



CUIDADO COM A SAÚDE FINANCEIRA DA INSTITUIÇÃO

PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO PARA 2021 – CHEGOU A HORA DE DISCUTIR O ASSUNTO

É hora de começar a preparar estudos com os contadores ou consultores para uma perfeita adequação do regime tributário correto para 2021, pois um erro neste momento obrigará sua empresa permanecer ao longo de todo ano, naquele regime tributário, fato que poderá fazer com que haja grandes prejuízos na saúde financeira da instituição.

Francisco Demolinari Arrighi (*)

Assim preparamos uma cartilha de pontos que não podem ser esquecidos por todos os empresários:

1 O que o empresário deve conhecer – É preciso conhecer os tributos que são cobrados no Brasil. Mesmo que você não seja um especialista no assunto, é preciso conhecer bem o seu negócio e adaptá-lo aos tributos, pois existem muitas atividades onde a lucratividade é muito baixa e a tributação muito alta, onde acabamos por ter um custo de tributos na grande maioria das vezes maior do que o próprio negócio.

Isso quando o tributo não faz a empresa gerar prejuízos mensalmente, ou seja, precisamos conhecer ao menos os principais tributos e forma de tributação, deixando sempre claro que o “simples nacional” nem sempre é a melhor opção. Pesquise e se atualize e mantenha-se bem informado sobre quais incidem em sua operação.

Sabemos que é uma tendência natural ao pensarmos em montar uma empresa é que devemos construí-la no simples nacional, não faça isso, estude, escute, discuta.

Temos que optar pelo regime tributário até 31.01, ou seja, está na hora exata de reservarmos parte de nosso tempo para discutir o assunto. Ao longo do ano, após a opção, não podemos mais mudar, só no ano seguinte.

2 Verifique se existem incentivos ou isenções fiscais – Sua empresa deve estar na região onde há incentivos e você deve buscar o correto enquadramento tributário, verifique se existem incentivos e/ou isenções referentes à atividade dela.

Uma boa dica é simular os cenários de tributação para saber se há casos de compensação de créditos fiscais ou se há possibilidades de se enquadrar em alguma modalidade de incentivo. Há regiões que são mais benéficas que outras e, às vezes, a adaptação para região onde os tributos são menores vale a pena.

3 Créditos tributários – Tenha sempre muito cuidado com isso, pois existem escritórios que oferecem diversos tipos de créditos, sempre fique atento e não deixe de ler a Cartilha de Fraude da PGFN, e lá você saberá tudo que não pode fazer.

4 Os regimes tributários – Você poderá adaptar sua empresa como MEI (micro empresário individual) atendendo apenas para o baixo valor de faturamento anual, que pode ser no máximo de R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais), como simples nacional, cujo faturamento não pode ultrapassar a R\$3.600.000,00, lucro presumido o faturamento anual não pode ultrapassar a R\$ 78.000.000,00 o lucro arbitrado que não há limite de faturamento e, por fim, o lucro real que também não há limite de faturamento.

5 Como escolher – Examine seu enquadramento para descobrir como ele possibilita a obtenção e o uso de valores. Algumas siglas permitem que se credite quando toma serviços, outras na compra de mercadorias e outras ainda permitem o uso de créditos adquiridos em depreciação e pagamentos de despesas.

Não utilize nunca créditos de terceiros, pois as restrições para transferência de créditos são grandes e antes de qualquer procedimento peça informações a RFB. Após isso, com os números apurados, está na hora de fazer contas para efetivamente identificar como escolher que regime tributário será escolhido.

6 Elisão fiscal, sonegação – Sonegação fiscal ou ocultação no recolhimento dos tributos é ilegal e configura crime. Já a elisão fiscal é uma forma legalizada de diminuir os encargos públicos e pode ser decorrente da própria legislação ou resultante dessa legislação.

Seu patrimônio pessoal poderá ser comprometido com procedimentos de sonegação, que poderá levar o empresário à sujeição passiva que corresponde à responsabilização pessoal do mesmo para dívidas objeto de autuação fiscal.

Precisamos entender que estas dívidas tributárias normais não são consideradas sonegação e podem a todo instante ser negociadas com o fisco através de parcelamentos e até mesmo negociações.

7 Obrigações acessórias – Em cada opção que o empresário adotar ele deve da mesma forma entender que obrigações está sujeita sua empresa para conseguir atender à legislação. Sabemos que em alguns regimes tributários o

volume de obrigações acessórias pode ser muito elevado e, dentre estes, estão listados com mais frequência o ECD, ECF, Speed fiscal e contábil, Dirf, Rais que passam a fazer parte do vocabulário do empresário.

A carga burocrática de alguns enquadramentos pode ser muito maior do que de outros. Por isso, é importante pesquisar estas obrigações acessórias e como cumpri-las. Dessa forma, você economiza tempo, recurso e dinheiro com a escolha da legislação mais adequada.

