



rabello
contabilidade

(24) 2259-1279

(24) 98803-1652

f rabellocontabilidade

ig rabellocontabilidade

✉ contato@rabellocontabilidade.com.br

📍 Estrada Silveira da Motta, 52 - Posse - Petrópolis - RJ

FEVEREIRO 2021

Qual é a lei da Transformação Digital?

A forma de realizar negócios mudou radicalmente nos últimos 20 anos. Organizações do século XXI proliferam e crescem porque agora são orientadas a dados. Ao mesmo tempo, surge a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Isso acelera ou retarda a Transformação Digital?

A Transformação Digital é um processo de integração de tecnologias a todos os aspectos de uma organização, com o objetivo de torná-la mais produtiva, mais eficiente, menos onerosa e que permita escalar suas receitas de forma acelerada.

Isso exige mudanças fundamentais na organização que vão desde rupturas com padrões atuais de tecnologia, reestruturações hierárquicas, cultura organizacional, operações e entrega de valor aos clientes.

Esta transformação posiciona uma empresa como um “negócio digital”, criando valor e receita baseado nestes ativos digitais. Vai além de automatizar processos operacionais, pois alcança mudança comportamental dos colaboradores e fornecedores, modelos de negócios disruptivos e até mesmo a percepção que seus clientes têm em relação a esta empresa.

O novo cliente é informado e consciente das diversas opções que o mercado lhe oferece. Ele se dedica a pesquisas e aprende

muito antes de se conectar a uma empresa.

Além disso, uma de suas mudanças de hábito mais recente é compreender os valores da marca e sua relevância, bem como a experiência de outros consumidores.

Este novo cliente utiliza diversos canais para adquirir o conhecimento sobre o produto ou serviço que deseja, sua comunicação varia desde vídeos, pesquisas por voz, comentários, entre outros conteúdos que existam sobre a empresa.

Então, recentemente, transformação digital passou a ser um mindset, uma necessidade para a sobrevivência de qualquer negócio. Sim, em alguns casos, o termo até já virou um clichê, mas ainda explica bem a evolução necessária.

Com a Transformação Digital, quanto mais simples for o seu negócio, mais rápido serão as possibilidades de teste de novos produtos, serviços, ofertas e conquistar clientes que não eram previstos anteriormente. É muito mais barato errar no mundo digital do que no mundo físico.

MAS QUANDO UMA CORPORAÇÃO MOSTRA SUA PUJANÇA E FORÇA ECONÔMICA?

Quando ela vende!

PARA QUEM AS ORGANIZAÇÕES VENDEM?

Não, não é para uma outra empresa ou

CNPJ. Elas vendem para pessoas que estão reunidas em um conceito jurídico chamado “empresa”, que nada mais é do que uma reunião de pessoas que trabalham em torno do mesmo propósito. E pessoas são uma coleção de atributos pessoais que vão desde a sua imagem, cor, altura, peso que a designam fisicamente até elementos indiretos que permitam a sua conexão, identificação e diferenciação de outras através de telefone, e-mail, CPF, identidade, etc.

QUANDO A FORÇA DOS DADOS PESSOAIS SE MATERIALIZA EM UMA EMPRESA?

Quando ela usa estes dados pessoais para vender mais e se conectar com mais pessoas. Todos vendem algo para alguém. Se não venderem, não crescem, não florescem, não brilham. Isso vale para qualquer segmento, para qualquer vertical. Então, **dados pessoais são o sangue que oxigena um negócio** e o torna pujante na sua área de atuação. Quanto mais dados pessoais, mais possibilidade de novos negócios. E se for através do mundo digital então serão espetaculares os resultados quando bem utilizados!

Os últimos 20 anos foram uma revolução na forma de conectar com pessoas e comercializar produtos e serviços. Deixamos para trás a era do fax, passamos pelo e-mail e agora estamos assinando *continua pág. 02*

■ P. 02
E SE O VENDEDOR TROCASSE DE LUGAR COM O CLIENTE?

■ P. 03
TRABALHO NA PANDEMIA: O OLHAR DO RH

■ P. 03
EMPRESAS PODEM PROIBIR O USO DO CELULAR NO AMBIENTE DE TRABALHO

■ P. 04
LOW TOUCH: COMO ESSE MODELO DEVE INFLUENCIAR SEU NEGÓCIO?

contratos eletrônicos com validade legal, sem, inclusive, nos sujeitar a ir a cartórios realizar reconhecimento de assinaturas.

