

Edição 2024.1

CARTILHA PARA ATENDER CLIENTES DE NEGÓCIOS DIGITAIS

Um estudo elaborado pela Comissão de Infoprodutos e
de Negócios Digitais do Conselho Regional de
Contabilidade do Ceará



COMISSÃO DE INFOPRODUTOS E DE NEGÓCIOS DIGITAIS

Presidente: Luís Flávio da Silva De Moura

Vice-Presidente: José Erisvam de Freitas Sousa

Membros:

Aline Soares Rodrigues

Andrezza de Albuquerque Espíndola

Bruna Mota de Moura Vasiunas

Cassio Alves da Silva Mendes

Cicero Rodrigues da Silva

Edilene Jácome de Melo

Eliane Santos da Silva

Francisca Antônia de Sousa Rocha

George Oliveira do Nascimento

Guilherme da Silva Zuquetto

Guilherme Rios Oliveira da Silva

Hermeson Leocadio Dias

José Antônio Pedrosa de Souza

Joscimábia de Souza Luz Silva

José Reginaldo Alves da Silva

José Roberto Azevedo Rodrigues

Kessya Maria Silva Rocha

Luana de Souza Almeida

Lucas Ximenes Araujo

Luciana Madeira Barros Coimbra

Mariana Honorato da Silva

Mateus Anderson Rodrigues Ximenes

Priscilla Silva Resende Domingos

Rafael Isaac Rodrigues Freitas

Simone Costa de Souza

Solange da Silva França

Tânia Maria De Souza Chagas

Tatiana Aparecida Faria de Oliveira Leite



APRESENTAÇÃO

A Comissão de Infoprodutos e de Negócios Digitais do Conselho Regional de Contabilidade do Ceará iniciou seus trabalhos em Março/2022 e em seu primeiro ano foi composta por cinco Grupos de Trabalho (GTs):

- GT Afiliados
- GT Dropshipping
- GT Gestor de Tráfego/Copywriter/Social Media
- GT Mercadorias Digitais
- GT YouTube/Only Fans

A proposta da Comissão é de estudar o mercado digital, destacando suas particularidades e implicações no dia-a-dia dos Contadores que atendem empresas desse segmento, principalmente nas questões referentes a assuntos de ordem tributária.

Além disso, se propõe, também, a emitir pareceres em resposta a demandas dirigidas ao CRCCE em matéria tributária de negócios digitais, bem como elaborar documentos técnicos e educativos sobre os temas estudados, e ser um instrumento de diálogo com o fisco, empresas do setor e demais entes que façam parte dos assuntos tratados.



SOBRE OS TRABALHOS DA COMISSÃO

Todo o conteúdo apresentado nesta cartilha é fruto de um estudo e trabalho dos membros integrantes da Comissão de Infoprodutos e de Negócios Digitais, que foram divididos em cinco Grupos de Trabalho, abordando cinco temáticas diferentes no ano de 2022.

O posicionamento e o entendimento da Comissão sobre os assuntos debatidos e que estão expressos nesta cartilha não necessariamente representam uma posição final, pois há eventos e situações que podem ser alteradas a qualquer momento, implicando em novas observações e entendimentos sobre os assuntos.

Assim, a ideia é que este material possa ser frequentemente revisto e atualizado quando necessário, acompanhando a evolução do mercado, da legislação, do entendimento do fisco e dos órgãos reguladores.



ÍNDICE

Dropshipping.....	6
Mercadorias Digitais.....	15
Afiliados.....	28
Copywriters.....	36
Social Media.....	43
Gestores de Tráfego.....	52
Youtubers.....	62
Only Fans.....	75



CLIENTES DO
DROP
SHIPPING

GRUPO DE
TRABALHO DO
DROPSHIPPING

COMPOSIÇÃO DO GRUPO DE TRABALHO DE DROPSHIPPING

Coordenadora:

Francisca Antônia de Sousa Rocha

Integrantes:

Joscimábia de Souza Luz Silva

José Roberto Azevedo Rodrigues

Kessya Maria Silva Rocha

Simone Costa de Souza

1.0 que é o DROPSHIPPING?

O Dropshipping é um modelo de vendas no qual o empreendedor não precisa se preocupar em investir uma quantidade muito grande de dinheiro para começar a operar. Isso porque, o vendedor pode realizar a venda online sem precisar de um estoque próprio.



2. Afinal, como surgiu o DROP?

Os primeiros serviços de Drop surgiram nos Estados Unidos, por meio dos leilões da Ebay, um dos maiores sites de comércio eletrônico do mundo. Por conta do sucesso a China resolveu entrar no mercado e através dos preços acessíveis, baixo custo com tributação, sem burocracia e sem a necessidade de contratos ganhou muito espaço nesse meio, sendo hoje a maior fonte de fornecedores para quem deseja abrir uma loja de DROP.

3. DROP é a mesma coisa que revenda?

A diferença se dá basicamente na sequência em que acontece a venda. Na revenda, o comerciante compra a mercadoria antes da venda acontecer, ao contrário do DROP que só efetua a compra do produto após a conclusão da venda. Ou seja, na revenda existe a figura do estoque. O que não acontece no DROP.

4. Qual a diferença do Drop Nacional para o Drop Internacional?

No Drop Nacional os fornecedores estão no Brasil e há aplicação da tributação nacional, então o tratamento tributário é equivalente ao tratamento fiscal de um e-commerce.

Drop Internacional é considerado uma prestação de serviço, onde o player é o intermediador da venda.

5. Existe alguma diferença entre o Player de Drop e Representante Comercial?

O representante comercial possui contrato com a empresa dos produtos que ele representa, ele ganha uma comissão sobre as vendas, não possui o poder de definir o valor do produto e normalmente vende no atacado.

Enquanto o player de DROP não possui vínculo com os seus fornecedores, define o valor que irá vender o produto, assume os riscos da operação, define o seu lucro e normalmente vende para consumidor final.

6. E como é feita a abertura de um CNPJ para o DROP?

O processo de abertura é igual ao de qualquer outra empresa, o que deve ser analisado são os seguintes tópicos:

- a) Cidade onde será estabelecida a empresa para saber qual a alíquota do ISS para o CNAE indicado para a atividade de dropshipping.
- b) A empresa pode indicar um endereço fiscal como um coworking, que além de receber as correspondências da empresa, isentará a mesma de pagamento de taxas para legalização no Corpo de Bombeiros, entre outras.
- c) Poderá ser indicado a forma de atuação da empresa, se estabelecimento fixo ou pela internet, que dependendo da opção evitará os pagamentos de taxas.

7. CNAE mais indicada para o DROP.

De acordo com as pesquisas, o CNAE mais indicado é o 7490-1/04 (Atividades de intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral)

Seção:	ATIVIDADES PROFISSIONAIS, CIENTÍFICAS E TÉCNICAS
Divisão:	24 OUTRAS ATIVIDADES PROFISSIONAIS, CIENTÍFICAS E TÉCNICAS
Grupo:	74.9 Atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente
Classe:	74.90.1 Atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente
Subclasse:	7490-1/04 Atividades de intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral, exceto imobiliários

8. Qual o tipo de nota fiscal o player do DROP emite?

Na operação em que o fornecedor da mercadoria está fora do país, tem-se consolidado que a atividade do player de Dropshipping está praticando uma intermediação de negócio.

Nesta situação a receita do player deve ser a constante da nota fiscal de serviço de intermediação de negócios.

9. O que é Receita para o DROP?

Preliminarmente, para fins de tributação em âmbito federal, a receita bruta compreende:

- o produto da venda de bens nas operações de conta própria;
- o preço da prestação de serviços em geral;

c) o resultado auferido nas operações de conta alheia (venda de produtos pertencentes a terceiros); e

d) as receitas da atividade ou do objeto principal da pessoa jurídica não compreendidas nos itens anteriores.

Sendo assim, considera-se receita obtida na operação de dropshipping, o resultado auferido nas operações de conta alheia, ou seja, para fins da tributação a base de cálculo se deve pela diferença entre o valor pago ao fornecedor do exterior, contra o montante recebido do adquirente final. (Lei nº 1.598/77, artigo 12 e § 1º).

10. Qual o regime de tributação mais indicado para o DROP?

O Contador vai precisar saber qual o momento do player. Pois o melhor regime de tributação irá depender do faturamento da empresa. O que precisa ser analisado é:

- 1- Valor do faturamento.
- 2- Dentro do Simples, essa atividade tem fator r.
- 3- Caso seja mais vantajoso optar pelo Lucro Presumido, analisar a alíquota do ISS do município em que foi aberto o CNPJ.

11. E a Contabilidade, como é feita?

A contabilidade das empresas de DROP deve observar critérios mais rigorosos na contabilização das suas operações, uma vez que a conta da empresa irá receber valores maiores que os declarados como faturamento.

É importante lembrar ao cliente que ele precisa ter planilhas ou sistemas de controle de toda a operação. Pois precisaremos justificar os valores que passam pela conta da empresa, que não são considerados como receita da empresa, como é o caso dos valores pagos aos fornecedores.

E esse é o tipo de lançamento que precisa ser feito de forma clara.

Por isso, a contabilidade do DROP é dividida em 3 etapas e são elas:

1- Valor da operação:

D- Ativo Circulante (Banco, Duplicatas a receber, Cartão a receber)

C- Passivo Circulante (Operação em conta alheia)

2- Reconhecimento do Fornecedor:

D- Passivo Circulante (Operação em conta alheia)

C- Passivo Circulante (Fornecedor)

3 - Reconhecimento da receita:

D- Passivo Circulante (Operação em conta alheia)

C- Receita(Serviços prestados)

Exemplo:

Valor de venda do produto: R\$ 100,00.

