

CADERNO DE GESTÃO

MICROEMPREendedOR INDIVIDUAL



SEBRAE

APRESENTAÇÃO

Caro(a) empresário(a),

Para administrar uma empresa, ter lucro e crescer, é necessário adotar algumas boas práticas. É importante você controlar o dinheiro, ter registro dos clientes e fornecedores, além de definir metas e ações para vender mais e melhor. Só assim a empresa vai prosperar e gerar bons frutos.

Foi pensando nas boas práticas de gestão que elaboramos este Caderno de Gestão. Ele vai auxiliá-lo a implantar os controles necessários para administrar sua empresa com foco em melhorar vendas e lucros e obter crescimento. Nele, você vai encontrar:

- histórias de outros empreendedores;
- palavra do especialista;
- ferramentas de finanças;
- ferramentas de marketing e vendas;
- lembretes;
- dicas.

Use este Caderno de Gestão para administrar sua empresa! Queremos ver você e a sua empresa crescerem! Sucesso!

© 2016, SEBRAE/RS

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul

É proibida a duplicação ou a reprodução deste volume, total ou parcialmente, por quaisquer meios, sem a autorização expressa do SEBRAE/RS.

Atualização: Janeiro/2018

Informações e contato:

SEBRAE/RS – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul

Rua Sete de Setembro, 555 – Bairro Centro – CEP 90010-190 – Porto Alegre – RS

Telefone: 0800 570 0800 - Site: www.sebrae-rs.com.br – E-mail: info@sebrae-rs.com.br

Entidades Integrantes do Conselho Deliberativo do SEBRAE/RS:

Badesul Desenvolvimento S/A – Agência de Fomento/RS

Banco do Brasil S/A

Banco do Estado do Rio Grande do Sul S/A – BANRISUL

Caixa Econômica Federal

Centro das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul – CIERGS

Federação da Agricultura do Estado do Rio Grande do Sul – FARSUL

Federação das Associações Comerciais e de Serviços do Rio Grande do Sul – FEDERASUL

Federação das Câmaras de Dirigentes Lojistas do Rio Grande do Sul – FCDL-RS

Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul – FIERGS

Fundação de Amparo à Pesquisa do Rio Grande do Sul – FAPERGS

Federação do Comércio de Bens e de Serviços do Estado do Rio Grande do Sul – FECOMÉRCIO

Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia – SDECT

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI-RS

Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR-RS

Diretoria Executiva:

Diretor-Superintendente – Derly Cunha Fialho

Diretor Técnico – Ayrton Pinto Ramos

Diretor de Administração e Finanças – Carlos Alberto Schütz

Equipe Técnica Responsável:

Gerência de Soluções

Ana Claudia Fagundes Monticelli

Ivandro Rosa de Moraes

Janaina Duarte

Tanara Souza

Projeto Gráfico e Diagramação:

Carolina Lopes – SEBRAE/RS

Revisão Ortográfica:

Editora Plural Ltda.

Conteúdo adaptado da publicação Caderno de Controles – Minha empresa na minha mão, do SEBRAE/RS, com conteúdo de Gilca Marchesan Bellaguarda – E-Saberes.

SUMÁRIO

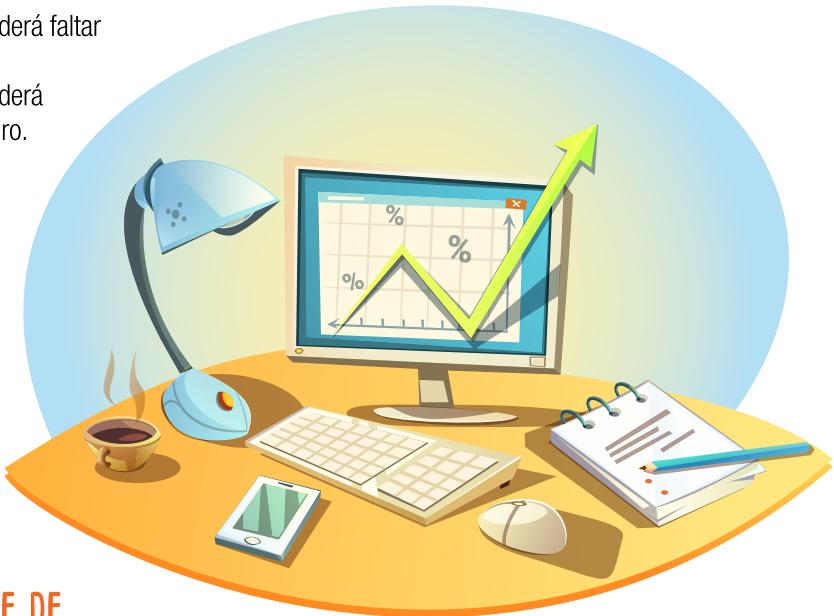
APRESENTAÇÃO	03
FINANÇAS	06
Controle de despesas pessoais do MEI	06
Controle de entradas e saídas	09
Contas a receber	13
Relatório mensal de receitas brutas	13
Controle de estoque	20
MARKETING E VENDAS	26
Datas Comemorativas	30
Trabalhando com metas	34
Planejamento de metas	38
Cadastro de clientes	40
Cadastro de fornecedores	41
PRINCIPAIS OBRIGAÇÕES DO MEI	44
Passo a passo para imprimir seu DAS.....	46

FINANÇAS

Os controles financeiros, como o nome já diz, ajudam você a controlar o dinheiro da empresa. É a forma que você tem para saber:

- quando poderá faltar dinheiro;
- quando poderá sobrar dinheiro.

Assim, você terá tempo para se preparar para essas situações.



CONTROLE DE DESPESAS PESSOais DO MEI

Separar as despesas pessoais das despesas da empresa é essencial para quem quer crescer! Você sabia que o empresário deve ter um salário definido para retirar mensalmente da empresa? Essa retirada mensal chama-se pró-labore e deve ser um valor fixo que dê para pagar as contas pessoais no mês.

É como se você estivesse trabalhando em uma empresa e, no início do mês, recebesse seu salário. Para poder retirar o valor do pró-labore, é necessário a empresa ter o dinheiro em caixa.

Caso a empresa não tenha todo o valor do pró-labore, você poderá retirar parcelado. Um pouco por semana, mas deve ter o controle de quanto retira para não ultrapassar o valor definido. Com o valor do pró-labore, você deve pagar suas despesas pessoais do mês.

DICAS PARA DEFINIR O SALÁRIO:

- anote separadamente seus gastos pessoais;
- some os gastos pessoais no final do mês;
- com base no total dos gastos, defina um valor mensal para ser o seu pró-labore;
- anote o valor retirado no Controle de Entradas e Saídas, na coluna de saídas e como pró-labore.

ALERTA!

Há empresários que definem um pró-labore de R\$ 1.000,00 e, para pegar esse valor do caixa da empresa, acabam atrasando outras contas, como um boleto de fornecedor. Isso porque o valor de R\$ 1.000,00 é muito alto para a realidade do caixa da empresa. Essa situação pode gerar dívidas e atrapalhar o crescimento da empresa.

- Defina um valor de pró-labore que a empresa possa pagar a você.
- Não cometa o erro de definir um pró-labore alto demais para a realidade da empresa.

AGORA É COM VOCÊ!

