

GESTÃO

In foco

A informação que faz diferença.



REVOLUÇÃO CONFIRP

UMA EMPRESA QUE SE ANTECIPA,
SE ADAPTA E SE REINVENTA!



Tributação de lucros e dividendos:

Após as mudanças propostas por Lira, o ditado "nada está tão ruim que não possa piorar" nunca foi tão atual e verdadeiro.



O impacto da Reforma Tributária nas empresas: o papel dos ERPs e da preparação antecipada.

Uma

Dezessete empresas associadas, cada uma em um segmento distinto de mercado, proporcionando um amplo portfólio de serviços indispensáveis para sua gestão empresarial.



Alliance
ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL

 grupoalliance.com.br

Associação,
dezessete soluções!

ALFA SAP

Alfa Consultoria e Implantação de ERP

Audcorp

Auditoria e Perícia

Avante
Assessoria Empresarial

Reestruturação de empresas e Governança corporativa

BA
MARKET ASSOCIATES ASSOCIATES

Gestão de crise e Reestruturação empresarial

Bicudo & Sborgia
MARCAS E PATENTES

Propriedade intelectual Marcas e patentes

Boaventura Ribeiro
advogados

Advocacia Trabalhista e Cível

Camillo Seguros
Seguros e Benefícios

Corretora de Seguros e Benefícios

CILLEN
ALIMENTAÇÃO RESTAURANTES CORPORATIVOS

Alimentação Corporativa

Confirp

Contabilidade

gestiona

Gestão de Inovação

GHM
SERVIÇOS GERAIS

Facilities

Link 3
COMUNICAÇÃO INTELIGENTE

Marketing Digital

LUMEN
FINANCE

Operações de Câmbio e Proteção Cambial

MACHADO NUNES
ADVOCADOS

Advocacia Tributária

MOEMA
ASSOCIADA EM PREVENÇÃO OCUPACIONAL, ACIDENTAL E SEGURANÇA DO TRABALHO

Segurança Ocupacional e Medicina do Trabalho

PONTOINICIAL
COMUNICAÇÕES

Assessoria de Imprensa e Comunicação

witec

Soluções em Tecnologia e Telecom

Aponte a câmera do seu smartphone para o nosso QR code e saiba mais sobre o Alliance.



CARO LEITOR,

O Brasil vive um momento de transformação acelerada no ambiente empresarial. As mudanças econômicas, políticas e sociais desafiam empresas e profissionais a se reinventarem constantemente. Nesse cenário, contar com conteúdo estratégico e confiável faz toda a diferença — e é isso que esta nova edição da *Gestão in Foco* se propõe a oferecer.

Na matéria de capa, apresentamos a “**Revolução Confirp**”, um movimento que marca uma nova fase para uma das maiores empresas contábeis do país. Com quase 40 anos de história, a Confirp lança um posicionamento ousado, que vai além da digitalização, apostando em relacionamento próximo, atendimento personalizado e soluções contábeis estratégicas para ajudar seus mais de 1.500 clientes a navegarem pelas transformações do mercado brasileiro.

Mas não paramos por aí. Esta edição também traz temas essenciais para quem deseja estar à frente: gestão de imagem empresarial e pessoal no ambiente digital, storytelling como ferramenta de comunicação, estratégias para lidar com dívidas corporativas e insights sobre o mercado de seguros. Tudo isso sem deixar de lado conteúdos de bem-estar e equilíbrio — porque liderar também exige saúde mental e qualidade de vida.

Nosso objetivo com esta publicação é claro: entregar conhecimento útil, atual e inspirador, que ajude líderes e empresários a tomarem decisões mais conscientes e eficazes em um mundo em constante mudança.

Boa leitura!

