

Abril e Maio de 2019



LGPD: uso de dados só com autorização

O TÃO FALADO, MAS POUCO COMPREENDIDO, MARKETING

Noções básicas para esclarecer
as principais dúvidas sobre o assunto

A TRIBUTAÇÃO DOS PROFISSIONAIS LIBERAIS

Recolhimento de tributos depende
da forma como exercem a profissão

*O nosso principal objetivo é ajudar
a sua empresa a crescer.*



Isso exige que sua atenção esteja focada na tomada das melhores decisões e na gestão de sua equipe. Para proporcionar o tempo e, principalmente, o embasamento necessários para atingir os resultados traçados, nós cuidamos da burocracia fiscal e contábil e ainda fornecemos conteúdos indispensáveis para a sua empresa.

Dessa forma, você pode trabalhar tranquilo sabendo que uma equipe de profissionais especializados está a sua disposição, sempre que necessário.

Conte sempre com a gente!

4 EDITORIAL

5 CAPA

Empresas de todos os portes têm até agosto do próximo ano para implantar um sistema transparente e seguro de captação e tratamento de dados

8 CENOFISCO ORIENTA

Aprendizagem – Estabilidade por acidente do trabalho

DIRPF – Desconto simplificado

ECD – Livros

GRFGTS – Exigência para empresas do grupo 1 do eSocial

10 TRIBUTAÇÃO

Os tributos dos profissionais liberais

12 GESTÃO

Afinal, o que é marketing

14 eSOCIAL

Multas já são uma realidade

16 PAINEL

5 dicas de marketing para sua empresa

17 DATAS & DADOS



A PROTEÇÃO DE DADOS EM EMPRESAS É URGENTE

O prazo está correndo: até agosto de 2020, as empresas terão de se adequar à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD, nº 13.709/18), que estabelece regras para lidar com informações pessoais de clientes, parceiros e colaboradores. O objetivo é fazer com que as organizações sejam mais transparentes no tratamento desses ativos.

Inscrever o Cadastro da Pessoa Física no posto de gasolina, na farmácia ou no supermercado para ganhar descontos já é costume para muitos cidadãos. Mas a legislação atual não deixa claro o que pode ser feito com esse e muitos outros

dados capturados pelas empresas. Quando as novas regras entrarem em vigor, o titular é quem definirá como suas informações poderão ser utilizadas.

A novidade afeta empresas de todos os portes e vai exigir mudança nas práticas adotadas atualmente e, em alguns casos, até na própria cultura organizacional. Como o desafio não é pequeno, consultamos especialistas para explicar a LGPD e dar dicas sobre como deixar sua empresa preparada a tempo.

Outro artigo também enfoca exigências e adequações, mas as relativas ao eSocial e à EFD-Reinf. À medida que as etapas de implantação do sistema forem concluídas,

as multas para empresas que não cumprirem as exigências serão mais comuns. O texto inclui uma tabela com os valores a serem pagos por algumas das infrações.

Esta edição ainda trata da tributação dos profissionais liberais, que varia em função da forma como exercem suas atividades. Aqueles que trabalham como pessoa física, por exemplo, precisam estar familiarizados com o carnê leão, um dos tópicos abordados na matéria.

Muito falado, mas nem sempre bem compreendido, marketing é uma atividade imprescindível para as empresas. Dada sua importância, é tema de nossas editorias Gestão e Painel.

Boa leitura e bons negócios!

Contas EM REVISTA

Publicação bimestral da Editora Quarup em parceria com empresas contábeis, tem o objetivo editorial de assessorar o empresário com informações de caráter administrativo. É dirigida a empresários de todos os segmentos do comércio, da indústria e da prestação de serviços.

EDITORA RESPONSÁVEL

Aliane Villa

REDAÇÃO

Cucas Conteúdo Inteligente

CONSELHO CONSULTIVO

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

EDITORIAÇÃO

Antonio Sérgio Figueiroa Jr.

CAPA

Composição: Antonio Sérgio Figueiroa Jr.

sobre foto

© Elnur | Adobe Stock

IMAGENS

Adobe Stock | Freepik

IMPRESSÃO

Araguaia Ind. Gráfica e Editora Ltda.

DIRETOR ADMINISTRATIVO

Fernando A. D. Marin

GERENTE DE MARKETING

E VENDAS

Janaína V. Marin

FECHAMENTO

Matérias: 28/02

Seção Datas & Dados: 13/03

EDITORA
 **QUARUP**

11 4972-7222 | contas@contasemrevista.com.br | www.contasemrevista.com.br

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

É VEDADA A REPRODUÇÃO OU A DIVULGAÇÃO ELETRÔNICA DOS ARTIGOS PUBLICADOS SEM A PRÉVIA AUTORIZAÇÃO DOS EDITORES



LEI DE PROTEÇÃO DE DADOS EM CONTAGEM REGRESSIVA

No Brasil há, agora, uma norma específica para tratar do ativo mais valioso da sociedade digital: os dados. Por consequência, empresas terão de ajustar o modo de lidar com as informações de seus clientes.

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD, nº 13.709/18), que entra em vigor em agosto de 2020, estabelece regras que as empresas terão de seguir para permitir ao cidadão ter mais controle sobre o tratamento dado às suas informações pessoais. No cenário atual, cada organização usa os dados dos clientes de forma aleatória. A lei, contudo, impõe padronização. “Podemos dizer que vivíamos um período em que

muitos dados dos usuários eram capturados sem conhecimento ou sem estar clara a finalidade de uso ou, mesmo, o prazo de uso. Agora, com as novas regras, o titular dos dados estará mais empoderado”, explica a advogada especialista em Direito Digital, Patricia Peck Pinheiro.

Pela legislação, dados pessoais são todos aqueles que tornam possível identificar uma pessoa. Não é só nome, sobrenome, apelido, idade, endereço residencial ou

e-mail. São, também, dados de localização, placas de automóvel, perfis de compras e Internet Protocol (IP), por exemplo. “Quando não há uma regulamentação, as relações são regidas livremente pelos contratos, que fazem a lei entre as partes. Agora, com uma lei específica, mesmo os contratos devem seguir a orientação trazida pela norma”, informa Pinheiro.