Quanto dados pessoais há dentro da base do Uber, da Airbnb, da Apple, do iFood, do Rappi, entre milhões de outros aplicativos (que se tornaram potências tecnológicas) e que permitem a estes mesmos negócios, agora, venderem novos serviços e produtos inovadores para os mesmos clientes que já estão dentro da sua base de dados?

O número de transações por segundo são assustadores. O algoritmo do Uber certamente tem o seu valor, mas o Uber sem a sua base de dados pessoais (clientes) ainda seria um MVP (Mínimo Produto Viável) tentando encontrar o seu espaço.

Estes aplicativos, quando analisados individualmente, representam uma boa parcela da transformação digital categorizada nos parágrafos anteriores. **É salutar nos espelhamos em empresas vencedoras que usam tecnologia** para vendas exponenciais, custos reduzidos, lucros extraordinários e que facilitam a vida de seus clientes e validar se a nossa empresa está indo para o mesmo caminho ou lutando contra a maré.

Se todas as afirmações acima são coerentes, reforçamos que a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), que vigora desde o dia 18/09/2020, é sinônimo do necessário processo de transformação digital que permitirá que as organizações do século XXI prosperem.

SIM, É COMO SE LGPD = LEI DA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL !

Se observarmos os fundamentos da LGPD e o que ela exige ao final do seu processo de adequação, encontraremos nada mais nada menos do que a melhor estratégia, para organizações inteligentes, construírem as pontes para a competição nesta próxima década, mais conhecida como a década das grandes transformações.

A LGPD, para pessoas de mente aberta, inovadora e empreendedora é a melhor diretriz legal que o Brasil tem, neste momento, para acelerar a Transformação Digital nas corporações estabelecendo um escopo, uma forma e com prazo definido. Ela obriga, na sua jornada de adequação a rever processos, um por um, que lidam com fluxos de dados. Isso por si só é um reprincípio de como as organizações passarão, agora, a ser mais otimizadas e seguras nestas atividades, que são exatamente os mesmos processos de negócios que a corporação, durante a Transformação Digital

quer aperfeiçoar, automatizar ou simplificar.

QUE COINCIDÊNCIA, NÃO ?

Qualquer jornada de Transformação Digital com a adoção de tecnologias ou o desenvolvimento de uma estratégia de inovação vai depender dos dados pessoais.

Veja que a maioria dos consultores de LGPD vendem medo (aliás, a indústria do medo é a que mais vende no mundo!) aos seus clientes para que os contratem baseado nas possíveis multas de milhões de reais da lei, no perigo de um ransomware sequestrar sua empresa e na afirmação de que se ele não fizer nada, seus clientes o processarão por dano moral ou patrimonial.

Pode ser um ponto de vista válido como estratégia comercial, mas, normalmente, esta abordagem no Brasil não traz muito resultado. O Brasileiro sempre foi cético quanto a novas leis, resiste, desconfia e odeia quem traz mudanças que o façam sair da zona de conforto. A própria LGPD, no seu artigo 2º, inciso V, traz como um dos seus principais fundamentos o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação. Vocês já ouviram alguém defender isso em um curso ou workshop de LGPD ?

Ora, dados, por si só, já são o motor da inovação. E dados pessoais são o motor do desenvolvimento econômico. Embora essa afirmação não seja bem uma novidade, há quem ainda não tenha encontrado a melhor maneira de usá-los para desenvolver e/ou melhorar produtos e serviços aos seus clientes e continuam trabalhando em modelos autofágicos e que restringem a sua própria competitividade no mercado em que atuam.

Qual é a grande corrida do momento atual em que se vive a competição por modelos de negócios inovadores, exponenciais, disruptivos, automatizados e necessariamente simples o suficientes para estabelecerem um novo mercado consumidor?

Provavelmente, cada um de nós já leu algum artigo sobre o avanço nos estudos com inteligência artificial, realidade aumentada, robôs autônomos, etc. Essas são apenas algumas de uma lista infinita das tecnologias digitais inovadoras que surgem no mercado a cada dia. Todas elas têm o objetivo de otimizar, melhorar nosso trabalho e vida pessoal: a famosa Transformação Digital que é calcada em cima de processos e atividades do negócio. Exatamente

como a LGPD define!

