Enfoque Contábil

Ano XV - Edição 213 - Outubro 2021

Casa do Contabilista - Ribeirão Preto - SP

Entidades Congraçadas: SICORP - Sindicato dos Contabilistas de Ribeirão Preto e Região; AESCON-RP - Associação das Empresas de Serviços Contábeis de Ribeirão Preto e Região; SESCON SP - Regional Ribeirão Preto - Sindicato das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas no Estado de São Paulo.

O que é MVP...

e qual sua importância estratégica na validação de novos produtos?

Auditoria de LGPD : Avaliação do nível de conformidade

PÁG. 08

Artigo: A recuperação judicial do produtor rural

PÁG. 07

casadocontabilistarp

www.casadocontabilista.org.br

Editorial

Prezados leitores,

Como se não bastasse a grande correria vivida diariamente pelos contabilistas, a pandemia agravou ainda mais essa situação seja por contas das restrições impostas, seja em decorrência do aumento das normas publicadas, sobrecarregando cada vez mais o profissional da contabilidade.

Nesse sentido a participação nas atividades de educação profissional promovidas pelas entidades que compõe a Casa do Contabilista são de fundamental importância para o contabilista enfrentar esses desafios de forma cada vez mais preparado. Ademais, salientamos a necessidade de haver cada vez mais a participação dos profissionais da contabilidade e dos seus respectivos colaboradores para que a Casa do Contabilista tenha o respaldo necessário para realizar cada vez mais atividades nesse sentido.

A união de nossa classe contábil, bem como a participação de nossas entidades nas políticas públicas governamentais reforça cada vez mais a importância dos contabilistas como agentes de transformação de nossa cidade.

Tudo isso realizado para você, nosso associado.

Márcio Minoru
Diretor Sicorp

Expediente

Casa do Contabilista | Av. Capitão Salomão, 280/290 – Campos Elíseos | CEP 14.080-210 – Ribeirão Preto – SP | Tel / Fax: (16) 3625-7159
Ramais: AESCON RP – 21 | SICORP – 22 | Dep. de Comunicação – 24 | comunicacao@casadocontabilista.org.br
SICORP | Presidente: MOISÉS DE SOUZA ANDRADE – **1ºvice-presidente**: MARCELO RIUL - **2ºvice-presidente**: FLÁVIO PIMENTA
1ª Secretária: PRISCILA MASSONETO – **2ª Secretário:** JOSÉ LUIZ BANHOS
1º Tesoureiro: FERNANDO ANTONIO RAMALHEIRO – **2º Tesoureiro:** SEBASTIÃO FERNANDES.
AESCON RP | Presidente: ANA CORSINO PICÃO – **1º e 2º vice-presidentes:** ANDRÉ MAURÍCIO SOUZA DE OLIVEIRA e PALOMA CAROLINA ROBERTO DE OLIVEIRA
1ª secretário: JOSÉ EDUARDO LINHARES – **2º secretário:** MATEUS ALMEIDA DOS SANTOS
1º tesoureiro: JOSÉ MARCELO CORREA – **2º tesoureiro:** WILLIAN PETERSON DE ANDRADE
Diretores Administrativos: WALTER ASSIS DA CUNHA, SHIRLEY APARECIDA NOCENTE GABRIEL e ANDRÉIA MARQUES MACIEL DE CARVALHO.
CENTRO DE ESTUDOS – Coordenação Geral: JOSÉ AUGUSTO PICÃO
Coordenação Técnica: ROGÉRIO CÉSAR PEREIRA, JÚLIO LUIZ CADETE DA SILVA e HEBER CARLOS DE CARVALHO.
SESCON-SP Diretor da Regional de Ribeirão Preto: LUÍS AUGUSTO YAMADA | Telefone: (16) 3610-0624.

Enfoque Contábil | Informativo mensal
Jornalista responsável: Aline Leite – Mtb 79483; **Diagramação:** Lucas Molina

As matérias assinadas são de responsabilidade de seus autores.

Sumário

Pagina 04: Matéria de Capa

Página 06: Coluna CRC

Página 07: Artigo Jurisprudência

Página 08: Artigo Contabilidade

Página 09: Artigo Empreendedorismo

Página 10: Notícias do Setor

Página 11: Notícias da Casa e Aniversariantes

Sugestões e Contato:

comunicacao@casadocontabilista.org.br

O que é MVP e qual sua importância estratégica na validação de novos produtos

Fonte:
BLB BLOG

Construir uma startup é o sonho de muitos empreendedores brasileiros, contudo cabe ressaltar que empreender em ambientes de extrema incerteza demanda muita resiliência, execução e acima de tudo testes/metodologias. Segundo a CB Insights, 42% das startups falham por criarem soluções que não possuem um mercado relevante.

Outra falha comum é que muitos empreendedores criam negócios com base em uma dor que identificaram no seu dia a dia, logo, pensam em como solucionar essa dor. Então, se apaixonam muito pela solução e deixam de validar de fato aquele problema, o tamanho do mercado em que ela está inserida, canais de distribuição e o seu produto (com os primeiros clientes). É por isso que é essencial que você tenha um Produto Mínimo Viável ou MVP (Minimum Viable Product – sigla em inglês). Assim, você entende melhor o mercado onde estará inserido.

O que significa MVP e qual seu objetivo?

MVP é a sigla em inglês para Minimum Viable Product (ou Produto Mínimo Viável, em português), que é um conjunto mínimo de recursos de um produto que permite o feedback do cliente. Isso parte da ideia de que é o feedback que deverá nortear o desenvolvimento do produto, fazendo com que o empreendedor dê apenas o primeiro passo para uma construção coletiva que virá em seguida.

