



AS CAMPOLI

consultoria contábil

www.ascampoli.com.br 4552-8400 / 99989-7765 sac@ascampoli.com.br
Avenida Cauaxi, 293 - Conj. 701 - Alphaville - CEP 06454-020 - Barueri/SP

Março e Abril de 2021

Sucesso empresarial depende da **profissionalização da gestão**

O país que tem uma das mais altas taxas de empreendedorismo do mundo é, ao mesmo tempo, um dos líderes em mortalidade empresarial, com 60% de suas empresas sendo encerradas antes de completarem cinco anos de atividade. No caso das micro e pequenas empresas, a maior dificuldade consiste na falta de qualificação dos gestores.

Os problemas começam na constituição do negócio, aberto normalmente por necessidade, e não por oportunidade. Soma-se a isso o fato de o empreendedor brasileiro ser, predominantemente, seguidor tardio das inovações. Assim, temos empresas que começam mal, se estruturam mal e não conseguem recuperar o capital, o que ajuda a explicar a alta taxa de mortalidade.

A boa notícia é que é possível corrigir essa trajetória pela reformulação da gestão, com o empresário se profissionalizando como administrador ou buscando apoio especializado. O ponto crucial é o empreendedor reconhecer as próprias limitações e abandonar a gestão intuitiva, baseada em sua experiência, em favor de um modelo profissional.

Profissionalizar a gestão tem custos, mas o amadorismo pode sair mais bem caro, sobretudo por dificultar a antecipação de riscos óbvios que, quando não solucionados, resultam no fim do negócio.

A profissionalização impõe a necessidade de formalizar seus processos gerenciais e operacionais. Um processo é um conjunto sequencial de etapas e ações que têm um objetivo em comum e que sempre avançam em direção à geração ou entrega de resultados. Mapear os processos nada mais é do que registrar a sequência lógica das atividades que os compõem e sua inter-relação com o

fluxo de trabalho. Com isso, o empresário passa a ter dados para entendê-los, monitorá-los e aprimorá-los.

Um problema decorrente da administração não profissionalizada é a dificuldade dos gestores em transmitir com clareza as estratégias e objetivos da empresa para a equipe operacional. Essa centralização é nociva tanto por dificultar a execução das metas planejadas como por impedir que a organização tenha um crescimento orgânico, em que todos têm responsabilidades e objetivos definidos.

Atualmente, novos sistemas de gestão têm contribuído para a qualificação da administração e dos processos. Os métodos ágeis são adequados para empresas que atuam com produtos digitais e que estão focadas em identificar necessidades e problemas dos clientes; estabelecer uma jornada de compras; desenvolver produtos; e colocá-los em teste. Há, ainda, o OKR (*Objectives and Key Results*, objetivos e resultados-chave), mais pautado em resultado. Geralmente, estabelece-se um ciclo de três meses e o que pode ser executado nesse tempo. Por lidar com períodos curtos, o sistema é mais flexível, permitindo mudanças de rota com maior facilidade.

Controle e planejamento também desafiam as empresas que pretendem profissionalizar sua gestão. Muitas vezes, os sócios trabalham focados em 'apagar fogo' e não conseguem nem planejar o futuro da empresa nem controlar o sucesso de seus planos.

Desenvolver um plano estratégico ajuda a retomar esse controle, mas é preciso levar em conta tanto a realidade interna quanto o macroambiente. A partir disso, é importante definir uma macrometa e como cada área deverá agir para atingi-la, definindo responsáveis em cada setor.

O marketing digital atingiu um novo patamar no último ano. Com lojas e escritórios impedidos de abrir em função da Covid-19, o online se tornou o principal canal de vendas. No entanto, como todos foram pegos de surpresa e saíram correndo para o ambiente online, faltou uma coisa fundamental: planejamento.

Diversas empresas começaram a fazer marketing digital de forma improvisada, mas esta ferramenta precisa ser pensada estrategicamente. Apenas criar o anúncio e colocá-lo no ar pode significar dinheiro jogado fora. Embora muitas iniciativas possam ser colocadas em prática de forma simples, como a publicação de um anúncio por meio da plataforma Google Ads, o desconhecimento sobre recursos e segmentação da campanha compromete os resultados. Sem familiaridade com o mecanismo, o proprietário de uma pizzaria de Curitiba pode fazer com que a publicidade seja exibida para um internauta em Fortaleza.

