

NOSSO INFORMATIVO



SOBRAL CONTABILIDADE

Rua Paris, 42 - Centro - Diadema/SP

(11) 4056-2065 / 2578-7444

sobral@sobralcontabilidade.com.br

www.sobralcontabilidade.com.br

Janeiro e Fevereiro de 2024

Sua empresa deve se preparar para os 60+

O Brasil, assim como outros países, vive um intenso processo de envelhecimento da sua população. Segundo estimativas da Organização das Nações Unidas (ONU), a quantidade de pessoas com 65 anos ou mais deve triplicar no mundo, totalizando 1,6 bilhão de idosos até 2050. Esse número representa o dobro do total de pessoas nessa faixa etária em relação a 2021.

Aqui, a projeção segue a mesma tendência. De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua), entre 2012 e 2022, o número de brasileiros até 34 anos encolheu, enquanto todas as faixas etárias a partir de 35 anos aumentaram. Esse crescimento está mais acentuado no grupo a partir dos 60 anos – que, hoje, é o que mais cresce no país.

Segundo dados e projeções do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2012, as pessoas com 60 anos ou mais representavam 11,3% da população brasileira e, atualmente, são 15,1%. Até 2050, serão quase 30% dos brasileiros, superando o número de jovens até 19 anos (21%).

A população idosa abrange um grupo bastante heterogêneo, que vivencia fases distintas. Pessoas entre 60 e 79 anos estão envelhecendo, relativamente, em boas condições de saúde e autonomia. É uma população com grande potencial para contribuir para a economia, seja consumindo, seja produzindo.

Embora, no trabalho, esse grupo etário possa ser beneficiado pela flexibilidade dos novos modelos produtivos, como os que foram instituídos pelas plataformas digitais, há necessi-

dade de investimento em qualificação. Essas pessoas precisam de recapacitação para acompanhar as mudanças tecnológicas, mas o ambiente corporativo também precisa se adaptar, não só com a redução de barreiras físicas, como também no combate ao etarismo.

Como consumidores, o contingente de pessoas acima dos 60 anos representa um vasto mercado, com demandas diversificadas. Um dos segmentos de maior relevância é o da indústria antienvelhecimento, que abrange desde os cremes específicos às academias. Setores que promovem experiências, como turismo, lazer e entretenimento, também se sobressaem na demanda desse público. Gradativamente, as necessidades de consumo acompanham o avançar da idade, chegando aos produtos e serviços voltados aos cuidados e à saúde.

Como acontece a qualquer negócio, as oportunidades vão se abrir para as empresas que conseguirem se antecipar às demandas de seus públicos.

Perfil ainda desconhecido

Os 60+ formam um grupo expressivo da sociedade; no entanto, muitas empresas ainda tropeçam ao tentar entender e atender esse público. O comportamento, as necessidades e desejos dessa faixa etária ainda são, em grande medida, desconhecidos pelas empresas.

Uma estratégia de segmentação, que agrupe perfis homogêneos menores com características e demandas semelhantes, facilita a criação de estratégias. Com o estudo detalhado do

consumidor a partir dos 50 anos (os pré-idosos), escalando-se a cada 10 anos, chega-se às definições de personas, ou seja, as representações fictícias de clientes ideais, o que possibilita obter insights para o desenvolvimento e ajuste de produtos e serviços.

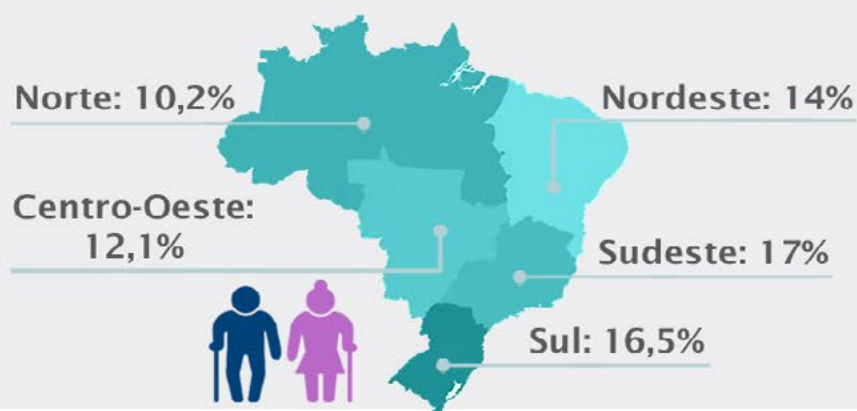
Além dos produtos e serviços relacionados ao envelhecimento ativo, saudável e com qualidade de vida, esse é um público que reconhece o valor das boas escolhas. A fidelidade às marcas consumidas durante a fase adulta e a valorização de experiências em detrimento de bens de consumo tangíveis também são características desse grupo que podem benefi-

ciar as empresas que conseguirem atender às expectativas desses consumidores.