Segundo Eric Ries, autor do clássico livro A Startup Enxuta, a maneira mais rápida de percorrer o ciclo de feedback "Construir-Medir-Aprender" com o menor esforço possível é por meio do MVP. Ao contrário do desenvolvimento tradicional de um produto, que em geral envolve um longo período de incubação e que aspira à perfeição do produto, o objetivo do MVP é começar um processo de aprendizagem, não o terminar.

Diferente de uma Prova de Conceito ou um Protótipo, o MVP é projetado não só para responder a perguntas técnicas ou de design do produto. Seu objetivo é testar hipóteses fundamentais do negócio. Para compreender melhor, vamos considerar a metáfora de Brandon Schauer: o Modelo do Bolo.

Quer fazer um bolo de casamento? Convide os clientes para experimentarem o sabor de um cupcake. Depois disso, você pode tentar adicionar novos ingredientes para aumentar a escala do produto. O que é MVP e qual sua importância estratégica na validação de novos produtos

Essa metáfora revela como definir corretamente as características do MVP em cada validação. Para qualquer versão do bolo, um pedaço deve

conter as quatro camadas que especificam o "sabor" do produto, que são: ser tecnicamente viável; satisfazer as necessidades dos clientes, por isso deve ser valioso; possuir um bom UX (User Experience), portanto, deve ser usável; e, por fim, os clientes não devem ficar apenas satisfeitos, por isso também deve ser encantador.

Ou seja, o princípio do MVP é que você aprenda o mais rápido possível qual o produto ideal para seu cliente, sem gastar tempo e dinheiro à toa. Sendo assim, cada vez que você cria um MVP, você também define o que está buscando testar e conforme vai aprendendo, o MVP fica mais fiel ao produto final.

Mas qual a diferença entre Prova de Conceito, Protótipo e MVP?

A Prova de Conceito (PoC ou Proof of Concept, no inglês) é um microprojeto que geralmente é testado dentro da empresa e não é compartilhado ao público. Seu objetivo é validar um determinado conceito que pode ser alcançado durante um processo de desenvolvimento.

A usabilidade não é levada em consideração, seu conjunto de funcionalidades é apenas o necessário, a qualidade pode ser ignorada e os custos de tempo devem ser mínimos para provar que o conceito é viável. Comparado ao MVP, podemos dizer que o PoC possui apenas uma "camada do bolo": viável.

Já o Protótipo é um modelo funcional e interativo do produto final e que comunica seu design. Ele permite que você crie uma visualização de como o produto funcionará, demonstrando os fluxos do usuário, uma noção da navegação e do layout. Enquanto o PoC revela se um conceito ou produto pode ser feito, o Protótipo revela como isso será feito, também permite explorar melhor os recursos do produto e corrigir problemas no início do processo de desenvolvimento.

Em comparação com o MVP, podemos dizer que o Protótipo possui quase todas as camadas do bolo, só que você não poderá realmente experimentar um pedaço, apenas imaginar qual será o sabor. Por fim, o MVP é uma representação mínima do produto completo que lhe permite testá-lo no mercado. Com ele é possível saber como os clientes vão reagir ao produto antes de investir recursos na criação de algo que eles não precisam.

Enquanto o Protótipo elimina problemas nos estágios iniciais de desenvolvimento, o processo interativo do MVP é projetado para entender melhor as necessidades dos clientes quando o produto já foi apresentado ao público. Assim, o MVP deve possuir todas as camadas do bolo para serem validadas em condições reais de mercado.

MVP na prática

O MVP é um conjunto possível de recursos que dá autonomia ao produto para solucionar problemas/dores e demonstrar a sua primeira proposta de valor. É importante ressaltar que nenhuma startup tem condições de elaborar um produto com todas as características que o cliente necessita de uma vez só, esse produto levaria anos para chegar ao mercado e provavelmente seria lançado já obsoleto.

As startups bem-sucedidas focam no desenvolvimento e esforços iniciais de vendas em um pequeno grupo de primeiros clientes que "comprariam" a proposta de valor da startup. Esses serão os consumidores que darão à empresa o feedback necessário para inclusão de novas features. Inicie o MVP definindo o que precisa ser descoberto (e de quem). Os esforços do Desenvolvimento de Clientes devem engajar um pequeno grupo de early adopters a fim de guiar o desenvolvimento do produto até que surja um modelo de negócio repetível. Quanto antes lançar seu MVP, mais feedbacks terá.

O processo de descoberta do cliente

No modelo de descoberta de clientes o objetivo principal é transformar as hipóteses iniciais dos fundadores sobre o mercado e seus possíveis clientes em realidade. O objetivo de Descoberta do Cliente é testar seu entendimento sobre o problema em questão e perceber se a solução proposta será capaz de levar o cliente a usar o produto apenas com os recursos iniciais mais relevantes.

O que é MVP e qual sua importância estratégica na validação de novos produtos

Um dos processos mais importantes de desenvolvimento de clientes é ir para a rua e falar com seus clientes. Não estamos falando de alguns dias ou uma semana e sim repetidamente por semanas e até mesmo meses. Essa etapa é crucial para que você veja se a sua visão da necessidade/problema coincide com a dos clientes e o quanto essa dor é relevante para eles.

A maioria das startups carecem de um processo estruturado para testar as hipóteses embutidas em seus modelos – sobre mercados, clientes, canais e preços – e óbvio, transformar essas hipóteses em fatos/aprendizados.