No ano passado, até as ações improvisadas permitiram o pagamento das contas no fim do mês, o que contribuiu para quebrar a resistência em relação ao marketing digital. Em 2021, as empresas vão começar a buscar estratégias mais sofisticadas, migrando dos recursos mais simples oferecidos pelas plataformas digitais para os mais complexos. Ou seja, a aplicação de inteligência analítica será maior.

Para que a presença online traga resultados reais para o negócio, o marketing digital precisa ser complementar a outras ações convencionais de marketing. Ambas as estratégias devem trabalhar em sinergia e de

forma coordenada, integrando os diversos canais disponíveis. As empresas têm de entender a função de cada canal em seu ambiente, pois o consumidor não é online ou offline: ele consome informação e é influenciado por todos os meios.

Antes de criar perfis nas redes sociais e veicular anúncios no Google, a empresa precisa fazer um bom planejamento estratégico. Isso implica definir quais são os objetivos a serem atingidos, qual é o seu público-alvo, quem é a sua persona (perfil de cliente ideal), quais são os canais mais adequados para sua estratégia, qual é o orçamento disponível para essas ações e como vai monitorar os resultados.

Dependendo do segmento do negócio, é necessário ir além do anúncio e ampliar o investimento em produção de conteúdo qualificado. É o caso do setor de serviços, que requer mais argumentação para fisgar o cliente. Essas estratégias passam pelo marketing de atração (inbound marketing) e pelo marketing de conteúdo, que recorrem à informação aprofundada para despertar a curiosidade, esclarecer dúvidas e converter pessoas interessadas no serviço em clientes.

Além de aprimorar as ações digitais, as empresas também precisam estar atentas à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Ao definir as ações ou contratar prestadores de serviços em marketing digital, é fundamental observar se a LGPD está sendo respeitada, principalmente em três aspectos essenciais: consentimento, direitos dos titulares dos dados e princípios do tratamento de dados.



O home office passou de tendência à realidade para muitas organizações em poucos dias, quando as primeiras medidas de isolamento foram anunciadas em 2020. Hoje, já se sabe que a mudança veio para ficar.

Estudos realizados pela empresa de recrutamento especializado Robert Half mostram que o formato agradou profissionais e gestores. Quase nove em cada 10 pessoas querem trabalhar mais de casa após o fim do isolamento, pois notaram vantagens, como o maior equilíbrio entre vida pessoal e profissional. Os gestores também constataram benefícios e 89% deles permitirão que os colaboradores trabalhem de casa com mais frequência.

Embora tenha se mostrado viável, o modelo ainda possui uma série de problemas, que vão da infraestrutura à qualidade de vida dos trabalhadores, questões, muitas vezes, difíceis de serem solucionadas durante uma pandemia. Por ter sido criado em caráter emergencial, o home office de hoje não é o ideal. As pessoas obrigadas a trabalhar de casa enfrentam



muitas distrações: a família toda está em casa, as crianças estão sem aula, estão acontecendo reformas domésticas. Isso causa descontentamento e fadiga.

Quando for seguro retornar ao local de trabalho depois da vacinação, provavelmente as empresas buscarão um formato híbrido,

com colaboradores trabalhando mais dias de casa. Isso impõe a criação de uma política de home office para estruturar suas práticas, com o entendimento de quais são os fluxos e os processos que, ao serem realizados de casa, precisam ser modificados, adaptados para o home office.

Sem nunca esquecer o aspecto humano, o gestor deve deixar muito claro o que ele espera do profissional, para que a gestão seja cada vez mais baseada em indicadores e performance. Trata-se de um modelo que demanda um líder mais motivador do que controlador, o que envolve, necessariamente, o treinamento também da liderança, para que ela possa responder adequadamente aos desafios trazidos por essa nova forma de liderar.

6 bons motivos para você mapear os processos de sua empresa

A compreensão do encadeamento das atividades no fluxo de trabalho é uma etapa imprescindível no desenvolvimento de qualquer empresa.