Valor de compra do produto: R\$ 30,00

1: D- Banco/Duplicatas a receber/Cartão a receber (AC)

C- Operação em conta alheia (PC) = R\$ 100,00.

2: D- Operação em conta alheia (PC)

C- Fornecedor Produtos (PC) = R\$ 30,00.

3: D- Operação em conta alheia (PC)

C- Serviços prestados (CR) = R\$ 70,00.

12. E como fica os produtos retidos na alfandega?

Normalmente o que costuma ocorrer é a mercadoria ser apreendida até o pagamento dos impostos para nacionalização da mercadoria, ICMS e mais tributos incidentes. Porém, além da apreensão da mercadoria poderá incorrer em crimes de ordem fiscal e do perdimento de todos os bens apreendidos, caso não seja comprovada a origem lícita. Caso isso ocorra e o cliente opte pela devolução do valor pago, o player irá assumir esse prejuízo.

MERCADORIAS DIGITAIS



**Grupo de Trabalho de
Mercadorias Digitais**

COMPOSIÇÃO DO GRUPO DE TRABALHO DE MERCADORIAS DIGITAIS

Coordenador:

Hermeson Leocadio Dias

Integrantes:

Guilherme Rios Oliveira da Silva

Guilherme da Silva Zuquetto

1. Introdução

O mercado de Educação à Distância (EAD), junto com o entretenimento digital, estão em crescimento desde os anos 2000. Com a internet nos moldes que conhecemos hoje, em 2005 nasce a plataforma Youtube, que foi um marco em relação ao compartilhamento de conhecimentos e de entretenimentos;

em 2011 foi criada a Hotmart, que foi uma das plataformas que permitiu a monetização de conhecimentos por meio da venda de produtos digitais (Infoprodutos), podendo ser no formato de cursos gravados ou por meio de livros digitais, revistas, softwares, etc (mercadorias digitais);

em 2020 vivemos algo inédito, a pandemia mundial do COVID-19, o que forçou as pessoas a ficarem em casa e as empresas e instituições de ensino disponibilizarem ferramentas e rotinas em que fosse possível trabalhar e estudar à distância, fazendo com que o mercado crescesse exponencialmente trazendo várias pessoas novas para o empreendedorismo.

O rápido crescimento do mercado digital gerou a necessidade de regulamentação e de criação de novas leis que pudessem regular atividades e situações que antes não existiam, ou que não tinham tanta relevância, porém a legislação não acompanhou o crescimento do mercado digital na mesma velocidade, gerando lacunas em casos concretos.

Com a intenção de ajudar aos profissionais contábeis, criamos esse artigo para trazer uma visão dos estudos que realizamos das legislações existentes aplicadas ao mercado digital, bem como soluções de consulta e discussões da classe contábil, com objetivo de trazer maior clareza para os demais colegas Contadores e Contadoras, para que possam realizar um trabalho satisfatório no atendimento aos seus clientes.

Esse estudo não tem por objetivo fechar todas lacunas existentes, até porque a todo momento surgem novas possibilidades de se trabalhar com o mercado digital. Temos por objetivo tratar diretamente sobre mercadorias digitais, mais especificamente eBooks, e as possibilidades encontradas até o momento. Deixando por vezes algumas perguntas em aberto para que possamos refletir juntos durante a leitura.

2. Conceito

A mercadoria digital, tal como a mercadoria física, permite ao comprador ter a sua posse e propriedade, porém, de forma digital, pois o mesmo poderá realizar o download da mercadoria digital para seu celular, computador, tablet, ambiente em nuvem, etc., tornando-se proprietário da mercadoria digital adquirida, sendo alguns exemplos: e-books (livros digitais), planilhas, softwares, revistas digitais, etc.

Uma das mercadorias digitais que mais geram dúvidas são os e-books (livros digitais), sendo assim, esse artigo busca esclarecer as possibilidades tributárias dos e-books, contribuindo com informações que possam clarificar o atual entendimento referente a comercialização e tributação deles.

O conceito de e-book (livros digitais) pode ser entendido através da Resposta à Consulta Tributária 19663/2019, de 15 de Maio de 2019, disponibilizada no site da SEFAZ/SP em 03/06/2019, que diz em sua ementa:

“ICMS - Venda de livros em formato digital - Mídia física (“CD-ROM”) e transferência eletrônica de dados - Incidência - Emissão de documento fiscal.

I. O livro em formato digital, enquanto traduzir a versão eletrônica do que seria considerado livro se em papel estivesse, no conceito usual e clássico de livro, estará abrangido pela imunidade tributária do artigo 150, VI, “d”, da Constituição Federal.

II. Apesar de imune, a operação de venda do livro digital, realizada por meio de transferência eletrônica de dados, para consumidor final se submete ao que prescreve o artigo 2º da Portaria CAT nº 24/2018, quanto à emissão da Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) para acobertar esta operação, não se aplicando a dispensa prevista no artigo 4º da mesma portaria.

III. A operação de venda de CD-ROM que contenha livro digital deve ser amparada pela devida emissão de NF-e, ainda que não haja incidência do imposto.”

Conforme citado acima, podemos concluir que o entendimento do fisco para utilização da imunidade tributária, garantida na Constituição Federal de 1988, em seu artigo nº 150, inciso VI, alínea “d” para livros, somente será estendida aos ebooks que constarem no mesmo formato dos livros físicos (se em papel estivesse).

O e-book (livro digital), é comercializado por meio eletrônico em plataformas como por exemplo: Hotmart, Eduzz, Monetizze, Kiwify, Greenn, Ticto, entre outras. Essas plataformas são utilizadas como meio de pagamento e hospedagem dos e-books, permitindo que os produtores comercializem tais mercadorias digitais para consumidores, independente da sua localidade, de forma online, podendo realizar a aquisição e download de tais mercadorias.

3. Realidade brasileira

Por se tratar de uma atividade "nova", ainda não tem uma legislação específica, sendo assim, é necessário utilizar de decisões do STF (Supremo Tribunal Federal) para entendimentos sobre e-books (livros digitais) e também de algumas interpretações e respostas de fiscos estaduais, de tal forma a apresentar mais segurança jurídica. Com isso, podemos regularizar os ganhos de nossos clientes, sempre buscando utilizar o Princípio da Essência Sobre a Forma, com intuito de entender o que de fato o cliente faz e assim realizar o melhor enquadramento, visto que os e-books (livros digitais) são equiparados aos livros físicos, tem benefícios tributários garantidos pela Constituição Federal de 1988.

Atualmente temos 2 principais modelos de comercialização de e-books (livros digitais):

1º modelo: material didático/apoio em arquivo formato .pdf incluso na compra de um curso online (vídeo aulas). Neste modelo existe um posicionamento da Sefaz de São Paulo que conforme a Resposta da Consulta nº 24690/2021, considera o material de didático/apoio como insumos da prestação de serviços de treinamentos.

Assim como o próprio conceito trazido pela Lei 116/2003 que regulamenta o imposto sobre serviço de qualquer natureza, o ISS, no seu artigo 1º e § 2º traz: *“Ressalvadas as exceções expressas na lista anexa, os serviços nela mencionados não ficam sujeitos ao Imposto Sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação - ICMS, ainda que sua prestação envolva fornecimento de mercadorias”*. E ao verificarmos o serviço de treinamento presente na lista anexa, encontramos o seguinte: *“8.02 - Instrução, treinamento, orientação pedagógica e educacional, avaliação de conhecimentos de qualquer natureza”*. Por tanto, neste caso, não há o que se falar em venda de e-books (livros digitais).

2º E-books (livros digitais) separadamente. Neste modelo em que existem ofertas distintas, ou seja, o vendedor está oferecendo separadamente a possibilidade do comprador comprar somente o arquivo digital do ebook, entende-se como uma mercadoria digital, ou seja, comércio eletrônico de ebook.

Toda operação realizada em decorrência da venda de mercadoria digital, terá a obrigatoriedade da emissão da Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) no momento da disponibilização para download. Nessa operação, existe uma lacuna na legislação, tendo em vista que o produtor do ebook, realiza uma edição ou criação do produto e ao realizar a venda, o consumidor terá por direito a possibilidade da devolução, conforme o código do direito do consumidor (CDC, Lei 8.078/1990).

Porém por se tratar de uma mercadoria digital, o consumidor por mais que solicite a devolução, o produto de fato já está em poder dele por meio do download realizado e não será devolvido de fato, pois a devolução seria apenas fictícia, tendo em vista que não existe um produto físico e também não existe um número exclusivo para aquela mercadoria, na qual o produtor poderia estar cancelando a visualização ou bloqueando o acesso. Assim o produtor ao cancelar a venda, efetuando uma nota fiscal de entrada, seria apenas um ato burocrático, tanto repondo um estoque inexistente em seus ativos, quanto a operação de devolução, já que seria impossível realizar tal transação.

4. Enquadramento fiscal através de CNAEs

Quanto ao enquadramento fiscal, não somos a classe competente para tal enquadramento, porém, ao buscarmos formas possíveis para deixar este trabalho com maior fonte de informações, compreendemos que a transferência de propriedade de um ebook (pdf) por meio de um download entre plataformas digitais oferecidas como fonte de armazenamento pelo vendedor e dando direito ao comprador a realizar o download para seus dispositivos móveis, assim seria possível estar classificando a operação como:

-5811-5/00 - Edição de Livros

-4761-0/01 - Comércio varejista de livros

O entendimento que o grupo de estudo chegou é que os CNAEs mais adequados na comercialização de ebooks seriam esses dois, pois o produtor realizará a edição e produção de um ebook e o mesmo será comercializado aos consumidores.

Como existe um entendimento de que o ebook é um conteúdo igual ao que papel estivesse, desta forma equiparando ao livro, assim o grupo compreendeu que o CNAE mais indicado seria o de comércio varejista de livros.