Sugestões de frameworks: Test Card e Learning Card
Construindo um Business Model Canvas

Muitas vezes não há um entendimento objetivo na startup sobre qual é o modelo de negócio.
Na etapa de descoberta do cliente vale deixar claro, por meio do famoso Business Model Canvas de Alexander Osterwalder, o modelo de negócio que está sendo testado, representado em nove blocos, sendo eles:
Segmentos de clientes
Proposta de valor
Canais de distribuição
Relacionamento com clientes
Parceiros chaves
Atividades principais
Recursos principais
Estrutura de custos
Fontes de receita

O Business Model Canvas ajuda a ter clareza sobre as hipóteses de como entregamos valor ao cliente por meio dos canais e como coletamos feedback por meio desse relacionamento. Assim, podemos interpretar que percorremos um ciclo de feedback "Construir-Medir-Aprender", no qual é necessário:
Construir a proposta de valor e os canais;
Medir a eficácia dos canais e as reações dos clientes; e
Aprender com o relacionamento de clientes para chegar a uma melhor proposta de valor.

Por isso, a importância de entender o cliente e investigar suas dores primeiro. Os empreendedores muitas vezes ficam tão entusiasmados com o que querem criar que ignoram a demanda do mercado, criando uma solução em busca de um problema. Dizem que uma vez Albert Einstein afirmou: "Se eu tivesse uma hora para salvar o planeta, gastaria 59 minutos definindo o problema e 1 minuto procurando soluções".

CRC SP INFORMA

27ª CONVECON já está com inscrições abertas

A 27ª Convenção dos Profissionais da Contabilidade do Estado de São Paulo (CONVECON) será inovadora! Acontecerá nos dias 14, 15 e 16 de fevereiro de 2022, das 18h30 às 20h30 no Expo -Transamérica de forma presencial para quem estiver inscrito no evento da CONESCAP e, concomitante, de forma online pelo canal do YouTube do CRCSP.

Mas não paramos por aí! O evento continuará somente de forma virtual nos dias 17 e 18 de fevereiro de 2022, das 8h30 às 19h, também pelo canal do YouTube da entidade. Com o lema "Entender as mudanças. Transformar as pessoas. Adaptar os negócios", a 27ª CONVECON tem uma programação dirigida a profissionais, educadores, futuros profissionais da contabilidade, instituições de ensino, patrocinadores e usuários da contabilidade.

Além das palestras online que ocorrerão durante todo dia, o maior evento da Contabilidade paulista em 2022 terá a premiação de teses e dissertações. Aguarde as informações para poder inscrever seus trabalhos e, em breve, toda a grade de programação.

Com objetivo de compartilhar conhecimentos e inspirar potencialidades humanas, a programação online da 27ª CONVECON terá estes temas da área de conhecimento e negócios:

· Premiação de teses e dissertações
· E-commerce
· Tecnologia colaborativa
· Gestão de conflitos
· Algoritmos na Contabilidade
· Indicadores de negócios
· Normas contábeis aplicadas aos negócios
· Potencialidades humanas
· Exportação de serviços contábeis

"Participe desta nossa primeira Convenção online e gratuita", convida o presidente do CRCSP, José Donizete Valentina. "Profissionais, empresários e estudantes vão adquirir conhecimentos que otimizarão suas potencialidades para o mercado".

Inscrições

As inscrições para assistir as palestras da 27ª CONVECON **pelo canal do YouTube,** para fins de EPC, que ocorrerão de 15 a 18 de fevereiro de 2022, são gratuitas e já podem ser feitas no nosso site. Não perca tempo e inscreva-se agora: https://online.crcsp.org.br/portal/noticias/noticia.asp?c=4615

Atividades e novo autoestudo do CRCSP: destaque é a maratona para peritos

Todas as semanas, o CRCSP realiza diversas atividades, sobre temas relacionados a diferentes segmentos de atuação na Contabilidade. Confira as próximas atividades e o mais novo conteúdo de autoestudo disponível no portal do CRCSP e faça sua inscrição!

Maratona para Peritos: "Com Foco na Perícia e Arbitragem".

De 27 a 29 de outubro, o CRCSP e a Associação dos Peritos Judiciais do Estado de São Paulo (Apejesp) realizam no canal do Conselho no YouTube, a Maratona para Peritos. A atividade reunirá 14 painéis sobre assuntos relacionados às áreas de Perícia e Arbitragem, com alguns dos principais especialistas neste segmento. Confira a programação:

27 de outubro

Painel 1: "Perícia Contábil e Tributária em ambiente Sped"
Horário: das 9h às 10h.
Palestrante: Angelo Márcio Leandro da Costa - MBA em Auditoria e Perícia.
Moderador: Marcelo Viaro Berloffa – conselheiro do CRCSP.
Convidado: Walter Assis da Cunha - delegado representante do CRCSP em Ribeirão Preto.

Painel 2: "A Conformidade da Perícia"
Horário: das 10h30 às 11h30.
Palestrante: Luiz Fernando Nóbrega – especialista em Controladoria e Finanças e presidente do CRCSP na gestão 2012-2013.
Moderadora: Angela Zechinelli Alonso – conselheira do CRCSP.
Convidado: Irineu De Mula – primeiro secretário da Academia Paulista de Contabilidade (APC) e presidente do CRCSP na gestão 1998-1999.

Painel 3: "Perícia Contábil e Tributária com Ênfase nos Fóruns de Fazenda Pública de São Paulo"
Horário: das 11h45 às 12h45.
Palestrante: Fabíola D'Agostini Peleias – mestra em Ciências Contábeis e perita.
Moderadora: Flávia Augusto – conselheira e coordenadora da Comissão CRCSP Mulher.
Convidada: Patrícia Izabela Aparecida Somer Gomes – delegada representante do CRCSP em Bebedouro.

Painel 4: "Estrutura do Trabalho Pericial"
Horário: das 14h às 15h.
Palestrante: Adriel Mota Ziesemer – especialista em Perícia Contábil.Moderadores: Suely Gualano Bossa Serrati e Breno Acimar Pacheco Correa – conselheiros do CRCSP.
Convidado: João Carlos Castilho Garcia – vice-presidente de Fiscalização, Ética e Disciplina do CRCSP.

