#72 | JUNHO 2026 | informativo empresarial | FECOMERCIOSP

# ExpressoMEI

VENDAS

## Copa ou festa junina? Fature com as duas!

PASSO A PASSO

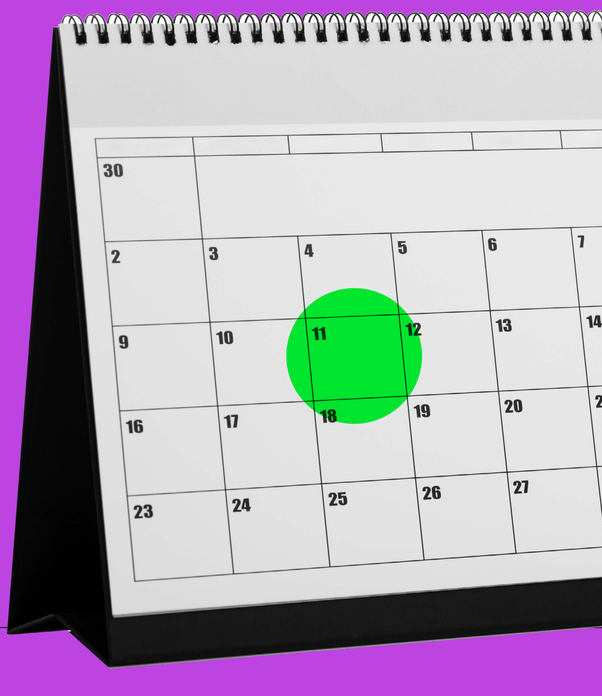
## Aprenda a calcular o endividamento da empresa

PERGUNTE AO CONSULTOR

## Como saber se você está cumprindo todas as obrigações tributárias?

DESTAQUE

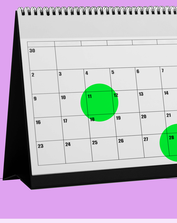
# Veja dez dicas para vender mais no segundo semestre



CAPA

# Dez dicas para lucrar mais nas datas comemorativas do 2º semestre

PLANEJAMENTO É FUNDAMENTAL PARA APROVEITAR TODAS AS OPORTUNIDADES GERADAS PELAS FESTIVIDADES



O segundo semestre concentra uma série de datas comerciais importantes para o varejo, que podem ajudar as empresas a fecharem o ano com saldo positivo. Para isso, é preciso fazer o planejamento com antecedência e identificar o potencial de cada data para o negócio, considerando fatores como estoque, capital de giro, margem de lucro, logística, canais de venda e capacidade de atendimento. E há diversas oportunidades que podem impulsionar as vendas e fortalecer o relacionamento com os clientes, além de poder render bons lucros.

## 9 DE AGOSTO | DIA DOS PAIS

Esta é a primeira data do segundo semestre que deve movimentar o Comércio, embora com menor apelo quando comparada com o Dia das Mães ou dos Namorados. Itens de vestuário, calçados e acessórios são os preferidos na hora de presentear os pais, mas segmentos como os de eletrônicos, ferramentas, perfumaria e artigos esportivos também podem ser beneficiados. Trata-se de uma data importante para estratégias profissionais voltadas para o tíquete médio e a venda de produtos agregados.

## 15 DE SETEMBRO | DIA DO CLIENTE

Nesse dia, celebra-se o Dia do Cliente, oportunidade estratégica para oferecer descontos e/ou brindes e fidelizar os clientes. Além de estimular as vendas, a data pode ser utilizada para fortalecer o relacionamento com os consumidores, ampliar cadastros e incentivar recompra. Setembro também marca o início da primavera, no dia 22, período que pode ser explorado principalmente pelos segmentos de vestuário, decoração, beleza e jardinagem.

## 12 DE OUTUBRO | DIA DAS CRIANÇAS

A data mais importante do mês é o Dia das Crianças, que deve movimentar o comércio de brinquedos, de lojas de departamentos e de roupas infantis. O segmento de eletrônicos também pode aproveitar o maior interesse dos pequenos em tecnologia e games. O planejamento logístico e a organização dos estoques são fundamentais para garantir entregas dentro do prazo e evitar rupturas.