Quando olhamos sobre o resultado prático da implementação da LGPD, dentro de uma organização, nos deparamos com as seguintes fases na jornada de adequação:

- Momento da motivação: por que precisamos mudar?
- Momento do diagnóstico: onde, quais processos internos, estamos equivocados ?
- Momento de avaliar o risco: queremos mudar ou podemos conviver com este risco?
- Momento de criar o plano de ação: vamos mudar e automatizar onde for possível.
- Momento de gerir a mudança: indicadores de medição e controle e reavaliação.

As fases acima poderiam representar as diversas etapas de avanço do processo de incremento e maturidade digital em uma organização qualquer. Nesse sentido, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) chega com a missão de orientar as empresas de todo o Brasil sobre como fazer o tratamento de dados de maneira correta e transparente, tendo como base três pilares: finalidade, necessidade e adequação. Não para restringir negócios, mas para acelerar ainda mais os existentes.

Sim, ainda que imponha limites no tratamento de dados, a LGPD é amiga da inovação. A lei brasileira pretende criar uma cultura positiva em relação o tratamento de dados. Não é proibir, mas condicionar a atividade a uma finalidade específica. Ter em mente os motivos de coletar, tratar, armazenar e compartilhar dados específicos, como prevê a lei, vai permitir a uma organização entender melhor quem é o seu cliente.

NA LGPD, VENDE MAIS, QUEM PERGUNTA MAIS! No mundo das vendas e dos negócios é exatamente assim. Basta aqui que as organizações não tenham mentalidades rígidas e despertem para uma viagem de transformação do seu negócio usando a LGPD como aceleradora. E tem muita coisa bacana para realizar nesta jornada.

Estamos falando de criar ou protagonizar uma organização orientada a dados (Data Driven). Nesse sentido conhecer o próprio ciclo da informação do negócio e desenhar a jornada digital do cliente é a mola propulsora para aumentar resultados e satisfação dos seus próprios consumidores. A Transformação Digital já possui a sua lei, basta as organizações verem com outros olhos a jornada da LGPD! O tempo de mudar está passando...

E SE O VENDEDOR TROCASSE DE LUGAR COM O CLIENTE?

Muitas empresas utilizam a estratégia de colocar o funcionário para adquirir conhecimento em vários departamentos, como se fosse um estágio.

Imagine agora como seria eficiente para o departamento comercial se os vendedores pudessem fazer um estágio ou uma "escuta" em um departamento de compras!

O "se colocar no lugar do outro", em PNL, chamamos de Meta Espelho e vai além da empatia. É uma técnica desenvolvida por Robert Dilts e visa explorar o relacionamento com outra pessoa, através de vários pontos de vista.

Com esta técnica é possível enxergar uma situação de três perspectivas:

1ª Posição: a sua como vendedor;

2ª Posição: a do cliente;

3ª Posição: neutra, observando o vendedor e o cliente, entendendo os dois lados.

E se você fizer esse exercício agora?

Como foi a sua última reunião de vendas ou a última abordagem por cold call?

Coloque-se no lugar do cliente.

Você ficaria entusiasmado com sua abordagem? Agendaria uma reunião com você ou teria a percepção de que era apenas mais um?

Trocar de posição e ver da perspectiva do seu cliente, ou olhar de várias perspectivas é uma maneira de desenvolver suas habilidades como profissional de vendas! Fica a dica de sucesso!



De tempos em tempos, acontecimentos mundiais fazem com que a cronologia se divida em antes e depois. Em 2020 ocorreu algo que mudou por completo o curso das nossas vidas e do nosso trabalho: a chegada da pandemia do Coronavírus trouxe um mar de incertezas, que afetou desde as finanças até a saúde mental de boa parte dos indivíduos. A crise e a consequente necessidade de isolamento social também fizeram com que muitas empresas tivessem que adotar o trabalho remoto, de forma total ou parcial. De grandes a microempresas, todas que puderam partiram para o trabalho on-line. **Mas como gerir e cuidar dos colaboradores neste momento?**

Graças à Transformação Digital que já vinha ocorrendo no Brasil e no mundo, muitas empresas já tinham alguma experiência com esse tipo de trabalho. Ainda assim, os gestores de RH se viram diante de um enorme desafio: como motivar as equipes, manter a produtividade e a busca por bons resultados neste cenário em que cada um está, quase que literalmente, no seu quadrado?

