

INFORMATIVO MPME



Prazo para micro e pequenas empresas aderirem ao Simples Nacional 2024

O Simples Nacional, cujo nome completo é Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, permite que empresas com receita anual bruta de até R\$ 4,8 milhões consolidem o pagamento de oito tributos federais, estaduais e municipais em uma única guia de pagamento.

E ainda, têm a vantagem de alíquotas diferenciadas de acordo com o nível de faturamento e setor de atuação da empresa.

Quais tributos são unificados no Simples Nacional?

Dentre os tributos que estão inclusos no Simples Nacional, destacam-se:

- Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ);
- Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI);
- Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL);
- Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins);
- Contribuição para o PIS/Pasep, Contribuição Patronal Previdenciária (CPP);
- Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS);
- e o Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS).

Variação de alíquotas no Simples Nacional

Dentro do comércio, as empresas pagam alíquotas que variam de 4% a 19%, enquanto as indústrias pagam de 4,5% a 30%.

No setor de serviços, as alíquotas podem variar entre 6% e 33% dependendo da especificidade da atuação da empresa.

Similarmente ao Imposto de Renda Pessoa Física, é possível deduzir alguns valores na aplicação das alíquotas, que também variam conforme a receita bruta e atuação da empresa.

Para aqueles que desejam aderir ao regime, o acesso ao sistema para fazer a opção é feito através do menu Opção do portal do Simples Nacional, da Receita Federal.

De acordo com a Receita, a opção pelo Simples Nacional só pode ser feita em janeiro de cada ano, até o último dia útil do mês, e tem efeitos a partir de primeiro de janeiro do mesmo ano da opção.

Para íntegra: <https://rebrand.ly/vgy6cj8>

26 de Janeiro de 2024 – Fonte: O antagonista

Perdeu o controle das dívidas? O NAC Responde como sair do negativo

Extrapolou nos gastos no final de 2023 e agora está endividado? Na rotina empresarial, há dívidas que são comuns, por exemplo a compra a prazo de uma máquina para a fabricação de produtos que vão contribuir para o crescimento do negócio. Situações adversas, como quedas no faturamento e falta de gestão de recursos, podem resultar em dificuldades financeiras e, conseqüentemente, no endividamento.

A empresa está endividada quando os débitos ultrapassam a capacidade de pagamento por falta de recursos e o empresário não consegue cumprir obrigações financeiras. Isso pode ser causado por vários fatores, como excesso de dívidas, baixo desempenho operacional, problemas de gestão, impactos econômicos adversos ou mudanças no mercado.

“Apesar de a palavra soar mal, o endividamento pode ser uma ferramenta estratégica para alavancar o crescimento e o desenvolvimento das empresas quando utilizado de forma consciente e planejada, mas é fundamental que as empresas avaliem cuidadosamente os custos e os riscos associados, bem como sua capacidade de gerar retorno sobre os investimentos realizados”, explicou o analista do Núcleo de Acesso ao Crédito (NAC) de Minas Gerais, Thiago de Assis Gonzaga.

O endividamento pode ser uma ferramenta estratégica para alavancar o crescimento e desenvolvimento das empresas quando utilizado de forma consciente e planejada, viabilizando investimentos em expansão, inovação e modernização, contribuindo para a competitividade e solidez no mercado.

No entanto, é fundamental que as empresas avaliem cuidadosamente os custos e os riscos associados, bem como sua capacidade de produzir retorno sobre os investimentos realizados, a fim de garantir que o endividamento contribua efetivamente para o fortalecimento do negócio.

Quais dívidas devo pagar primeiro para sair dessa situação?

É crucial adotar uma abordagem estratégica. Comece pagando dívidas com taxas de juros mais altas, seguidas por dívidas de curto prazo, como empréstimos bancários e faturas atrasadas, devido ao impacto imediato na saúde financeira. Considere também dívidas de médio e longo prazo na estratégia, ponderando não apenas o valor, mas o impacto financeiro imediato e a longo prazo.

Leia mais em: <https://rebrand.ly/d13a04>

Sebrae lançará programa com fundo garantidor para micro e pequena empresa, diz Mercadante

O presidente do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), Aloizio Mercadante, disse nesta segunda-feira que o Sebrae e o Ministério do Empreendedorismo lançarão um programa com fundo garantidor para micro e pequenas empresas. Ele deu a declaração em entrevista a jornalistas no Palácio do Planalto.

“O Márcio França ministro do Empreendedorismo e o Sebrae vão lançar um grande programa de fundo garantidor para micro e pequena empresa”, disse Mercadante.

Segundo ele, isso beneficiará uma parte da indústria. “É um valor bem expressivo, vai ser a maior programa da história do Sebrae em termos de crédito”, disse Mercadante.

Ele mencionou uma modelagem em que há garantia estatal para financiamentos feitos no mercado.

O presidente do BNDES também disse que o plano era ter lançado o novo programa nesta segunda-feira, 22, mas que a data foi reavaliada.

Mercadante afirmou que na quarta-feira, 24, será lançado o BNDES Azul. Trata-se de um conjunto de medidas voltado a indústria naval e outros aspectos da economia relacionados ao mar.