- 1. Auxílio à gestão:** Só com o correto entendimento de como cada trabalho realizado inter-relaciona-se com os demais você consegue estabelecer regras, tempos e limites plausíveis para a execução das tarefas e definir indicadores de desempenho. O esquema ainda lhe proporciona instrumentos para prever os recursos necessários em cada atividade e avaliar custos.
- 2. Aumento de eficiência:** O mapeamento permite que você elimine gargalos e tarefas redundantes ou desnecessárias. Também possibilita a você padronizar ações e corrigir erros.
- 3. Redução de custos:** Ao mesmo tempo em que o maior controle das falhas evita desperdícios e retrabalhos, a fixação de metas e a padronização de tarefas aumentam a produtividade em sua empresa.
- 4. Melhora na qualidade:** O aperfeiçoamento dos processos decorrente de sua esquematização já se traduz em melhora na entrega final do produto ou serviço. Mas o mapeamento traz outra importante vantagem nesse sentido: o funcionário passa a conhecer claramente quais são as suas tarefas, as de seu setor e as da empresa como um todo, sentindo-se mais seguro para executar seu trabalho. Não se surpreenda, portanto, ao perceber maior proatividade na equipe.
- 5. Apoio à capacitação:** A documentação gerada para mapear os processos pode se converter numa ajuda inestimável para você treinar os colaboradores.
- 6. Estímulo à inovação:** Tendo a visão global dos processos, você dispõe de mais informações e recursos para inovar. E isso, sem dúvida, coloca sua empresa à frente da concorrência.

Calendário de Obrigações

MARÇO'21	
DIA ⁽¹⁾	OBRIGAÇÕES
01	DeSTDA – Jan.'21
05	FGTS – Fev.'21 Salários – Fev.'21 ⁽²⁾ Simples Doméstico – Fev.'21
10	GPS – Envio ao sindicato ⁽³⁾
12	EFD-Contribuições – PIS/Cofins – Jan.'21
15	DCTFWeb – Empresas com faturamento anual acima de R\$ 4,8 milhões – Fev.'21 EFD-Reinf – Emp. fatur. anual acima de R\$ 4,8 milhões – Fev.'21 eSocial – Emp. fatur. anual acima de R\$ 4,8 milhões – Fev.'21 Previdência Social – Contribuinte individual ⁽⁴⁾ – Fev.'21
19	Cofins/CSLL/PIS fonte – Fev.'21 Cofins – Entidades financeiras e equiparadas – Fev.'21 DCTF – Jan.'21 Decl. Débitos e Créditos Tributários Federais (DCTF) – Inativas IRRF – Fev.'21 PIS – Entidades financeiras e equiparadas – Fev.'21 Previdência Social – Fev.'21
22	Simples – Fev.'21
25	Cofins – Fev.'21 IPI – Fev.'21 PIS – Fev.'21
29	DeSTDA – Fev.'21
31	CSLL – Fev.'21 CSLL – Trimestral – 3ª cota Decl. Inform. Socioeconômicas e Fiscais (Defis) – Ano-base 2020 Decl. Oper. Liquidadas com Moeda em Espécie (DME) – Fev.'21 IRPF – Alienação de bens ou direitos – Fev.'21 IRPF – Carnê leão – Fev.'21 IRPF – Renda variável – Fev.'21 IRPJ – Fev.'21 IRPJ – Lucro inflacionário – Fev.'21 IRPJ – Renda variável – Fev.'21 IRPJ – Simples – Lucro na alienação de ativos – Fev.'21 IRPJ – Trimestral – 3ª cota Pert – Mar.'21 Pert-SN – Mar.'21 Refis – Fev.'21 Refis da Copa (Lei nº 12.996/14) – Mar.'21 Refis da Crise (Lei nº 11.941/09) – Mar.'21