Nossa sugestão é que você anote no quadro a seguir os espaços para as despesas e os gastos pessoais:

Dia	Despesas e gastos pessoais (em que você gastou?)	R\$ - Valor (qual o valor que gastou?)
01		
02		
03		
04		
05		
06		
07		
08		
09		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		
20		
21		
22		
23		
24		
25		
26		
27		
28		
29		
30		
31		



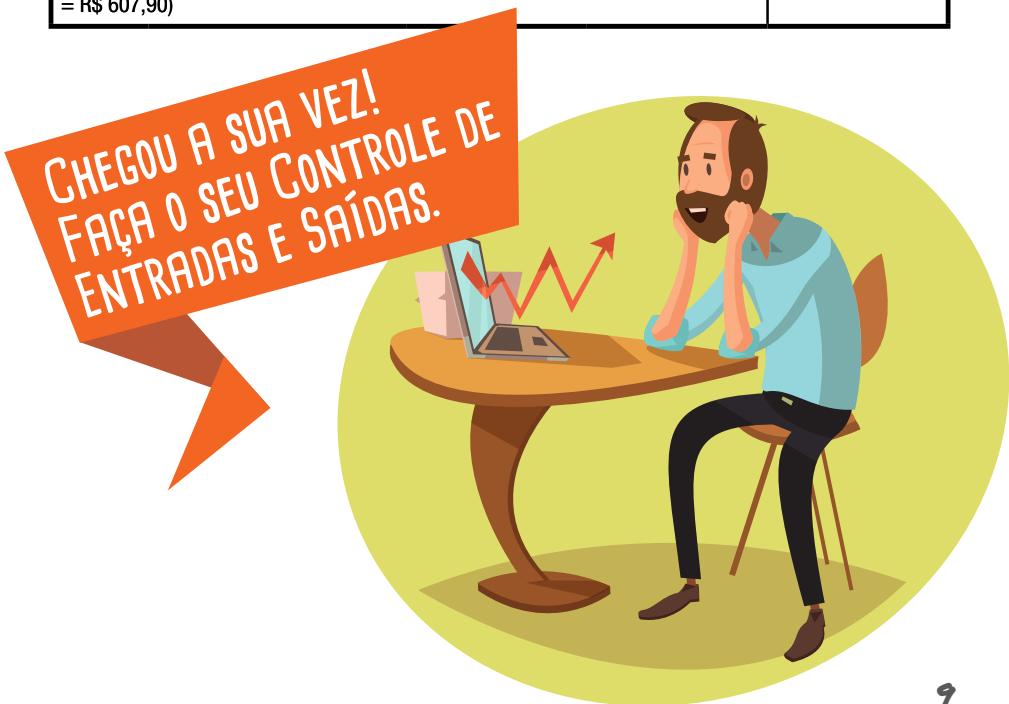
No **Caderno de Ferramentas**, em Ferramentas de Finanças, você encontra a planilha Controles de Despesas Pessoais do MEI em branco para preenchimento.

CONTROLE DE ENTRADAS E SAÍDAS

Você sabia que, ao controlar as entradas e saídas, você está controlando o dinheiro da empresa e vai saber quanto sobra, quanto falta e por que sobrou ou faltou?

A tabela a seguir mostra um exemplo de como preencher o controle diário do dinheiro:

Dia	Descrição	Entradas (dinheiro que entra no caixa da empresa)	Saídas (dinheiro que sai do caixa da empresa)	Saldo (saldo inicial + entradas - saídas)
Saldo do mês anterior (último dia do mês anterior)				R\$ 100,00
01	Venda à vista	R\$ 100,00	R\$ 0,00	R\$ 200,00
01	Pagamento fornecedor	R\$ 0,00	R\$ 86,00	R\$ 114,00
03	Venda com cheque	R\$ 200,10		R\$ 314,10
04	Pagamento aluguel	R\$ 0,00	R\$ 250,00	R\$ 64,10
.				
.				
20	Pagamento DAS		R\$ 36,20	R\$ 27,90
20	Venda à vista	R\$ 580,00		R\$ 607,90
Total		R\$ 880,10	R\$ 372,20	
Saldo final (saldo inicial + entradas - saídas) = (R\$ 100 + R\$ 880,10 - R\$ 372,20 = R\$ 607,90)				R\$ 607,90



Dia	Descrição	Entradas (dinheiro que entra no caixa da empresa)	Saídas (dinheiro que sai do caixa da empresa)	Saldo (saldo inicial + entradas - saídas)
Saldo do mês anterior (último dia do mês anterior)				
Total				
Saldo final (saldo inicial + entradas - saídas)				



No **Caderno de Ferramentas**, em Ferramentas de Finanças, você encontra a planilha Controles de Entradas e Saídas em branco para preenchimento ao longo de 12 meses.

LEMBRETES

Com o controle de entradas e saídas, você pode saber:

- quanto dinheiro tem em caixa para comprar à vista e conseguir descontos;
- quando não tem dinheiro em caixa e precisa comprar a prazo;
- quando terá que atrasar algum boleto;
- quando há dinheiro sobrando para economizar.

Você vai acompanhar diariamente o saldo do caixa e saber, com antecedência, quando precisa vender mais à vista do que a prazo.

VOÇÊ PODE ESTAR SE PERGUNTANDO:
SE AS MINHAS VENDAS FORAM
MAIORES QUE OS MEUS GASTOS,
POR QUE NÃO VEJO ESSE DINHEIRO
QUE SOBROU?

PALAVRA DO ESPECIALISTA

Se você vendeu a prazo ou fiado, significa que esse dinheiro você ainda não recebeu. Verifique quanto tem de vendas para receber e anote na tabela a seguir. Separe o que é fiado e o que foi pago com cheque pré-datado. Vai ajudá-lo a lembrar de cobrar quem ainda não efetuou o pagamento!

Procure o SEBRAE e inscreva-se na Oficina SEI
Controlar meu Dinheiro.
É gratuita!



ANOTAÇÕES:

CONTAS A RECEBER



No **Caderno de Ferramentas**, em Ferramentas de Finanças, você encontra as planilhas de Contas a Receber em branco para preenchimento.

RELATÓRIO MENSAL DE RECEITAS BRUTAS

O Final de mês chegou?

Agora é a hora de preencher o Relatório Mensal de Receitas Brutas!

- Preencha com os dados de CNPJ, nome do empreendedor e mês de apuração.
 - Some as vendas do mês com nota fiscal e anote na planilha.
 - Some as vendas do mês sem nota fiscal (dispensa de emissão de nota fiscal) e anote na planilha.
 - Some o total das vendas com nota fiscal e sem nota fiscal e anote no Total das Receitas.
 - Anote os dados deste relatório na planilha anual localizada dentro de Ferramentas Financeiras, no mês correspondente.
 - Guarde em um arquivo, caixa ou local seguro. Você poderá ter que apresentar essa documentação em caso de fiscalização.

ATENÇÃO!

Preencha apenas a parte do relatório que corresponder à atividade da sua empresa.