## 27 DE NOVEMBRO | BLACK FRIDAY

Neste ano, a Black Friday será no dia 27 de novembro, mas a dica é que o empresário explore a data ao longo de todo o mês para obter os melhores resultados. Campanhas como a Black November e ofertas antecipadas para a primeira quinzena ajudam a diluir a demanda e a ampliar as oportunidades de vendas. Atenção redobrada aos estoques, à qualidade no atendimento, aos canais virtuais de venda e ao prazo de entrega — lembrando que, na parte final do mês, o consumidor está mais propenso a consumir graças ao recebimento da primeira parcela do décimo terceiro salário. Também é importante que as promoções sejam transparentes, preservando margens e evitando práticas que possam comprometer a confiança do cliente.

## 30 DE NOVEMBRO | CYBER MONDAY

Neste ano, a Cyber Monday, evento derivado da Black Friday, será no dia 30 de novembro. A data tem mais apelo para a venda de eletrônicos, games, serviços digitais e tecnologia. Mais do que liquidar estoques remanescentes, a ocasião pode ser utilizada como uma estratégia complementar para ampliar as vendas online e atrair novos consumidores.

## 25 DE DEZEMBRO | NATAL

Ainda que a Black Friday tenha ganhado espaço nos últimos anos com a antecipação de compras de Natal, o mês de dezembro ainda é o mais importante em termos de vendas. Com o alto movimento das lojas, inclusive com extensão de horário de funcionamento, a preocupação deve ser com a qualidade do atendimento, tanto presencial quanto pelos canais virtuais. É importante alinhar a equipe quanto às metas e aos desempenhos individual e coletivo, além de considerar a possível efetivação de trabalhadores temporários. Planejamento de estoque e de embalagens, logística reversa e política de trocas podem fazer diferença na experiência do consumidor e nos resultados da operação.

Com o objetivo de contribuir para a elaboração da estratégia de atuação nas datas comemorativas, o boletim **Expresso MEI** de junho traz dez dicas para impulsionar as vendas e conquistar novos clientes.

## 1 PLANEJE COM ANTECEDÊNCIA

Antes da chegada das datas comemorativas, planeje as estratégias de vendas e de marketing e promoções, o que inclui decidir quais produtos ou serviços terão mais destaque, estabelecer metas de vendas e organizar um calendário de ações.

## 2 OFEREÇA PROMOÇÕES ATRATIVAS

Crie promoções especiais e descontos exclusivos, o que pode incluir descontos progressivos, pacotes promocionais, brindes, *cashback* ou frete grátis. O importante é garantir que as ações sejam financeiramente sustentáveis para o negócio.

## 3 PERSONALIZE SUA OFERTA

Adapte seus produtos ou serviços para atender às necessidades e às preferências dos clientes durante as datas comemorativas. Considere a possibilidade de oferecer opções de personalização, embalagens temáticas ou produtos sazonais.

## 4 INVISTA EM MARKETING

Utilize diferentes canais de marketing para promover suas ofertas, como redes sociais, e-mail marketing, anúncios online e publicidade local. Crie conteúdo relevante e envolvente, que destaque os benefícios de comprar da sua empresa durante as datas comemorativas.

## 5 CRIE EXPERIÊNCIAS DE COMPRA MEMORÁVEIS

Faça com que a experiência de compra seja especial para os clientes durante as datas comemorativas. As ações podem incluir a criação de vitrines temáticas, eventos de lançamento de produtos, demonstração de serviços, concursos e brindes exclusivos para quem comprar durante o período festivo.

## 6 ESTEJA PREPARADO PARA O AUMENTO NO VOLUME DE VENDAS

Certifique-se de dispor de estoque suficiente para atender à demanda durante as datas comemorativas. Além disso, garanta que sua equipe esteja preparada para lidar com um aumento no volume de pedidos e no atendimento ao cliente. O perfil do consumidor mudou e, por isso, é importante a mudança de perfil dos vendedores, que passam agora a ser consultores de vendas, tanto no estabelecimento físico como no digital.