Transparência é a palavra de ordem. A regra brasileira não só exige que o titular dos dados



Projetado por 03Images - Freepik

consinta que sejam utilizados pela empresa (e revogue o consentimento a qualquer momento), mas que esse pedido de consentimento esteja claro e seja apresentado de modo didático. “Setores público e privado terão de repensar como informar o cidadão. Sabemos que os ‘Termos de Uso’ não são a melhor maneira de fazer isso. A lei é neutra, para ser atemporal, por isso, não indica a tecnologia de transparência, mas o resultado final desejado. Cada setor terá que operacionalizar isso”, esclarece o advogado do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto Br (NIC.br) e fundador do Data Privacy Brasil,

Vivíamos um período em que muitos dados dos usuários eram capturados sem conhecimento ou sem estar clara a finalidade de uso

Bruno Bioni. Não será mais permitido estocar dados para o futuro. “Muitas organizações saem coletando dados sem saber por que, o que vai deixar de existir. Você só coleta com uma finalidade específica”, diz.

Um catalisador para a promulgação da LGPD foi a *General Data Protection Regulation* (GDPR), o regulamento de proteção de dados dos países da União Europeia vigente desde maio de 2018. “A LGPD é importante por inserir o Brasil no rol de países com os quais a União Europeia poderá compartilhar dados, equiparando-se às exigências globais de proteção de dados e fomentando diversos setores da economia”, afirma a advogada especialista em relações do trabalho e sócia do Costa Tavares Paes Advogados, Cristina Buchignani.

Impacto na corporação

A lei se aplica a todos, porém, alguns setores vão sentir mais. “Haverá um impacto maior nas instituições que tratam os dados pessoais da categoria sensível – informações como origem racial, convicções religiosas, opiniões políticas, filiação a sindicatos e dados referentes à saúde, biometria, entre outros –, como os bureaus de dados (usados para consultas de informação), empresas de marketing digital, telemarketing, todo o setor da saúde e também o educacional.

Além, é claro, das instituições financeiras, do varejo, das corretoras, seguradoras e companhias aéreas”, exemplifica Pinheiro.

Alguns procedimentos novos, como o que permite ao titular apagar seus dados e fazer portabilidade para outra empresa, deverão ser criados. Há, ainda, a exigência de reportar vazamento de dados.

No momento em que a transformação acontecer, os ganhos serão para todos. “Em 1990, quando foi sancionado o Código de Defesa do Consumidor, a mudança de processos demandou custos das empresas, mas trouxe o aspecto positivo de o consumidor ficar mais seguro para movimentar a economia”, recorda Bioni. “Com a LGPD, o consumidor ficará, também, mais à vontade para trocar dados. E a empresa com as melhores práticas ganham um diferencial competitivo”, complementa. Ele cita o exemplo dos bancos, que têm acesso a todo histórico financeiro de seus clientes: se os consumidores não estiverem satisfeitos com a transparência da instituição financeira, poderão migrar para outra.

A Medida Provisória nº 869/18 instituiu a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), responsável pela fiscalização e a imposição de multas, que podem chegar a 2% do faturamento da empresa, limitada a R\$ 50 milhões por infração. “Caberá ao órgão verificar se as empresas estão comunicando, de forma clara, sobre o tratamento de dados dos clientes; se foram estabelecidas medidas de segurança em seus bancos de dados para evitar vazamentos ou uso irregular por terceiros e aplicação

de políticas eficientes de governança em Privacidade e Proteção de Dados”, comenta Pinheiro.

Como se adequar à lei

Mais do que uma mudança legislativa, a LGPD deve gerar uma transformação na cultura organizacional. O prazo de adequação de 24 meses está correndo e é curto, alertam os especialistas. Por isso, o movimento já deve estar acontecendo.

Pinheiro aponta três pilares para a adequação: soluções tecnológicas, revisão de contratos e condutas e capacitação da equipe. O passo inicial será fazer uma análise para identificar qual o grau de conformidade da empresa com a lei: onde, quando e como a organização capta os dados pessoais de clientes, fornecedores e funcionários, por exemplo. Outro ponto importante: em que lugar esses dados estão guardados e se há proteção, como senhas e criptografia, nesse armazenamento. “Certamente, o maior desafio será a implementação do efetivo sistema de governança e o respectivo monitoramento, inclusive no que se refere aos prestadores de serviços e aos parceiros, também abrangidos pela LGPD”, considera Buchignani. Os departamentos ou as pessoas responsáveis por tecnologia da informação, marketing e departamento pessoal serão os mais exigidos. É preciso certificar-se de que todos estão treinados para evitar vazamentos. Se necessário contratar profissionais para conduzirem a transformação interna, especialistas em gestão de riscos, blindagem de negócios digitais e assessoria jurídica especializada são os mais indicados.



Pinheiro: “Haverá um impacto maior nas instituições que tratam os dados pessoais da categoria sensível”



Bioni: “Sabemos que os ‘Termos de Uso’ não são a melhor maneira de fazer isso [informar o cidadão]”



Buchignani: “O maior desafio será a implementação do efetivo sistema de governança e o respectivo monitoramento”

DIRPF – DESCONTO SIMPLIFICADO

Na Declaração de Ajuste Anual, quando o contribuinte opta pelo desconto simplificado, poderá deduzir as despesas médicas incorridas no ano calendário?

O contribuinte poderá optar por desconto simplificado, que substituirá todas as deduções admitidas na legislação, correspondente à dedução de 20% do valor dos rendimentos tributáveis na Declaração de Ajuste Anual, independentemente do montante desses rendimentos, dispensadas a comprovação da despesa e a indicação de sua espécie.

A opção pelo desconto simplificado implica:

- I - a substituição de todas as deduções da base de cálculo e do imposto devido, previstas na legislação tributária, pelo desconto simplificado de 20% do valor dos rendimentos tributáveis na declaração, respeitando a tabela de limites anuais dispostas em legislação específica; e
- II - a impossibilidade de utilizar as deduções do imposto apurado relacionadas nos incisos I a VIII do caput do art. 80 da Instrução Normativa RFB nº 1.500/14.

Base legal: citada no texto.

Elizabete de Oliveira Torres - Redatora e consultora do Cenofisco



foto: iStockphoto.com - Freepik

ECD – LIVROS

Quais são os livros abrangidos pela Escrituração Contábil Digital (ECD)?

A ECD abrange os seguintes livros:

- a) Livro Diário e seus auxiliares se houver;
- b) Livro Razão e seus auxiliares se houver;
- c) Livro Balancetes Diários, Balanços e fichas de lançamento comprobatórias dos assentamentos neles transcritos.