Para íntegra: <https://rebrand.ly/annpxt0>

22 de Janeiro de 2024 - Fonte: Isto É

Vendas online correspondem a 40% do faturamento das micro e pequenas empresas

A realidade do comércio digital tornou-se incontestável para os proprietários de pequenos negócios no Brasil, com mais de 40% do faturamento de microempreendedores individuais, microempresas e empresas de pequeno porte provenientes do ambiente online.

Os dados são resultado da pesquisa "Transformação Digital nos Pequenos Negócios", conduzida pelo Sebrae, revelando que aproximadamente 70% das Micro e Pequenas Empresas (MPE) no País utilizam ferramentas digitais para efetuar vendas. E, dentre as plataformas mais utilizadas, o WhatsApp lidera o ranking com 56%, seguido pelo Instagram (43%) e o Facebook (23%).

Para Rafael Jakubowski, especialista em marketing e gestão comercial, o WhatsApp é uma das ferramentas mais potentes de comunicação com o cliente.

De acordo com o especialista, os erros mais comuns na comunicação pelo WhatsApp, são:

- **SPAM Invasivo:** Enviar mensagens não solicitadas apenas para vender, sem considerar o interesse do cliente.
- **Falta de Atenção ao Cliente:** Não se atentar às perguntas ou comentários do cliente, resultando em uma comunicação desarticulada.
- **Omissão do Nome do Cliente:** Não utilizar o nome do cliente, perdendo a oportunidade de personalizar e humanizar a mensagem.
- **Má Utilização de Listas de Transmissão:** Acreditar que todas as mensagens enviadas via lista de transmissão alcançarão todos os contatos, quando, na verdade, apenas aqueles que adicionaram o remetente receberão a mensagem.
- **Contato Apenas para Vendas:** Negligenciar o pós-venda e limitar o contato ao momento de vendas, ignorando a importância de manter um relacionamento contínuo.

O especialista, que também é CEO da Sanders Digital e CMO as a Service em companhias, como Energy Group e BN Engenharia, além de responder pelas estratégias de e-commerce da Vitafor, elenca três dicas cruciais para potencializar as vendas utilizando o WhatsApp. São elas:

O produto certo para a pessoa certa: não adianta enviar aquela mesma imagem de oferta para todos os clientes no WhatsApp! Divida os clientes por grupos, por exemplo: quem gosta de roupas da cor verde, aqueles que compraram bermudas, e assim por diante. Com isso, é possível oferecer um produto que se encaixe melhor nas necessidades daquele grupo de clientes, o que faz a conversão em vendas aumentar.

Foque na recompra: conquistar um cliente é um desafio e muitas vezes o atendente acaba não dando atenção para a recompra desse cliente. Portanto, sempre que um cliente comprar, é estratégico criar uma rotina para abordá-lo com novidades e ofertas que combinem com o perfil dele.

Crie um cupom de desconto mais agressivo para atrair clientes antigos que não compraram mais: estabeleça uma base de clientes, isso vale ouro. Quanto mais se aprende a vender para essa base, mais lucrativo o negócio fica. É importante criar um cupom de desconto com uma vantagem que realmente faça os clientes que não compraram mais sentirem vontade de consumir, aproveitar a oportunidade. Isso vai reacquecer a chama das vendas com esses perfis. Além disso, mantenha a comunicação com ele depois, o atendimento pós-venda é fidelizador.

Ainda de acordo com a pesquisa do Sebrae, os setores que testemunharam uma digitalização mais acentuada incluem Economia Criativa, Logística, Artesanato e Turismo.

Jakubowski relembra outros dados de estudos que comprovam a força de vendas online no País. 72% do fechamento e atendimento comercial feito pelas empresas se dá no WhatsApp, segundo resultado da pesquisa Panorama de Marketing realizada com mais de 1600 profissionais da área. O levantamento mostra, ainda, que o pós-venda contabiliza 55% das interações no aplicativo.

Outro dado de pesquisa que indica o aplicativo de mensagens como essencial em conversão de vendas é que 65% das pessoas preferem receber promoções e interagir com as empresas por meio do WhatsApp do que por e-mail, SMS ou ligação, segundo levantamento realizado pela Buen Fin 2023 da Meta.

Para íntegra: <https://rebrand.ly/d1umye8>

22 de Janeiro de 2024 – Fonte: Bnews



Veja mais
www.cni.com.br

Informativo MPME | Publicação da Confederação Nacional da Indústria - CNI | Diretoria de Desenvolvimento Industrial e Economia - DDIE | Gerência Executiva de Economia - ECON | Gerente Executivo: Mário Sérgio Carraro Telles | Gerência de Política Econômica - GPE | Gerente: Fábio Bandeira Guerra | Equipe: Valentine Braga e João Vitor Gonçalves | Editoração: GPE | Supervisão gráfica: Coordenação de Divulgação CNI/DDIE/ECON | Informações técnicas e obtenção de cópias dos documentos mencionados: (61) 3317.8989 nac@cni.com.br | Assinaturas: Serviço de Atendimento ao Cliente (61) 3317.9989/9993 sac@cni.com.br | Setor Bancário Norte Quadra 1 Bloco C Edifício Roberto Simonsen CEP 70040-903 Brasília, DF (61) 3317.9000 Fax: (61) 3317.9994 www.cni.com.br | Autorizada a reprodução desde que citada a fonte.