5. Tributação

Em relação à tributação é possível optar pelo SIMEI ou SIMPLES, no caso do SIMPLES a empresa será enquadrada no anexo I (comércio) e no Lucro Presumido, presunção de comércio, e no Lucro Real de acordo com as regras específicas do regime.

Em relação às obrigações acessórias temos as mesmas obrigações das empresas de comércio conforme o regime tributário em âmbito municipal, estadual ou federal.

6. Particularidades

As mercadorias digitais possuem diversas particularidades, dentre elas podemos citar a inexistência de estoque, sendo que uma única versão do conteúdo será replicada de forma ilimitada, praticamente sem custos adicionais, o que diferencia a tratativa tradicional em relação às mercadorias físicas onde há circulação das mercadorias fisicamente com entradas e saídas.

Outra particularidade, é em relação ao enquadramento dessa atividade da forma correta, distinguindo e-book (livro digital) com tratativa de mercadoria digital de treinamentos, cursos online ou mentorias, que deve ser tributada como serviço. É necessário analisar o que é ofertado e entregue de fato ao cliente para entender a forma correta para tributação, comércio (e-book) ou serviço (cursos, treinamentos, mentorias, etc).

7. Desafios para os Contadores

Como vimos, são vários os desafios para os Contadores e uma das maiores dificuldades enfrentadas hoje é a respeito da classificação da atividade que está sendo desenvolvida, pois muito se tem utilizado a atividade de mercadorias digitais como ebook para redução tributária, mesmo às vezes não sendo vendido de fato um e-book e sim um curso ou treinamento, desta forma expondo o cliente há riscos, por utilizar de forma indevida a imunidade tributária.

Muitos profissionais tributaristas veem utilizado de forma consciente ou inconscientemente essa solução tributária de transformar o treinamento ou parte dele em e-book. Porém o fato de emitir a nota fiscal como e-book (livro digital) não desconfigura a venda do curso, treinamento ou mentoria.

Diante disso é necessário conscientizar tanto clientes como profissionais quanto a utilizar o conceito de essência sobre a forma para interpretar de fato qual operação está sendo realizada e utilizar as bases legais para enquadrar de maneira correta a tributação.

8. Conclusão

Diante do estudo elaborado sobre a tributação no comércio de mercadorias digitais (e-books) concluímos que a atividade econômica carece de regulações específicas, diante das diversas particularidades encontradas.

Por hora, uma vez que os e-books (livros digitais) foram equiparados aos livros físicos, gozando dos mesmos benefícios fiscais, sugerimos equiparar a entrega das obrigações principais e acessórias e buscar entendimentos junto aos fiscos estaduais para gerar maior conformidade na apuração dos tributos e entrega dessas obrigações.

CLIENTES AFILIADOS



GRUPO DE TRABALHO
DE AFILIADOS

COMPOSIÇÃO DO GRUPO DE TRABALHO DE AFILIADOS

Integrantes:

George Oliveira do Nascimento

José Antônio Pedrosa de Souza

José Erisvam de Freitas Sousa

José Reginaldo Alves da Silva

Luana de Souza Almeida

Luís Flávio da Silva De Moura

Mateus Anderson Rodrigues Ximenes

Tatiana Aparecida Faria de Oliveira Leite

1. Conceito

São profissionais que ajudam a divulgar produtos e serviços de outras pessoas através da internet e recebem comissão por cada venda realizada.

2. Forma de Atuação

O termo “afiliado” foi oportunamente adotado para o profissional que se afilia a uma ou mais plataformas ou sites de vendas, faz uma curadoria dos produtos que deseja promover e começa a divulgação para seu público em suas redes sociais ou em seus próprios sites.

3. Remuneração

Após a concretização da venda, o percentual da comissão entra na conta cadastrada pelo afiliado na plataforma que foi utilizada para a realização das vendas, ficando disponível para saque em alguns dias ou semanas. Tal porcentagem pode variar de acordo com o valor e a relevância do produto no mercado digital.



4. Principais programas de afiliados



5. Tributação

O afiliado no MEI*:

- Recolhimento de contribuição mensal com valores fixos para prestadores de serviços.

O afiliado no Simples Nacional*:

- Anexo V com alíquota inicial de 15,5%
- Pode optar pelo fator R, com tributação pelo anexo III

Pessoa Física

- Será tributado pelo imposto de renda de acordo com a tabela progressiva.
- A maioria das plataformas de vendas de produtos digitais só liberam para afiliados pessoas físicas o saque máximo de R\$ 1.900,00 por mês, acompanhando a faixa de isenção do imposto de renda.

Comissão de Infoprodutos e de Negócios Digitais

ATENÇÃO!

Há uma polêmica envolvendo a tributação do Afiliado, que vem do enquadramento tributário do mesmo.

Como não havia um CNAE específico para a atividade, o entendimento deste Grupo de Trabalho é de que o CNAE 7319-0/02 (Promoção de Vendas) seria o mais adequado, pois é o que mais se aproxima da realidade do que um Afiliado faz na prática. Com isso o mesmo poderia ser MEI ou ser tributado diretamente pelo Anexo III do Simples.

Ocorre que a atividade de afiliado digital foi recentemente incluída no CNAE 7490-1/04 – *“atividades de intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral, exceto imobiliários”*, fato que o tornou similar a um representante comercial. Isso acarreta que o Afiliado seja tributado pelo Anexo V, sujeito ao fator r, e que não possa ser MEI, pois se trata de atividade não permitida.

A Comissão de Infoprodutos e de Negócios Digitais do CRC/CE protocolou um ofício que deverá ser enviado ao IBGE. O documento tem o objetivo de questionar a inclusão da atividade em um CNAE que supostamente está em desacordo com a essência de sua atuação. O ofício também visa sugerir uma classificação mais adequada.

Órgão de classe - CORE

Em 04/08/2022 houve uma reunião entre representantes deste Grupo de Trabalho da Comissão de Infoprodutos e de Negócios Digitais do CRC/CE e gestores do CORE/CE (Conselho Regional de Representantes Comerciais).

A pauta visou ter um posicionamento do CORE/CE em relação à atividade de afiliado.

O órgão contábil levantou o questionamento de que o profissional não faz a mediação, não negocia com o cliente e não tem o poder de barganhar preço ou condições de venda.

O CORE/CE foi irredutível ao afirmar que a legislação é taxativa. Então, ao considerar somente o CNAE, o afiliado digital deve ter seu registro no respectivo órgão. Caso não tenham, devem passar por fiscalização e possíveis sanções administrativas.

Ou seja, mesmo o CORE/CE entendendo que a atividade de afiliado digital na prática não tenha similaridade com as atividades de representantes comerciais ou de intermediadores de negócios, caso o mesmo utilize o CNAE indicado pelo IBGE, deverá proceder com o seu registro e fiscalização no órgão de classe, que seria o próprio CORE.

CLIENTES GESTOR DE TRÁFEGO, COPYWRITER E SOCIAL MEDIA



*Grupo de Trabalho de Social Media,
Gestores de Tráfego e Copywriters*

COMPOSIÇÃO DO GRUPO DE TRABALHO DE GESTORES DE TRÁFEGO, COPYWRITERS E SOCIAL MEDIA

Coordenadora:

Tânia Maria De Souza Chagas

Integrantes:

Aline Soares Rodrigues

Andrezza de Albuquerque Espíndola

Cassio Alves da Silva Mendes

Cicero Rodrigues da Silva

Eliane Santos da Silva

Lucas Ximenes Araujo

Luciana Madeira Barros Coimbra

Solange da Silva França

COPYWRITER

1. O que é um Copywriter?

O Copywriter é o profissional responsável por produzir toda a parte de escrita, textos de forma persuasiva, com o objetivo de quebrar objeções e levar o lead a comprar a ideia, através de gatilhos mentais, história, gerando, assim, uma conexão e elevando o nível de consciência de que ele precisa daquele produto/serviço, o que leva a tomar uma ação imediata.

Os textos de um Copywriter profissional são totalmente diferentes daqueles de um escritor, das redações ensinadas pelos professores de português nas escolas, bem como dos artigos científicos e TCC exigidos nas faculdades.

Esse profissional, através de seus textos escritos com o objetivo de conectar pessoas à solução que elas precisam para resolver um problema ou realizar algum sonho, tem o poder de aumentar as vendas de um negócio em níveis elevadíssimos. É um vendedor em escala.

Ele é responsável pela copy (texto), desde a página de vendas, vídeo de vendas e criativos para anúncios.

Comissão de Infoprodutos e de Negócios Digitais

2. Quem são eles?

Atualmente alguns dos experts em Copywriter são: André Cia, especialista e estrategista na área; Paulo Maccedo, escritor best seller e mais reconhecido como mentor de copywriter ; Rafael Albertoni, co-fundador da SB-Copy, uma das maiores plataformas de copywriting, persuasão e influência, entre outros.

Todos disseminam conhecimentos técnicos e teóricos na área, formando novos profissionais através de seus cursos e mentorias.

3. Formas de ganho

O Copywriter pode atuar como: CLT, Freelancer, Empresário e Coprodutor.

- CLT: através de ganhos fixos, podendo ser contratado por agências, Produtores, etc;
- Freelancer: prestando serviço participando de um lançamento ou outro projeto por determinado tempo;
- Empresário: prestando serviços para outras empresas através do CNPJ;
- Coprodutor: ganha um percentual sobre as vendas do projeto que participou.

4. Quais os CNAEs indicados?

A Comissão Nacional de Classificação – CONCLA, ainda não definiu um código específico CNAE para as muitas atividades exercidas no mundo digital. Segue abaixo relação dos códigos considerados mais viáveis no mercado.

7311-4/00 Agências de publicidade: a criação e a produção de campanhas de publicidade para qualquer finalidade, para veiculação em quaisquer tipos de veículos de comunicação.