Apesar dos desafios, há um processo de adaptação das marcas em relação aos consumidores maduros. Exemplo disso são os fabricantes de fraldas geriátricas, que já adequaram o produto como 'roupa íntima'. Com isso, não só proporcionaram mais conforto e usabilidade, como ainda desfizeram o estigma da dependência que as fraldas carregavam. Há, entretanto, um longo caminho na área de serviços, que ainda é completamente desconhecida no Brasil e muito mais desenvolvida nos países mais envelhecidos.

O público 60+ em dados

Representatividade por região



Razão: gênero e idade

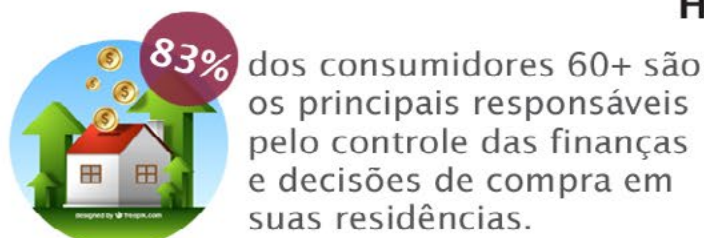
Na população com idade entre 60 e 69 anos, existem, aproximadamente

78,8 homens p/ cada 100 mulheres

Entre os brasileiros com 70 anos ou mais, a proporção é de

71,4 homens p/ cada 100 mulheres

Hábitos de consumo



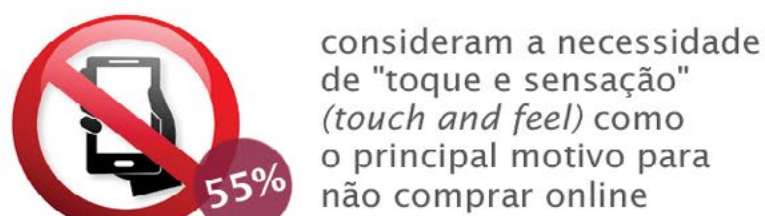
Principais motivos para comprar online



Já fizeram compras online



Razão para não comprar online



Como disseminar a cultura da inovação



O ambiente de negócios está mais dinâmico do que nunca e a forma acelerada como as mudanças acontecem faz com que a inovação seja mais do que um diferencial competitivo. Hoje, ser capaz de inovar é determinante para que as empresas se adaptem rapidamente a novos contextos – que, preferencialmente, sejam criados por elas mesmas.

Nem sempre a inovação está ligada a uma transformação radical dos negócios: criar algo novo não implica necessariamente criar algo inédito.

Na prática, muitas organizações fazem isso com relativa frequência, quando melhoram o que já existe. É a chamada inovação incremental, que ocorre, por exemplo, com o aprimoramento de um produto já existente. Por ser menos arriscado, esse tipo de inovação pode ser um estímulo para as empresas que não sabem como se tornarem inovadoras.

Às vezes, porém, o mercado exige uma inovação mais ousada. É quando acontece a inovação radical ou disruptiva, que vai mexer com o próprio modelo de negócio. Nesse caso, eventualmente, é necessário contar com tecnologias desconhecidas e com um *know-how* que a organização ainda não tem. Embora o risco de fazer essa mudança seja bem maior, ele geralmente é necessário para não dar espaço à concorrência.

Para manter a chama da inovação sempre acesa, muitas empresas, sobretudo as grandes

companhias, têm investido no intraempreendedorismo, também chamado de empreendedorismo corporativo. Trata-se de construir uma cultura de inovação, na qual todas as pessoas são estimuladas a trazerem novas ideias, das incrementais às disruptivas.