ABRIL'21	
DIA ⁽¹⁾	OBRIGAÇÕES
07	FGTS – Mar.'21 Salários – Mar.'21 ⁽²⁾ Simples Doméstico – Mar.'21
9	GPS – Envio ao sindicato ⁽³⁾
15	DCTFWeb – Empresas com faturamento anual acima de R\$ 4,8 milhões – Mar.'21 EFD-Contribuições – PIS/Cofins – Fev.'21 EFD-Reinf – Emp. fatur. anual acima de R\$ 4,8 milhões – Mar.'21 eSocial – Emp. fatur. anual acima de R\$ 4,8 milhões – Mar.'21 Previdência Social – Contribuinte individual ⁽⁴⁾ – Mar.'21
20	Cofins/CSLL/PIS fonte – Mar.'21 Cofins – Entidades financeiras e equiparadas – Mar.'21 IRRF – Mar.'21 PIS – Entidades financeiras e equiparadas – Mar.'21 Previdência Social – Mar.'21 Simples – Mar.'21
23	Cofins – Mar.'21 DCTF – Fev.'21 IPI – Mar.'21 PIS – Mar.'21
28	DeSTDA – Mar.'21
30	Contribuição sindical facultativa ⁽⁵⁾ CSLL – Mar.'21 CSLL – Trimestral – 1ª cota ou única Decl. Oper. Liquidadas com Moeda em Espécie (DME) – Mar.'21 Decl. Imposto sobre a Renda da Pessoa Física – Ano-base 2020 IRPF – Alienação de bens ou direitos – Mar.'21 IRPF – Carnê leão – Mar.'21 IRPF – Renda variável – Mar.'21 IRPJ – Lucro inflacionário – Mar.'21 IRPJ – Mar.'21 IRPJ – Renda variável – Mar.'21 IRPJ – Simples – Lucro na alienação de ativos – Mar.'21 IRPJ – Trimestral – 1ª cota ou única Pert – Abr.'21 Pert-SN – Abr.'21 Refis – Mar.'21 Refis da Copa (Lei nº 12.996/14) – Abr.'21 Refis da Crise (Lei nº 11.941/09) – Abr.'21

Obs.: Até o fechamento desta seção, a data-limite para entrega da Relação Anual de Informações Sociais (Rais) – Ano-base 2020 pelas empresas com faturamento anual de até R\$ 4,8 milhões não havia sido oficialmente divulgada.

(1) Estas datas não consideram os feriados estaduais e municipais. (2) Exceto se outra data for especificada em Convenção Coletiva de Trabalho. (3) O inciso V, do art. 225 do Decreto nº 3.048/99, que exigia a apresentação de cópia da GPS ao sindicato até o dia 10 foi revogado pelo Decreto nº 10.410/20. Contudo, esse envio do documento continua obrigatório de acordo com o art. 3º da Lei nº 8.870/94. (4) Contribuinte facultativo e autônomo sem prestação de serviços para empresas. (5) A Lei nº 13.467/17 extinguiu a obrigatoriedade da contribuição sindical.

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	1.100,00
Salário-família - até 1.503,25	51,27
Teto INSS	6.433,57

TABELA DE CONTRIBUIÇÃO DOS SEGURADOS EMPREGADO, EMPREGADO DOMÉSTICO E TRABALHADOR AVULSO (A PARTIR DE JAN.'21)	
SALÁRIO DE CONTRIBUIÇÃO (R\$)	ALÍQUOTA (%)*
até 1.100,00	7,5
de 1.100,01 até 2.203,48	9,0
de 2.203,49 até 3.305,22	12,0
de 3.305,23 até 6.433,57	14,0

* Cada alíquota incide sobre a respectiva faixa de valores do salário de contribuição.

Contas
INFORMATIVO

Publicação bimestral da Editora Quarup em parceria com empresas contábeis, tem por objetivo assessorar o empresário com informações de caráter administrativo.

Rua Manuel Ribeiro, 167 • Santo André • SP • 09172-730 • Tel.: (11) 4972-7222

www.quarupeditorial.com.br • quarup@quarupeditorial.com.br

Editora Responsável: Aliane Villa • Diretor Comercial: Fernando A. D. Marin

Fechamento desta edição: 29/01/21

Consulte seu prestador de serviços contábeis sobre eventuais alterações nas informações constantes deste informativo divulgadas após esta data.

EDITORA
QUARUP