7319-0/04 – Consultoria em publicidade: as atividades de consultoria em publicidade e propaganda na divulgação de produtos e em publicidade e propaganda.

8599-6/04 – Treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial (no caso de serviços em coprodução)

5. Copywriter pode ser MEI?

As interpretações quanto a poder ou não ser MEI são bastante divergentes, tendo em vista que não há um CNAE específico para essa atividade. O Copywriter só poderia iniciar como MEI se a sua atividade for única e exclusivamente de Coprodução em serviços de educação/treinamentos, utilizando o CNAE 8599-6/04.

6. Como emitir notas fiscais?

Caso o Copywriter atue apenas como Coprodutor e seja MEI, se o cliente for Pessoa Física (PF) o prestador não está obrigado, em parte, a emissão de Nota Fiscal, pois se a pessoa física exigir a NF, pelo Código de Defesa do Consumidor, o MEI fica obrigado a emití-la. Sendo o tomador do serviço Pessoa Jurídica (PJ), a emissão da nota fiscal é obrigatória.

Para emissão da Nota Fiscal de Serviço é necessário que a empresa MEI tenha inscrição municipal na prefeitura onde está estabelecida. A nota fiscal pode ser emitida manualmente, diretamente no sistema da prefeitura ou dependendo do volume é possível contratar um sistema para gerenciamento e emissão de notas.

7. E não sendo MEI, é obrigatório emitir NFS?

Situação A

Cliente Pessoa Física: Será emitida uma NFS referente à prestação de serviço.

Situação B

Atua como Coprodutor, ou seja, entra em parceria com uma agência de lançamento ou Produtor e ganha um percentual sobre a venda, nesse caso, a nota fiscal será emitida para o aluno/cliente na proporção de sua participação no infoproduto.

Situação C

Cliente Pessoa Jurídica: Será emitida uma NFS referente aquela prestação de serviço para a empresa que contratou o serviço, até quando durar o contrato.

8. Como funciona a tributação para o Copywriter?

Pessoa Física:

O profissional que exerce a atividade de Copywriting, estará sujeito a tabela de Imposto de Renda Pessoa Física caso opte por não constituir sua empresa, bem como realizar o recolhimento de INSS como profissional autônomo, recolher o imposto de renda, quando devido, via carnê leão e realizar a declaração anual de pessoa física, se for o caso.

Pessoa Jurídica:

1 - Simples Nacional - é um dos regimes tributários mais procurados por empreendedores que desejam abrir uma empresa ou formalizar as suas atividades como pessoa jurídica.

Nesse regime, prestadores de serviço, como Copywriters, podem ser tributados no Anexo III ou V, a depender do resultado do Fator R. O Fator R é resultado da seguinte equação:
Fator R = massa salarial / receita bruta

Por sua vez, com base na legislação em vigor, a regra do Fator R é a seguinte:

Anexo III: Para empresas com fator R igual ou superior a 28%

Anexo V: Para empresas com fator R inferior a 28%.

2 - Lucro Presumido - é um regime tributário destinado a empresas com faturamento anual de até R\$ 78 milhões, cabendo uma análise tributária para verificar se é a melhor alternativa para o Copywriter.

Nesse regime tributário, a alíquota de contribuição do profissional pode variar entre 13,33% e 16,33% sobre o seu faturamento, a depender da cidade onde a empresa está estabelecida.

3 - Lucro Real - Em uma primeira análise não é recomendado para prestadores de serviços, tendo em vista que a tributação é a maior das três opções e que não terão muitas despesas para deduções e conseqüente diminuição dos tributos.

SOCIAL MEDIA

1. O que é um Social Media?

Social Media é o profissional designer e também estrategista responsável por criar e desenvolver estratégias de posts em diversas plataformas como Instagram, Facebook, Pinterest, dentre outros.

Os objetivos dos posts podem ser os mais diversos possíveis: alcance de maiores clientes, vendas de produtos ou serviços, presença da empresa ou do profissional no meio on-line, proximidade com os clientes e potenciais clientes, esclarecimento de dúvidas sobre o produto ou serviço, etc.

O profissional Social Media tem sido cada vez mais solicitado tendo em vista o reconhecimento da necessidade de ter uma presença on-line mais forte e, claro, de forma estratégica. Confunde-se muito a profissão de Social Media com um “fazedor de posts”, porém, é de extrema importância evidenciar que por trás dos posts há bastante estratégia envolvida, caso contrário, seria simplesmente um Designer.

2. Quem são eles?

Atualmente alguns dos experts em Social Media são: Daví (checkdsgn), Bianca Thomé e Carolina Cachel (guriasdomarketing), Enzo (criador da marca Saints Designer), Vinicius Gambeta (agenciadebolso_) e a Escola de transformação Digital PlugSchool (plugcitarios).

Todos disseminam conhecimentos técnicos e teóricos na área, formando novos profissionais através de seus cursos e mentorias.

3. Remuneração

Torna-se bastante difícil estabelecer uma média de remuneração tendo em vista que, ao fazer uma pesquisa de mercado, foi possível identificar diferenças significativas entre valores cobrados para serviços semelhantes. Tal diferença provém, portanto, da expertise, autoridade no mercado e também qual o tamanho do projeto que o Social Media irá gerenciar (será apenas o Instagram ou todas as redes sociais? Será uma estratégia pontual para um lançamento, por exemplo, ou será um trabalho contínuo?).

Entretanto, o Social Media pode trabalhar com uma remuneração fixa, variável ou híbrido (fixa e variável) a depender do

contrato estabelecido com o cliente.

Os projetos, em média, podem sair desde um ticket de R\$ 197,00 até valores mais altos como R\$ 3.000,00, R\$ 10.000,00 ou até mesmo 6 dígitos por projeto.

4. Como ele atua?

Social Media é o cargo de todo profissional que fica responsável pela gestão dos perfis de redes sociais, lidando com a atualização e geração de conteúdo para atrair seguidores em páginas de empresas, marcas ou personalidades. Agendamentos de posts e relacionamento com o público são algumas das suas várias atribuições, abaixo listamos algumas delas:

1. Planejamento de conteúdo
2. Criação de conteúdo
3. Agendamento de posts
4. Criação de artes
5. Monitoramento das redes sociais
6. Relacionamento com a audiência
7. Análise de métricas e de resultados

5. Quais os CNAEs indicados para este profissional?

Não havia um CNAE específico para a atividade de Social Media até pouco tempo, porém, no final de 2022 houve uma atualização em alguns CNAEs já existentes e um deles contemplou as atividades de Social Media. Este CNAE é o 6319-4/00 (Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet).

Um dos descritores deste CNAE traz a atividade de Serviços de Operação de Plataformas Online de Redes Sociais, o que se encaixaria bem com as atividades de Social Media.

Portanto, neste momento esse é o CNAE indicado para a atividade.

6. Social Media pode ser MEI?

Com a definição do CNAE 6319-4/00 como sendo o mais apropriado para o Social Media, ficou vedada a possibilidade legal de ser MEI, pois se trata de atividade impeditiva.

7. Como emitir notas fiscais?

A emissão de nota fiscal é obrigatória tanto para clientes Pessoa Física quanto para Pessoa Jurídica.

Situação A

Infoprodutor : Nessa situação o Social Media vende seu curso, ele atua como um infoprodutor. A nota fiscal será emitida para o aluno na proporção de sua participação no infoproduto.

Situação B

Cliente Pessoa Jurídica: Será emitido uma NFS referente aquela prestação de serviço para empresas (lojista, restaurante, clínicas, etc), até quando durar o contrato.

Situação C

Cliente Pessoa Física: Será emitido uma NFS referente a prestação de serviço.

8. Tributação

Pessoa Física:

O profissional que exerce a atividade de social media, estará sujeito a tabela de Imposto de Renda Pessoa Física caso opte por não constituir sua empresa, bem como realizar o recolhimento de INSS como profissional autônomo, recolher o imposto de renda, quando devido, via carnê leão e realizar a declaração anual de pessoa física. Abaixo podemos verificar as tabelas com as alíquotas progressivas:

Tabela progressiva IRRF anual.

Base de cálculo em R\$	Alíquota (%)	Parcela a deduzir do imposto em R\$
Até 22.847,76	-	-
De 22.847,77 até 33.919,80	7,5	1.713,58
De 33.919,81 até 45.012,60	15	4.257,57
De 45.012,61 até 55.976,16	22,5	7.633,51
Acima de 55.976,16	27,5	10.432,32

Tabela progressiva INSS 2022

Tabela para Contribuinte Individual e Facultativo 2022

Salário de Contribuição (R\$)	Alíquota	Valor
R\$ 1.212,00	5% (não dá direito a Aposentadoria por Tempo de Contribuição e Certidão de Tempo de Contribuição)	R\$ 60,60
R\$ 1.212,00	11% (não dá direito a Aposentadoria por Tempo de Contribuição e Certidão de Tempo de Contribuição)	R\$ 133,32
R\$ 1.212,01 até R\$ 7.087,22	20%	Entre R\$ 242,40 (salário mínimo) e R\$ 1417,44 (teto)

Pessoa Jurídica:

1 - Simples Nacional - é um dos regimes tributários mais procurados por empreendedores que desejam abrir uma empresa ou formalizar as suas atividades como pessoa jurídica.

Nesse regime, prestadores de serviço, como o Social Media, serão tributados no Anexo III.

2 - Lucro Presumido - é um regime tributário destinado a empresas com faturamento anual de até R\$ 78 milhões, quando indicado como melhor alternativa pela contabilidade para social media.

Nesse regime tributário, a alíquota de contribuição do profissional de social media pode variar entre 13,33% e 16,33% sobre o seu faturamento, a depender da cidade escolhida para abertura da empresa.