## 7 OFEREÇA CONVENIÊNCIA AOS CLIENTES

Facilite o processo de compra para os clientes, oferecendo opções como compras online, entrega rápida, retirada na loja, escolhas de pagamento flexíveis e um processo de *checkout* simplificado. A integração entre a loja física e a digital pode ampliar significativamente as oportunidades de venda.

## 8 FOQUE NO ATENDIMENTO AO CLIENTE

Ofereça um excelente atendimento ao cliente antes, durante e após as datas comemorativas. Esclareça rapidamente as dúvidas apresentadas, resolva problemas de forma eficiente e faça acompanhamento para garantir a satisfação do cliente.

## 9 ESTIMULE O 'BOCA A BOCA'

Incentive seus clientes a compartilharem as experiências positivas com amigos e familiares, por meio de programas de indicação, descontos para clientes fiéis ou encorajando avaliações e recomendações virtuais.

## 10 ANALISE OS RESULTADOS E AJUSTE SUAS ESTRATÉGIAS

Após as datas comemorativas, analise os resultados das ações de vendas e marketing. Identifique quais estratégias tiveram melhor desempenho, avalie indicadores como faturamento, margem, fluxo de clientes e conversão e utilize essas informações para aperfeiçoar o planejamento das próximas campanhas.

# Treinamentos customizados para empresas

Saber mais. Fazer melhor.
Competir com vantagem.

cursos presenciais e a distância

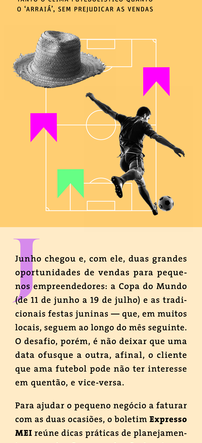
- Aprenda com quem é **especialista**
- **Infraestrutura** com recursos de ponta
- + de **1.500 cursos**

**Atendimento Corporativo** | Senac

VENDAS

# Copa Junina ou Festa do Mundo? Como o pequeno negócio pode faturar com os dois eventos sem competição entre eles

APRENDA A EQUILIBRAR PROMOÇÕES, DECORAÇÃO E ESTOQUE PARA APROVEITAR TANTO O CLIMA FUTEBOLÍSTICO QUANTO O "ARRAIÁ", SEM PREJUDICAR AS VENDAS



Junho chegou e, com ele, duas grandes oportunidades de vendas para pequenos empreendedores: a Copa do Mundo (de 11 de junho a 19 de julho) e as tradicionais festas juninas — que, em muitos locais, seguem ao longo do mês seguinte. O desafio, porém, é não deixar que uma data ofusque a outra, afinal, o cliente que ama futebol pode não ter interesse em quentão, e vice-versa.

Para ajudar o pequeno negócio a faturar com as duas ocasiões, o boletim **Expresso MEI** reúne dicas práticas de planejamento, comunicação e organização de estoque.

## 1 DIVIDA A DECORAÇÃO POR ZONAS

Em vez de escolher um tema único, vale dividir o ambiente físico — ou até o perfil nas redes sociais — em áreas temáticas. Na loja, uma parede pode receber bandeirinhas e elementos típicos juninos, enquanto outra pode destacar flâmulas, bolas e cores ligadas ao futebol.

Nas redes sociais, a estratégia também pode ser alternar os conteúdos: pela manhã, postagens ligadas aos jogos; à tarde ou à noite, receitas típicas, *looks* juninos ou dicas para o arraiá. Assim, o cliente percebe que o negócio valoriza diferentes interesses sem que ele precise escolher entre um e outro.

## 2 APOSTE EM PRODUTOS COM DUPLA APELAÇÃO

Invista em decoração e brindes que sirvam para ambas as datas.

- Camisetas personalizadas com elementos juninos e futebolísticos.
- Bandeirinhas juninas em verde e amarelo para que também sirvam como decoração a jogos de futebol.
- Balas, pirulitos e doces com embalagens que mencionem "gol" e "quadrilha".