Os livros contábeis e documentos devem ser assinados digitalmente, com certificado digital emitido por entidade credenciada pela Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileiras (ICP-Brasil), a fim de garantir a autoria, a autenticidade, a integridade e a validade jurídica do documento digital.

Base legal: art. 2º da Instrução Normativa RFB nº 1.774/17.

Elizabete de Oliveira Torres - Redatora e consultora do Cenofisco

GRFGTS – EXIGÊNCIA PARA EMPRESAS DO GRUPO 1 DO eSOCIAL

A Guia de Recolhimento do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (GRFGTS) para empresas enquadradas no 1º grupo do eSocial entrará em vigor a partir de quando?

Conforme Circular nº 843/19, da Caixa Econômica Federal, poderá o empregador, até a competência julho de 2019, efetuar o recolhimento pela GRF mensal, emitida pelo Sistema Empresa de Recolhimento do FGTS e Informações à Previdência Social (Sefip). As guias referentes aos recolhimentos rescisórios (GRRF) poderão ser utilizadas pelos empregadores para aqueles desligamentos de contratos de trabalho ocorridos até 31 de julho de 2019.

Carolina Rodrigues - Redatora e consultora do Cenofisco

APRENDIZAGEM – ESTABILIDADE POR ACIDENTE DO TRABALHO

O menor aprendiz que sofre acidente do trabalho terá estabilidade?

O menor aprendiz também tem direito a recebimento de benefício previdenciário em caso de acidente do trabalho.

Caso o afastamento seja superior a 15 dias, terá, após a cessação do recebimento do benefício previdenciário, estabilidade de no mínimo 12 meses, conforme determina o art.118 da Lei nº 8.213/91.

Durante o período de afastamento por acidente do trabalho, o aprendiz se afastará de suas atividades, sendo-lhe garantido o retorno ao mesmo programa de aprendizagem, caso ainda esteja em curso, devendo a entidade formadora certificar o aprendiz pelos módulos que concluir com aproveitamento.

Na hipótese de o contrato de aprendizagem alcançar o seu termo final durante o período de estabilidade, deverá o estabelecimento contratante promover um aditivo ao contrato, prorrogando-o até o último dia do período da estabilidade, ainda que tal medida resulte em contrato superior a dois anos ou mesmo que o aprendiz alcance vinte e quatro anos.

Na situação prevista no parágrafo anterior, devem permanecer inalterados todos os pressupostos do contrato inicial, inclusive jornada de trabalho, horário de trabalho, função, salário e recolhimentos dos respectivos encargos, mantendo o aprendiz exclusivamente em atividades práticas.

Base legal: Instrução Normativa SIT nº146/18, art.22, § 4º.

Carolina Rodrigues - Redatora e consultora do Cenofisco



Projetado por www.stonipics - Freepik



CENOFISCO

ECF

Apuração, gestão e validação.

Tudo o que você precisa em relação à apuração do Lucro Real, Contribuição Social anual ou trimestral, Lucro Presumido e PIS/Cofins.

Sistema mais ágil e prático, mantendo sobretudo a qualidade, segurança e a confiabilidade em relação à apuração do Lucro Real e da Contribuição Social anual ou trimestral, além do Lucro Presumido, PIS e Cofins.

CENOFISCO
Centro de Orientação Fiscal

www.cenofisco.com.br

São Paulo-SP (Matriz)
11 3545 2703/2702

Belo Horizonte-MG
31 2108 0620

Paraná-PR (PR SC RS)
41 2169 1538

Rio de Janeiro-RJ (RJ CE)
21 2132 1338

OS TRIBUTOS DOS PROFISSIONAIS LIBERAIS

A categoria está sujeita a tributações diferentes, que variam de acordo com o regime escolhido de prestação de serviço: pessoa física empregada ou que trabalha por conta e pessoa jurídica.

Médicos, advogados, dentistas, arquitetos, engenheiros, psicólogos... O que esses especialistas têm em comum? Todos são profissionais liberais, ao lado de administradores, enfermeiros, nutricionistas, tradutores, contadores, entre outros.

Quem possui formação técnica ou universitária em determinada área e tem a liberdade para executar a atividade como empregado ou por conta própria é considerado profissional liberal. A categoria se diferencia da dos autônomos exatamente pelo conhecimento técnico para exercer a profissão, porque os segundos podem, ou não, ter qualificação para ofertar produtos e serviços sem vínculo empregatício.

A tributação do profissional liberal depende da forma como ele exerce a profissão. Se trabalhar com vínculo empregatício, terá os impostos

retidos pelo contratante, além de direito a benefícios trabalhistas. O trabalho por conta própria pode ser feito como pessoa física (PF) ou como pessoa jurídica (PJ). “Para escolher o melhor regime de tributação, é necessário realizar uma análise criteriosa”, afirma o vice-presidente administrativo da Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas (Fenaccon), Wilson Gimenez Júnior.

“Geralmente, a partir de um determinado patamar de renda, a tributação do profissional liberal como PF é mais onerosa do que como PJ. Em alguns casos, pode chegar a 27,5%, enquanto a carga tributária da PJ é, em média, de 16,33%, tudo sem considerar as contribuições previdenciárias”, explica.

“Só é preciso contemplar os custos para manter as obrigações como PJ”, acrescenta.

A Receita Federal pode, facilmente, cruzar as informações declaradas pelos profissionais liberais com as declarações de IRPF de seus clientes



Carnê leão e Previdência Social

O liberal que escolhe prestar serviço de maneira autônoma, como PF, precisa estar familiarizado com o carnê leão, necessário para o recolhimento mensal, obrigatório, do Imposto de Renda (IR), que incide sobre os rendimentos recebidos de outra pessoa física ou do exterior.

O carnê leão obedece a uma tabela de tributação chamada de progressiva, na qual as alíquotas crescem à medida que o rendimento da pessoa aumenta. “O recolhimento é feito pelo Documento de Arrecadação de Receitas Federais, o Darf”, informa a consultora da área de Imposto de Renda do Centro de Orientação



Fiscal (Cenofisco), Elisabete de Oliveira Torres.

É por meio de um programa da Receita Federal que se preenche o carnê leão. O profissional liberal deve declarar os seus rendimentos até o último dia útil do mês seguinte ao do recebimento. Se houver imposto a ser pago no mês, basta imprimir o Darf. Preencher o carnê leão não dispensa a declaração do Imposto de Renda anual, mas facilita o trabalho, porque os valores informados no carnê podem ser importados para o programa gerador da declaração. Caso o profissional liberal também receba de pessoa jurídica, esse pagamento do IR será por retenção na fonte. “Nesse caso, solicite à empresa o

informe de rendimentos e, na declaração de ajuste anual, informe o valor na ficha ‘Rendimentos Tributáveis Recebidos de Pessoa Jurídica’”, diz Torres.