Home office

Desde que o trabalho remoto foi regulamentado pela Reforma Trabalhista de 2017, realizar as atividades profissionais de casa passou a ser uma alternativa – e virou tendência. Reuniões, lives e calls o dia inteiro. Filhos em homeschooling. Todos dividindo o mesmo espaço. Muitas casas tiveram que se adaptar a essas novas necessidades.

Um fato ficou claro desde o início: o regime de home office exige disciplina, organização, comprometimento e concentração bem maiores. E quem não detinha alguma dessas habilidades se viu obrigado a passar por uma

transformação pessoal a fim de "dar conta do recado".

Apoiar, acolher e eliminar as dúvidas dos colaboradores é papel do RH, sobretudo nestes tempos. Usando das tecnologias que possibilitem a realização de videoconferências, é primordial que os responsáveis pelo setor se mostrem presentes e disponíveis para a realização dos mais variados esclarecimentos. Somente por meio da transparência é que poderão ser debelados inimigos da produtividade, como a ansiedade, preocupação com a manutenção do emprego e de como anda a saúde financeira da empresa.

Mais do que nunca, é indispensável também que o capital humano se sinta valorizado. Comunicados, divulgação de resultados e elogios a um trabalho bem feito são alguns dos temas que necessitam de atenção e constância.

Outro ponto importante tem a ver com a capacitação e desenvolvimento de competências dos funcionários. **É essencial propiciar oportunidades de evolução aos colaboradores:** mentorias, coachings, treinamentos e cursos, como os de administração do tempo, produtividade, comunicação ou mesmo Mindfulness & Felicidade são indicados. Dicas de leituras e de séries também podem ser interessantes – tudo para levar a uma transformação pessoal.

É também recomendado o desenvolvimento de materiais que apresentem boas práticas a serem exercidas durante o home office. Entre essas, estão aquelas que se referem

ao controle das horas trabalhadas, à etiqueta na participação em reuniões (câmera aberta ou fechada, como se darão as discussões, quem deve participar etc.) e à entrega dos resultados de atividades (já que no home office há mais flexibilidade de horários, mas os entregáveis têm prazos e as metas precisam ser cumpridas).

Além disso, neste cenário, mais do que nunca as empresas devem ter suas estratégias muito bem traçadas. **E a fim de aproveitar o que cada um tem a oferecer de melhor, é crucial que a companhia conheça seu colaborador a fundo.** Gostos, preferências, qualidades,

defeitos, competências, pontos fortes e fracos devem ser mapeados pelo RH utilizando ferramentas analíticas. Desta forma, será possível analisar se aquele profissional está alocado no setor mais acertado ou quais características ele deve desenvolver para se adequar melhor. Olha a necessidade de transformação interna aí, novamente!

Estamos diante de um "novo normal". Paradigmas foram quebrados, desafios aparecem diariamente. Mudanças são fundamentais para nos mantermos vivos em um cenário de competitividade e de incerteza que não se dissipará tão cedo. Mais do que manter os colaboradores motivados, o RH deverá ser responsável pelo crescimento pessoal e profissional dos colaboradores.

Um desafio é tanto, mas também uma jornada formidável, que pode levar a resultados exponenciais.

EMPRESAS PODEM PROIBIR O USO DO CELULAR NO AMBIENTE DE TRABALHO



Recentemente, parte dos empresários têm optado por regulamentar e até proibir o uso do celular no horário de trabalho.

A utilização do celular se tornou essencial nos dias de hoje, ela surge como uma forma de complementar e respaldar as atividades realizadas no meio corporativo.

No entanto, para algumas empresas, o uso inadequado no ambiente de trabalho interfere na concentração e bom desempenho dos funcionários, o que pode comprometer a produtividade.

De acordo com especialista em Direito do Trabalho, o uso deste dispositivo móvel deve ser muito ponderado. Ele pode trazer benefícios para empresa diante do seu dinamismo e praticidade, assim como prejuízos diante da utilização incorreta, que resulta em dispersão, no atraso da finalização de atividades e até em acidentes de trabalho.