Exemplo preenchido MEI Comércio:

CNPJ: 01.111.111/0001-11

Microempreendedor Individual: José Pedro da Silva

Período de Apuração: 01/01/2015 a 31/12/2015

RECEITA BRUTA MENSAL – REVENDA DE MERCADORIAS (COMÉRCIO)

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	<th>Junho</th>	Junho
I – Revenda de mercadorias com dispensa de emissão de documento fiscal (sem nota fiscal)	0,00	1.500,00	1.100,00	0,00	1.522,00	2.615,00
II – Revenda de mercadorias com documento fiscal emitido (com nota fiscal)	0,00	0,00	1.512,50	2.357,30	2.318,50	2.887,30
III – Total das receitas com revenda de mercadorias (I+II)	0,00	1.500,00	2.612,50	2.357,30	3.840,50	5.502,30

RECEITA BRUTA MENSAL – VENDA DE PRODUTOS INDUSTRIALIZADOS (INDÚSTRIA)

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho
IV – Venda de produtos industrializados com dispensa de emissão de documento fiscal (sem nota fiscal)						
V – Venda de produtos industrializados com documento fiscal emitido (com nota fiscal)						
VI – Total das receitas com venda de produtos industrializados (IV+V)						

RECEITA BRUTA MENSAL – PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho
VII – Receita com prestação de serviços com dispensa de emissão de documento fiscal (sem nota fiscal)						
VIII – Receita com prestação de serviços com documento fiscal emitido (com nota fiscal)						
IX – Total das receitas com prestação de serviços (VII+VIII)						
X – Total geral das receitas brutas no mês (III+VI+IX)	0,00	1.500,00	2.612,50	2.357,30	3.840,50	5.502,30

CNPJ: 01.111.111/0001-11

Microempreendedor Individual: José Pedro da Silva

Período de Apuração: 01/01/2015 a 31/12/2015

RECEITA BRUTA MENSAL – REVENDA DE MERCADORIAS (COMÉRCIO)

	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total do Ano (Jan a Dez)
I – Revenda de mercadorias com dispensa de emissão de documento fiscal (sem nota fiscal)	2.510,00	3.520,00	2.610,00	1.963,00	1.200,00	1.500,00	20.040,00
II – Revenda de mercadorias com documento fiscal emitido (com nota fiscal)	2.941,70	2.985,30	3.211,70	1.612,90	2.631,00	2.921,00	25.379,20
III – Total das receitas com revenda de mercadorias (I+II)	5.471,7	6.505,30	5.821,70	3.575,90	3.831,00	4.421,00	45.419,20

RECEITA BRUTA MENSAL – VENDA DE PRODUTOS INDUSTRIALIZADOS (INDÚSTRIA)

	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total do Ano (Jan a Dez)
IV – Venda de produtos industrializados com dispensa de emissão de documento fiscal (sem nota fiscal)							
V – Venda de produtos industrializados com documento fiscal emitido (com nota fiscal)							
VI – Total das receitas com venda de produtos industrializados (IV+V)							

RECEITA BRUTA MENSAL – PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total do Ano (Jan a Dez)
VII – Receita com prestação de serviços com dispensa de emissão de documento fiscal (sem nota fiscal)							
VIII – Receita com prestação de serviços com documento fiscal emitido (com nota fiscal)							
IX – Total das receitas com prestação de serviços (VII+VIII)							
X – Total geral das receitas brutas no mês (III+VI+IX)	5.451,70	6.505,30	5.821,70	3.575,90	3.831,00	4.421,00	45.419,20

Assim, você terá o registro das vendas e poderá comparar com outros meses para verificar:

- aumento das vendas entre os meses do ano;
- meses de maiores vendas;
- meses de menores vendas.

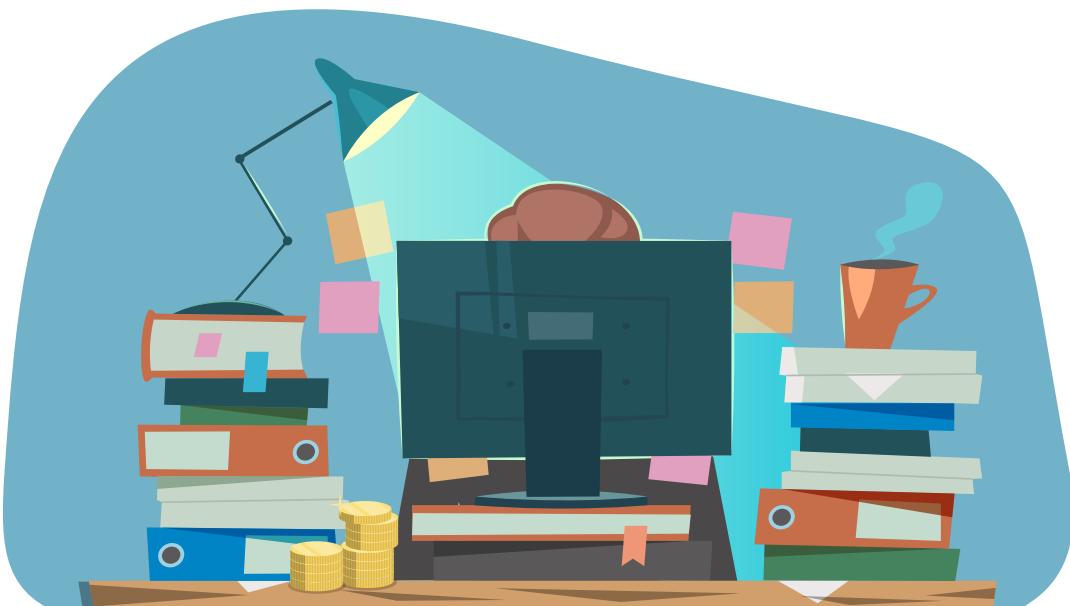
Com isso, você poderá identificar, por exemplo:

- em que momentos do ano precisa ter mais ou menos estoques;
- os meses nos quais deve fazer alguma promoção para vender mais;
- quando deve programar uma liquidação;
- quando tem mais volume de vendas e clientes;
- quando tem mais folgas e ociosidade.

Enfim, poderá administrar melhor sua empresa para ter mais resultados!



No **Caderno de Ferramentas**, em Ferramentas de Finanças, você encontra a planilha Relatório Mensal de Receitas Brutas em branco para preenchimento de todos os meses.



HISTÓRIAS DE MEI

Maria trabalhava muito e não via a cor do dinheiro...

Veja como ela resolveu essa situação!

Maria trabalhou anos como manicure em salão de beleza.

Com o nascimento do filho Lucas, resolveu começar a atender em sua casa. Fez curso de corte,

coloração e penteado de cabelos. Em

6 meses, já estava com o salão

funcionando na garagem da sua

casa. Maria tinha cada vez

mais clientes. A qualidade

dos serviços fez as

clientes indicarem o

salão umas às outras.

A comunicação

boca a boca fez

o salão crescer.

Maria trabalhava

muito, porém

tinha algo que

não estava certo.



Um domingo, conversando com Pedro, seu marido, ela reclamou! Pedro disse que não sabia como ajudar, mas ficou com aquilo na cabeça. Na segunda-feira, quando Pedro chegou para trabalhar, lembrou que, no ano anterior, seu chefe passou por uma situação parecida. Resolveu perguntar como ele conseguiu ajuda. Seu chefe disse que procurou o SEBRAE. À noite, quando Pedro chegou em casa, disse para Maria procurar ajuda no SEBRAE.

Maria ligou para o **0800.570.0800** e marcou uma hora com um especialista.



TRABALHO TANTO, TENHO CADA
VEZ MAIS CLIENTES E NÃO VEJO
A COR DO DINHEIRO! TEM ALGO
ERRADO! PRECISO SABER O QUE
ESTÁ ACONTECENDO!

PALAVRA DO ESPECIALISTA

Maria, você fez muito bem em procurar o SEBRAE. Estamos aqui para ajudar! A sensação de que não está sobrando dinheiro pode ter vários motivos. Para cada empresa, será diferente.

Maria, como você nos falou, as clientes são todas conhecidas do bairro e costumam deixar os valores dos serviços anotados. É o velho e bom “fiado”. Como você não gosta de cobrar as clientes, os valores vão acumulando e aumentando cada vez mais.

Essa situação torna-se difícil para a cliente, pois pagar todo o fiado em uma única vez vai ficar pesado. Da mesma forma, torna-se difícil para você, que não recebe os valores do serviço, mas precisa pagar contas e boletos.

Outro aspecto que percebemos é que seu preço está bem abaixo do preço praticado pelos concorrentes e é o menor do bairro. Isso pode ser bom para atrair clientes, contudo, como o seu preço é bem menor do que os demais concorrentes, você pode aumentar 10% e, mesmo assim, ficará com o menor preço do bairro. Vou sugerir cinco ações para você fazer:

1. combinar com cada cliente como pagar os fiados;
2. definir uma data mensal para cada cliente fazer o pagamento do seu fiado;
3. aumentar em 10% os preços dos serviços;
4. criar uma tabela com os novos preços.