3 - Lucro Real - Em uma primeira análise não é recomendado para prestadores de serviços, tendo em vista que a tributação é a maior das três opções e que não terão muitas despesas para deduções e consequente diminuição dos tributos.

9. Dicionário do Social Media

LANÇAMENTO: neste tipo de estratégia, o produto fica disponível por alguns dias apenas. E também é criado gatilhos de escassez;

TICKET: preço de venda do infoproduto;

ROI (retorno sobre o investimento): serve para medir o retorno investido em tráfego pago X o total de vendas;

EXPERT OU ESPECIALISTA: expert é aquela pessoa que tem conhecimento aprofundado em determinado assunto, considerada especialista em sua área;

LANDING PAGE: é uma página cuja única intenção é captar o e-mail dos visitantes para eles entrarem na sua lista;

BRANDING: relacionado a criação de marca;

NICHO OU SUBNICHO: nicho é uma palavra que a gente usa para definir uma fatia de mercado;

DEMANDA REPRIMIDA: se você já tem uma audiência, se já cria conteúdo mas nunca vendeu nada, as chances são que se você simplesmente colocar um produto no mercado ele vai vender;

CHAMADA PARA AÇÃO, CTA ou Call to Action: é quando você utiliza palavras que fazem uma pessoa agir. Exemplo: "Acesse o link e se inscreva e ganhe um e-book gratuito";

E-MAIL MARKETING: e-mail marketing é o ato de você usar o e-mail para fazer as pessoas desejarem o seu produto;

ENGAJAMENTO: interação do público;

LISTA: geralmente uma lista é de e-mails, é uma maneira de contato direto para converter em cliente;

GATILHOS MENTAIS: os gatilhos mentais fazem parte de uma técnica de vendas. Geralmente estão relacionados com anúncios e campanhas de marketing digital;

PERSONA / AVATAR / PÚBLICO ALVO: todos esses termos estão se referindo ao cliente em potencial ou consumidor em potencial, seria o cliente ideal para o seu negócio.

GESTOR DE TRÁFEGO

1. O que é um Gestor de Tráfego?

Gestor de tráfego é o profissional estrategista responsável por criar e gerenciar anúncios em plataformas como o Google, LinkedIn, Instagram, Facebook, etc, com o objetivo de gerar vendas, trazer mais tráfego de pessoas para as mídias sociais ou captar leads, gerando mais resultados para seus clientes.

A profissão de gestor de tráfego tem ganhado notoriedade no Brasil, sendo mais evidenciada nos últimos anos, principalmente durante a pandemia que obrigou muitos empreendedores a iniciar a presença da sua marca no digital.

2. Quem são eles?

Os 5 maiores gestores de tráfegos da atualidade são: Pedro Sobral, Tiago Tessmann, Lucas Renault, Denderson Rodrigues e Adriano Gianini. Atualmente todos eles formam novos profissionais por meio dos seus infoprodutos e mentorias, trazendo assim uma grande oportunidade para os Contadores que desejam prospectar clientes neste segmento.

3. Remuneração

Estimar a remuneração deste profissional é um tanto que complexo, pois depende de vários requisitos, como a expertise, autoridade no mercado, carreira, segmento, etc.

O gestor de tráfego pode trabalhar com remuneração fixa, variável ou fixa e variável, a depender do modelo de contrato com a empresa ou cliente.

O salário de um gestor pode variar entre R\$2.200 e R\$5.000, já a remuneração para quem está atuando como autônomo ou empresários podem em muitos casos ultrapassar o valor de R\$20 mil.

4. Como ele atua?

Existem duas formas de atrair novos clientes para as empresas: a orgânica que é alcançada por meio da criação de conteúdo gratuito; e a paga, adquirida pelos anúncios veiculados nas mídias sociais e, é neste último, que percebemos melhor a ação do Gestor de Tráfego. Utilizando-se de informações coletadas pelas ferramentas sobre nossos hábitos e costumes, ele planeja, cria e otimiza campanhas em canais pagos, unindo o produto ideal com o cliente ideal.

Certamente em algum momento você já viveu esta experiência, ao pesquisar no Google por um determinado produto e depois receber vários anúncios patrocinados, anunciando justamente o produto pesquisado.

Faz parte da expertise do gestor de tráfego:

- Aumentar as vendas de produtos e serviços;
- Direcionar o produto para o cliente ideal;
- Colocar sites na primeira posição do Google;
- Fortalecer a presença da marca nas redes sociais;
- Aumentar o número de visitas em estabelecimentos físicos;
- Controlar os investimentos em publicidade;
- Captar leads.

5. Quais os CNAEs indicados para este profissional?

Até o momento o CONCLA não definiu uma atividade econômica específica para o Gestor de Tráfego. Diante disso, utilizamos a essência do negócio para atribuir as atividades que mais se aproximam do segmento. E justamente por não ter um só CNAE que transcreva os objetivos alcançados pelos gestores de tráfego, se faz necessário uma combinação:

7311-4/00 Agências de publicidade
7319-0/03 – Marketing direto
7319-0/04 – Consultoria em publicidade
6319-4/00 – Portais, provedores de conteúdo
e outros serviços de informação na internet
5819-1/00 – Edição de cadastros, listas e de
outros produtos gráficos
7319-0/02 – Promoção de vendas
8599-6/04 – Treinamento em
desenvolvimento profissional e gerencial

6. Gestor de Tráfego pode ser MEI?

Há várias interpretações quanto a este assunto, principalmente pelo fato de não ter CNAE específico para esta atividade. No entendimento deste Grupo de Trabalho o gestor de tráfego pode iniciar como MEI caso atue na coprodução e não apenas no exercício da atividade de gestor de tráfego isoladamente, utilizando as atividades permitidas desde que não tenha nenhum outro impedimento.

Atividades permitidas no MEI:

5819-1/00 – Edição de cadastros, listas e de
outros produtos gráficos
8599-6/04 – Treinamento em
desenvolvimento profissional e gerencial

É comum no mercado de infoprodutos encontrar o gestor de tráfego atuando no papel de coprodutor ou até mesmo infoprodutor. Neste sentido ele pode ser remunerado por meio de um valor fixo + % de participação nas vendas do infoproduto, ou apenas o % das vendas. Por isso é importante analisar a necessidade da inclusão do CNAE: 8599-6/04 para este cliente.

Infoprodutor: São pessoas que produzem e vendem um produto digital com base na sua expertise e talento.

co-produtor: é a pessoa ou empresa que trabalha em parceria com o infoprodutor na produção do produto digital (infoproduto).

Infoproduto: Produto digital da informação/conhecimento/educação, pode ser Curso, ebook, Guia, Imersão, etc.

7. Como emitir notas fiscais?

Na categoria de MEI, independente se atuar como infoprodutor ou como negócio local, se o cliente for (PF) não está obrigado a emitir nota fiscal. Mas, se for prestar serviços para empresas (PJ) estará obrigado a emitir nota fiscal. Elas podem ser emitidas gratuitamente e manualmente através dos sistemas das prefeituras, ou dependendo do volume pode contratar um sistema de automação.

8. E não sendo MEI, é obrigatório emitir NFS?

Como ME, EPP ou qualquer outro porte de empresa, o gestor de tráfego já está obrigado a emitir nota fiscal.

Veja como emitir essas notas fiscais de acordo com a forma de atuação.

Situação A -

Infoprodutor: Nesse caso as notas fiscais serão emitidas para os alunos na proporção da sua participação no infoproduto.

Situação B -

Negócios locais: Será emitido uma NFS referente aquela prestação de serviço para empresas (lojista, restaurante, clínicas etc), até quando durar o contrato.

9. Tributação

Pessoa Física:

O gestor de tráfego estará sujeito a tabela de Imposto de Renda Pessoa Física caso opte por não constituir sua empresa. Devendo recolher o INSS como profissional autônomo, preencher mensalmente o carnê leão recolhendo o DARF referente a apuração mensal e entregar a declaração de imposto de renda pessoa física anual, se for o caso.

Comissão de Infoprodutos e de Negócios Digitais

Pessoa Jurídica:

1 - Simples Nacional - Essencialmente a atividade de gestor de tráfego sendo executada isoladamente deve ser tributada pelo anexo V do simples nacional, ou seja, sujeito ao fator R. Se prestada através de coprodução, poderá ser tributado pelo anexo III do simples nacional diretamente.

2 - Lucro Presumido - Se optar por esse regime de tributação, a empresa estará sujeita a 11,33% de tributos federais e até 5% de ISS, a depender da prefeitura onde estiver sediada a empresa.

3 - Lucro Real - Por ser uma atividade em sua essência de prestação de serviços, normalmente não é vantajoso que se opte pelo lucro real, tendo em vista ter por padrão margens de lucro altas, superiores a 32% do faturamento, e também por não ter tantas despesas dedutíveis para abater da base de cálculo do PIS e da COFINS.

10. Dicionário do Gestor de Tráfego

COPY é um texto publicitário que visa atrair a atenção de um cliente potencial e promover um produto ou serviço específico.

CPC é a sigla para custo por clique, uma forma de cobrança de anúncios pagos na qual o pagamento é feito

CTA Solicitação ou apelação encaminhada ao usuário para que execute uma ação específica.

FACEBOOK ADS O Facebook Ads é o sistema de mídia paga do Facebook que oferece uma grande variedade de formatos de anúncios.

GOOGLE ADS O Ads é a plataforma de publicidade do Google (previamente chamada de Google AdWords).