8 Regime de caixa ou de competência – Muito cuidado com isso, pois após definir o enquadramento tributário você precisa também conhecer quem serão seus possíveis clientes e que tempo eles podem levar para pagar à empresa o que foi vendido ou receber o serviço prestado e, neste momento, saber se deverá ser adotado o regime de caixa ou competência é fundamental.

No regime de caixa você só paga o tributo ao receber efetivamente o dinheiro no caixa da empresa, enquanto o regime de competência você paga o imposto a partir da emissão da nota fiscal. É claro que no regime de caixa o trabalho da área contábil da empresa é muito maior pois todos os recebimentos devem ser controlados individualmente e a própria empresa deve controlar extra contábil o que tem a receber, pois os valores não ficam contabilizados.

9 Pró-labore – Estabelecer alta retirada mensal significa uma alta alíquota do imposto de renda. Se você retirar R\$15 mil, por exemplo, terá que pagar aproximadamente de INSS e IR em torno de 40%. Deve-se diminuir o valor do seu pró-labore e distribuir o restante sob forma de lucro, que ainda não é tributado no Brasil.

10 Despesas pessoais – Essas o empresário deve separá-las completamente da empresa. O maior erro no ramo empresarial é confundir as finanças pessoais com as da empresa. Além de atrapalhar na gestão, a atitude pode aumentar a tributação em cima dos rendimentos e diminuir sua margem de lucro.

Pior do que isso, não é permitido pagar contas pessoais com dinheiro da empresa, isso pode levar a grandes autuações e comprometer o patrimônio pessoal. Não faça da conta bancária da empresa a sua conta para pagar tudo.

(*) - É presidente da Fradema Consultores Tributários (www.fradema.com.br).

EMPREENDEDORES COMPULSIVOS

#tenhacatrizes

Anúncio ou Conteúdo Digital?

Carol Olival (*)

Estamos vivendo um momento de transformação da sociedade, e como sempre acontece na história, essa transformação acontece cada vez com maior profundidade e num período mais curto de tempo. A revolução digital está mudando nossa forma de pensar, de interagir e de viver. Com certeza está mudando também nossa forma de comprar e de vender.

Eu tenho visto muitas empresas tentando encontrar um caminho no marketing digital e buscando uma solução no anúncio digital, aqueles que acontecem pelas redes sociais como Facebook, Instagram, LinkedIn e até mesmo pelo Google, mas esquecendo-se de que esses anúncios dependem de um outro componente para trazer a tão sonhada conversão. Esse com-

ponente, muitas vezes esquecido ou até mesmo desconhecido das empresas, é o conteúdo. O conteúdo é o que faz a uma empresa ser especial, ter alma, ter propósito. O conteúdo é o que cria a fidelização, o que cria elos.

Uma analogia boa para entender a função do anúncio digital é o “boneco de posto”. Todos já vimos como funciona: a loja coloca um boneco de ar na sua fachada, o boneco se mexe e chama a atenção de quem está passando. Mas essa pessoa entra e compra alguma coisa na loja? Com certeza simplesmente por conta do boneco, não! O boneco desvia a atenção, aguça a curiosidade, mas cabe à loja ter “conteúdo” atrativo para reter a atenção do cliente, para que ele se sinta de alguma forma conectado e dê o próximo passo no sentido da conversão, da compra. O conteúdo é o que vai manter o cliente dentro da loja, interessado em ver os

produtos, conhecer a empresa e, eventualmente, comprar. Um dá suporte ao outro, e nenhum funciona sozinho.

O mundo do marketing e das vendas digitais tem dois pilares: anúncios e conteúdo. A conversão vai acontecer dentro desses dois pilares, quando seu cliente tiver entendido o seu negócio e quando você, ou o porta-voz da sua empresa, tiver se posicionado como uma autoridade em termos de conhecimento, dentro do mercado em que sua empresa está inserida.

A beleza do mundo digital é que tudo fica muito mais ao alcance de todos. Todos podemos ser não somente consumidores, mas também criadores de conteúdo. E para as empresas, vamos sempre nos lembrar de que nós, que somos empreendedores, precisamos nos tornar fonte de informação e de conhecimento, referências dentro de nossas áreas.



Carol Olival

(*) É membro dos Empreendedores Compulsivos. Graduada em Arquitetura e Urbanismo, pós-graduação em Administração, MBA em Empreendedorismo e Inovação, atualmente cursando um mestrado internacional em Digital Marketing. Desde 2016 é Community Outreach Director da Full Sail University. Com três livros publicados sobre treinamento e sobre o processo de ensino-aprendizagem, Carol integra conhecimentos fundamentais para o momento atual, em que a experiência pessoal precisa ser urgentemente replicada num mundo que se tornou fundamentalmente digital.