Procure o SEBRAE e inscreva-se na Oficina SEI
Controlar meu Dinheiro.
É gratuita!



Se você está se sentindo como a Maria, trabalha muito e não vê sobrar dinheiro, é hora de procurar ajuda do especialista SEBRAE.

Preencha todos os meses este relatório com a receita bruta (com e sem nota fiscal) da sua empresa! São as informações necessárias para a declaração anual!

CNPJ:							
Microempreendedor Individual:							
Período de Apuração:							
RECEITA BRUTA MENSAL – REVENDA DE MERCADORIAS (COMÉRCIO)							
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	<th>Junho</th>	Junho	
I – Revenda de mercadorias com dispensa de emissão de documento fiscal (sem nota fiscal)							
II – Revenda de mercadorias com documento fiscal emitido (com nota fiscal)							
III – Total das receitas com revenda de mercadorias (I+II)							
RECEITA BRUTA MENSAL – VENDA DE PRODUTOS INDUSTRIALIZADOS (INDÚSTRIA)							
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	
IV – Venda de produtos industrializados com dispensa de emissão de documento fiscal (sem nota fiscal)							
V – Venda de produtos industrializados com documento fiscal emitido (com nota fiscal)							
VI – Total das receitas com venda de produtos industrializados (IV+V)							
RECEITA BRUTA MENSAL – PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS							
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	
VII – Receita com prestação de serviços com dispensa de emissão de documento fiscal (sem nota fiscal)							
VIII – Receita com prestação de serviços com documento fiscal emitido (com nota fiscal)							
IX – Total das receitas com prestação de serviços (VII+VIII)							
X – Total geral das receitas brutas no mês (III+VI+IX)							
RECEITA BRUTA MENSAL – REVENDA DE MERCADORIAS (COMÉRCIO)							
	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total do Ano (Jan a Dez)
I – Revenda de mercadorias com dispensa de emissão de documento fiscal (sem nota fiscal)							
II – Revenda de mercadorias com documento fiscal emitido (com nota fiscal)							
III – Total das receitas com revenda de mercadorias (I+II)							
RECEITA BRUTA MENSAL – VENDA DE PRODUTOS INDUSTRIALIZADOS (INDÚSTRIA)							
	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total do Ano (Jan a Dez)
IV – Venda de produtos industrializados com dispensa de emissão de documento fiscal (sem nota fiscal)							
V – Venda de produtos industrializados com documento fiscal emitido (com nota fiscal)							
VI – Total das receitas com venda de produtos industrializados (IV+V)							
RECEITA BRUTA MENSAL – PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS							
	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total do Ano (Jan a Dez)
VII – Receita com prestação de serviços com dispensa de emissão de documento fiscal (sem nota fiscal)							
VIII – Receita com prestação de serviços com documento fiscal emitido (com nota fiscal)							
IX – Total das receitas com prestação de serviços (VII+VIII)							
X – Total geral das receitas brutas no mês (III+VI+IX)							

Você sabia que, ao preencher a planilha com a receita bruta, mês a mês, você já está com as informações prontas para a declaração do ano que vem!? Agora é só acessar o site www.portaldoempreendedor.gov.br

CASO VOCÊ NÃO TENHA EMITIDO TODOS OS DAS DO ANO DA DECLARAÇÃO, VAI APARECER UMA MENSAGEM AVISANDO QUE VOCÊ PRECISA EMITI-LOS. CLIQUE NA MENSAGEM PARA ENVIÁ-LA E PARA IMPRIMIR SEU RECIBO E A DECLARAÇÃO.

CONTROLE DE ESTOQUE

Outra ferramenta essencial para quem precisa ter produtos estocados!

Comece fazendo o controle de estoque dos principais produtos ou insumos da sua empresa! É simples e fácil!

Com o controle do estoque, você saberá quanto necessita de cada produto para atender à demanda. Evitará desperdícios e custos desnecessários com estoques. Identificará quando o preço de compra mudar!

Exemplo de preenchimento:

- em Descrição, você deve colocar o que aconteceu com o produto;
- em Quantidade de Entrada, deve colocar a quantidade de produto que entrou no estoque por compra ou devolução dos clientes;
- em Quantidade de Saída, deve colocar a quantidade de produto que saiu do estoque por consumo, por venda ou por ter ido para a loja para vender;
- em Saldo, some as entradas e diminua as saídas.



Produto:			Unidade de Medida:		
Estoque Mínimo:			Estoque Máximo:		
Data	Descrição	Preço de Compra	Quantidade Entrada	Quantidade Saída	Saldo (entradas - saídas)

Você deve ter uma ficha para cada um dos principais produtos! Exemplo:

Produto:	Arroz branco tipo 1		Unidade de Medida:	Quilos	
Estoque mínimo:	10 kg		Estoque Máximo:	30 kg	
Data	Descrição	Preço de Compra	Quantidade Entrada	Quantidade Saída	Saldo (entradas - saídas)
04/11/14	Compra	R\$ 5,20	20		20
04/11/14	Cozinha		0	3	17
05/11/14	Cozinha		0	2	15
06/11/14	Cozinha		0	2	13
07/11/14	Cozinha		0	2	11
08/11/14	Compra	R\$ 5,15	30		41



HISTÓRIAS DE MEI

Cristina é MEI e fornece refeições prontas (marmitas) para empresas. O fornecimento é feito de segunda a sexta-feira para almoços. As quantidades são combinadas antecipadamente com os clientes. Ela produz apenas a quantidade necessária para atendê-los. Mesmo sabendo da quantidade a ser produzida, muitas vezes, acaba faltando algum ingrediente durante a produção.



PALAVRA DO ESPECIALISTA

Cristina, sua preocupação é muito importante por dois motivos:

- você não pode deixar faltar produtos;
- você não pode deixar sobrar produtos em grandes quantidades, pois podem vencer e isso é perda para a empresa.

É eficiente e mais lucrativo você ter sempre a quantidade que atenda ao volume de vendas da semana.

Nossas dicas são:

- faça uma lista de produtos que você deve ter em estoque;
- calcule a quantidade necessária para um determinado período, por exemplo, uma semana;
- compre os produtos considerando o prazo de entrega dos fornecedores;
- se a entrega é imediata, considere um estoque menor;
- se a entrega é demorada, considere um estoque maior;
- compre quantidades maiores se o produto for de uso frequente ou se o preço for muito bom;
- confira o prazo de validade dos produtos, principalmente se for estocar;
- controle o estoque dos principais produtos em uma planilha.

É simples, fácil e rápido se você tiver as informações necessárias!

HISTÓRIAS DE MEI

Senhor Toshiro e suas massas!

Toshiro queria aumentar as vendas de massas e deixar os clientes contentes. Como o pessoal gostava de comprar fiado, encomendou umas cadernetas, carimbando nas capas a sigla: "CRM – Caderneta de Registro Mensal". Era nela que controlava as contas dos clientes. Logo, a CRM ficou popular no bairro.

"Anota aí na CRM dois pacotes de tortei para a patroa", ordenava a Benedita. "Minha mãe mandou perguntar quanto vai pagar de CRM este mês", chegava o recado da Silvinha. Mas a caderneta não servia apenas para cobrar os clientes. Era a sua bola de cristal. Naquelas linhas, Toshiro enxergava muito mais do que o total a receber no final do mês. Ele identificava os gostos dos clientes, as preferências, a quantidade que compravam, quando compravam e as massas que mais consumiam.