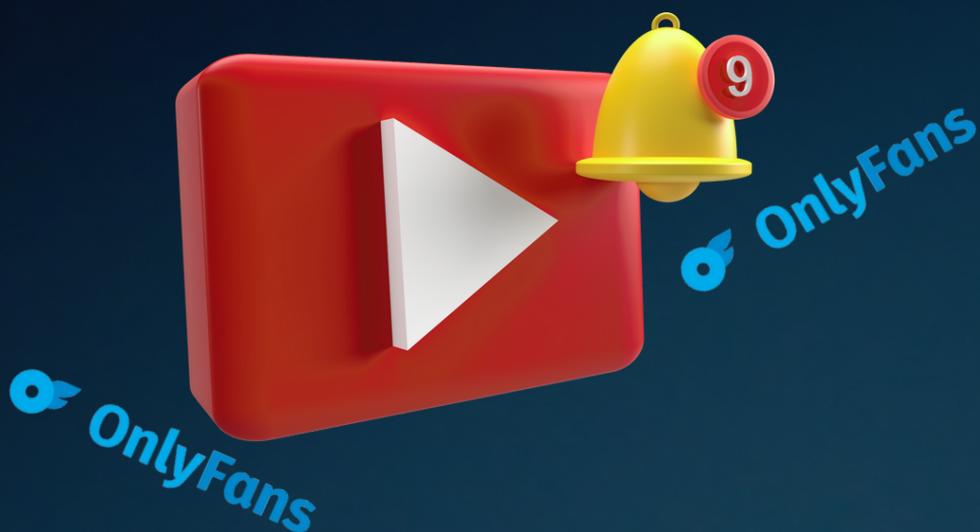
INSTAGRAM ADS Instagram Ads é uma forma de veicular anúncios tanto no feed quanto nos Stories da rede social.

LEAD Pessoa que mostra interesse em um produto, serviço ou marca e fornece seus detalhes, normalmente por meio de um formulário.

ROAS é uma métrica de marketing que vem do inglês Return on Advertising Spend e significa Retorno sobre Gastos com Anúncios.

SEO É preciso contar com o SEO – sigla para Search Engine Optimization, que, em português, significa Otimização para Mecanismos de Buscas.

CLIENTES YOUTUBERS OU DO ONLY FANS



Grupo de Trabalho
de Youtubers e do Only Fans

COMPOSIÇÃO DO GRUPO DE TRABALHO DE YOUTUBERS E DO ONLY FANS

Coordenadora:

Priscilla Silva Resende Domingos

Integrantes:

Bruna Mota de Moura Vasiunas

Edilene Jácome de Melo

Mariana Honorato da Silva

Rafael Isaac Rodrigues Freitas

YOUTUBER

1. Introdução

O estudo sobre os Youtubers foi desenvolvido pensando no complexo Sistema Tributário Brasileiro. Como bem se sabe, é um dos mais complexos do mundo. Justamente por este motivo é comum que cidadãos encontrem dificuldades na interpretação de normas tributárias em vigência, bem como quais são os tributos incidentes sobre as atividades profissionais que desempenham. Atenta a tal realidade, visto que, a atividade de Youtubers é relativamente nova, e não se tem uma norma ou atividade específica para o desempenho dessa função, a Comissão de Infoprodutos e Negócios Digitais do CRC/CE elaborou a presente Cartilha de Orientações com Aspecto Tributário e de Negócios, através de Grupo de Trabalho específico para esse fim, compilando informações relevantes sobre o assunto, das quais o(a) Contador(a) deve ter ciência no desempenho de suas atividades. Logo espera-se que o presente material os auxilie na tomada de decisões que podem ter impacto tributário relevante.

2. Conceito

A principal atividade do Youtuber é a criação de conteúdo, onde ele produz o conteúdo em vídeo e alimenta o seu canal dentro da plataforma do Youtube, porém, pode também exercer a atividade com patrocínios, venda de cursos ou produtos, afiliação e venda de comentários.

A plataforma do Youtube vai conectar os Youtubers às pessoas que assistem esses vídeos, vai conectar aos anunciantes que são as empresas que vão patrocinar e divulgar seus serviços dentro da plataforma.

Para que o Youtuber seja monetizado, um anúncio terá que aparecer em seu canal. Uma empresa detentora do anúncio terá que pagar ao Google para que o anúncio seja vinculado naquele canal. O Google por sua vez, irá dividir esse valor que ele recebeu da empresa referente ao anúncio com o proprietário do canal, ou seja, o canal que recebeu o anúncio vai receber uma parte do que o anunciante pagou ao Google. Quem decide como esse anúncio irá aparecer, é o anunciante. O Youtube somente disponibiliza o espaço dentro da plataforma.

Não é só ter um canal e aparecer um vídeo de anúncio que o Youtuber será monetizado. O Google trabalha com lances, como um leilão,

então cada anunciante quando vai criar o anúncio determina um valor de lance, e quem der o lance maior ganha. E ao criar o anúncio ele dirá para o Google quanto será o anúncio e como será a forma de monetização, se por clique ou por visualizações.

Para exibir os anúncios, o Youtuber recebe 68% do valor que o anunciante pagou ao Google.

Para entendermos melhor, funciona da mesma forma como acontece na TV, onde existe uma programação normal e nos intervalos tem os anúncios, fazendo assim com que a TV seja monetizada, pois ela está cedendo aquele espaço para as publicidades.

No Youtube vai ter momentos em que você assistirá aos vídeos e irá aparecer um anúncio na plataforma, esse anúncio é uma publicidade e para que esse anúncio apareça no canal do Youtuber, a empresa detentora do anúncio teve que pagar ao Google para que esse fosse vinculado ao canal. O Google por sua vez, irá dividir o valor que recebeu da empresa pelo anúncio com o proprietário do canal, no caso, o Youtuber. O canal do Youtuber que recebeu o anúncio, vai receber uma parte do que o anunciante pagou ao google.

Mas não é só ter um canal no Youtube que fará com que o Youtuber comece a ganhar dinheiro. Para ser monetizado o Google exige alguns requisitos para entrar no programa de parcerias:

1. Seguir todas as políticas de monetização do Youtube, que são um conjunto de diretrizes para você gerar receita na plataforma, se você é um parceiro do Youtube seu contrato inclui as políticas do programa e exige que você siga essas políticas de monetização para ganhar dinheiro com o seu canal;
2. Morar em um país ou região onde o programa de parcerias do Youtube está disponível;
3. Ter mais de 4 mil horas em exibição válidas nos últimos 12 meses;
4. Ter mais de 1 mil inscritos;
5. Ter uma conta do Google AdSense vinculada.

Atualmente a única forma de pagamento disponível no Brasil para criadores de conteúdo é a transferência eletrônica internacional. O Google pagará em dólar americano e fará essa transferência para o banco da escolha do Youtuber, contudo, deverá consultar o banco para saber se a conta aceita esse tipo de transação e verificar as taxas cobradas.

Como nos bancos tradicionais essas taxas geralmente são muito elevadas, existe a possibilidade de se utilizarem das remessas online, ou seja, a plataforma de remessa irá abrir uma conta internacional para o Youtuber receber os valores do Google AdSense, e essa plataforma irá transferir os valores para a conta bancária aqui no Brasil.

As taxas cobradas por essa remessa são bem menores que os bancos tradicionais. Podem utilizar também os bancos digitais como Inter e o Banco Rendimento, que funciona como uma casa de câmbio.

Como o recebimento é em outra moeda terá uma operação de câmbio, que é quando o dinheiro entra no Brasil é convertido em Real no dia do pagamento, essa variação pode ser negativa ou positiva e será preciso fazer a contabilização da variação cambial na contabilidade. Para fazermos essa conversão, podemos utilizar o site do Banco Central. O Google faz o processamento desses pagamentos entre os dias 21 e 26 de cada mês.

3. Realidade brasileira

Os Youtubers em geral, criam o canal na plataforma Youtube e começam a fazer as postagens de seus vídeos, com o crescimento das visualizações começam a ser monetizados e fazer parcerias para crescerem mais na plataforma.

Muitos Youtubers iniciam como autônomo e recebem tudo em sua conta pessoa física e não fazem qualquer declaração dos valores recebidos, muitas vezes por não saberem como fazer.

Os que optam por abrir uma empresa, como não há atividades específicas, acabam utilizando atividades distintas como, “design gráfico”, “edição de vídeos”, “promoção de vendas”, “treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial”, “Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente”, “agências de publicidade”.

Há em andamento na Câmara dos Deputados o Projeto de Lei nº 10.938/2018 que dispõe sobre a Regulamentação da profissão de Youtuber. Seu autor o Deputado Federal Eduardo da Ponte (PP-PE) diz que a maioria dos youtubers trabalha para outras empresas “sem as proteções legais previstas”.

O principal objetivo do PL é regulamentar o contrato entre youtubers e outras empresas, incluindo agências de publicidade, veículos da mídia, produtoras de vídeo, entre outros.

O Deputado apresentou como justificativa de que a maioria trabalha como autônomo ou exposto a contratos de trabalho sem as proteções legais previstas, com jornadas incompatíveis com a função exercida.

4. Enquadramento fiscal através de CNAEs

Não há um enquadramento específico para a atividade de Youtuber, por isso temos que saber a essência do que ele faz, e assim adaptar as CNAEs existentes às diversas atividades que ele exerce.

Os CNAEs mais utilizados são:

1.CNAE 6319-4/00 - Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet, para quando o Youtuber for monetizado através do Google AdSense pelos anúncios que aparecem em seus vídeos e através do programa de parcerias e patrocínios.

2.CNAE 5911-1/99 – Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente, utilizados para quando o Youtuber for monetizado através do google AdSense.

3.CNAE 7310-0/02 – Promoção de Vendas, quando o Youtuber for monetizado através do programa de afiliados.

A Nota Fiscal deverá ser emitida de acordo com cada atividade exercida pelo Youtube. Quando a receita for proveniente do Google Adsense, a nota fiscal deverá ser emitida ao Google Internacional. Quando a receita for do programa de afiliados, a nota fiscal deverá ser emitida para o Produtor. Quando a receita for proveniente do programa de parcerias e patrocínios, a nota fiscal deverá ser emitida para o Patrocinador/anunciante.