Profissionais liberais que trabalham como PF precisam, também, contribuir com a Previdência Social. A contribuição é calculada pela alíquota de 20% sobre a remuneração auferida, observado o teto de contribuição (R\$ 5.839,45 em 2019), e deve ser paga todo dia 15. Contudo, se esse mesmo profissional prestar serviços, na condição de PF, para PJ, esta faz o desconto da contribuição previdenciária pela alíquota de 11% sobre a remuneração auferida, observando também neste caso o limite máximo de contribuição. A PJ que contrata o profissional liberal faz o recolhimento dessa contribuição no dia 20 do mês subsequente.

Cruzamento de dados

O fisco tem diversos mecanismos para controlar a tributação sobre os rendimentos dos

profissionais liberais. “A Receita Federal do Brasil pode, facilmente, cruzar as informações declaradas pelos profissionais liberais com as declarações de ajuste anual do IRPF de seus clientes”, esclarece Gimenez Jr..

A averiguação da Receita ficou ainda mais eficiente desde que foram estabelecidas obrigações acessórias específicas para alguns segmentos, como a Declaração de Serviços Médicos e de Saúde (Dmed) e a Declaração de Informações sobre Atividades Imobiliárias (Dimob). “Bancos também entregam uma obrigação denominada eFinanceira, que, certamente, é utilizada como meio de controle”, completa.

As consequências de não estar com os tributos em dia podem ser cair na malha fina; ter de pagar uma multa, que varia entre 20% e 150% do imposto devido, e, até mesmo, sofrer um processo por evasão fiscal, caso a Receita conclua que houve fraude ou erro intencional na declaração.



Gimenez Jr.: “A partir de um determinado patamar de renda, a tributação do profissional liberal como PF é mais onerosa do que como PJ”



Torres: “O recolhimento [do imposto apurado no carnê leão] é feito pelo Documento de Arrecadação de Receitas Federais, o Darf”



MARKETING

AFINAL, O QUE É MARKETING

Engana-se quem acredita que o marketing tem, apenas, o objetivo de vender algo. Ou divulgar algo. É muito mais do que isso e pode ser decisivo para o sucesso de um negócio.

A partir do momento em que a ideia sai do papel, é preciso fazê-la chegar até o consumidor de maneira satisfatória. Essa é a função do marketing, conjunto de processos para criar, comunicar e distribuir um produto ou um serviço de uma determinada empresa.

Embora o conceito possa ser explicado em poucas linhas, o marketing ainda causa dúvidas sobre como ser aplicado. Por isso, listamos, a seguir, noções gerais de marketing, que vão ajudar você a olhar para a área de outra forma.

Não adianta gastar com comunicação se, quando a pessoa se interessar pelo produto, não conseguir comprá-lo por problemas de distribuição

Marketing não é um departamento

É uma estratégia de relacionamento com o mercado. Por isso, o marketing está em todas as áreas, ainda que seja conduzido por um profissional ou até uma equipe. O marketing está presente no momento em que um atendente passa informações a um cliente por telefone, nas palavras escolhidas para descrever a sua marca no site institucional, na embalagem de um produto, no atendimento pós-venda, no uniforme de funcionários e no cartão de visita. Em suma, marketing é uma cultura de gestão.

Marketing é uma coisa, publicidade é outra

O primeiro identifica uma necessidade do mercado, cria um produto ou um serviço, comunica a existência dele e, por fim, acompanha, no pós-venda, a satisfação do cliente. Já a publicidade é focada na divulgação, com o objetivo de permitir ao mercado conhecer a empresa e o que tem a oferecer. Para muitas marcas, a publicidade é o carro-chefe das vendas, mas ela não funciona sem um marketing estruturado. “Não adianta gastar com comunicação se a pessoa se interessar pelo produto, chegar para comprar e não conseguir, por problemas de distribuição. O setor de marketing vai olhar para toda a empresa”, afirma o consultor de marketing e diretor do ABC da Comunicação, Luciano Bonetti.

Marketing é para todos

Em qualquer modelo de empresa, não importa o tamanho, nem mesmo o setor de atuação, o marketing vai criar a percepção de valor que um cliente tem da marca. E não é preciso gastar muito: a verba a ser investida na área será proporcional ao faturamento da empresa. “No custo do produto ou serviço já tem de embutir os custos do marketing, para que a verba necessária deixe de ser um gasto, sem causar incômodo ao ser reservada, e se torne investimento”, diz Bonetti. A porcentagem do faturamento a ser gasto em marketing pode variar de 2% a 10%.

Não há só um tipo de marketing

Cada empresa deverá descobrir a vertente de marketing mais adequada



Bonetti: Quando incluído no custo do produto, marketing deixa de ser custo e torna-se investimento



Las Casas: Cada empresa deverá descobrir a vertente de marketing mais adequada ao seu negócio

ao seu negócio. Por exemplo, um prestador de serviço autônomo pode investir em marketing pessoal. “Ele vende a imagem dele para ser visto como especialista naquele assunto. Para isso, precisa aparecer. Pode fazer palestras e cursos, por exemplo”, explica o professor da PUC-SP e autor de mais de 20 livros, entre os quais “Marketing de

Serviços” (Editora Atlas), Alexandre Luzzi Las Casas. Outros tipos importantes são o marketing digital, que utiliza sites, blogs, buscadores, redes sociais e aplicativos; marketing de relacionamento, que visa a construir uma relação com os clientes; e o marketing de conteúdo, que atrai e fideliza o cliente ao produzir conteúdo útil para ele.

Três etapas de um plano de marketing

Trata-se de um documento que detalha as ações necessárias para estruturar um plano de marketing na sua empresa. Veja como fazer.

- 1 **Planejamento:** chegou a hora de organizar as metas. Para isso, é necessário unir os dados colhidos na análise de mercado (incluindo a concorrência) e na identificação de ameaças e oportunidades (ou os pontos fracos e fortes da sua empresa, em relação às outras).
- 2 **Implantação:** é a execução do plano de marketing. Deve conter as atividades a serem desempenhadas, prazos, sequência e ordem de prioridade. Também pode conter os custos das ações, além de informar o responsável por cada uma das atividades.
- 3 **Avaliação e controle:** ao olhar para os resultados, será possível ver se a atuação aconteceu de acordo com o esperado. É, então, o momento de ajustar os próximos passos, se preciso, com o objetivo de atingir as metas. Esse controle deve ser contínuo.