Só de olhar a caderneta, Toshiro sabia quando oferecer novidades para os clientes. A data escolhida para pagar a CRM era quando os clientes estavam com a carteira mais cheia.

O cliente levava sempre lasanha? Toshiro criava pacotes promocionais com um outro tipo de massa. Fazia pacotes promocionais com dois, três e quatro tipos de massas para criar novos hábitos na família e incentivar o consumo de outros produtos.

COMO FAÇO PARA BUSCAR
MAIS OPORTUNIDADES
DE NEGÓCIOS?





A cliente comprava sempre massa de pastel?

Dá-lhe campanha promovendo o macarrão ou algum tipo de molho.

Fazia tempo que não levava nhoque?

Era só lembrá-la da tradição de comer nhoque no dia 29 de cada mês!

A última compra foi há muito tempo? Toshiro ligava avisando que o macarrão estava em promoção e que, se o cliente comprasse três pacotes, ganhava o molho de queijo.

A CRM de Toshiro havia formado a base do desenvolvimento da sua empresa.

Toshiro organizou o cadastro de clientes e fazia ações em datas comemorativas.

Cada vez prosperava mais!

Um belo dia, recebeu um convite para ir a uma feira de equipamentos para panificação. Toshiro nunca tinha ido a uma feira e resolveu conferir as novidades!

Lá, viu uma máquina para fechar ravióli, pastéis e outros tipos de massa.

Ficou encantado!

Logo pensou: "Com essa máquina, vou ganhar tempo e qualidade. Posso produzir mais, com maior qualidade e melhor preço". Não teve dúvida, era hora de investir em tecnologia para ter ganhos de produtividade e qualidade.



Na volta para casa, Toshiro lembrou que seu cliente Mateus trabalha em um banco.

Foi até sua casa para saber mais sobre como conseguir um financiamento para a máquina.

Mateus informou a Toshiro que existem linhas de crédito especiais para quem é MEI.

Essas linhas são para comprar máquinas, equipamentos, fazer reformas e capital de giro. O capital de giro pode ser utilizado para a compra de estoques, contratação de pessoal e pagamento dos gastos do dia a dia do negócio. Toshiro agradeceu e voltou para casa feliz!

MARKETING E VENDAS

O marketing é composto de quatro elementos que devem ser analisados e combinados para quem quer vender mais e melhor. Não é só propaganda, como muitas pessoas acreditam, mas a propaganda faz parte do marketing! Os quatro elementos que compõem o marketing são chamados de 4Ps!

Para fazer uso do marketing, é importante analisar os 4Ps para sua empresa.



Vamos a um exemplo!

Mário tem uma van de cachorro-quente localizada na praça da cidade. É um local de muito movimento, pois, em torno da praça, há várias lojas, dois bancos e um colégio. Mário costuma ter clientes de todos os locais da cidade e do interior. São alunos e pessoas que vêm aos bancos e ao comércio. Quando Márcio resolveu usar o marketing para aumentar suas vendas, ele analisou os 4Ps da seguinte forma:



P do marketing	O que fazer
Produto e/ou Serviços	<ul style="list-style-type: none"> • Trabalhar sempre com produtos de qualidade. • Ter três tamanhos de cachorro-quente. • Ter variedade de condimentos (ervilha, milho, queijo ralado, azeite de oliva, tempero verde, mostarda, etc.). • Usar saco plástico para embalar o pão do cachorro-quente. • Entregar ao cliente dois guardanapos de papel e um palito de dente. • Usar luvas para montar o cachorro-quente. • Ter álcool gel para passar nas mãos. • Ter balas, chicletes e gomas para completar a venda. • Ter maçãs como uma opção de fruta.
Preços	<ul style="list-style-type: none"> • Calcular o preço que deve vender cada cachorro. • Comparar o preço calculado com o preço dos concorrentes. • Fazer um preço um pouco maior que os concorrentes, pois tem maior variedade de condimentos. • Fazer o preço pelo tamanho do cachorro para ser justo com os consumidores. • Posicionar o preço de venda da maçã, por unidade, maior que na fruteira e supermercado por se tratar de produto complementar e de conveniência.
Ponto de Venda	<ul style="list-style-type: none"> • Manter a banca sempre limpa. • Ter três lixeiras espalhadas para o cliente descartar o lixo. • Ter bancos e mesas para os clientes que desejam comer no local. • Ter uma música ambiente agradável.
Promoção	<ul style="list-style-type: none"> • Em datas comemorativas, fazer a decoração da banca (Natal, Páscoa, Dia das Crianças, etc). • Fazer pacotes promocionais (combos) como: 1 cachorro pequeno + 1 suco + 1 maçã = R\$ 12,00. • Distribuir ímãs de geladeira com fone para encomendas. • Ter um cartão com espaço para 10 carimbos. Sempre que o cliente compra um cachorro, carimba o cartão. Quando o cartão tiver 10 carimbos, o cliente ganha um cachorro-quente.

AH, VALE PARA QUALQUER EMPRESA, MESMO SENDO INDÚSTRIA, COMÉRCIO OU SERVIÇO! E, SE VOCÊ PRECISAR DE AJUDA PARA ELABORAR OS 4Ps DA SUA EMPRESA, PROCURE O SEBRAE MAIS PRÓXIMO DE VOCÊ!
NOSSOS ESPECIALISTAS ESTÃO PRONTOS PARA AJUDÁ-LO!

HISTÓRIAS DE MEI

Marta revende roupas femininas e masculinas em casa, em uma pequena loja.

COMO FAÇO PARA
DIVULGAR MINHA EMPRESA
E CONQUISTAR MAIS
CLIENTES?



PALAVRA DO ESPECIALISTA

Marta, para você escolher a melhor forma de divulgação, deve fazer uma rápida pesquisa com seus clientes e potenciais clientes (aqueles que ainda não são clientes, mas podem vir a ser). Pergunte a cada um deles:

- como ficam sabendo das novidades do bairro ou da cidade?
- como gostam de ser avisados sobre promoções e lançamentos?

Com base nessas respostas, você saberá onde divulgar sua empresa e que ações deve fazer para manter os clientes informados sobre novidades, lançamentos e promoções. Nada melhor do que perguntar ao próprio cliente! Veja alguns exemplos de divulgação:

- internet – facebook, site, e-mail;
- anúncio em jornal do bairro;
- placas de rua;
- panfletos;
- carro de som (verificar se é permitido);
- faixas;
- patrocínio de lixeiras ou toalhas de mesa em restaurantes, pizzarias, etc.;
- promoções de vendas como: degustações, amostras grátis, sorteios, brindes, descontos especiais, ímã de geladeira, adesivos, etc.

O importante é saber do cliente a melhor forma de se comunicar com ele. Nada adianta fazer carro de som se o cliente não trabalha no bairro ou na cidade e não vai ouvir a divulgação. Nada adianta colocar um anúncio no jornal se o cliente não lê aquele jornal. Você deve divulgar onde o cliente vai ver, ouvir ou ler!

Procure o SEBRAE e inscreva-se
na Oficina SEI Vender.
É gratuita!



DATAS COMEMORATIVAS

Todos os meses, temos datas comemorativas. Algumas delas são oportunidades para:

- vender mais;
- divulgar a empresa;
- conquistar novos clientes;
- fidelizar clientes.

Em cada início de mês, temos uma lista com as datas comemorativas. Identifique as datas que são importantes para sua empresa fazer alguma ação. Na planilha a seguir, registre a data e a ação que pretende fazer.



Pode ser um e-mail especial, uma decoração, uma mensagem ao cliente ou até uma promoção especial para aquele momento! Inspire-se e planeje como aproveitar as datas comemorativas para crescer!