Painel 5: "A Contabilidade no Pedido de Recuperação Judicial"
Horário: das 15h30 às 16h30.
Palestrantes: Eduardo Donizete Boniolo – especialista em Recuperação de Empresas; Júlio César Teixeira de Siqueira – perito judicial.
Moderador: Marcelo de Almeida Prado – conselheiro do CRCSP.
Convidada: Regiane Cristina Soares Naves – delegada representante do CRCSP em Cajamar.

Painel 6: "O Uso da Tecnologia no Trabalho do Perito (Cases)"
Horário: das 17h às 18h.
Palestrante: Lieda Amaral – pesquisadora da BSSP.
Moderadoras: Márcia de Souza Montanholi – conselheira do CRCSP; Andreia Jesus – perita contábil.

28 de outubro

Painel 1: "Oportunidades e Desafios do Contador na Arbitragem"
Horário: das 9h às 10h.
Palestrante: Fernando Viana de Oliveira Filho – perito contador.
Moderadora: Suely Gualano Bossa Serrati – conselheira do CRCSP.
Convidado: Geraldo Carlos Lima – presidente do Sindicato dos Contabilistas de São Paulo (Sindcont-SP).

Painel 2: "Avaliação de Empresas com Foco em Apuração de Haveres"
Horário: das 10h30 às 11h30.
Palestrante: Jarbas Tadeu Barsanti Ribeiro – conselheiro ouvidor no Conselho Regional de Contabilidade do Rio de Janeiro (CRCRJ).
Moderadora: Suely Gualano Bossa Serrati – conselheira do CRCSP.
Convidado: Ricardo Aurélio Evangelista – delegado representante do CRCSP em Avaré.

Painel 3: "Diligências: Reuniões com Assistentes Técnicos e Solicitações de Elementos às Partes para a Realização da Perícia Contábil"
Horário: das 11h45 às 12h45.
Palestrante: Ivam Ricardo Peleias – doutor em Ciências Contábeis.
Moderador: Marcelo de Almeida Prado – conselheiro do CRCSP.
Convidado: Altino da Silva Dias – delegado representante do CRCSP em Mauá.

Painel 4: "Abordagens Práticas sobre a NBC TG 900 – Contabilidade para Entidades em Liquidação"
Horário: das 14h às 15h.
Palestrantes: Sílvia Mara Leite Cavalcante – especialista em Perícia e Investigação Financeira; Eliza Fazan – mestre em Ciências Contábeis e Financeiras.
Moderadora: Flávia Augusto – coordenadora da Comissão CRCSP Mulher.

Painel 5: "Honorários Periciais Contábeis em Processos Judiciais Cíveis: da Formulação da Proposta ao Arbitramento do Valor"
Horário: das 15h30 às 16h30.
Palestrante: Adilson Carvalho Silva – mestre em Justiça e Cidadania.
Moderador: Marcelo de Almeida Prado – conselheiro do CRCSP.Convidados: Sergio Prado de Mello – membro da Academia Paulista de Contabilidade (APC) e presidente do CRCSP na gestão 2008-2009; Ruberlei Rocha Machado – delegado representante do CRCSP em Marília.

Painel 6: "Responsabilidade do Perito"
Horário: das 17h às 18h.
Palestrante: Martinho Ornelas – doutor em Ciências Contábeis.
Moderadores: Mariano Amadio – vice-presidente de Registro do CRCSP; Angela Zechinelli Alonso - conselheira do CRCSP.

29 de outubro

Painel 1: "A Importância da Atuação do Perito Contador e dos Assistentes Técnicos como Auxiliares da Justiça"
Horário: das 9h às 10h.
Palestrantes: Rogério Cimino – juiz em segundo grau; José Vanderlei Masson dos Santos – presidente da Associação dos Peritos Judiciais do Estado de São Paulo (Apejesp).
Moderadora: Márcia de Souza Montanholi – conselheira do CRCSP.

Painel 2: "Simulação – Audiência Arbitral – Caso com Tema Pericial Contábil"
Horário: das 10h30 às 12h30.
Coordenador Técnico: Sílvio Simonaggio – perito contábil.
Moderador: Marcelo de Almeida Prado – conselheiro do CRCSP.

Atividade realizada em conjunto com a Associação dos Peritos Judiciais do Estado de São Paulo (Apejesp), com apoio da Comissão CRCSP Mulher, Academia Paulista de Contabilidade (APC) e Sindicato dos Contabilistas de São Paulo (Sindcont-SP).
Casos Práticos: ISS Retenção (Lei Complementar 116/03)
Quando: 28 de outubro, das 10h às 11h30.
Plataforma: Zoom.
Palestrante: Adriana Manini Peres – especialista em Direito Tributário.
Moderadora: Juliana Aurora Franco – conselheira do CRCSP.
Participação limitada à capacidade máxima da plataforma. Garanta sua vaga!

Novo autoestudo disponível: "Notas Explicativas – Aplicação e Prática"

O CRCSP também disponibiliza em seu portal diversos conteúdos de autoestudo, ferramenta com atividades online gratuitas, que podem ser assistidas de qualquer local e em qualquer horário. Os temas são pontuados para o Programa de Educação Profissional Continuada (PEPC) e, para obter a pontuação e emitir o certificado, é necessário acertar, no mínimo, oito questões na avaliação online, em até três tentativas.

Inscrições no site do CRC: https://online.crcsp.org.br/portal/noticias/noticia.asp?c=4688

A recuperação judicial do produtor rural

A recuperação judicial do empresário e sociedade empresária, que se encontra regulamentada pela Lei nº 11.101/05, tem por finalidade oferecer condições para a superação de crise econômica e financeira, pautada nos princípios da preservação da empresa e sua função social, notadamente a geração de empregos, arrecadação de tributos e movimentação da economia, conforme prevê o artigo 47 da referida Lei.