Além de ampliar as possibilidades de vendas, essa estratégia ajuda a reduzir o risco de sobra de estoque após o encerramento das comemorações.

## 3 PROMOÇÕES QUE RESPEITEM A PREFERÊNCIA DO CLIENTE

Se o negócio for do segmento de alimentação, é ideal é desenvolver combos específicos para cada ocasião, mantendo equilíbrio na divulgação.

- Combo "Arraiá": pipoca, paçoquinha e refrigerante.
- Combo Copa: amendoim, cerveja e bandeira do Brasil.

Também vale oferecer um benefício adicional para quem adquirir os dois combos juntos, como um desconto, incentivando o consumo integrado sem criar uma disputa entre campanhas.

## 4 HORÁRIOS E DIAS DE DESTAQUE DIFERENTES

A Copa tem jogos em horários específicos — os do Brasil, na primeira fase, serão à noite. As festas juninas ganham força nos fins de semana e no período noturno. Por exemplo, o segmento alimentício pode adaptar o foco da operação para aumentar as vendas.

- **Dias de jogo:** aposte em itens de rápida preparação (como cachorro-quente, amendoim, bebidas geladas e petiscos), além de espaços com telões, se possível.
- **Noites e fins de semana:** destaque comidas típicas (como canjica, pamonha, vinho quente) e invista em música temática e ambientação, explorando experiências voltadas para o clima de arraiá.

## 5 COMUNICAÇÃO SEM COMPETIÇÃO

Nas suas redes sociais e anúncios, adote um tom que una as duas datas. Veja exemplos de chamadas a seguir.

"Vibre com a Copa e esquente com o São João: aqui, você encontra os dois!"

"Bola na trave não apaga a fogueira. Junho é festa dupla!"

Evite frases do tipo "esqueça a Copa e venha para a festa junina" — isso afasta parte da clientela.

## 6 OFEREÇA OPÇÕES, NÃO ESCOLHAS EXCLUDENTES

Na hora do atendimento, pergunte: "Você está interessado na nossa temática de jogo ou na de arraiá?", e nunca "Qual das duas você quer?". A primeira pergunta assume que ambas são válidas; a segunda cria uma falsa oposição.

## 7 PRESERVE MARGENS E ORGANIZE O ESTOQUE

Um erro comum é reduzir excessivamente os preços de uma campanha para priorizar a outra. O ideal é manter planejamento separado para estoque, promoções e margens de lucro.

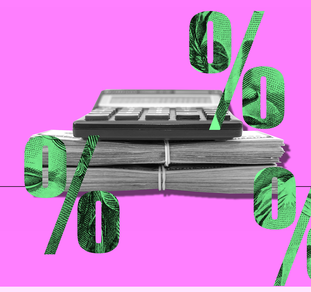
Caso seja necessário realizar liquidações, o mais indicado é deixá-las para depois do encerramento de cada período comemorativo, evitando desvalorização dos produtos durante as vendas principais.

Além disso, acompanhar diariamente a saída dos itens ajuda a evitar excesso de estoque ou ruptura justamente nos períodos de maior movimento.

A temporada de futebol e as festas juninas não precisam disputar espaço no calendário comercial. Com planejamento, segmentação e comunicação equilibrada, o pequeno empreendedor pode aproveitar as duas oportunidades, ampliar o faturamento e fortalecer o relacionamento com diferentes perfis de clientes.

PASSO A PASSO

# Como acompanhar o endividamento da empresa?



Toda semana, surge um novo programa de parcelamento de dívidas com a Receita Federal e os fiscos estaduais e municipais, além de iniciativas que auxiliam na quitação de débitos com terceiros, como o Desenrola. No entanto, antes de aderir a qualquer programa, é fundamental conhecer com precisão o tamanho da dívida e avaliar a real capacidade de pagamento das parcelas.