Richard Domingos - Editor Chefe



Conselho Editorial:

Angélica Ugarte - Comercial
Brenda Rodrigues - Marketing
Jessica - Recursos Humanos
Julio Rodrigues - Diretoria
Karoline Gama - Executiva de conta
Leandro Teixeira - Produtos
Lucas Jorge - Marketing
Paulo Ucelli - Assessor de imprensa
Richard Domingos - Diretoria
Sheila Rosenclaire Qualidade
Welinton Mota - Diretoria

Grupo Alliance:

Alfa Consultoria - Fábio Rogério
Avante Assessoria Empresarial - Benito Pedro
Audcorp Auditoria - José Augusto
Barroso Advogados - Denis Barroso
Bicudo & Sborgia - Rosa Sborgia
Boaventura Ribeiro Advogados - Mourival Ribeiro
Camillo Seguros - Cristina Camillo
Confirp Contabilidade - Richard Domingos
Gestiona Engenharia - Sidirley Fabiani
Cilien Alimentação - Marcos Oliveira
Ghaw Facilities - Humberto Watanabe
Link 3 - Rogério Passos
Lumen Finance - Erika Bachiega
Machado Nunes Advogados - Renato Nunes
Moema Assessoria - Tatiana Gonçalves
Ponto Inicial - Paulo Ucelli
Witec - Marco Lagoa

Editor e Redator-chefe:
Paulo Fabrício Ucelli

Diretora de Arte:
Maíra Rossétti

Revisão:
Guilherme Olhier

Editor-chefe:
Richard Domingos

Serviço de Atendimento ao Cliente
Confirp (SAC): 11 5078 3005
sac@confirp.com ou www.confirp.com

A Revista Gestão In Foco é uma publicação da Confirp Contabilidade produzida pela Ponto Inicial Comunicações.

Todos os direitos reservados. Todas as imagens utilizadas nesta edição são de reprodução. Esta publicação poderá ser reproduzida total ou parcialmente, desde que a fonte seja corretamente citada.



CAPA

Revolução Confirp
Uma empresa que antecipa, se adapta e se reinventa

06

LAZER

Churrasco: a paixão brasileira que se reinventa e impulsiona o mercado

22

COMUNICAÇÃO

Storytelling: a arte de contar histórias e encantar clientes

30

TECNOLOGIA

Saúde & Tecnologia: os impactos da NR1 no corporativo

38

TRABALHISTA

Trabalhista e propriedade intelectual

48

CASO DE SUCESSO

Tradição, inovação e parcerias estratégicas: a trajetória da Breton

56

SEGUROS

Seguro empresarial: o que sua apólice não cobre

10

TRIBUTÁRIA

Tributação de lucros e dividendos: 'nada está tão ruim que não possa piorar'

26

NUTRIÇÃO

Estação food nas empresas: alimentação inteligente que nutre a produtividade

34

INOVAÇÃO

O impacto da Reforma Tributária nas empresas: o papel dos ERPs

44

GESTÃO

Como alongar os passivos da empresa de forma estratégica

52

SAÚDE MENTAL

A crise da saúde mental e financeira: um alerta para o mundo corporativo

CHURRASCO:

O churrasco é mais do que uma tradição culinária no Brasil; é um símbolo de união, celebração e identidade nacional. Seja em encontros familiares, festas de aniversário ou eventos corporativos, a prática de assar carnes ao ar livre reúne pessoas e cria memórias afetivas. No entanto, o que antes era uma simples reunião ao redor da churrasqueira evoluiu para um mercado sofisticado e em constante expansão.

O CONSUMO DE CARNE NO BRASIL: UMA PERSPECTIVA ATUAL

O consumo de carne no Brasil tem apresentado variações nos últimos anos. Em 2022, o consumo de carne bovina atingiu 24,2 kg por habitante, o menor nível desde 2004. No entanto, em 2023, houve uma recuperação, com a disponibilidade per capita de carne bovina subindo para 26,3 kg, um aumento de 1,8% em relação ao ano anterior. Além disso, o consumo de carnes suína e de frango também apresentou crescimento, impulsionado por fatores como redução de preços e campanhas de marketing eficazes.

O MERCADO DE CHURRASCO: CRESCIMENTO E MODERNIZAÇÃO

O mercado de churrasco no Brasil está em franca expansão. Segundo uma projeção da Consultoria Cogo Inteligência Agro, o consumo

A PAIXÃO BRASILEIRA QUE SE REINVENTA E IMPULSIONA O MERCADO

per capita de carnes no Brasil em 2024 atingiu um recorde de aproximadamente 103 kg por habitante, colocando o Brasil entre os maiores consumidores de carne do mundo.