Nesse contexto, considerando que a atividade rural representa expressiva parcela da economia brasileira, com alcance nos mais diversificados setores, justifica-se a relevância da temática que envolve a possibilidade da recuperação judicial do produtor rural, o que tem ensejado diversas discussões doutrinárias e jurisprudenciais sobre o tema.

Para que se compreenda a recuperação judicial do produtor rural, necessário analisar as disposições constantes no artigo 971 do Código Civil, que faculta ao produtor rural empresário proceder ao registro perante a Junta Comercial, juntamente com a análise da Lei nº 11.101/05, que autoriza o pedido da recuperação judicial pelo devedor que seja empresário e/ou sociedade empresária, e ainda, que exerça regularmente suas atividades há mais de 2 (dois) anos, em conformidade com os artigos 1º e 48 da referida Lei, que sofreu alteração em seu texto, pela inserção do § 2º admitindo a comprovação do biênio por meio da Declaração de Informações Econômica-Fiscais da Pessoa Jurídica.

A jurisprudência dos Tribunais de Justiça Estaduais é pacífica quanto à possibilidade da recuperação judicial do produtor rural que possua registro na Junta Comercial, observado as demais exigências legais, no que tange a necessária demonstração contábil relativa aos 3 (três) últimos exercícios sociais (BP, DRE e DLPA), dentre outros previstos no artigo 51 da Lei de Recuperação Judicial.

A problemática surge quanto ao início da contagem do prazo de dois anos exigido pela citada Lei, considerada a faculdade conferida ao empresário rural de proceder ao registro na Junta Comercial a qualquer momento, causando assim certa polêmica sobre o tema, notadamente naqueles casos em que o produtor rural exerce atividade regular há mais de dois anos, porém com tempo de registro inferior ao biênio.

A jurisprudência vinha se dividindo a respeito, o que ensejou duas linhas interpretativas. A primeira prevê que o registro do produtor rural tem natureza declaratória, reconhecendo que a formalização do registro apenas declara uma situação preexistente de uma atividade rural explorada há tempos de forma regular. A segunda vertente reconhece a natureza constitutiva do registro, ou seja, considera sua condição de empresário somente a partir da data do deferimento do registro na Junta Comercial. Registra-se que o Superior Tribunal de Justiça, por meio do REsp 1.811.953 – MT, se posicionou a favor da natureza declaratória.

No início deste ano, entrou em vigor a Lei 14.112/20, que alterou o § 2º no artigo 48 da Lei 11.101/05, a fim de admitir que a comprovação do prazo de 2 anos seja feito pela Escritura Contábil Fiscal (ECF) ou obrigação legal que a substituir.

Ainda, pela mesma lei foi inserido o § 3º, prevendo que para produtor rural pessoa física, o cálculo do período é feito com base no Livro Caixa Digital do Produtor Rural, ou por obrigado legal que venha o substituir, e pela DIRPF e o respectivo balanço patrimonial.

Assim, o empreendedor rural que explora sua atividade de maneira regular, independente do tempo de registro na Junta Comercial, merece o abrigo do regime da Lei de Recuperação Judicial e os benefícios trazidos pela mesma, em observância ao princípio da preservação da atividade empresarial.

Douglas Henrique Costa e Débora Batistella Gomes das Novas
Pereira Advogados

Auditoria de LGPD - Avaliação do nível de conformidade

A LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018) está em vigor desde agosto de 2020 e mesmo após um ano de vigência, muitas empresas ainda não avaliaram seus níveis de conformidade para poderem se adequar as exigências da LGPD. Não importa o tamanho da empresa, esta nova legislação prevê uma série de requisitos, diretrizes que precisam ser observadas por todas empresas que armazenam e tem tratamento de dados pessoais de terceiros. De forma geral vários departamentos das empresas armazenam e tratam dados, por exemplo o departamento pessoal que tem dados pessoais de todos funcionários, o departamento financeiro que tem dados de todos clientes e fornecedores, etc.

O objetivo geral da LGPD é a de exigir que as empresas criem uma estrutura legalizada para o uso de dados pessoais e exige medidas para mitigar o risco à fraudes e a roubos de informações por meio de ciberataques e a empresa que não estiver adequada á LGPD está sujeita a sanções severas aplicadas pelo órgão regulador, como advertência; suspensão das atividades da empresa e/ou multa de até R$ 50 milhões. O que fazer para evitar estas sanções ? A resposta é simples e objetiva. As empresas precisam se adequar à LGPD e a AUDITORIA pode ajudar.

A maioria das firmas de auditoria assim como a nossa têm uma divisão de compliance que realiza a avaliação do nível de conformidade das empresas à LGPD o chamamos de "Diagnóstico de LGPD". O objetivo deste trabalho é mapear os processos das empresas (nossos cliente), identificar os tipos de dados utilizados e identificar se há pontos vulneráveis. Como a Lei foi aprovada em tempos de pandemia, a forma de execução deste trabalho foi híbrida, ou seja, inicialmente enviamos aos clientes um questionário a ser preenchido - este é o principal instrumento de coleta de dados acerca dos controles que existem na empresa que asseguraram a conformidade com a LGPD e posteriormente realizamos várias reuniões virtuais, entrevistas com o cliente, revisão de políticas internas e análise de documentos.

Fernanda Carolina Inácio
Gerente de Auditoria Senior da RUSSELL BEDFORD BRASIL – Regional SP, certificações CNAI QTG, CVM e BACEN. Possui mais de 10 anos de experiência em auditoria externa e 09 anos de experiência em controladoria em empresas de médio e grande porte. MBA em Normas Internacionais de Contabilidade (FIPECAFI), Pós-graduada em Controladoria (FECAP) e em Docência do Ensino Superior (Faculdade Dom Alberto), Graduada em Ciências Contábeis (FECAP) e em Gestão empresarial (FATEC), aluna do Mestrado em Project Management (ENEB - Escola de Negócios Europeia de Barcelona).