Mesmo com dívidas, é possível calcular e acompanhar o nível de comprometimento financeiro. Esse controle permite tomar decisões mais seguras, preservar a capacidade de investimento e reduzir riscos para a continuidade do negócio.

Para ajudar nesse processo, o **Expresso MEI** apresenta um passo a passo para não deixar nada de fora. Confira.

## 1 LEVANTE TODAS AS DÍVIDAS DA EMPRESA

O primeiro passo é reunir todas as informações sobre os débitos existentes, incluindo dívidas com fornecedores, bancos, impostos, tributos em atraso, aluguel, folha de pagamento, cartões, empréstimos e demais obrigações.

Também é importante identificar o valor total da dívida, os juros cobrados, o prazo de vencimento, as parcelas em aberto e se há garantias envolvidas. Quanto mais organizado for esse levantamento, mais fácil será avaliar quais débitos devem ser priorizados.

## 2 CONSULTE AS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

O balanço patrimonial e os controles financeiros são a principal fonte de dados para analisar a situação financeira da empresa. Neles estão registrados bens, direitos, dívidas e obrigações do negócio.

No caso do Microempreendedor Individual (MEI) e dos pequenos empreendedores que não têm demonstrações contábeis completas, é possível utilizar controles internos, como planilhas de caixa, extratos bancários, relatórios de vendas, contas a pagar e contas a receber.

## 3 AVALIE O DESEMPENHO FINANCEIRO

Com o balanço patrimonial em mãos, o empresário deve verificar se o negócio tem conseguido cumprir suas metas de vendas, pagar despesas em dia e manter saldo suficiente para a operação.

Nesse processo, é possível fazer a Análise Horizontal (AH), que avalia se as contas contábeis estão subindo ou caindo, e a Análise Vertical (AV), que mostra o peso de cada conta contábil no conjunto da demonstração.

Para iniciar a análise, o empresário precisa analisar os ativos (conjunto de bens, créditos e direitos) e os passivos (dívidas e obrigações), observando a folga financeira da empresa. Também deve avaliar se o endividamento é de curto ou de longo prazo.

## 4 SEPARE DÍVIDAS DE CURTO E DE LONGO PRAZOS

É essencial classificar as dívidas conforme o prazo de vencimento. As dívidas de curto prazo são aquelas que vencem em até um ano, como com fornecedores, tributos correntes, parcelas de empréstimos próximas do pagamento e despesas operacionais.

As dívidas de longo prazo têm vencimento superior a um ano, como financiamentos e parcelamentos mais extensos. Quanto maior a concentração de dívidas no curto prazo, maior tende a ser a pressão sobre o caixa da empresa.

## 5 CALCULE OS INDICADORES DE LIQUIDEZ

A liquidez mostra a capacidade da empresa de pagar suas obrigações. De forma objetiva, o empreendedor deve observar se há recursos suficientes em caixa, contas bancárias, aplicações e valores a receber para cobrir as dívidas que estão próximas do vencimento.

Dentre os principais indicadores, destacam-se os descritos a seguir.

- **Liquidez corrente:** compara os recursos de curto prazo com as dívidas que vencem em até um ano.
- **Liquidez seca:** considera os recursos mais rapidamente disponíveis, sem depender da venda de estoques.
- **Liquidez geral:** avalia a capacidade de pagamento considerando obrigações de curto e de longo prazos.

Esses indicadores ajudam a visualizar se a empresa tem folga financeira ou se precisa renegociar prazos.

## 6 ACOMPANHE OS INDICADORES DE ENDIVIDAMENTO

O índice de endividamento mostra quanto a empresa depende de recursos de terceiros, como empréstimos, financiamentos, fornecedores e parcelamentos.

Um nível elevado de endividamento não significa, necessariamente, que a empresa esteja em situação ruim. Em alguns setores, o uso de crédito é comum para financiar estoques, expansão ou operação. No entanto, quando as dívidas crescem mais rápido que o faturamento, ou comprometem o caixa, o risco aumenta.

Por isso, o ideal é comparar o nível de endividamento com a realidade do negócio e, quando possível, com empresas do mesmo setor.