A boa notícia é que você não precisa estar à frente de uma *big tech* para fazer isso dentro da sua própria empresa. E, por terem uma estrutura que dá mais agilidade aos processos, as pequenas empresas levam vantagem.

Cultura da inovação

A inovação é bastante desafiadora por uma série de fatores. Além dos riscos envolvidos, ela exige das empresas equilibrem a excelência operacional em relação aos processos já instituídos e a reinvenção desses mesmos processos ou a criação de novos.

Nas grandes empresas, laboratórios de inovação e ações como *hackatons* e *bootcamps* têm se tornado comuns. Essas estruturas criam ambientes para gerar a transformação e, até mesmo, para errar sem medo. Ao inovar, o erro não deve ser visto como falha a ser repreendida. Pelo contrário, é necessário reconhecer a iniciativa, entendendo que, quando se busca o novo, há espaço para errar – o que não se confunde com as atividades corriqueiras e que devem ser realizadas com a qualidade esperada.

Assimilar essa cultura é algo possível para empresas de qualquer porte. Nas pequenas empresas, ela pode ser beneficiada por uma gestão horizontal e colaborativa, que possibilite a todos conhecerem os principais processos e sugerirem formas de melhorá-los.

Para começar, a empresa pode estruturar desafios, estabelecer momentos e canais apropriados para a inovação e, ainda, criar incentivos às boas ideias. O fundamental é dar abertura para que todos possam participar e contribuir de forma contínua.

Recrutamento estratégico exige clareza e planejamento

Uma equipe coesa e alinhada com os valores corporativos faz toda a diferença na geração de resultados da empresa que representa. Mas formar o time dos sonhos está longe de ser uma tarefa simples e parte do desafio já começa no processo de recrutamento, que nem sempre é feito de forma estratégica.

O que torna o processo de recrutamento e seleção altamente estratégico é o fato de ele definir o perfil e o nível das pessoas que atuarão na empresa daquele momento em diante.

Existem alguns erros que, normalmente, são cometidos nessa etapa que é tão determinante para a empresa quanto para quem está disputando a vaga. A falta de clareza e planejamento, que geralmente resulta em retrabalho e resultados abaixo do esperado, é um deles. Por mais urgente que seja o preenchimento do cargo, é importante ter consciência de que um processo seletivo bem-realizado leva tempo e, ser for feito de forma improvisada ou apressada, terá impactos significativos.

Garantir que o perfil do candidato esteja alinhado aos valores e cultura da organização é um dos pontos centrais do recrutamento. Isso pode ser feito por meio de entrevistas aprofundadas e ferramentas de avaliação (*assessment*). É um investimento de tempo e de recursos que se justifica pelo alto impacto que tem no sucesso do processo de seleção e dos profissionais contratados.

No momento de estabelecer o perfil do candidato, outro ponto sensível é encontrar o equilíbrio entre o conhecimento técnico e o perfil comportamental. Ambos são importantes e complementares, mas, pelo impacto e pelo tempo levado para que se desenvolvam, as competências comportamentais são naturalmente superiores.



Processo reflete alinhamento interno

O recrutamento, muitas vezes, reflete os arranjos (ou desarranjos) que estão presentes em uma série de outras áreas da empresa. Apesar de essas falhas nem sempre estarem diretamente relacionados à contratação, podem afetar o processo.

A comunicação é uma das principais lacunas percebidas, aliada à falta de definição exata do que cada um tem que fazer – o que acaba sobrecarregando o outro. Também muito relevante é a falta de alinhamento da própria empresa com o mercado externo, uma situação que afeta principalmente as micro e pequenas empresas. É comum o empreendedor ficar no operacional, tentando fazer o seu negócio acontecer, sem acompanhar o que o mercado está fazendo para atualizar seus processos, automatizar, etc.

Mesmo sem estarem diretamente vinculadas à contratação de novos colaboradores, essas deficiências podem impactar o recrutamento de forma negativa. A ausência de definição em relação às atribuições profissionais, a comunicação ineficiente e a falta de um relacionamento mais próximo com o mercado podem resultar em um processo de recrutamento e seleção marcado pela falta de clareza – e, consequentemente, de estratégia.