Este trabalho realizado pela auditoria é fundamental para identificar previamente problemas, erros e inconformidade, possibilita a auditoria sugerir medidas para otimização dos processos. Em resumo a auditoria procura por lacunas de conformidade e relata os resultados através da emissão de um relatório com as recomendações necessárias para a empresa se adeque às novas regras da LGPD, no âmbito tecnológico e legal. Este trabalho é o ponto de partida, é mais básico, considerando que a lei está em vigência a mais de um ano, todas empresas já deveriam ter este "Diagnóstico de LGPD". A partir deste, há outros tipos de trabalho que podem ser realizados como por exemplo elaboração detalhada dos planos de ação para implementação das recomendações sugeridas e até a própria implementação e o monitoramento regular para garantir que os processos após readequados, permaneçam em conformidade.

Para saber mais sobre este e outros serviços oferecidos por nossa divisão de Auditoria e Compliance, acesse nossos canais na redes sociais.

É importante focar na personalização do cliente

Demetrio Luiz Pedro Bom Junior
Contador e Administrador de Empresas
CRC SP-315480/O-1 / CRA SP 78891
Diretor Educacional Suplente – AESCON Ribeirão Preto
E-mail: demetriolpbjr@gmail.com

Dentre vários aspectos que podemos observar nas estratégias mercadológicas das empresas, a personalização do cliente é uma que considero muito importante e que pode trazer resultados, além de outros benefícios.

É muito mais caro para uma empresa atrair clientes do que retê-los e mantê-los fidelizados, pois, além de outros aspectos, acabam indicando o produto ou serviço adquirido para amigos e outras pessoas, até por causa da boa experiência que tiveram.

O cliente não é apenas um código dentro de um sistema da empresa, mas alguém de grande importância que ajuda a trazer receita para o negócio; ele deseja ser bem tratado e um atendimento de excelência pode ser um ponto forte para a empresa e também um diferencial, pois dependendo do mercado de atuação com produtos ou serviços parecidos, inclusive em termos de preço, focar no atendimento e na necessidade do cliente se torna primordial. O cliente se sente valorizado!

É preciso aprender com o cliente, captando e gerenciando as informações e experiência com ele, o que irá gerar customização no atendimento, já que as preferências dele estarão sendo analisadas pela empresa para assim verificar o que poderá ser ofertado, negociado e etc. aumentando a fidelização e retenção deste cliente.

A comunicação com o mesmo deve ser mantida de forma coerente e eficaz, seja antes, durante e após uma negociação ou venda, verificando sua satisfação com o atendimento e com o que foi adquirido, seja de forma online ou presencial, já que hoje podemos ter muito vendas por internet ou delivery. Atualmente há várias formas de comunicação com o cliente, como e-mail, aplicativos de conversas, telefone, envios de mensagens eletrônicas pelo celular e de outras formas, dentre outras, além do contato pessoal.

Conhecendo, portanto, o histórico do cliente, pode levantar preferências, gostos, hábitos, necessidades, padrões de comportamento e de consumo, permitindo a personalização no atendimento para oferecer o que de fato irá ser atrativo para este comprador.

Em alguns mercados, acredito, a personalização se torna fundamental, até mesmo no de atuação dos escritórios e profissionais da contabilidade, onde conhecer a realidade de cada cliente, seja pessoa física ou jurídica, faz com que possa levar soluções para o mesmo através de serviços de qualidade e adequados a sua necessidade, com bons resultados para ambos.

Não basta apenas mandar uma mensagem no nome de cada pessoa, cartão de aniversário, mandar brindes, amostrar grátis ou promoções; mas sim atuar de forma efetiva com um conjunto de informações customizadas para levar um atendimento de fato otimizado e mais eficiente e eficaz. O investimento deve ser feito em sistemas em bons sistemas que não precisam ser necessariamente caros, mas voltados para o negócio e também no pessoal, com treinamentos e capacitações para usar e atualizar o sistema e colocar em prática o atendimento mais personalizado. Afinal, a "caderneta" ou outra forma de anotação "rudimentar" de um mercadinho, padaria ou de outro pequeno comércio, onde o comerciante conhece bem o seu "freguês", oferecendo produtos, controlando as vendas na forma de fiado, perguntando como a pessoa vai ou a família, sempre atencioso e focado naquilo que este consumidor gosta e prefere, é também uma forma de pensarmos na personalização e customização do atendimento, com presteza, cortesia e dedicação ao cliente, proporcionando confiabilidade e parceria, além de comprometimento.

Nos textos anteriores citei alguns exemplos e casos, até para trazer certa curiosidade; aqui também comentarei uma situação interessante. Numa locadora de vídeos VHS e DVD, obviamente já extinta como tantas outras que aproveitaram um mercado promissor e hoje tiveram seus produtos e serviços substituídos por serviços oferecidos por operadoras de televisão a cabo, internet e por outras plataformas, tinha um excelente sistema que continha tudo sobre o cliente: nome, endereço, títulos mais alugados, multas e atrasos nas entregas, periodicidade de locação, dentre outros. Num dia um cliente, após um período longo sem alugar filmes nesta locadora, resolveu ir até o estabelecimento, pegou aquilo que pretendia assistir e, ao passar pelo atendente para gerar o cupom da locação, ouviu do mesmo que não alugava vídeos ali há tantos meses. O cliente, surpreso, o indagou perguntando se, como eles tem um sistema de relacionamento com o cliente tão sofisticado, inclusive para a época, por que em nenhum momento entrou em contato com ele para saber o motivo de não ter voltado antes, ou mandado um e-mail (era o mais usado na época) ou mala direta (muito usada também) com ofertas de títulos e lançamentos do seu gosto, mas ao invés disso preferiram esperar ele retornar à locadora para der essa "bronca". O atendente ficou sem palavras.