## 7 ANALISE A COMPOSIÇÃO DO ENDIVIDAMENTO

Além de saber quanto a empresa deve, é necessário determinar como essa dívida está distribuída. A composição do endividamento mostra qual porcentual das obrigações vence no curto prazo e qual está concentrado em médio e longo prazos.

De forma geral, o perfil pode ser classificado como:

- **arriscado:** quando há grande concentração de dívidas no curto prazo ou empréstimos com juros elevados;
- **moderado:** quando existe equilíbrio entre dívidas de curto, médio e longo prazos;
- **saudável:** quando a maior parte das dívidas tem prazos mais longos e taxas de juros compatíveis com a capacidade de pagamento da empresa.

## 8 AVALIE A CAPACIDADE DE PAGAMENTO ANTES DE RENEGOCIAR

Antes de aderir a qualquer parcelamento, o empresário deve calcular quanto consegue pagar por mês sem comprometer despesas essenciais, como aluguel, fornecedores, salários, impostos correntes e reposição de estoque.

A renegociação só será positiva se a nova parcela couber no fluxo de caixa. Caso contrário, o acordo pode apenas adiar o problema e gerar nova inadimplência.

## 9 PRIORIZE AS DÍVIDAS MAIS ALTAS E MAIS URGENTES

Dívidas com juros elevados, riscos de bloqueio e de protesto, de restrição de crédito ou interrupção de fornecimento devem receber atenção prioritária. Também é importante avaliar se há descontos para pagamento à vista ou melhores condições para parcelamento.

A decisão deve considerar não apenas o valor da dívida, mas também seu impacto sobre a operação da empresa.

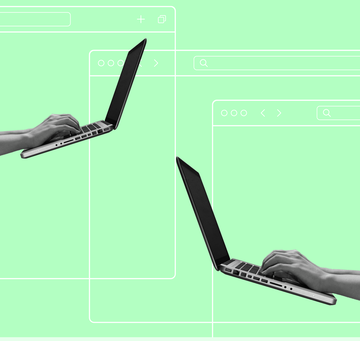
## 10 REVISE OS NÚMEROS COM FREQUÊNCIA

O acompanhamento do endividamento não deve ser feito só em momentos de dificuldade. O ideal é revisar os dados mensalmente, atualizando valores, vencimentos, juros, pagamentos realizados e novas obrigações assumidas.

Com essas informações organizadas, o empreendedor passa a conhecer a real situação financeira da empresa e consegue escolher, com mais segurança, o programa de parcelamento (ou renegociação) mais adequado ao seu negócio.

PERGUNTE AO CONSULTOR

# Como saber se estou cumprindo todas as obrigações tributárias?



Ser MEI é uma ótima porta de entrada para a formalização, mas muitos empreendedores ficam perdidos com siglas como DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), DASN-Simei (Declaração Anual do Simples Nacional do Microempreendedor Individual), ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços) e ISS (Imposto sobre Serviços), além da emissão da Nota Fiscal de Serviço Eletrônica (NFS-e) pelo Portal de Gestão NFS-e. Será que você está cumprindo tudo?

Não se preocupe. Vamos traduzir esses termos técnicos e mostrar o que fazer para verificar se está em dia com o Fisco.

## ENTENDER O QUE VOCÊ PRECISA PAGAR

O Documento de Arrecadação do Simples Nacional (DAS) é um boleto único que reúne vários impostos em um só. Ele cobre a contribuição para o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), a sua aposentadoria; o ICMS, imposto estadual sobre a venda de produtos; e o ISS, imposto municipal sobre a prestação de serviços.

**Como saber se está em dia?**

- Acesse o portal do Programa Gerador de DAS do Microempreendedor Individual (ou o app MEI).
- Gere o DAS a cada mês, com vencimento todo dia 20. Se houve algum mês sem pagamento, você está em atraso.

**Dica**

ative o débito automático ou deixe um lembrete mensal no celular.