5. Tributação

O Youtuber pode atuar como Pessoa Física, não é ilegal, mas terá que fazer o recolhimento mensal do Imposto de Renda, em apuração a ser realizada pelo programa do Carnê Leão, disponibilizado anualmente pela Receita Federal, até o último dia útil do mês seguinte ao do recebimento.

Através da utilização do livro caixa, o profissional deve registrar sua receita no mês, promovendo a dedução das despesas necessárias à realização de seu trabalho, como as seguintes:

1. Equipamentos: Computador, câmera, webcam, microfone, tripé, celular, etc;
2. Software de Edição: Premiere, Photoshop, Illustrator, Corel Draw, etc;
3. Mensalidade da Contabilidade;
4. Domínio de sites, ferramentas de e-mail marketing;
5. Colaboradores: Editor de vídeos e designer gráfico, estagiários, freelancer etc.

Promovidas as deduções legalmente permitidas, o imposto a pagar deve ser calculado mediante a aplicação de alíquotas progressivas legalmente previstas.

O Youtuber ao fazer mensalmente o Carnê Leão, também deve transmitir a Declaração de Ajuste Anual, exportando os dados de um programa para o outro. A apuração não significa que resultará em imposto a pagar, vai depender do valor dos rendimentos recebidos conforme o caso.

Atuando como pessoa física, é enquadrado como contribuinte individual, o que configura a incidência de tributos federais e municipais, ou seja, terá que recolher a contribuição do INSS que pode ser de 11% ou 20%, independentemente do valor dos rendimentos e o ISS, que deverá ser observado a legislação municipal.

Quando o Youtuber analisar que atuar como Pessoa Física não compensa mais, visto que, a tributação na Pessoa Física é elevada, chegando a 27,5%, ele poderá exercer as atividades atuando como Pessoa Jurídica.

Para atuar como PJ o Youtuber não poderá optar pelo MEI, pois as atividades que são utilizadas não permitem o enquadramento nesse regime simplificado de tributação.

Alguns Youtubers por não possuírem um conhecimento sobre o assunto, optam pelo MEI e acabam utilizando outras atividades que permitem esse enquadramento até para reduzirem o custo inicial. Uma muito utilizada é o de editor de revista ou vídeo, treinamento em desenvolvimento profissional e gerencial e promoção de vendas.

É possível colocar mais de uma atividade no CNPJ, mas é preciso informar a atividade correta para cada prestação de serviço.

Inicialmente optará pelo regime do Simples Nacional, tributado pelo Anexo III, que tem como base o percentual inicial de 6% de imposto na primeira faixa de tributação.

Se optar pelo regime do Lucro presumido a base inicial, será de 13,3%.

Quanto à tributação na exportação de serviços, não incidirá impostos para serviços prestados a destinatários no exterior.

Mas para fazer o reconhecimento da receita como exportação de serviço, e assim obter a isenção de tributos, será necessário analisar 3 pontos:

1. Ingressos de divisas no Brasil: Entrada de dinheiro no Brasil, ou seja, recebimento do Google através da transferência bancária;
2. Tomador domiciliado no exterior: o qual será emitido a nota fiscal, no caso, o Google;
3. Resultado dos serviços percebidos no exterior: difícil de analisar, mas é quando o serviço prestado é utilizado no exterior.

	Simples Nacional	Lucro Presumido
PIS	ISENTO	ISENTO
COFINS	ISENTO	ISENTO
ISS	ISENTO	ISENTO
IR	-	NÃO COMPENSA COM IMPOSTO PAGO NO EXTERIOR

6. Particularidades

Como já dito anteriormente, o Youtuber pode exercer diversas atividades, e um dos principais cuidados que o Contador deve ter ao iniciar o atendimento ao Youtuber é quanto à marca registrada e aos direitos autorais. O Contador deverá se atentar quanto à marca registrada, visto que, se foi criado um canal e essa marca já foi registrada no INPI, o proprietário da marca poderá denunciar na plataforma do Youtube e solicitar a exclusão desse canal. No Youtube há um tópico na central de ajuda sobre marca registrada. E no caso de direitos autorais são os vídeos de terceiros reproduzidos no canal sem autorização.

Outro ponto de atenção são as diversas formas de monetização que o Youtuber pode vir a ter, o Contador responsável terá de fazer uma análise, para saber de fato qual recebimento pertence para cada tipo de serviço, visto que, se for uma empresa optante do Simples Nacional, por exemplo, pode variar a qual anexo ele será enquadrado, e isso fará ele pagar mais ou mesmo impostos.

Quanto ao recebimento vindo do exterior, que é recebido em outra moeda, terá uma variação cambial, que pode ser negativa ou positiva. Essa variação terá que ser refletida na contabilidade.

7. Desafios para os Contadores

Atualmente são muitos os desafios de um Contador que atende um Youtuber, visto que exerce diferentes atividades, o que dificulta na hora de reconhecer a atividade correta para cada recebimento.

Quanto ao recebimento que vem do exterior, o desafio é identificar e fazer a correta contabilização da variação de cambial.

Outro desafio é o reconhecimento da receita de exportação de serviços e isenção de tributos.

Também é importante lembrar da regularização quanto ao Youtuber menor de idade e, por fim, o registro de marca e direitos autorais.

8. Conclusão

A realidade hoje é que a maioria desses empreendedores digitais não estão regularizados e estão cheios de dúvidas. Muitos Contadores desconhecem a essência do negócio e é aqui que está uma grande oportunidade do mercado contábil

ONLY FANS

1. Introdução

O material tem a finalidade de servir como base, apoio e orientação ao Contador, ajudando-o a alcançar um melhor entendimento sobre as funcionalidades, forma de monetização e tributação por criadores de conteúdo que utilizam a plataforma Onlyfans.

Com esse manual de apoio o Contador conseguirá orientar e ter mais segurança na hora de passar informações e instruções ao criador de conteúdo sobre a melhor forma de se regularizar e calcular os impostos devidos sobre os ganhos obtidos na plataforma.

2. Conceito

A OnlyFans é uma empresa e plataforma de conteúdos, no mercado desde 2016, e que possui sede no Reino Unido.

A plataforma, cujo funcionamento se assemelha ao de uma rede social que permite a criadores a monetizarem seu conteúdo compartilhando publicações exclusivas apenas com usuários que pagam uma assinatura.

O usuário se registra gratuitamente e acessa fotos, vídeos e transmissões ao vivo de canais de celebridades, influenciadores e anônimos, como em qualquer rede, a diferença é que grande parte do acesso é pago, base modelo de negócios da companhia.

Na plataforma, apesar de existir uma vasta gama de conteúdo a serem exploradas, tais como saúde, emagrecimento, tutoriais de dança, canais de artistas, músicos, chefs de cozinha e uma série de outras utilidades, a Onlyfans ficou mais conhecida principalmente por permitir a publicação de conteúdo adulto.

A popularidade e a receita da plataforma cresceram muito com a crise provocada pela pandemia de coronavírus e a migração de famosos e seus grupos para a plataforma. Celebridades como Card B, Bella Thorne e as brasileiras Anitta, Mirella e Rita Cadillac têm perfis na plataforma. No Brasil, muitos usam a rede para ganhar dinheiro diante do desemprego na pandemia.

A Onlyfans revolucionou a forma como influenciadores se relacionam com os seus seguidores, ao entregar conteúdo mais rico e autêntico, livre de apoio das marcas, campanhas e comissões de publicidade no Youtube.

Os criadores de conteúdo podem estabelecer diferentes preços aos materiais publicados, limitados a cifras mínimas e máximas definidos na plataforma.

Os seguidores também chamados de fãs (Onlyfans significa “Só para Fãs”), interessados em consumir o conteúdo do influenciador podem fazê-lo por meio de uma assinatura digital mensal ou por venda avulsa, restrita a usuários maiores de 18 anos que tenham uma conta bancária habilitada para transações internacionais.

O valor da assinatura vai depender do autor das publicações e do conteúdo que é publicado. As assinaturas variam de 4,99 dólares a 49,99 dólares (de R\$ 26,00 a R\$ 260,25 na cotação atual da moeda) para acessar o canal do criador do conteúdo.

Também há alguns perfis cuja assinatura é gratuita, mas em geral há cobranças de valores menores para visualizar determinados posts. Além disso, o criador pode oferecer descontos para assinaturas prolongadas.

Vale ressaltar que os valores recebidos (assinaturas, mensagens pagas e dicas) ficam 80% para o produtor de conteúdo e outros 20% restantes para a plataforma referente a taxas (pagamentos por indicação, processamento de pagamentos, hospedagem, suporte e todos os outros serviços).

As receitas de um criador de conteúdo no OnlyFans vão variar dependendo da qualidade e da quantidade de conteúdo produzido. Se um criador fizer publicações regulares e atraentes, haverá maior incentivo do público para assinar o canal. Alguns dos maiores sucessos da plataforma têm alcançado ganhos de dezenas de milhares de dólares.

Em um primeiro momento, os criadores ganham dinheiro através das assinaturas. Por exemplo, se você tem 100 assinaturas que pagam o valor mínimo de 5 dólares por mês, sua renda mensal será de 500 dólares (cerca de R\$ 2.603,05). Com a taxa de 20%, restarão 400 dólares para você, ou R\$ 2.082,44.

Os usuários também podem solicitar fotos, vídeos e outros conteúdos dos criadores, pagando valores extra por isso. Essa modalidade tende a render ainda mais para os produtores de conteúdo, mesmo se ainda neste caso a plataforma cobra a comissão de 20%.