Este é apenas um exemplo de como o mal uso de um sistema assim, customizado de cada cliente que pode gerar um atendimento personalizado, resgatando e fidelizando clientes, pode fazer com que a empresa perca receita e o próprio cliente para os concorrentes.

Numa época difícil como esta, com crises e concorrência acirrada, investir e focar na fidelização de clientes continua sendo importante e vale a pena.

CFC solicita à RFB prorrogação do prazo de desenquadramento do Simples Nacional

Com a proximidade do fim do prazo de desenquadramento das empresas inadimplentes do Simples Nacional, previsto para o dia 24, o Conselho Federal de Contabilidade (CFC) solicitou à Receita Federal do Brasil (RFB) a dilação do período. Essas empresas têm até 30 dias para regularizarem as respectivas pendências com o Fisco, a contar da data de ciência do Termo de Exclusão, com desligamento prenunciado do regime tributário no dia 1º de janeiro de 2022.

Em ofício encaminhado à RFB, o presidente Zulmir Breda, signatário do documento, pede a extensão do prazo para o dia 31 de dezembro de 2021, para que as Micro e pequenas Empresas (instituições contempladas pelo Simples Nacional) tenham mais tempo para quitar suas exigências, pois o período determinado é muito exíguo para tal finalidade.

No ofício, Zulmir ressalta ainda que o Fisco deve considerar que a situação vivenciada por esse conjunto de empresas é agravada pelas inúmeras dificuldades provocadas pela pandemia da covid-19 na economia brasileira.

Por fim, Zulmir pondera que a razoabilidade do prazo sugerido pelo CFC permitirá que essas empresas inadimplentes possam recuperar a capacidade de negócios de seus empreendimentos, mitigando danos mais graves à economia brasileira, como o agravamento do desemprego, entre outros.

Fonte: CFC

eSocial – Segurado Especial: módulo simplificado recebe funcionalidade para informações de comercialização da produção rural e folhas de pagamento

A ferramenta estará disponível no módulo simplificado a partir do próximo dia 25 e a prestação das informações facilitará ao Segurado Especial comprovar sua condição perante o INSS. Informações também podem ser prestadas por meio de sistemas próprios de gestão, via web service.

De acordo com a legislação previdenciária, o Segurado Especial é um trabalhador rural que exerce atividade agropecuária individualmente ou em regime de economia familiar, ou como pescador artesanal, ou mesmo em outras atividades definidas em lei.

A partir do próximo dia 25 de outubro, estará disponível no módulo simplificado a ferramenta que permite ao Segurado Especial prestar as informações da comercialização da produção ou de remuneração de trabalhadores – é permitida a contratação de empregados por prazo determinado, desde que a soma dos dias de trabalho de todos os empregados seja de, no máximo, 120 dias no ano.

Com isso, o Segurado Especial conseguirá utilizar essas informações para subsidiar a comprovação mais facilmente dessa condição perante o INSS, uma vez que a legislação previdenciária prevê critérios específicos para essa categoria de segurado. Uma vez prestadas as informações, o Segurado Especial conseguirá emitir o Documento de Arrecadação do eSocial – guia única de recolhimento de tributos e FGTS incidentes sobre os valores declarados.

Além de utilizar módulo web simplificado, é possível a prestação dessas informações por meio de sistema próprio via web service, o que em geral é realizado por escritórios de contabilidade ou sindicatos rurais.

Fonte: Portal eSocial

A LGPD e a proteção de dados nas organizações contábeis

A Lei nº 13.709/2018 ou Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) que tem como objetivo estabelecer regras sobre coleta, armazenamento, tratamento e compartilhamento de dados pessoais, impondo mais proteção às pessoas e penalidades para o seu descumprimento – foi um dos temas debatidos nesta quarta-feira, durante a Conferência Interamericana de Contabilidade (CIC), pelos palestrantes Karen Ranielli Borges e Nivaldo Cleto.

Alguns dos primeiros passos para que empresas contábeis possam aderir ao disposto na LGPD são: adequar a empresa e realizar um mapeamento de dados, nomear um encarregado de dados, criar e implementar um programa de privacidade de dados, implementar a governança de dados e acompanhar as leis e resoluções. Foi o que explicou a advogada especialista em Privacidade e Proteção de Dados no NIC.br, Karen Ranielli Borges. "Os contadores também deverão repensar quando e como esses dados deverão ser solicitados do cliente, com o objetivo de minimizar a posse de informações sensíveis", disse.

Um dado pessoal pode ser um CPF, um endereço, um número de telefone. Mas também existem aqueles dados que indiretamente possam nos identificar, como as nossas preferências de compras, o nosso score de banco, o nosso salário. "Tudo isso também é considerado um dado pessoal e, dentre esses dados pessoais, nós temos dados sensíveis, ou seja, são informações que podem gerar algum tipo de discriminação, como dados de saúde ou dados relacionados a uma opção política, à orientação sexual", descreve Ranielli. "O tratamento desses dados precisa ser feito com mais cautela ainda."

Segundo Nivaldo Cleto, contador e Conselheiro do Comitê Gestor da Internet do Brasil, quando fazemos uma al-

teração contratual e o cliente têm filhos para colocar como representante legal na empresa, por exemplo, assim que se recebe o CPF e outros dados dessas crianças, o profissional está recebendo dados sensíveis. "E muitas vezes nós não sabemos que estamos lidando com dados sensíveis se não tivermos o plano de compliance da LGPD. É importante que os contadores em geral se adequem para atender essa conformidade e tenham conhecimento do que devem fazer para tratar esses dados", diz.