Essa evolução não se limita ao aumento do consumo, mas também à modernização das práticas e equipamentos. Novos cortes de carne, como a picanha suína e o tomahawk de frango, têm ganhado popularidade. Além disso, ferramentas como churrasqueiras elétricas, defumadores e termômetros digitais estão transformando a experiência do churrasco, tornando-a mais precisa e acessível.



DICAS PARA UM CHURRASCO DE SUCESSO

Para garantir um churrasco de qualidade, é essencial considerar alguns aspectos:

- **ESCOLHA DAS CARNES:** opte por cortes frescos e de boa procedência. A variedade de carnes, incluindo bovina, suína e de frango, pode agradar a diferentes paladares.
- **EQUIPAMENTOS ADEQUADOS:** invista em ferramentas de qualidade, como facas afiadas, espetos resistentes e termômetros para monitorar a temperatura interna das carnes.
- **ACOMPANHAMENTOS:** além das carnes, ofereça uma variedade de acompanhamentos, como saladas, farofas e molhos, para complementar a refeição.
- **AMBIENTE:** garanta um espaço confortável e seguro para os convidados, com boa iluminação e ventilação.

A EXPERIÊNCIA NO TEMPLO DA CARNE – MARCOS BASSI

Para aqueles que desejam aprimorar suas habilidades no preparo de carnes, o Templo da Carne – Marcos Bassi, localizado no bairro do Bixiga em São Paulo, oferece uma experiência única. Fundado em 1979, o restaurante alia tradição e inovação, proporcionando aos visitantes uma imersão no universo do churrasco.

O espaço conta com ambientes como o Gazebo, um jardim rústico com capacidade para até 20 pessoas, e a Sala Marcos Bassi, uma área exclusiva com churrasqueira privativa e capacidade para até 40 pessoas. Além disso, a chef Tatiana Bassi, filha do fundador, oferece cursos que ensinam técnicas e segredos para um churrasco perfeito.



OUTROS DESTINOS PARA AMANTES DO CHURRASCO

Além do Templo da Carne, São Paulo abriga outros estabelecimentos que celebram a arte do churrasco:

- **Mercado do Churrasco:** com diversas unidades na cidade, oferece uma ampla gama de carnes, utensílios e acessórios para churrasco.
- **Churrascarias Tradicionais:** estabelecimentos como o Fogo de Chão e o Vento Haragano proporcionam uma experiência gastronômica de alto nível, com cortes nobres e atendimento impecável.
- **Eventos e Feiras:** a cidade também sedia eventos como o Festival do Churrasco, onde profissionais e entusiastas se reúnem para compartilhar conhecimentos e degustar diferentes preparações.

O churrasco no Brasil transcende a simples preparação de alimentos; é uma expressão cultural que se adapta às tendências e inovações do mercado. Seja em casa, em eventos ou em restaurantes especializados, a experiência de saborear uma boa carne grelhada permanece um dos maiores prazeres da culinária brasileira. ■



SOLUÇÕES EM FACILITIES

Cuidamos do seu espaço para que você cuide do seu negócio.

Com **13 anos de atuação** e equipe própria, a **GHAW** é referência em serviços terceirizados para **condomínios, indústrias, hospitais, escritórios e shoppings**, unindo **qualidade, eficiência e sustentabilidade**.

Missão

Prestar serviços com excelência, oferecendo conforto, segurança e tranquilidade.

Visão

Ser referência no segmento, fortalecendo vínculos e parcerias duradouras.

Valores

Ética, transparência, responsabilidade social, humanismo, inovação, qualidade, sustentabilidade e segurança.