Exemplo:

Data a ser comemorada	O que se comemora	Ação a ser realizada para comemorar	Quando fazer a ação
2º domingo de maio	Dia das Mães	- Decorar a loja com fotografias de mães e filhos. - Entregar uma rosa para cada cliente mãe no sábado anterior. - Criar kits de produtos com embalagem especial para o Dia das Mães.	01/05 Sábado anterior ao Dia das Mães 01/05

PARA AJUDAR, LISTAMOS ALGUMAS DATAS EM QUE VOCÊ PODERÁ PLANEJAR AÇÕES:

JANEIRO

- 01 - Ano-novo
- 06 - Dia de Reis
- 08 - Dia do Fotógrafo
- 20 - Dia do Farmacêutico
- 24 - Dia Nacional dos Aposentados
- 30 - Dia da Saudade

FEVEREIRO

- 01 - Dia do Publicitário
- 02 - Dia de Iemanjá e Nossa Sra. dos Navegantes
- 09 - Dia do Zelador
- 16 - Dia do Repórter

MARÇO

- 08 - Dia da Mulher
- 10 - Dia do sogro
- 12 - Dia do Bibliotecário
- 14 - Dia do Vendedor de Livros
- 15 - Dia Mundial do Consumidor
- 19 - Dia de São José

ABRIL

- 01 - Dia da Mentira
- 07 - Dia do Corretor e Dia Mundial da Saúde
- 19 - Dia do Índio
- 21 - Dia do Metalúrgico
- 23 - Dia de São Jorge
- 25 - Dia do Contabilista
- 27 - Dia da Empregada Doméstica
- 28 - Dia da sogra

MAIO

- Segundo domingo - Dia das Mães
- 07 - Dia do Oftalmologista
- 12 - Dia Mundial do Enfermeiro
- 15 - Dia do Gerente Bancário
- 15 - Dia do Assistente Social
- 16 - Dia do Gari
- 22 - Dia do Apicultor
- 25 - Dia da Indústria
- 25 - Dia do Massagista

- 31 - Dia do Espírito Santo

JUNHO

- 01 - Semana Mundial do Meio Ambiente
- 03 - Pentecostes
- 09 - Dia do Porteiro e do Tenista
- 12 - Dia dos Namorados
- 18 - Dia do Químico
- 24 - Dia de São João
- 29 - Dia de São Pedro e São Paulo

JULHO

- 10 - Dia da Pizza
- 16 - Dia do Comerciante
- 20 - Dia do Amigo e Dia Internacional da Amizade
- 25 - Dia de São Cristóvão e do Escritor
- 26 - Dia da Vovó
- 27 - Dia do Motociclista
- 28 - Dia do Agricultor

AGOSTO

- Segundo domingo – Dia dos Pais
- 11 - Dia do Advogado
- 13 - Dia do Economista
- 14 - Dia do Cardiologista
- 25 - Dia do Soldado
- 27 - Dia do Psicólogo
- 28 - Dia dos Bancários
- 31 - Dia da Nutricionista

SETEMBRO

- 07 - Dia da Independência do Brasil
- 09 - Dia do Administrador e do Veterinário
- 20 - Dia do Gaúcho (Revolução Farroupilha)
- 21 - Dia da Árvore
- 30 - Dia da Secretária

OUTUBRO

- 04 - Dia dos Animais
- 12 - Dia das Crianças
- 13 - Dia do Fisioterapeuta
- 15 - Dia do Professor
- 18 - Dia do Médico
- 31 - Dia das Bruxas – Halloween

NOVEMBRO

- 01 - Dia de Todos os Santos
- 08 - Dia do Radiologista
- 20 - Dia Nacional da Consciência Negra
- 28 - Dia Mundial de Ação de Graças

DEZEMBRO

- 01/12 - Dia Internacional da Luta contra a AIDS
- 11/12 - Dia do Arquiteto
- 11/12 - Dia do Engenheiro
- 23/12 - Dia do Vizinho
- 25/12 - Natal
- 31/12 - Réveillon



DICAS

Planeje suas ações para as datas comemorativas pelo menos com 60 dias de antecedência ao seu acontecimento. Por exemplo, em janeiro, planeje as ações para as datas comemorativas do mês de março! Assim, você terá tempo para preparar os estoques, pensar nas promoções e até organizar a decoração!

**AGORA É
A SUA VEZ!**

Procure o SEBRAE e inscreva-se
na Oficina SEI Vender.
É gratuita! 



TRABALHANDO COM METAS

Nossa vida é baseada em metas: diárias, semanais, mensais. As metas de vendas são os primeiros passos para se obter sucesso! Sem metas, qualquer resultado pode parecer bom! Com metas, você terá desafios, terá algo a alcançar e o esforço será concentrado!

Você pode estar se perguntando: "mas para que serve isso de verdade?". Serve para atingirmos os nossos objetivos. Os objetivos são os propósitos, o que cada um deseja conquistar. As metas servem para definirmos um caminho para chegar lá e para atingir os objetivos.

Que tal ver um exemplo comum, do cotidiano, do dia a dia?



Você quer comprar um carro até o final do ano. Para realizar esse objetivo, precisa economizar e guardar todo mês R\$ 500,00.

Veja:

- Objetivo = comprar um carro
- Meta = guardar R\$ 500,00 por mês
- Prazo = até o final do ano

DICAS PARA DEFINIR AS METAS DE VENDAS:

CHEGOU A HORA
DE TRAÇAR
AS SUAS METAS!

- calcule o quanto sua empresa precisa vender no mês para pagar todas as despesas e ter lucro;
- defina quanto de lucro deseja ter;
- verifique se esse valor de venda é possível atingir e em quanto tempo;
- caso não seja possível atingir logo o valor, trace metas de vendas até chegar nele;
- se é possível atingir o valor de venda, aumente o lucro e trace as novas metas.

Procure o SEBRAE e inscreva-se na Oficina SEI Planejar.

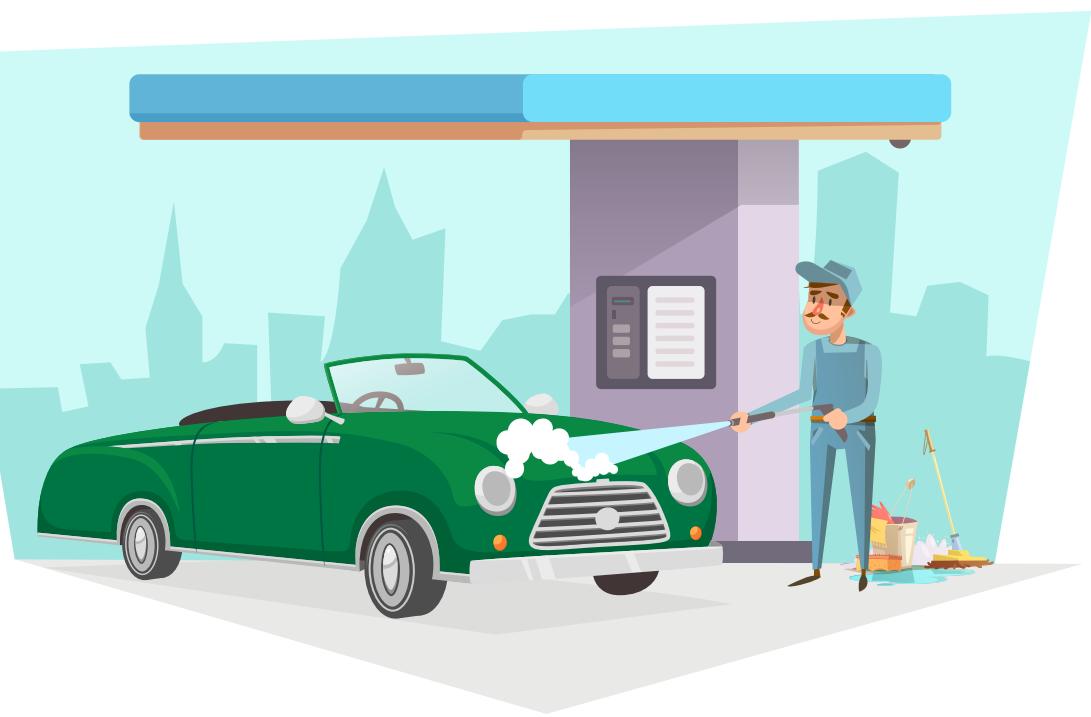
É gratuita!

sei / **SEBRAE**
MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

Vamos a um exemplo prático!