MULTAS JÁ SÃO UMA REALIDADE

Com a implantação do sistema eletrônico que unifica o envio dos dados sobre trabalhadores ao governo, será mais comum o empregador ter de pagar por infrações às regras estabelecidas.

É verdade que o eSocial não criou obrigações novas. As exigências que estão no sistema informatizado já constam das leis trabalhistas e previdenciárias. Contudo, ao receber informações de forma unificada, o governo faz com que a lei seja cumprida mais rapidamente do que antes. Para as empresas, uma coisa é certa: descumprir as normas resultará em prejuízo ao caixa do negócio.

Pelo eSocial serão transmitidos dados dos empregadores – tanto as informações cadastrais quanto as previdenciárias e sobre as cotas; dados dos empregados – desde a admissão até a folha de pagamento; informações dos empregados sem vínculo empregatício e dados relacionados à área de segurança

O contador é um aliado do empresário na gestão da empresa. Mas cabe ao empregador promover as boas práticas e o cumprimento da legislação

do trabalho. “São mais de 40 eventos a serem enviados, a depender do tipo de empresa e situações que ocorrem com os trabalhadores”, afirma a especialista em Recursos Humanos com foco em Departamento

Pessoal e professora de Gestão e Negócios do Senac SP, Rosângela Santos.

A ligação da EFD-Reinf e DCTF-Web com as multas

A Escrituração Fiscal Digital de Retenções e Outras Informações Fiscais (EFD-Reinf) complementa as informações do eSocial, em especial sobre as retenções previdenciárias e as demais informações que, hoje, são informadas pelo Sistema Empresa de Recolhimento do FGTS e Informações à Previdência Social (Sefip) e pela Guia de Recolhimento do FGTS e de Informações à Previdência Social (Gfip), conforme explica o especialista em Direito do Trabalho e diretor do Instituto de Educação em RH, André Azevedo. “A Declaração de Débitos e Créditos Tributários Federais Previdenciários e de Outras Entidades e Fundos (DCTFWeb) cruzará as informações enviadas pelo eSocial e pela EFD-Reinf para gerar a guia de recolhimento previdenciária, de acordo com os débitos e os créditos apurados em tais declarações”, diz.

É por meio do cruzamento de dados enviados pelo eSocial, EFD-Reinf e DCTFWeb que o governo identifica informações incompletas, inexatas ou entregues fora do prazo pelas empresas. “Pelo fato de a Receita Federal ser uma das participantes da gestão das informações, há a possibilidade de cruzar dados com o que o órgão



Santos: “São mais de 40 eventos a serem enviados, a depender do tipo de empresa e situações que ocorrem com os trabalhadores”



Azevedo: “A DCTFWeb cruzará as informações enviadas pelo eSocial e pela EFD-Reinf para gerar a guia de recolhimento previdenciária”

já tem em mãos”, pondera a professora do Senac SP. “Alguns exemplos: faturamento da empresa x informações da folha; renda declarada x renda recebida ou informada; relações comerciais existentes entre empresas e pessoas físicas; cumprimento das obrigações x recolhimento dos tributos

e cumprimento das cotas de contratação de aprendizes e de pessoas com deficiência”, relaciona.

A tabela de multas, a seguir, não é específica do eSocial, todas as infrações estão na legislação previdenciária, no Imposto de Renda e na Consolidação das Leis do Trabalho. Conhecer os valores pode

ajudar a entender a nova realidade imposta pelo sistema informatizado do governo, para se preparar diante dessa responsabilidade. “O contador é um apoio, um aliado do empresário na gestão da empresa. Mas cabe ao empregador promover as boas práticas e o cumprimento da legislação”, esclarece Santos.

Evento	Multa mínima	Multa máxima
Não entregar ou entregar o Sped fora do prazo	50% da multa, se a empresa entregar o eSocial após o prazo, mas, antes de qualquer procedimento de ofício	R\$ 500,00 para empresas no lucro presumido; R\$ 1.500,00 para empresas no lucro real
Após intimado pela Receita, não entregar eSocial e nem prestar esclarecimentos	R\$ 1.000,00 por mês-calendário	
Apresentar eSocial/EFD-Reinf/DCTFWeb com informações inexatas, incompletas ou omitidas	R\$ 100,00	0,2% do faturamento do mês anterior ao da entrega da declaração, limitado a 20%
Não respeitar a duração do trabalho (horas extras, intervalos, banco de horas, compensação, adicional, jornadas)	R\$ 40,25	R\$ 4.025,33
Não pagar DSR	R\$ 40,25	R\$ 4.025,33
FGTS (deixar de computar parcela, não efetuar depósito, não efetuar depósito após notificação)	R\$ 10,64, por empregado	R\$ 106,41, por empregado
FGTS (apresentar informações com erro/omissão)	R\$ 2,13, por empregado	R\$ 5,32, por empregado
13º salário (não pagar no prazo, não pagar com médias, etc.)	R\$ 170,26, por empregado	
Férias (deixar de pagar com médias, pagar em atraso, pagamento de férias por decisão judicial, etc.)	R\$ 170,26 + o valor das férias não pagas, por empregado	
Não contratar pessoa com deficiência	R\$ 253,36	R\$ 281.526,96
Não incluir na folha de pagamento os segurados (estagiários, prestadores de serviço pessoa física e outros)	R\$ 2.331,32	R\$ 233.130,50
Deixar a empresa de exibir à Previdência Social os comprovantes de recolhimento da contribuição previdenciária ou apresentar informação diversa da realidade	R\$ 23.313,00	
Segurança do Trabalho (não fazer PPRA, não usar EPIs, não fazer exames periódicos ou emendar licença-maternidade com férias, sem exame de retorno)	R\$ 670,89	R\$ 6.708,59
Deixar de emitir CAT nos prazos legais	R\$ 998,00 por acidente não informado	R\$ 5.839,45, por acidente não informado
Deixar de informar os afastamentos temporários S2230 (férias, atestados de afastamentos superiores a 2 dias, licença-maternidade, etc.)	R\$ 1.812,87	R\$ 181.284,63
Não manter em dia os exames médicos (ASO)	R\$ 402,53	R\$ 4.025,33
Entrega de Caged com atraso até 30 dias	R\$ 4,47, por empregado	
Entrega de Caged com atraso de 31 a 60 dias	R\$ 6,70, por empregado	
Falta de Caged/entrega com atraso acima de 60 dias	R\$ 13,41, por empregado	
Falta de atualização no Livro de Registro de Empregado (LRE) / Ficha de Registro de Empregado (FRE)	R\$ 600,00 por empregado	

5 DICAS DE MARKETING para sua empresa



É sempre importante buscar alternativas para se destacar da concorrência, visando fortalecer sua marca e atrair mais oportunidades de negócio.