NOSSOS SERVIÇOS

- ✓ **Limpeza e conservação** – Manutenção diária, limpeza técnica e especializada.
- ✓ **Segurança patrimonial** – Portaria, controle de acesso, vigilância.
- ✓ **Manutenção predial** – Elétrica, hidráulica, civil e preventiva.
- ✓ **Recepção e atendimento** – Profissionais treinados para suporte administrativo.
- ✓ **Gestão de resíduos** – Coleta seletiva e descarte sustentável.

NOSSOS DIFERENCIAIS



Equipe treinada e qualificada com certificações e reciclagem periódica.



Tecnologia e inovação no monitoramento e gestão dos serviços.



Sustentabilidade: práticas ecológicas e produtos biodegradáveis.



Atendimento personalizado, com planos sob medida para cada cliente.

ENTRE EM CONTATO:

(11) 94746-6674

www.ghaw.com.br



@ghawservicosgerais

R. Joaquim Fernando Paes de Barros Neto, 92 –
Jardim Oriental, São Paulo – SP, 04348-100





TRIBUTAÇÃO DE LUCROS E DIVIDENDOS:

APÓS AS MUDANÇAS PROPOSTAS POR LIRA, O DITADO 'NADA ESTÁ TÃO RUIM QUE NÃO POSSA PIORAR' NUNCA FOI TÃO ATUAL E VERDADEIRO

A tributação de lucros e dividendos, até então isentos no Brasil, está prestes a mudar — e de forma ainda mais dura do que inicialmente previsto. O Projeto de Lei nº 1.087/2025, que já propunha uma reestruturação no Imposto de Renda (IR) para contribuintes de alta renda, sofreu mudanças significativas com as alterações inseridas no projeto pelo deputado Arthur Lira em julho. O texto endurece as regras e amplia a carga tributária, especialmente para sócios, acionistas e investidores de maior renda, com impactos relevantes já a partir de 2026.

Nesta reportagem, vamos explorar as implicações da reforma, destacando as mudanças recentes e ouvindo especialistas como Richard Domingos, diretor executivo da Confirp Contabilidade, e Lucas Barducco, sócio do escritório Machado Nunes Advogados Associados. A seguir, um panorama completo do novo cenário tributário e das estratégias possíveis para mitigar os efeitos da medida.



O QUE REALMENTE MUDA COM O NOVO PARECER?

A principal mudança que o Projeto de Lei nº 1.087/2025 propõe é a tributação de lucros e dividendos, que atualmente são isentos de Imposto de Renda para as pessoas físicas. Isso significa que, no futuro, os contribuintes terão que pagar um imposto sobre os lucros que recebem de suas empresas ou investimentos. O impacto disso será grande, principalmente para aqueles que dependem dos dividendos como a principal fonte de renda. A proposta de tributação de lucros e dividendos permanece, com alíquota de até 10% para valores que ultrapassem R\$ 50 mil mensais.

Veja abaixo a tabela exemplificativa do cálculo do IRPFm com base em rendimentos anuais:

Rendimentos Anuais e suas alíquotas	(%)	Rendimentos Anuais e suas alíquotas	(%)
600.000,00	0,00%	1.000.000,00	6,67%
650.000,00	0,83%	1.050.000,00	7,50%
700.000,00	1,67%	1.100.000,00	8,33%
750.000,00	2,50%	1.150.000,00	9,17%
800.000,00	3,33%	1.200.000,00	10,00%
850.000,00	4,17%	5.000.000,00	10,00%
900.000,00	5,00%	10.000.000,00	10,00%
950.000,00	5,83%	50.000.000,00	10,00%

Lucas Barducco explica: “O PL 1.087/2025 muda a forma como os lucros distribuídos a pessoas físicas serão tratados. Esse novo imposto, com uma alíquota de 10% sobre os dividendos recebidos acima de R\$ 50 mil por mês, tem um impacto direto nas finanças de quem tem grandes rendimentos provenientes de suas empresas ou participações acionárias. Em um cenário onde o Imposto de Renda sobre esses rendimentos atualmente é zero, isso representa um aumento considerável na carga tributária, podendo afetar especialmente pessoas físicas com rendimentos preponderantes do capital, tais como lucros e dividendos”.