**Atenção!**

Quitar o DAS todo mês é a obrigação número um. A falta de pagamento gera juros e pode impedir a emissão de certidão negativa de débitos, bem como pode haver a inscrição em dívida ativa e a perda do direito de segurado para utilizar benefícios do INSS, entre outros.

## FAZER A DECLARAÇÃO ANUAL

Apesar do nome parecido, a DASN-Simei é diferente do DAS. Na Declaração Anual do Simples Nacional do Microempreendedor Individual, é informado o faturamento — tudo o que você recebeu pelas suas vendas ou pelos serviços prestados — do ano passado, que você entrega uma vez por ano, até o dia 31 de maio.

**Como saber se está em dia?**

- Você já declarou o faturamento total do ano anterior?

Se a resposta for **não**, está em falta.

Se a resposta for **sim**, mas declarou um valor acima de R$ 81 mil (limite de faturamento anual do MEI), precisa migrar para outra classificação de empresa, podendo ser Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP).

### EMITIR NOTA FISCAL QUANDO OBRIGATÓRIO

Muitos MEIs acham que nunca precisam emitir Nota Fiscal (NF), o que é um erro. A dispensa de emissão de NF ocorre apenas quando o consumidor é pessoa física, salvo quando for solicitado.

- **Para o Comércio ou a Indústria**, a NF é obrigatória na venda para outra empresa. Para pessoa física, se houver o pedido. Além disso, não há a obrigação de emitir a NF-e se realizar vendas interestaduais, exceto se desejar.
- **Para os Serviços**, por sua vez, a mesma regra acima é aplicada: obrigatória quando o tomador dos serviços for uma empresa, e sob pedido se for pessoa física.

**Como saber se está em dia?**

- Verifique se a prefeitura da sua cidade exige NF.
- Nunca deixe de emitir quando o comprador solicitar.
- Mantenha um controle (planilha ou sistema simples) de todas as notas emitidas.

### CUIDADO COM FUNCIONÁRIO

O MEI pode ter somente um empregado, que recebe um salário mínimo (ou piso da categoria). Esse funcionário precisa ter o registro feito na Carteira de Trabalho Digital, por meio do portal do eSocial, e o MEI terá um custo com a formalização do empregado, de 11% sobre o valor do salário, sendo 3% da cota patronal do INSS e 8% de Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS). Além disso, o MEI deve descontar do salário do empregado a alíquota de 7,5% referente ao INSS do trabalhador, alteração promovida pela Emenda Constitucional (EC) 103/2019.

**Como saber se está em dia?**

- Se você tem funcionário, está pagando o INSS e FGTS todo mês?
- Fez o exame admissional e registrou-o na Carteira de Trabalho Digital (CTPS)?
- Está seguindo as regras previstas na Convenção Coletiva de Trabalho (CCT) da categoria?

Se a resposta for **não** para qualquer item, você está irregular.

### SEPARAR A PESSOA FÍSICA DA JURÍDICA... E O TAL DO CARNÊ-LEÃO

O carnê-leão é um imposto recolhido de forma mensal, que pessoas físicas pagam sobre rendas de outras fontes, resultado da declaração do Imposto de Renda da Pessoa Física (IRPF). Muitos MEIs cometem o erro de receber por serviços ou vendas diretamente na conta bancária de pessoa física em vez de utilizar a da pessoa jurídica e não recolhem esse imposto. Essa prática aumenta o risco de o contribuinte cair na malha fina da Receita Federal.

### REGRA DE OURO

Todo dinheiro da sua empresa entra na pessoa jurídica do MEI.

O que você tira para o seu uso pessoal é remuneração, não precisa de carnê-leão, pois os impostos já estão no DAS.

**Proibido**

receber como pessoa física um valor que é da empresa, o que pode ser considerado sonegação.

**Como saber se está em dia?**

A sua conta bancária pessoal recebeu dinheiro de clientes? Se sim, você precisa pagar o carnê-leão sobre esse valor e realizar o controle com base no Relatório Mensal das Receitas Brutas. Clique aqui para baixar o modelo.