1

Posicione-se: Um posicionamento de marca bem elaborado indica como sua empresa quer ser reconhecida no mercado. Ele comunica quais são seus valores e identifica quais pontos de contato e de afinidade podem ser compartilhados entre a marca e seus seguidores.



Projetado por jeob - Freepik

2

Tenha um material gráfico profissional: Materiais gráficos de apoio influenciam a forma como sua marca é percebida. Vá além do cartão de visitas: ter uma apresentação comercial com o padrão visual de sua empresa é essencial para se apresentar profissionalmente em reuniões de negócios.



Projetado por jeob - Freepik

3

Padronize: Para que sua empresa fique na memória dos clientes de forma positiva, é importante que tudo relacionado a ela utilize a mesma linguagem. Materiais gráficos, uniformes e brindes devem manter a identidade oficial da instituição.



4

Divulgue seus pontos fortes: Muitas empresas não percebem que já possuem características que as diferenciam da concorrência. Mostre ao mercado o que você tem de melhor e trabalhe para que estes aspectos se mantenham em alta. Dissemine seus diferenciais em todas as ferramentas de comunicação que você possui.



5

Invista nas parcerias: Uma boa estratégia para expandir suas oportunidades comerciais é buscar parcerias que gerem oportunidades de negócio. Bons parceiros agregam valor ao seu negócio e dão suporte à realização de projetos que resultem em lucratividade. As verdadeiras parcerias são aquelas em que ambas as empresas se beneficiam mais do que se agissem isoladamente.



ABRIL'19	
DIA ⁽¹⁾	OBRIGAÇÕES
05	Caged – Mar.'19 eSocial – Abr.'19 FGTS – Mar.'19 Relação Anual de Informações Sociais (Rais) – Ano-base 2018 Salários – Mar.'19 ⁽²⁾ Simples Doméstico – Mar.'19
10	GPS – Envio ao sindicato ⁽³⁾
12	EFD-Contribuições – PIS/Cofins – Fev.'19
15	DCTFWeb/Prev. – Pessoas jurídicas com faturamento anual superior a R\$ 78 milhões – Mar.'19 EFD-Reinf – Exceto empregadores pessoa física, optantes pelo Simples Nacional, produtores rurais pessoa física e entidades sem fins lucrativos – Mar.'19 Previdência Social – Contribuinte individual ⁽⁴⁾ – Mar.'19
18	Cofins/CSLL/PIS fonte – Mar.'19 Cofins – Entidades financeiras e equiparadas – Mar.'19 IRRF – Mar.'19 PIS – Entidades financeiras e equiparadas – Mar.'19 Previdência Social – Mar.'19
22	DCTF – Fev.'19 Simples – Mar.'19
25	Cofins – Mar.'19 IPI – Mar.'19 PIS – Mar.'19
29	DeSTDA – Mar.'19
30	Contribuição sindical facultativa – 2019 ⁽⁵⁾ CSLL – Mar.'19 CSLL – Trimestral – 1ª cota ou única Declaração de Imposto de Renda da Pessoa Física – Ano-base 2018 Declaração de Operações Liquidadas com Moeda em Espécie (DME) – Mar.'19 IRPF – Alienação de bens ou direitos – Mar.'19 IRPF – Carnê leão – Mar.'19 IRPF – Renda variável – Mar.'19 IRPJ – Lucro inflacionário – Mar.'19 IRPJ – Mar.'19 IRPJ – Renda variável – Mar.'19 IRPJ – Simples – Lucro na alienação de ativos – Mar.'19 IRPJ – Trimestral – 1ª cota ou única Pert – Abr.'19 Pert-SN – Abr.'19 Refis – Mar.'19 Refis da Copa (Lei nº 12.996/14) – Abr.'19 Refis da Crise (Lei nº 11.941/09) – Abr.'19

MAIO'19	
DIA ⁽¹⁾	OBRIGAÇÕES
07	Caged – Abr.'19 eSocial – Mai.'19 FGTS – Abr.'19 Salários – Abr.'19 ⁽²⁾ Simples Doméstico – Abr.'19
10	GPS – Envio ao sindicato ⁽³⁾
15	DCTFWeb/Prev. – Exceto empregadores pessoa física, optantes pelo Simples Nacional, produtores rurais pessoa física e entidades sem fins lucrativos – Abr.'19 EFD-Contribuições – PIS/Cofins – Mar.'19 EFD-Reinf – Exceto empregadores pessoa física, optantes pelo Simples Nacional, produtores rurais pessoa física e entidades sem fins lucrativos – Abr.'19 Previdência Social – Contribuinte individual ⁽⁴⁾ – Abr.'19
20	Cofins/CSLL/PIS fonte – Abr.'19 Cofins – Entidades financeiras e equiparadas – Abr.'19 IRRF – Abr.'19 PIS – Entidades financeiras e equiparadas – Abr.'19 Previdência Social – Abr.'19 Simples – Abr.'19
22	DCTF – Mar.'19
24	Cofins – Abr.'19 IPI – Abr.'19 PIS – Abr.'19
28	DeSTDA – Abr.'19
31	CSLL – Abr.'19 CSLL – Trimestral – 2ª cota Declaração Anual do Simples Nacional para o MEI (DASN-Simei) – Ano-base 2018 Decl. de Oper. Liquidadas com Moeda em Espécie (DME) – Abr.'19 Escrituração Contábil Digital (ECD) – Ano-base 2018 IRPF – Alienação de bens ou direitos – Abr.'19 IRPF – Carnê leão – Abr.'19 IRPF – Renda variável – Abr.'19 IRPJ – Abr.'19 IRPJ – Lucro inflacionário – Abr.'19 IRPJ – Renda variável – Abr.'19 IRPJ – Simples – Lucro na alienação de ativos – Abr.'19 IRPJ – Trimestral – 2ª cota Pert – Mai.'19 Pert-SN – Mai.'19 Refis – Abr.'19 Refis da Copa (Lei nº 12.996/14) – Mai.'19 Refis da Crise (Lei nº 11.941/09) – Mai.'19

(1) Estas datas **não** consideram os feriados estaduais e municipais. (2) Exceto se outra data for especificada em Convenção Coletiva de Trabalho. (3) A Lei nº 11.933/09 ampliou, do dia 10 para o dia 20, o prazo para recolhimento da contribuição previdenciária das empresas. Apesar disso, o Decreto nº 3.048/99, que determina o envio de cópia da GPS ao sindicato até o dia 10 (art. 225, V), não foi alterado. (4) Contribuinte facultativo e autônomo sem prestação de serviços para empresas. (5) A Lei nº 13.467/17 extinguiu a obrigatoriedade da contribuição sindical.