Proibição de uso de celulares

Por isso, algumas empresas acabam impedindo o uso dos celulares, mas não existe no ordenamento jurídico uma lei específica para tal proibição no dia a dia da empresa.

Contudo, **os empregadores possuem assegurado, no artigo 444 da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), o direito de estipular normas internas** que especifiquem o que é conveniente ao ambiente corporativo.

De acordo com o artigo, "as relações contratuais de trabalho podem ser objeto de livre estipulação das partes interessadas em tudo quanto não contravenha às disposições de proteção ao trabalho, aos contratos coletivos que lhes sejam aplicáveis e às decisões das autoridades competentes".

Ou seja, o empregador pode regulamentar ou proibir o uso do celular no horário de trabalho.

A criação de normas internas asseguradas na legislação trabalhista visa a produtividade e também fomenta o bom senso de comportamento profissional, que algumas vezes não se manifesta no ambiente de trabalho por parte dos empregados, criando-se assim a conscientização do uso desde a gestão até a produção.

Descumprimento das regras

De acordo com o especialista em Direito do Trabalho, o empregado que descumprir as

regras poderá sofrer advertências, de modo que possa até ser dispensado por justa causa em razão de indisciplina. Caso a empresa imponha como regra que é proibido usar o aparelho móvel particular no ambiente corporativo, deve o empregado respeitar esta norma sob pena de infração.

Ainda para a penalização de justa causa, o empregado deve ter sido anteriormente advertido sobre a infração cometida, de preferência por escrito.

A justa causa é a última penalização após outras reiterações e com a devida suspensão. **Não pode o empregador de maneira direta, e sem advertência e suspensão, punir o empregado já em um primeiro momento com a pena mais dura.** A penalidade deve ser gradativa.

Também é importante esclarecer que apesar do empregador poder restringir o uso do celular, ele não pode proibir o uso no horário de descanso por exemplo, o chamado horário "intra jornada". O uso é livre no famoso horário de almoço.

Por isso, o empregador deve se ater em verificar a necessidade da utilização do dispositivo móvel e, principalmente, quando possível, em disponibilizar um aparelho que seja da empresa, evitando assim a utilização em atividades paralelas particulares que não são atreladas aos assuntos da empresa.

LOW TOUCH: COMO ESSE MODELO DEVE INFLUENCIAR SEU NEGÓCIO?

A pandemia de Covid-19 acelerou diversas tendências no mundo corporativo.

Entre elas, está a economia Low Touch, um modelo de negócios que independe do contato presencial entre clientes e vendedores.

Quando a principal recomendação das entidades de saúde é permanecer em casa e evitar aglomerações, essa modalidade pode significar a sobrevivência de muitos setores, especialmente, aqueles que estiverem dispostos a se reinventar durante a crise.

Você deve estar se perguntando: “hoje, fazemos praticamente tudo pela internet, desde pedir um carro por aplicativo até escolher o que vamos jantar à noite.

Será que é tão difícil assim gerir um negócio à distância?”. Acredite, não é tão simples assim.

Precisamos lembrar que o Brasil é composto, em sua maioria, por micro e pequenas empresas, e mesmo as de maior porte podem não estar preparadas para a Transformação Digital.

A economia Low Touch é, acima de tudo, uma mentalidade que deve acompanhar todas as áreas de uma empresa, desde o departamento comercial, com o relacionamento com o cliente, até a liderança, que deve estar voltada a criar produtos e gerar

negócios pela internet.

Com essa modalidade se expandindo cada vez mais, reuniões presenciais cedem vez aos cafés virtuais, mais rápidos e objetivos.

Para obter sucesso com um modelo de economia Low Touch, é preciso investir em tecnologia e na experiência do cliente

O desafio, porém, permanece o mesmo: cativar o cliente a ponto de fechar negócio.

Para isso, é importante identificar seu perfil e o que ele espera da sua empresa. Nem todos os públicos estão habituados com modelos de negócio Low Touch.

Enquanto alguns irão preferir uma relação mais próxima, que permita acompanhar os processos constantemente, outros darão preferência a soluções automatizadas, que garantam mais liberdade e autonomia no dia a dia.

Entretanto, observamos que, mesmo os clientes mais exigentes e conservadores em relação à tecnologia vêm adaptando suas necessidades ao cenário que temos hoje.