Entre os pontos que, atualmente, as empresas devem buscar nos candidatos, destacam-se a proatividade e a capacidade de adaptação às novas tecnologias, que são características capazes de auxiliar as empresas a avançarem no processo de transformação digital. Em contrapartida, as organizações também precisam ter uma postura de adaptação e flexibilidade para compatibilizar suas demandas com as dos profissionais que estão selecionando, algo que tem ganhado relevância no tocante a aspectos relacionados ao formato e à jornada de trabalho.

Janeiro'24

Dia ⁽¹⁾	Obrigações
05	FGTS – Dez.'23 (inclui a 2ª parcela do 13º salário) Salários – Dez.'23 ⁽²⁾ Simples Doméstico – Dez.'23 e 13º salário
10	13º salário'2023 – Eventuais diferenças sobre salários variáveis ⁽³⁾ GPS – Envio ao sindicato ⁽⁴⁾
15	DCTFWeb – Dez.'23 EFD-Contribuições – PIS/Cofins – Nov.'23 EFD-Reinf – Dez.'23 eSocial – Dez.'23 Previdência Social – Contribuinte individual ⁽⁵⁾ – Dez.'23
19	Cofins/CSLL/PIS fonte – Dez.'23 Cofins – Entidades financeiras e equiparadas – Dez.'23 IRRF – Dez.'23 PIS – Entidades financeiras e equiparadas – Dez.'23 Previdência Social – Dez.'23
22	DCTF – Nov.'23 Simples – Dez.'23
25	Cofins – Dez.'23 IPI – Dez.'23 PIS – Dez.'23
29	DeSTDA – Dez.'23
31	Contribuição sindical facultativa ^(6 e 7) Contribuição sindical patronal facultativa ⁽⁶⁾ CSLL – Dez.'23 CSLL – Trimestral – 1ª cota ou única Declaração de Operações Liquidadas com Moeda em Espécie (DME) – Dez.'23 IRPF – Alienação de bens ou direitos – Dez.'23 IRPF – Carnê leão – Dez.'23 IRPF – Renda variável – Dez.'23 IRPJ – Dez.'23 IRPJ – Lucro inflacionário – Dez.'23 IRPJ – Renda variável – Dez.'23 IRPJ – Simples – Lucro na alienação de ativos – Dez.'23 IRPJ – Trimestral – 1ª cota ou única Pert – Jan.'24 Pert-SN – Jan.'24 Refis – Dez.'23 Refis da Copa (Lei nº 12.996/14) – Jan.'24 Refis da Crise (Lei nº 11.941/09) – Jan.'24 Refis do Simples (Lei Complementar nº 193/22) – Jan.'24

(1) Estas datas **não** consideram os feriados estaduais e municipais. (2) Exceto se outra data for especificada em Convenção Coletiva de Trabalho. (3) O [Decreto nº 10.854/21](#) determina que essas diferenças sejam pagas em 10 de janeiro, mas existem entendimentos de que o pagamento deve ser feito até o quinto dia útil de janeiro (dia 05), em função do disposto no artigo 459 da CLT. (4) O inciso V, do art. 225 do [Decreto nº 3.048/99](#), que exigia a apresentação de cópia da GPS ao sindicato até o dia 10 foi revogado pelo [Decreto nº 10.410/20](#). Contudo, esse envio do documento continua obrigatório de acordo com o art. 3º da [Lei nº 8.870/94](#). (5) Contribuinte facultativo e autônomo sem prestação de serviços para empresas. (6) A [Lei nº 13.467/17](#) extinguiu a obrigatoriedade da contribuição sindical. (7) Empregados optantes admitidos em novembro que não contribuíram no exercício de 2023.