TABELA DE CONTRIBUIÇÃO DOS SEGURADOS EMPREGADO, EMPREGADO DOMÉSTICO E TRABALHADOR AVULSO (A PARTIR DE JAN.'19)

FAIXAS SALARIAIS (R\$)	ALÍQUOTA PARA FINS DE RECOLHIMENTO AO INSS (%)
até 1.751,81	8,00
de 1.751,82 a 2.919,72	9,00
de 2.919,73 a 5.839,45	11,00

IMPOSTO DE RENDA (A PARTIR DE ABR.'15)

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

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

OUTROS INDICADORES

Salário mínimo	998,00		
Teto INSS	5.839,45		
Salário-família	salários até 907,77	46,54	
	salários de 907,78 a 1.364,43	32,80	
Ufir (dez.'00)	1,0641	UPFAL	25,96
Ufemg	3,5932	UPF/BA (dez.'00)	39,71
Uferr	365,77	UPF/PA	3,4617
Ufesp	26,53	UPF/RO	70,68
Ufirce	4,26072	UPF/RS	19,5356
Ufir/RJ	3,4211	VRTE/ES	3,4217
UFR/PI	3,42	—	

INDICADORES ECONÔMICOS

MÊS	FGV					DIEESE	IBGE	FIPE	BACEN				SFH	
	IGP-M	IGP-DI	INCC-DI	IPA-DI	IPC-DI				ICV	INPC	IPCA	IPC		TJLP
Mar.'18	0,64	0,56	0,24	0,77	0,17	0,03	0,07	0,09	0,00	0,56	0,0000	0,53	0,5000	23,54
Abr.'18	0,57	0,93	0,29	1,26	0,34	0,04	0,21	0,22	-0,03	0,53	0,0000	0,52	0,5000	23,54
Mai.'18	1,38	1,64	0,23	2,35	0,41	0,07	0,43	0,40	0,19	0,53	0,0000	0,52	0,5000	23,54
Jun.'18	1,87	1,48	0,97	1,67	1,19	1,38	1,43	1,26	1,01	0,53	0,0000	0,52	0,5000	23,54
Jul.'18	0,51	0,44	0,61	0,52	0,17	0,14	0,25	0,33	0,23	0,53	0,0000	0,54	0,5000	23,54
Ago.'18	0,70	0,68	0,15	0,99	0,07	-0,09	0,00	-0,09	0,41	0,53	0,0000	0,57	0,5000	23,54
Set.'18	1,52	1,79	0,23	2,54	0,45	0,55	0,30	0,48	0,39	0,53	0,0000	0,47	0,5000	23,54
Out.'18	0,89	0,26	0,35	0,17	0,48	0,58	0,40	0,45	0,48	0,55	0,0000	0,54	0,5000	23,54
Nov.'18	-0,49	-1,14	0,13	-1,70	-0,17	0,32	-0,25	-0,21	0,15	0,56	0,0000	0,49	0,5000	23,54
Dez.'18	-1,08	-0,45	0,13	-0,82	0,29	-0,21	0,14	0,15	0,09	0,56	0,0000	0,49	0,5000	23,54
Jan.'19	0,01	0,07	0,49	-0,19	0,57	0,43	0,36	0,32	0,58	0,57	0,0000	0,54	0,5000	23,54
Fev.'19	0,88	1,25	0,09	1,79	0,35	0,35	0,54	0,43	0,54	0,57	0,0000	0,49	0,5000	23,54
Acumulado em 12 meses	7,54	7,73	3,99	9,68	4,38	3,65	3,94	3,89	4,13	6,79	0,0000	6,39	6,1700	0,00

SIMPLES NACIONAL – COMÉRCIO E INDÚSTRIA

RECEITA BRUTA EM 12 MESES (R\$)	ANEXO I – COMÉRCIO								ANEXO II – INDÚSTRIA ⁽²⁾								
	ALÍQUOTA NOM. (%)	VALOR A DEDUZIR (R\$)	IRPJ	CSLL	COFINS	PIS/PASEP	CPP	ICMS ⁽¹⁾	ALÍQUOTA NOM. (%)	VALOR A DEDUZIR (R\$)	IRPJ	CSLL	COFINS	PIS/PASEP	CPP	IPI	ICMS
Até 180.000,00	4,00	—	5,50	3,50	12,74	2,76	41,50	34,00	4,50	—	5,50	3,50	11,51	2,49	37,50	7,50	32,00
De 180.000,01 a 360.000,00	7,30	5.940,00	5,50	3,50	12,74	2,76	41,50	34,00	7,80	5.940,00	5,50	3,50	11,51	2,49	37,50	7,50	32,00
De 360.000,01 a 720.000,00	9,50	13.860,00	5,50	3,50	12,74	2,76	42,00	33,50	10,00	13.860,00	5,50	3,50	11,51	2,49	37,50	7,50	32,00
De 720.000,01 a 1.800.000,00	10,70	22.500,00	5,50	3,50	12,74	2,76	42,00	33,50	11,20	22.500,00	5,50	3,50	11,51	2,49	37,50	7,50	32,00
De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	14,30	87.300,00	5,50	3,50	12,74	2,76	42,00	33,50	14,70	85.500,00	5,50	3,50	11,51	2,49	37,50	7,50	32,00
De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	19,00	378.000,00	13,50	10,00	28,27	6,13	42,10	—	30,00	720.000,00	8,50	7,50	20,96	4,54	23,50	35,00	—