Jorge é MEI e tem uma lavagem de carros. A receita de vendas, em média, é de R\$ 2.580,00 por mês. Jorge tem condições de lavar mais carros e aumentar seu faturamento. Para isso, precisa fazer algumas ações para divulgar sua empresa. Mas, antes de divulgar, Jorge vai traçar suas metas de vendas para os próximos 3 meses. Jorge quer atingir R\$ 4.500,00 de vendas por mês e percebeu que consegue aumentar R\$ 500,00 em cada mês. Definiu suas metas com base nessas informações para os próximos 4 meses. Assim, o quadro de metas do Jorge será:

Mês	Meta	Realizado
Venda atual		R\$ 2.580,00
Janeiro	R\$ 3.000,00	
Fevereiro	R\$ 3.500,00	
Março	R\$ 4.000,00	
Abril	R\$ 4.500,00	



Jorge vai acompanhar, mês a mês, o quanto da meta conseguiu atingir na coluna Realizado. Assim, saberá como está em relação a seu objetivo, que é chegar a uma venda mensal de R\$ 4.500,00. Para melhor administrar sua meta, Jorge resolveu dividir a meta do mês por semanas. Veja como ele resolveu fazer:

Valor que pretendo vender no mês 1	R\$ 3.000,00
Semanas	Meta
1ª semana do mês	R\$ 1.000,00
2ª semana do mês	R\$ 800,00
3ª semana do mês	R\$ 500,00
4ª semana do mês	R\$ 450,00

Você pode definir sua meta por:

- quantidade de produtos;
- receita de venda (como o exemplo do Jorge);
- mês, semana e dia.

O importante é adequar à realidade da empresa!



Meta de vendas por mês:

Mês	Meta	Realizado
Venda atual		
Janeiro		
Fevereiro		
Março		
Abril		
Maio		
Junho		
Julho		
Agosto		
Setembro		
Outubro		
Novembro		
Dezembro		
Total do Ano		

Meta de vendas por semana:

Valor que pretendo vender no Mês de		
Semanas	Meta	Realizado
1ª semana do mês		
2ª semana do mês		
3ª semana do mês		
4ª semana do mês		
5ª semana do mês		



No **Caderno de Ferramentas**, em Ferramentas de Marketing e Vendas, você encontra a planilha Metas de Vendas por Semana em branco para preenchimento.

As metas devem ser compatíveis com a realidade da empresa. Caso contrário, você ficará desmotivado por correr atrás de resultados impossíveis de alcançar. Após definir as metas de vendas, é importante pensar nas ações para alcancá-las!

PLANEJAMENTO DE METAS

Vejamos o exemplo do Jorge! Depois de definir as metas, ele resolveu listar as ações que precisa fazer. Jorge precisa agir para que o aumento de lavagens aconteça!

Meta do mês de janeiro: R\$ 3.000,00		
Ações – o que fazer	Prazo – quando fazer	Resultado esperado
• Pedir aos clientes se indicariam a lavagem para outras pessoas. Se o cliente disser que sim, pedir indicações.	Imediato	Conseguir cinco novos clientes por mês por indicação
• Criar um pacote promocional no qual o cliente contrata quatro lavagens por mês, a um preço pré-estabelecido, com 10% de desconto. Paga no início do mês e usa durante o mês.	Em janeiro	Ter 10 clientes com contrato mensal. Hoje não tem nenhum
• Criar um cartão no qual o cliente que lavar o carro 10 vezes ganha uma lavagem de graça.	Em janeiro	Distribuir um cartão para cada cliente
• Fazer um valor especial para empresas que lavarem mais de quatro carros por mês. Tanto para carros da empresa como para carros de funcionários.	Em janeiro	Fechar parceria com duas novas empresas no mês (empresas próximas)
• Fazer sacos de lixo e colocar dentro dos carros com telefone da lavagem.	Em fevereiro	Colocar em todos os carros
• Criar serviço de leva e busca de carros.	Em fevereiro	Conquistar cinco clientes novos no mês
• Colocar uma placa nova sinalizando a lavagem com telefone.	Em março	Chamar mais atenção para o fone

E então... quer definir suas ações para atingir as metas de vendas?!

MÃOS À OBRA!

Meta do mês

Ações – o que fazer	Prazo – quando fazer	Resultado esperado



No **Caderno de Ferramentas**, em Ferramentas de Marketing e Vendas, você encontra as planilhas Planejamento de Metas em branco para preenchimento.



CASO PRECISE DE AJUDA PARA
DEFINIR SUAS METAS, PROCURE
UM ESPECIALISTA DO SEBRAE!
SERÁ UM PRAZER ORIENTÁ-LO.

CADASTRO DE CLIENTES

Muitas vezes, esse é um item deixado de lado, mas não deveria. O cadastro de clientes é uma peça fundamental para melhorar as vendas de sua empresa. Cliente gosta de relacionamento! Aliás, dá a oportunidade de se relacionar com ele quando passa os dados para contato. Use os espaços a seguir para registrar informações dos seus clientes.

Nome:
Endereço:
Telefone:
E-mail:
Produtos/Serviços que compram:
Outras informações (preços, descontos, quantidades, tamanhos, negociações, etc.):



No **Caderno de Ferramentas**, em Ferramentas de Marketing e Vendas, você encontra as planilhas Cadastro de Clientes em branco para preenchimento.



CADASTRO DE FORNECEDORES

Você poderá também cadastrar seus fornecedores. Essa ação é essencial para todas as empresas, pois permite saber:

- quem vende insumos, matéria-prima ou produtos de que a empresa necessita;
- o que vendem;
- quem é a pessoa de contato para comprar e negociar;
- por quanto vendem;
- quais condições de compra que oferecem;
- como negociar.

Anote os dados dos principais fornecedores da sua empresa!

Empresa:
Pessoa de contato:
Endereço:
Telefone:
E-mail:
Produtos/Serviços que vendem:
Outras informações (descontos, prazos, preços, etc.):



No **Caderno de Ferramentas**, em Ferramentas de Marketing e Vendas, você encontra as planilhas Cadastro de Fornecedores em branco para preenchimento.

Procure o SEBRAE e inscreva-se na Oficina
SEI Comprar.
É gratuita!



HISTÓRIAS DE MEI

Vocês conhecem a banana-maçã?

Vender frutas não é fácil, ainda mais em um local onde há outras bancas vendendo o mesmo produto. A concorrência está ao lado.

A banana-maçã é diferente das outras bananas:

para amadurecer, precisa ser abafada com temperatura bem alta.

Certa vez, o fornecedor mandou para Pedro seus pedidos, como de costume, mas, quando fez o processo de amadurecimento das bananas, ocorreu que de 30% a 40% não ficaram da cor amarela e sim da cor verde-claro. O primeiro pensamento de Pedro foi o prejuízo que iria ter e, nesse sentido, fez como todos os concorrentes que recebiam as frutas do mesmo fornecedor: reclamou.