Até ano passado, podia não pegar bem fazer uma reunião online.

Receber o cliente no escritório, com a agenda fechada por horas para atendê-lo, era o padrão. Mas, ao longo de 2020, o ambiente digital se tornou cada vez mais familiar para muitas empresas.

Além disso, alguns fatores podem contribuir para o crescimento desse modelo de

negócio, como a restrição a viagens e a desconfiança de boa parte dos consumidores em relação à saúde de outras pessoas e à higiene de produtos, tornando o digital uma preferência.

Estar preparado para essa nova realidade é fundamental.

Para obter sucesso com um modelo de economia Low Touch, é preciso investir em tecnologia e na experiência do cliente.

Sem o carisma e o jogo de cintura que os vendedores têm presencialmente, despertar opiniões positivas de maneira virtual é desafiador.

Por isso, os sites devem ser responsivos, agradáveis durante a navegação e intuitivos no processo de compra.

Cada segmento pode ser criativo a sua maneira, sempre pensando no que o cliente espera.

Lojas de roupas, por exemplo, encontraram um modo híbrido de vendas, permitindo que o comprador experimente as roupas em casa antes de encerrar a compra.

Não há dúvidas de que o mundo caminha para uma Transformação Digital mais acelerada e competitiva.

A presença digital se torna tão ou mais importante que a presença física, no olhar dos consumidores. Sua empresa está preparada para o futuro?

*Nota do editor: Low Touch Economy (economia do pouco contato) - termo que se refere a um formato de fazer negócios sem contato presencial entre clientes e vendedores.

TABELAS E OBRIGAÇÕES

VENC.	OBRIGAÇÕES	REFERÊNCIA
05/02	SALÁRIO DOS COLABORADORES (Empregados)	Comp. 01/2021
05/02	FGTS	F. Ger. 01/2021
05/02	DAE - SIMPLES DOMÉSTICO	F. Ger. 01/2021
10/02	IPI - 2402.20.00	Comp. 01/2021
15/02	SPED (EFD-Contribuições)	F. Ger. 12/2020
15/02	ESOCIAL	F. Ger. 01/2021
15/02	DCTFWEB	Comp. 01/2021
15/02	EFD REINF	F. Ger. 01/2021
15/02	GPS (Facultativos, etc...)	Comp. 01/2021
19/02	IRRF (Empregados)	F. Ger. 01/2021
19/02	GPS (Empresa)	F. Ger. 01/2021
19/02	DARF DCTFWEB	Comp. 01/2021
19/02	CONTRIBUIÇÃO PREVIDENCIÁRIA (Sobre Receita Bruta)	F. Ger. 01/2021
19/02	CONTRIBUIÇÕES (Cofins, PIS/PASEP e CSLL) Retidas na Fonte	F. Ger. 01/2021
19/02	IR RETIDO FONTE (Serviços Profissionais Prestados por PJ)	F. Ger. 01/2021
19/02	DCTF	F. Ger. 12/2020
22/02	SIMPLES NACIONAL	F. Ger. 01/2021
25/02	IPI (Mensal)	F. Ger. 01/2021
25/02	PIS	F. Ger. 01/2021
25/02	COFINS	F. Ger. 01/2021
26/02	IRPJ (Lucro Real / Lucro Presumido)	F. Ger. 01/2021
26/02	CSLL (Lucro Real / Lucro Presumido)	F. Ger. 01/2021
26/02	CONTRIBUIÇÃO SINDICAL (Prof. Liberal / Autônomo) OPCIONAL	F. Ger. 01/2021
26/02	IR (Carne Leão)	F. Ger. 01/2021
26/02	ECD	F. Ger. 01/2021
26/02	DMED	
26/02	DIMOB	
26/02	DIRF - Declaração do Imposto sobre a Renda Retido na Fonte	
	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

FEVEREIRO / 2021

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						
Feriados: 16 - Carnaval						

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: administradores.com | Fonte 03: Portal Contábeis | Fonte 04: contabeis.com | Fonte 05: empreendedores.com | Edição: 014

PUBLICAÇÃO MENSAL: RABELLO CONTABILIDADE.
CRC/RJ 005593/0-9 Tiragem: 100 exemplares - Cod. 000095