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

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

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

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

SIMPLES NACIONAL – SERVIÇOS

RECEITA BRUTA EM 12 MESES (R\$)	ANEXO III – SERVIÇOS								ANEXO IV – SERVIÇOS						
	ALÍQUOTA NOM. (%)	VALOR A DEDUZIR (R\$)	IRPJ	CSLL	COFINS	PIS/PASEP	CPP	ISS ⁽³⁾	ALÍQUOTA NOM. (%)	VALOR A DEDUZIR (R\$)	IRPJ	CSLL	COFINS	PIS/PASEP	ISS ⁽⁴⁾
Até 180.000,00	6,00	–	4,00	3,50	12,82	2,78	43,40	33,50	4,50	–	18,80	15,20	17,67	3,83	44,50
De 180.000,01 a 360.000,00	11,20	9.360,00	4,00	3,50	14,05	3,05	43,40	32,00	9,00	8.100,00	19,80	15,20	20,55	4,45	40,00
De 360.000,01 a 720.000,00	13,50	17.640,00	4,00	3,50	13,64	2,96	43,40	32,50	10,20	12.420,00	20,80	15,20	19,73	4,27	40,00
De 720.000,01 a 1.800.000,00	16,00	35.640,00	4,00	3,50	13,64	2,96	43,40	32,50	14,00	39.780,00	17,80	19,20	18,90	4,10	40,00
De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	21,00	125.640,00	4,00	3,50	12,82	2,78	43,40	33,50 ⁽³⁾	22,00	183.780,00	18,80	19,20	18,08	3,92	40,00 ⁽⁴⁾
De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	33,00	648.000,00	35,00	15,00	16,03	3,47	30,50	–	33,00	828.000,00	53,50	21,50	20,55	4,45	–

(3) Quando o percentual efetivo do ISS for superior a 5%, o resultado limitar-se-á a 5%, transferindo-se a diferença para os tributos federais, de forma proporcional aos percentuais abaixo. Os percentuais redistribuídos serão acrescentados aos percentuais efetivos de cada tributo federal da respectiva faixa. Quando o valor do RBT12 for superior ao limite da quinta faixa, para a parcela que não ultrapassar o sublimite, o percentual efetivo do ISS será calculado pela fórmula: $\{[(RBT12 \times 21\%) - R\$ 125.640,00] / RBT12\} \times 33,5\%$. Esse percentual também ficará limitado a 5%, redistribuindo-se eventual diferença para os tributos federais na forma acima prevista, de acordo com os seguintes percentuais: IRPJ = 6,02%; CSLL = 5,26%; Cofins = 19,28%; PIS/Pasep = 4,18%; CPP = 65,26%. Total = 100%.

(4) O percentual efetivo máximo devido ao ISS será de 5%, transferindo-se a diferença, de forma proporcional, aos tributos federais da mesma faixa de receita bruta anual. Sendo assim, na quinta faixa, quando a Alíquota Efetiva (AE) for superior a 12,5%, a repartição será: IRPJ = $(AE - 5\%) \times 31,33\%$; CSLL = $(AE - 5\%) \times 32,00\%$; Cofins = $(AE - 5\%) \times 30,13\%$; PIS/Pasep = $(AE - 5\%) \times 6,54\%$; ISS = Percentual de ISS fixo em 5%. Quando o percentual efetivo do ISS for superior a 5%, o resultado limitar-se-á a 5%, transferindo-se a diferença para os tributos federais, de forma proporcional aos percentuais abaixo. Os percentuais redistribuídos serão acrescentados aos percentuais efetivos de cada tributo federal da respectiva faixa. Quando o valor do RBT12 for superior ao limite da quinta faixa, para a parcela que não ultrapassar o sublimite, o percentual efetivo do ISS será calculado pela fórmula: $\{[(RBT12 \times 22\%) - R\$ 183.780,00] / RBT12\} \times 40\%$. Esse percentual também ficará limitado a 5%, redistribuindo-se eventual diferença para os tributos federais na forma acima prevista, de acordo com os seguintes percentuais: IRPJ = 31,33%; CSLL = 32%; Cofins = 30,13%; PIS/Pasep = 6,54%. Total = 100%.

ANEXO V – SERVIÇOS

RECEITA BRUTA EM 12 MESES (R\$)	ALÍQUOTA NOM. (%)	VALOR A DEDUZIR (R\$)	IRPJ	CSLL	COFINS	PIS/PASEP	CPP	ISS ⁽⁵⁾
Até 180.000,00	15,50%	–	25,00%	15,00%	14,10%	3,05%	28,85%	14,00
De 180.000,01 a 360.000,00	18,00%	4.500,00	23,00%	15,00%	14,10%	3,05%	27,85%	17,00
De 360.000,01 a 720.000,00	19,50%	9.900,00	24,00%	15,00%	14,92%	3,23%	23,85%	19,00
De 720.000,01 a 1.800.000,00	20,50%	17.100,00	21,00%	15,00%	15,74%	3,41%	23,85%	21,00
De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	23,00%	62.100,00	23,00%	12,50%	14,10%	3,05%	23,85%	23,50 ⁽⁵⁾
De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	30,50%	540.000,00	35,00%	15,50%	16,44%	3,56%	29,50%	–

(5) Quando o percentual efetivo do ISS for superior a 5%, o resultado limitar-se-á a 5%, transferindo-se a diferença para os tributos federais, de forma proporcional aos percentuais abaixo. Os percentuais redistribuídos serão acrescentados aos percentuais efetivos de cada tributo federal da respectiva faixa. Quando o valor do RBT12 for superior ao limite da quinta faixa, para a parcela que não ultrapassar o sublimite, o percentual efetivo do ISS será calculado pela fórmula: $\{[(RBT12 \times 23\%) - R\$ 62.100,00] / RBT12\} \times 23,5\%$. Esse percentual também ficará limitado a 5%, redistribuindo-se eventual diferença para os tributos federais na forma acima prevista, de acordo com os seguintes percentuais: IRPJ = 30,07%; CSLL = 16,34%; Cofins = 18,43%; PIS/Pasep = 3,99%; CPP = 31,17%. Total = 100%.

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

VOCÊ E SUA EMPRESA
PODEM **TRANSFORMAR**
O PRESENTE DE MILHARES
DE CRIANÇAS E JOVENS!

 /planinternacionalbrasil
 /planbr
 /planbrasil



A **Plan International** é uma organização não governamental de origem inglesa ativa desde 1937, presente em 71 países. Atuamos no Brasil desde 1997, atendendo mais de 100 comunidades, com mais de 20 projetos que beneficiam aproximadamente 75 mil crianças e adolescentes.

Empresa solidária: plan@plan.org.br | (11) 3956-2177
Pessoa física: doeplan.org.br | doador@plan.org.br

www.plan.org.br

