O espelho não mente. A imagem que o mercado tem de uma empresa reflete diretamente o que acontece dentro dela. Quando o RH coloca a cultura organizacional no centro da estratégia, transforma colaboradores em embaixadores e cria marcas autênticas, reconhecidas e confiáveis.

TABELAS E OBRIGAÇÕES — JUNHO / 2025

VENC.	OBRIGAÇÕES	REFERÊNCIA
06/06	SALÁRIO DOS COLABORADORES (Empregados)	05/2025
10/06	IPI - 2402.20.00	05/2025
13/06	SPED (EFD-Contribuições)	04/2025
16/06	EFD REINF	05/2025
16/06	ESOCIAL	05/2025
16/06	GPS (Facultativos, etc...)	05/2025
20/06	DAE - SIMPLES DOMÉSTICO	05/2025
20/06	DAE - MEI	05/2025
20/06	FGTS (Pagamento via PIX)	05/2025
20/06	IRRF (Empregados)	05/2025
20/06	DARF PREVIDENCIÁRIO EMPRESA	05/2025
20/06	CONTRIBUIÇÃO PREVIDENCIÁRIA (Sobre Receita Bruta)	05/2025
20/06	CONTRIBUIÇÕES (Cofins, PIS/PASEP e CSLL) Retidas na Fonte	05/2025
20/06	IR RETIDO FONTE (Serviços Profissionais Prestados por PJ)	05/2025
20/06	SIMPLES NACIONAL	05/2025
25/06	IPI (Mensal)	05/2025
25/06	PIS	05/2025
25/06	COFINS	05/2025
30/06	DCTF WEB (MIT)	05/2025
30/06	CONTRIBUIÇÃO SINDICAL (Prof. Liberal / Autônomo) OPCIONAL	05/2025
30/06	IR (Carne Leão)	05/2025
	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	30					

Feriados: 19 - Corpus Christi

SALÁRIO MÉDIO	CÁLCULO DO BENEFÍCIO SEGURO-DESEMPREGO
Até R$ 2.138,76	Multiplica-se salário médio por 0.8 (80%).
A partir de R$ 2.138,77 até R$ 3.564,96	O que exceder a R$ 2.138,76 multiplica-se por 0,5 (50%) e soma-se a R$ 1.711,01
Acima R$ 3.564,96	O valor da parcela será de R$ 2.424,11 invariavelmente.

BASE DE CÁLCULO R$	IMPOSTO DE RENDA	DEDUZIR
Até 2.428,80	Isento	Isento
De 2.428,81 até 2.826,65	7,5%	R$ 182,16
De 2.826,66 até 3.751,05	15%	R$ 394,16
De 3.751,06 até 4.664,68	22,5%	R$ 675,49
Acima de 4.664,68	27,5%	R$ 908,73
Dedução de Dependente	-	R$ 189,59
Des. Mínimo R$ 10,00 | Des. Simplificado R$ 607,20		

ALÍQUOTA DE INSS TRABALHADOR ASSALARIADO		
VALORES R$	ALÍQUOTA	DEDUÇÃO
Até 1.518,00	7,5%	0,00
1.518,01 até 2.793,88	9%	22,77
2.793,89 até 4.190,83	12%	106,59
4.190,84 até 8.157,41	14%	190,40
Valor limite de contribuição R$ 951,63		

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

CONTABILIDADE FERA

Foco - Eficiência - Resiliência - Ação

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: juridico.com.br | Fonte 02: administradores.com | Fonte 03: Contabeis | Fonte 04: Blog Bom Controle | Fonte 05: Mundo RH | **Edição: 066**