O fornecedor disse que ia dar um desconto e que essa fruta era de outra região. Além disso, mencionou que, às vezes, esse problema acontecia, mas que a fruta era de ótima qualidade.

A maioria dos concorrentes separava o que estava com cor diferente e levava para trocar, enquanto outros pediam desconto ao fornecedor e não vendiam as bananas que estavam com a cor diferente.

Pedro pensou que, mesmo com o desconto, iria perder de 30% a 40% das vendas desse produto e não contava com esse prejuízo, mas também não queria dar mais prejuízo ao fornecedor. Quando o fornecedor disse que era de ótima qualidade, Pedro resolveu provar a banana e viu que era muito boa mesmo!

Qual foi a estratégia de Pedro? Quando chegou à banca, na hora de expor o produto, deixou as bananas de cor verde-claro separadas das demais. Colocou o preço mais alto do que as outras de cor normal.

QUAIS AS ESTRATÉGIAS
PARA CONQUISTAR CLIENTES,
AUMENTAR O FATURAMENTO
OU VENDER MAIS?





A maioria dos clientes perguntava por que aquelas bananas eram mais caras se estavam verdes. Pedro informava que eram de outra região, de excelente qualidade, e amadureciam aos poucos. Então, convidava o cliente a experimentar. Eles gostavam e ele reforçava que as bananas demorariam mais para amadurecer, evitando desperdícios.

Hoje, para vender seus produtos, Pedro usa três estratégias:

- **primeira estratégia** – produtos com qualidade – só compra de fornecedores que vendem frutas de excelente qualidade;
- **segunda estratégia e a mais importante** – ter produto diferente dos concorrentes – observou os concorrentes e percebeu que só vendiam bananas maduras e sujas. Então, resolveu ter bananas em três estágios: maduras, meio maduras e verdes. Também, começou a limpar as bananas. Retirou as pontas, cortou bem os cachos e colocou uma rede na ponta de cada cacho para que o cliente não suje as mãos ao pegá-las. Além disso, limpou as outras frutas que vende e cuida muito a exposição. Cuida para não amassar as frutas enquanto estão expostas, procura colocar sempre frutas frescas e tem a famosa degustação. O cliente também pode provar antes de comprar;

- **terceira estratégia** – argumentação correta – começou a incentivar os clientes a comprar frutas em quantidades certas para consumo e em estágios diferentes de maturação, evitando, dessa maneira, que estraguem na fruteira e acabem indo para o lixo. Começou a ajudar o cliente a comprar seus produtos! Quando tem uma fruta de época, informa ao cliente quando chegou, quanto dura e oferece a degustação!

Algumas vezes, para os clientes fiéis, coloca junto com suas compras uma fruta de brinde. Escolhe uma fruta que o cliente não costuma comprar para conhecer e incentivar o consumo!

Com o passar do tempo, foi conquistando mais e mais clientes!

Aumentou sua clientela e seu faturamento. Após adotar suas próprias estratégias, em 6 meses, Pedro dobrou seu faturamento.

PRINCIPAIS OBRIGAÇÕES DO MEI

- Efetuar o pagamento do valor fixo mensal referente à tributação da sua empresa. Esse pagamento deve ocorrer até o dia 20 de cada mês, por meio do DAS.
- Declarar anualmente, por meio do site www.portaldoempreendedor.gov.br, a receita bruta total da empresa correspondente ao ano anterior. O prazo de entrega da declaração, sem cobrança de multa, é até o dia 31 do mês de maio.
- Se o MEI tiver funcionário, deverá atender às obrigações trabalhistas vigentes.
- Preencher o relatório mensal de receitas brutas, conforme modelo disponível no site: www.portaldoempreendedor.gov.br.

NOTAS FISCAIS

- Emitir nota fiscal sempre que vender produtos ou serviços para outras empresas.
- Guardar por 5 anos todas as notas fiscais de compras feitas pela empresa.
- Reter as notas fiscais de compras relacionadas à atividade da empresa.

ATENÇÃO!

O MEI está dispensado de emitir nota fiscal quando realizar vendas e prestar serviços a consumidores pessoas físicas, porém, se estes solicitarem, a nota fiscal poderá ser emitida.

EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS DEVEM:

- fazer a inscrição municipal junto à prefeitura municipal;
- solicitar a Autorização para Impressão de Documentos Fiscais (AIDOF) para imprimir as notas fiscais da empresa.

EMPRESAS DE COMÉRCIO E INDÚSTRIA DEVEM:

- comprar uma nota avulsa em papelarias ou emitir uma nota fiscal avulsa eletrônica, sempre que precisarem emitir nota fiscal.

ATENÇÃO!

Empresas que forem de comércio ou indústria estão isentas de inscrição estadual (Decreto nº 47.026). Para emitir a nota fiscal avulsa eletrônica MEI, acesse o link: <https://www.sefaz.rs.gov.br>. No menu, procure por Emissão de Nota Fiscal Eletrônica e siga as indicações do site.

ALVARÁ

- Consultar previamente a Prefeitura Municipal quanto à viabilidade de registrar a atividade pretendida no local desejado e verificar quais exigências são solicitadas para a renovação do alvará.

ATENÇÃO!

O alvará de funcionamento tem vencimento. Procure a também a Prefeitura Municipal para solicitar a renovação.

O desenquadramento como MEI poderá ocorrer sempre que:

- o faturamento da empresa for maior que R\$ 81.000,00 no ano ou ultrapassar o valor proporcional do período;
- contratar mais de um funcionário;
- ter um sócio ou ser sócio de outra empresa;
- incluir atividade não constante na lista do MEI;
- abrir uma filial.

Se sua empresa for desenquadrada do MEI, será enquadrada como microempresa (ME) da primeira faixa do Simples Nacional.

PASSO A PASSO PARA IMPRIMIR SEU DAS

1 Acesse o Portal do Empreendedor em
www.portaldoempreendedor.gov.br

2 Clique no ícone “SERVIÇOS”



3 Clique em
“PAGUE SUA CONTRIBUIÇÃO MENSAL”



4 Clique em
“BOLETO DE PAGAMENTO”

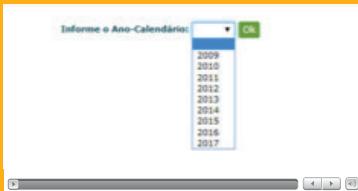


5 Digite o CNPJ da empresa
e os caracteres solicitados.

6 Clique em
“EMITIR GUIA DE PAGAMENTO DAS”



7 Selecione o ano entre as opções apresentadas.



8 Abrirá uma tela para seleção dos meses
referentes ao imposto a ser pago.



Opção para impressão
de todas do ano!

Caso deseje alterar a data de
pagamento, digite a data no
campo “Informe a data para
pagamento do DAS”.

Basta clicar em emitir DAS e a guia abrirá em PDF para impressão.

ATENÇÃO:

A opção “Pagar Online” gera um documento para realização do pagamento por meio de débito em conta corrente. No momento, apenas disponível para usuários do Banco do Brasil com acesso ao Internet Banking. Os documentos gerados em cada opção possuem numerações diferentes. Caso escolha a opção “Pagar Online”, ao final da transação, após receber a confirmação do banco de que a transação foi efetivada, o usuário poderá imprimir o comprovante do pagamento. Caso queira imprimi-lo posteriormente, deverá acessar o Portal e-CAC, no site da Receita Federal do Brasil, utilizando certificado digital ou código de acesso do referido Portal, selecionar a aba “Pagamentos e Parcelamentos” e, na sequência, o serviço “Consulta de Comprovante de Pagamento - DARF, DAS e DJE”.



*Serviço de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas
Rio Grande do Sul*

0800 570 0800 | SEBRAE-RS.COM.BR |