Fevereiro'24

Dia ⁽¹⁾	Obrigações
06	Salários - Jan.'24 ⁽²⁾
07	Simples Doméstico - Jan.'24
09	GPS - Envio ao sindicato ⁽³⁾
15	DCTFWeb - Jan.'24 EFD-Reinf - Lucros e dividendos - 4º trimestre de 2023 EFD-Reinf - Jan.'24 eSocial - Jan.'24 Previdência Social - Contribuinte individual ⁽⁴⁾ - Jan.'24
16	EFD-Contribuições - PIS/Cofins - Dez.'23
20	Cofins/CSLL/PIS fonte - Jan.'24 Cofins - Entidades financeiras e equiparadas - Jan.'24 FGTS - Jan.'24 IRRF - Jan.'24 PIS - Entidades financeiras e equiparadas - Jan.'24 Previdência Social - Jan.'24 Simples - Jan.'24
23	Cofins - Jan.'24 DCTF - Dez.'23 IPI - Jan.'24 PIS - Jan.'24
28	DeSTDA - Jan.'24
29	Comprovante de rendimentos pessoa física e jurídica - 2023 Contribuição sindical facultativa ^(5 e 6) Contribuição sindical facultativa - Autônomos e profissionais liberais ⁽⁵⁾ CSLL - Jan.'24 CSLL - Trimestral - 2ª cota Declaração de Informações sobre Atividades Imobiliárias (Dimob) - 2023 Declaração de Operações Liquidadas com Moeda em Espécie (DME) - Jan.'24 Declaração de Serviços Médicos (Dmed) - 2023 Declaração do Imposto sobre a Renda Retido na Fonte (Dirf) - 2023 eFinanceira - 2º semestre de 2023 IRPF - Alienação de bens ou direitos - Jan.'24 IRPF - Carnê leão - Jan.'24 IRPF - Renda variável - Jan.'24 IRPJ - Jan.'24 IRPJ - Lucro inflacionário - Jan.'24 IRPJ - Renda variável - Jan.'24 IRPJ - Simples - Lucro na alienação de ativos - Jan.'24 IRPJ - Trimestral - 2ª cota Pert - Fev.'24 Pert-SN - Fev.'24 Refis - Jan.'24 Refis da Copa (Lei nº 12.996/14) - Fev.'24 Refis da Crise (Lei nº 11.941/09) - Fev.'24 Refis do Simples (Lei Complementar nº 193/22) - Fev.'24

(1) Estas datas **não** consideram os feriados estaduais e municipais. (2) Exceto se outra data for especificada em Convenção Coletiva de Trabalho. (3) O inciso V, do art. 225 do [Decreto nº 3.048/99](#), que exigia a apresentação de cópia da GPS ao sindicato até o dia 10 foi revogado pelo [Decreto nº 10.410/20](#). Contudo, esse envio do documento continua obrigatório de acordo com o art. 3º da [Lei nº 8.870/94](#). (4) Contribuinte facultativo e autônomo sem prestação de serviços para empresas. (5) A [Lei nº 13.467/17](#) extinguiu a obrigatoriedade da contribuição sindical. (6) Empregados optantes admitidos em dezembro que não contribuíram no exercício de 2023.

Imposto de Renda (a partir de mai.'23)

Rendimentos (R\$)	Alíquota (%)	Deduzir (R\$)
até 2.112,00	0	0
de 2.112,01 até 2.826,65	7,5	158,40
de 2.826,66 até 3.751,05	15,0	370,40
de 3.751,06 até 4.664,68	22,5	651,73
acima de 4.664,68	27,5	884,96

Deduções: 1) R\$ 189,59 por dependente; 2) R\$ 1.903,98 por aposentadoria ou pensão a quem já completou 65 anos; 3) pensão alimentícia; 4) valor de contribuição para o mês, à Previdência Social; e 5) contribuições para a previdência privada e Fapi pagas pelo contribuinte.

Alternativamente: desconto simplificado mensal de R\$ 528,00.

Atenção: Excepcionalmente nesta edição não publicamos as informações referentes à previdência social e ao salário mínimo, pois os novos valores ainda não haviam sido oficialmente divulgados até a data de fechamento.

Contas

INFORMATIVO

Publicação bimestral da Editora Quarup em parceria com empresas contábeis.

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

Fechamento desta edição: 30/11/23



Rua Manuel Ribeiro, 167 · Santo André · SP

Tel.: (11) 4972-7222

quarup@quarupeditorial.com.br

www.quarupeditorial.com.br

Toda empresa que gera lucros e alcança o sucesso possui o apoio de uma excelente **consultoria contábil**

Essa é a nossa principal função: cuidar das burocracias, gerar informações indispensáveis e apoiar você na tomada de decisões, para que o seu negócio possa atuar e crescer no mercado de maneira sustentável.

Sabemos como o trabalho de gerenciar uma empresa pode ser árduo e, até mesmo, solitário.

Por isso, reforçamos que você sempre pode (e deve) **contar com o nosso apoio!**