Os criadores também podem cobrar por mensagens privadas, que permitem contato direto entre criador e seguidor e gerar mais uma fonte de renda.

Os valores cobrados por Mensagens Privadas, Mensagens Diretas e Valores de Gorjetas Pagas são:

Comissão de Infoprodutos e de Negócios Digitais

O valor mínimo que se paga por mensagens privadas ou gorjetas pagas é de US\$ 3,00.

O preço máximo para postagens pagas é de US\$ 50.

O preço máximo para mensagens privadas pagas é \$ 100.

O valor máximo da gorjeta é de US\$ 100 para novos usuários e US\$ 200 para usuários que estão na plataforma há pelo menos 4 meses.

Ou, até mesmo criar pacotes onde os usuários podem comprar uma assinatura por 2 ou mais meses de uma só vez. O preço máximo do pacote é de US\$ 250.

Por fim, outra forma de monetização também é por meio de Afiliação, chamado pela plataforma de “Programa de referência”.

A plataforma oferece um programa de indicação pelo qual usuários existentes podem apresentar pessoas interessadas em se tornarem criadores para OnlyFans e receber pagamentos de indicação, que são calculados e limitados conforme descrito no Termos do Programa de Indicação.

Após o criador indicado se tornar usuário registrado na plataforma, de acordo com as regras do Programa de Indicação, o Afiliado receberá um pagamento por indicação de cinco por cento (5%) dos ganhos de Fãs gerados pelo criador indicado por doze meses, até um pagamento máximo de indicação do OnlyFans ao usuário indicador de US\$ 50.000 por criador indicado.

Comissão de Infoprodutos e de Negócios Digitais

3. Realidade brasileira

No Brasil existem plataformas semelhantes a Onlyfans, como a Privacy e a BFF Lounge:

A Privacy, plataforma brasileira exclusiva para conteúdo de teor adulto, o que chama a atenção é que a plataforma não possui políticas contra conteúdo sexual explícito, o que atrai muitos usuários pra tal conteúdo, e por ser nacional os criadores de conteúdo recebe em reais.

BFF Lounge, outra plataforma brasileira criada pela ex BBB Clara Aguilar, voltada também para o público adulto, entretanto, há espaço para criadores de conteúdos serem monetizados com outros conteúdos e cursos de nichos diversos são permitidos para essa plataforma.

Essas Plataformas são apenas na versão web, não possuindo aplicativo para Android ou iPhone (iOS) devido à ausência de política contra conteúdo sexual, requisitado por lojas de aplicativos como Play Store e App Store.

Outros negócios se expandem com esse mercado, por exemplo:

Agência Nast, focada para o nicho de Onlyfans, onde gera outras oportunidades de monetização como:

- agenciando modelos chamadas de “CAM GIRL” para o mercado.
- venda de curso voltado para como aprender ter renda criando conteúdo para Onlyfans.

Artistas alocam conteúdo para ter ganhos de forma exclusiva focada para outros nichos. Maurício Meireles, humorista, é um exemplo, criou seu perfil no Onlyfans para ter ganhos com seus conteúdos de comédia, uma forma de ter exclusividade e ser remunerado.

4. Enquadramento fiscal através de CNAEs

CNAE: 6319-4/00 Portais, provedores de conteúdo e outros serviços de informação na internet.

No CNAE sugerido está listado os seguintes descritores das atividades realizadas pelo criador de conteúdo:

Distribuição online de conteúdo; Operação de aplicativos de conteúdo na internet; Operação de plataformas online de redes sociais; Operação de portais de conteúdo da internet; Páginas de entretenimento na internet, exceto jogos de azar; Streaming de áudio e vídeo pela internet

Sobre o CNAE sugerido há um ponto a se observar: por ser atividade de serviços de comunicação, em alguns estados se exige a inscrição estadual como contribuinte de ICMS. Isso ocorre pois constitucionalmente os serviços de comunicação, apesar de serem serviços, são tributados pelo ICMS. E dentro da hierarquia de CNAEs, o 6319-4/00 se enquadra naqueles de serviços de comunicação.

Análise sempre se esse criador de conteúdo realiza outras receitas no digital, como youtuber, influencer, venda de cursos e faz publicidades e propagandas em suas redes, para complementar o cadastro do CNPJ com outras atividades, ou ainda se é mais interessante e estratégico abrir outras empresas com essas atividades, dependendo da melhor solução tributária.

5. Tributação

Quem atua na Onlyfans ou em outras plataformas do mercado digital tem que manter suas obrigações e contribuições em dia com o fisco, evitando multas e sanções por parte da Receita Federal.

Mediante isso, toda a receita também gerada em plataformas com sede em outro país não pode entrar no Brasil sem ser tributado.

Através de um planejamento tributário analisamos qual o melhor cenário para os produtores de conteúdo serem monetizados. Realizamos uma análise comparativa dos valores dos impostos pagos no CPF X CNPJ, (Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real), verificando em qual das opções obtém a menor carga tributária possível.

O que vai influenciar na escolha do regime tributário são:

- Os valores faturados;
- A plataforma utilizada, se é Brasileira ou Estrangeira;
- Se o conteúdo é consumido apenas fora do Brasil, onde pode caracterizar exportação de serviços.

Atuando como Pessoa física (PF):

Deverá fazer a declaração dos ganhos recebidos mensalmente referentes à produção de conteúdo pelo Onlyfans e os devidos recolhimentos por meio do carnê-leão (rendimentos tributáveis recebidos de PF e do Exterior).

A tributação na pessoa física varia de 7,5% a 27,5% sobre os valores dos rendimentos mensais do contribuinte..

E anualmente entregar a declaração de IRPF, informando todos os ganhos declarados no carnê-leão e outros ganhos obtidos durante o ano. Podendo ter valores a restituir ou a pagar com a soma de todas as receitas e despesas obtidas no ano.

Atuando como Pessoa Jurídica (CNPJ):

Quem regulariza suas atividades como pessoa jurídica e abre um CNPJ pode pagar menos impostos, optando por regimes de tributação como o Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real (e essa atividade não pode ser MEI).

Dentre as opções em regime tributário, podemos destacar:

Simples Nacional: O Simples Nacional é um regime tributário para produtores de conteúdo que faturam até R\$ 4,8 milhões por ano.

Para esse tipo de atividade será tributado pelo anexo III, a alíquota padrão de tributação pode variar de 6% a 19,50%.

Lucro Presumido: Regime tributário para produtores de conteúdo que faturam até R\$ 78 milhões por ano.

Para esse tipo de atividade, a alíquota padrão de tributação pode variar de 13,33% a 16,33% ao mês.

6. Particularidades

Se atentar aos ganhos obtidos de assinaturas feitas de consumidores do exterior. Podemos ter uma redução ainda maior na alíquota dos tributos sobre ganhos obtidos na exportação de serviços. Os valores recebidos dos conteúdos consumidos internacionalmente, permite a possibilidade de não pagar alguns tributos, como ISS, PIS e Cofins.

Para aplicar a redução da alíquota precisa analisar de onde vem o público que consome o conteúdo do criador, ou seja, precisa identificar se os consumidores do conteúdo estão acessando o perfil do criador de conteúdo do território brasileiro ou do exterior.

Caso o criador de conteúdo no OnlyFans receba dinheiro de assinante que está fora do Brasil, independente se é brasileiro ou não, haverá a configuração de exportação de serviços, desde que o pagamento haja o ingresso no Brasil dos valores pagos.

7. Desafio para os Contadores

Atuando como pessoa física:

Os desafios enfrentados pelo Contador em atender esse público é a falta de uma legislação para orientação da forma de execução dessa atividade como pessoa física.

Classificação de atividade econômica:

A falta de uma classificação de atividade econômica específica no CONCLA/IBGE para a realização de uma análise minuciosa das atividades exercidas.

Rendimentos recebidos do Exterior:**Variação Cambial****Exportação de serviços:**

Identificar se o conteúdo é visto no exterior, caracterizando como exportação de serviços, oportunidade de benefício fiscal;

Registro da pessoa jurídica na plataforma**Cumprimento de Obrigação Acessória da Emissão de Documento Fiscal:**

A Plataforma não gera relatórios com dados pessoais dos consumidores, portanto, para emissão de notas fiscais não é possível identificação do cliente.

8. Como funciona na plataforma

Os ganhos para o produtor de conteúdo são pagos diretamente do consumidor desse conteúdo cadastrado na plataforma, portanto a receita é gerada diretamente por pessoas cadastradas nas plataformas.

As PLATAFORMAS são apenas o meio de veículo de DIVULGAÇÃO e CONSUMO de conteúdos e, principalmente, INTERMEDIADORA para receber valores entre consumidores cadastrados e repasse de valores para os criadores.

A distribuição dos ganhos é feita de forma simples, as plataformas pagam 80% da receita para o criador de conteúdo. Os outros 20% são a taxa paga pelo criador para a plataforma, que serão direcionados aos custos manutenção do site, processamento de saque, ensaios, produções, eventos, outras despesas e lucro.

Para receber esses valores os criadores de conteúdo solicitam saques na plataforma.

Plataformas Nacionais: o criador recebe em reais podendo cadastrar sua conta bancária mantida no Brasil, sendo fácil a transação.

Plataforma Onlyfans: por ser uma plataforma estrangeira, o pagamento é feito em dólares americanos (USD). Para o criador de conteúdo brasileiro receber os valores deve ser feito cadastro em intermediador financeiro (CARTEIRA DIGITAL NO EXTERIOR) para transação, esse intermediador faz a conversão de moeda entre dólares para real, e pode ser cadastrado na plataforma e por sua vez recebe os valores e transfere para conta do criador Brasil no Brasil.

Exemplo de Intermediadoras financeiras: Remessa online, Payoneer e outras.



**Comissão de Infoprodutos
e de Negócios Digitais**