Durante o evento, os palestrantes frisaram que, apesar de o assunto ser muito falado dentro do mundo contábil, não existem ainda muitas referências de como implementar a LGPD no dia a dia. Por isso, fizeram nesta tarde um debate essencial com muitas dicas para preparar os contadores para essa nova realidade.

Para Ranielli, precisamos começar a ver a LGPD como uma Lei positiva. "Ao invés de pensarmos que é mais uma Lei que temos que adotar, mais uma regulamentação, ela trará melhorias para as empresas, então temos que vê-la como uma oportunidade, pois hoje se a sua empresa não estiver em conformidade com a LGPD ela vai perder clientes, vai perder muitas oportunidades", afirma a advogada.

Nivaldo esclarece que também é preciso se adequar para não sofrer nenhuma denúncia. "Na Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) já se pode fazer denúncias. Sabemos que eles estão trabalhando na regulamentação e que vão fazer portarias e deliberações a respeito da LGPD para tratar esses assuntos das sanções", disse Nivaldo.

"Muitas pessoas pensam que as empresas de pequeno porte não estão obrigadas a tratar dados pessoais, mas estão. Tanto o empresário de contabilidade que recebe uma infinidade de dados pessoais, quanto todas as empresas e negócios", acrescenta o contador.

A conclusão do debate mostrou que a LGPD vem para ajudar as empresas e contadores, já que antes os dados pessoais eram usados sem regras. Foi o que afirmou Ranielli. "Sem saber como deveríamos tratar, até aqui, qualquer demanda envolvendo dados pessoais era resolvida com base no Código de Defesa do Consumidor, ou com base no Código Civil, ou então no Marco Civil da Internet. Ou seja, leis que não são especiais e que não tratam especificamente deste assunto", disse. "Hoje, essa Lei nos traz segurança jurídica e nos indica o que pode e o que não pode ser feito pelas empresas no que se refere aos dados pessoais", conclui a advogada.

Fonte: CFC (Conselho Federal de Contabilidade).

Centro de Estudos da Casa do Contabilista fomenta qualificação e reciclagem no segmento contábil

Retomada econômica foi o tema do Centro de Estudos do dia 20 de outubro. A iniciativa, que acontece de forma virtual, tem garantido conhecimento e atualização aos profissionais que buscam qualificação no segmento.

O palestrante convidado foi o economista Guilherme Dietze, especialista em pesquisa de mercado pela FIPE/USP, assessor econômico da Federação do Comércio, Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo. O profissional é responsável por analisar o comportamento do comércio e dos consumidores, como a inflação, a confiança, o endividamento, além de assessorar o Conselho de Turismo da Entidade, com elaboração de indicadores de acompanhamento do setor.

Durante o mês de outubro também foi abordado o tema Finanças Pessoais e Investimentos, com o professor Gianluca de Almeida, que é planejador financeiro independente, pós-graduado em Planejamento Financeiro e Finanças Comportamentais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, especialista em Investimentos, certificado pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais – Anbima (CEA©).

Gianluca também é consultor de Investimentos, registrado e habilitado pela Comissão de Valores Mobiliários – CVM (órgão federal), graduado em Direito pela Universidade Estadual Paulista (UNESP), com pós-graduações pela Pontifícia Universidade Católica em: Direito do Trabalho, Compliance e Processo do Trabalho, Direito Processual Civil e Direito Processual Tributário.

William Peterson de Andrade é o Contabilista do Ano 2020

A homenagem acontecerá no dia 5 de novembro, na Câmara Municipal de Ribeirão Preto. A assembleia para escolha do Contabilista do Ano aconteceu no final do ano passado, porém não foi possível fazer a homenagem em razão das medidas restritivas contra o Covid-19. William Peterson de Andrade foi eleito Contabilista do Ano pelas entidades que compõem a Casa do Contabilista de Ribeirão Preto AESCON e SICORP. A iniciativa visa a valorização dos profissionais, que prestam relevantes serviços para a economia e desenvolvimento da cidade.

Aniversariantes - Novembro

01 HERICA GASPAR SALVADOR
03 PALOMA CAROLINA ROBERTO DE OLIVEIRA
03 ANTONIO VANDERLEI TAMBURUS
04 CARINA PERES MENEGUCCI
04 SEBASTIAO FERNANDES LOURENCO
04 LEANDRO HENRIQUE RISSATTO
06 ANA CLAUDIA ASSIS MANTOVANI
07 TIAGO GLAVAS BUDOIA
07 CARMEN CECILIA VASOIN
07 IVAN LEMES DE SANT'ANA
08 VITOR AUGUSTO ZAMONER
08 SIRLENE APARECIDA MENEZES DA SILVA
09 MARCIA DE LOURDES FERNANDES
11 ROSANA CLAUDIA BURIM ACCORSINI
11 DIMAS AFONSO CARRIJO DE ANDRADE
11 MARTA HELENA SOLANO ZAMONER
11 RODOLFO DE BARROS MICHELI
12 VELSON FIGUEIREDO DE SOUZA
13 ANTONIO JOSE CESAR
13 JOSE AUGUSTO BOCALON GOTARDO
14 ALEXANDRE HENRIQUE VEIGA
15 ORLANDO BATISTA LEITE
16 JOAO BATISTA DA SILVA
16 JOSE CARLOS AMOROSO ZACARO
17 PAULO FRANCA
17 PRISCILA MASSONETTO DA SILVA
18 JOSE BRAULINDO FLORES DE OLIVEIRA
19 JOSE LUIZ SIMIONATO
20 VALDEMAR OSVALDO DE MORAIS
20 AUGUSTO DONIZETE DA SILVA
20 AURELIO POLLO FILHO

CENTRO DE ESTUDOS

Todas as quartas-feiras, das 19h às 21h

Perdeu alguma palestra?

Assista quando quiser no YouTube

CASA DO CONTABILISTA
Ribeirão Preto - SP

youtube.com/c/CasadoContabilista