## 'CHECKLIST' DE VERIFICAÇÃO MENSAL E ANUAL

| TODO MÊS | UMA VEZ POR ANO (ATÉ 31/5) |
|---|---|
| Gerei e paguei o DAS até o dia 20? | Entreguei a DASN-Simei com o faturamento real do ano anterior? |
| Emiti NF quando necessário? | Verifiquei se não ultrapassei R$ 81 mil de faturamento? |
| Se tenho funcionário, paguei o INSS e o FGTS dele? | Emiti a Certidão de Regularidade Fiscal para saber se tenho pendências? |

**Como consultar tudo de uma vez?**

Acesse o portal Serviços e Informações do Brasil para emitir a Certidão de Regularidade Fiscal. Se a certidão sair com a palavra "positiva com efeito de negativa" ou "negativa", você está regular. Caso não saia, é possível que existam débitos pendentes.

**Dicas complementares**

- **Domicílio Tributário Eletrônico** (DTE): cadastre um e-mail nos canais eletrônicos da Receita Federal e do município correspondente; no Estado de São Paulo, é chamado de Domicílio Tributário do Contribuinte (DEC) e deve ser feito na Secretaria da Fazenda e Planejamento do Estado de São Paulo (Sefaz/SP). Dessa forma, os fiscos poderão comunicar qualquer irregularidade, dando à empresa a oportunidade de sanar o problema antes da fiscalização. O credenciamento do DEC requer a utilização de certificado digital ou a senha da conta Gov.br, o que já é obrigatório para aqueles que emitem a NF-e.

**Cadastro de Contribuintes de ICMS do Estado de São Paulo (Cadesp)**: mantenha os dados (endereço, telefone e e-mail) atualizados. É possível consultar e alterar as informações na página do Cadesp.

- **Contador responsável:** apesar de não ser obrigatório, a contratação do profissional é importante para evitar irregularidades e não perder os prazos de cumprimento das obrigações tributárias.

## RESUMO PARA NÃO ESQUECER

| OBRIGAÇÃO | PRAZO | O QUE ACONTECE SE NÃO FIZER? |
|---|---|---|
| Pagar DAS | Até todo dia 20 | Multa, juros, sem certidão negativa |
| Declaração Anual (DASN-Simei) | Até 31/5 | Multa de R$ 50 a 15% do valor devido |
| Nota Fiscal | No ato da venda | Multa da prefeitura ou do Estado |
| Funcionário | Mensal | Processo trabalhista e multa |
| Carnê-leão, se houver renda de pessoa física | Mensal | Multa e risco de malha fina |

Separar 15 minutos por mês para verificar todas as obrigações pode evitar muitas dores de cabeça. Com organização, você não paga multas, dorme tranquilo e mantém a empresa limpa para crescer sem sustos.

**ALBERTO BORGES DE CARVALHO JÚNIOR,**

*assessor da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo*

**EXPRESSO MEI**

EDIÇÃO Nº 72 | JUNHO DE 2026

BOLETIM MENSAL | PUBLICAÇÃO DA FECOMERCIO-SP

**PRESIDENTE**

ABRAM SZAJMAN

**PRESIDENTE EM EXERCÍCIO**

IVO DALL'ACQUA JÚNIOR

**SUPERINTENDENTE**

ANTONIO CARLOS BORGES

**ASSESSORIA TÉCNICA**

ANA PAULA LOCOSELLI, FABIO CORTEZZI,
FERNANDO ANTONIO ALVES DE SOUSA
JÚNIOR E THIAGO CARVALHO

**GESTÃO DE COMUNICAÇÃO +
JORNALISTA RESPONSÁVEL**

LUCAS MOTA MTB 46.597/SP

**EDIÇÃO E REDAÇÃO**

FILIPE LOPES MTB 0074103/SP

**REVISÃO**

FLÁVIA MARQUES E NANCI VIEIRA

**DIREÇÃO DE ARTE**

CAROLINA LUSSER

**PROJETO GRÁFICO**

ALBERTO LINS

**DIAGRAMAÇÃO**

ANNIMA DE MATTOS