No entanto, o novo projeto exclui um ponto-chave da versão anterior: o fator de redução que limitava a carga tributária total a 34%, 40% ou 45% dependendo do tipo de empresa. Essa carga tributária total seria a soma do IRPJ e CSLL pago pelas empresas e o IRPFm a pagar pela Pessoa Física.

Essa mudança se deu porque os membros que compunham a comissão especial que discutiam o projeto, em audiência pública, cujos membros eram compostos por representantes do Ministério de Reformas Econômicas do Ministério da Fazenda, dentre outros, trouxeram à mesa dados estatísticos que sustentaram a exclusão desse

TRIBUTÁRIA

tal 'fator de redução', que de certa forma excluía a grande parte dos sócios e acionistas de empresas do lucro real do impacto da instituição do IRPFM de 10% na pessoa física. A grande argumentação feita foi que apesar das alíquotas nominais do IRPJ e CSLL são de 34% para empresas do Lucro Real em geral, 40% para instituições financeiras e 45% para bancos, na prática, devido aos ajustes, benefícios fiscais e regimes tributários favorecidos, as empresas acabam pagando em média 16,5%, conforme quadro abaixo:

- > 30,7% Instituições Financeiras
- > 22,4% Empresas tributadas no Lucro Real
- > 11,0% Empresas tributadas no Lucro Presumido
- > 6,4% Empresas tributadas no Simples Nacional

Essa comissão também comparou essa média de tributação com demais países que compõem a OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico cuja tributação média chega a 42%.

“O fato é que com essa “exclusão” do “fator de redução” para travar a tributação às taxas nominais pagas pelas pessoas jurídicas, a carga tributária sobre lucros poderá ser acrescida em 10% dependendo da composição de rendimentos da pessoa física”, explica Richard Domingos

Além das justificativas acima, um outro argumento utilizado para excluir foi que esse redutor e o crédito dependem da utilização simultânea dos dados do Imposto sobre a Renda da Pessoa Física e do Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica, de modo que é impossível a qualquer órgão ou entidade que não tenha o acesso aos dados protegidos pelo sigilo fiscal promover tal cálculo. Desse modo, seus montantes não são passíveis de verificação por qualquer órgão, entidade ou pesquisador externo à Receita

Federal do Brasil, o que torna a tributação mínima no tocante a este ponto pouco transparente representando, por assim dizer, a concessão de um cheque em branco ao Poder Executivo.

Essas mudanças não deixaram de lado nem os investidores no exterior, pois até então a proposta era de permitir a devolução do imposto pago a maior (com aplicação do fator de redução) por meio de processo administrativo junto à Receita Federal do Brasil em até 360 dias. Com discurso que esse "possível crédito" penalizava os investidores em seu país de origem, visto que não poderiam alçar mão da compensação do imposto pago no Brasil em seu imposto local pelo fato de ser reembolsável, esse benefício (devolução em até 360 dias) foi excluído da nova proposta.

Outra alteração relevante foi no cálculo da alíquota do IRPFm: as bases de cálculo para determinação da alíquota e a base de cálculo do IRPFm passam a ser as mesmas, eliminando o modelo anterior, que previa bases distintas.

“Esse ponto foi positivo pois além da simplificação do cálculo, anteriormente, rendimentos isentos e não tributáveis, tais como: LCI, LCA, Poupança, CRI, CRA, FII e FIAGRO não eram incluídos na base do imposto mas eram considerados para achar a alíquota que seria aplicada nos demais rendimentos” complementa Richard Domingos.

TUDO ISSO POR QUÊ?

A bandeira desse projeto está calçada na tal “justiça fiscal”, fazendo com quem ganha mais pague mais imposto de renda. Nesse parecer, abordou-se também comparativos entre o Brasil e outras nações quanto à concentração de renda: países como Portugal, França e Países Baixos, os 1% das pessoas mais ricas concentram 5 a 6% da renda do país. Outros exemplos foram citados, Polônia,

Nigéria e Argentina os mesmos 1% de pessoas mais ricas recebem 11 a 12% da renda total, e no Brasil, 1% recebem 21% de toda renda nacional.

Outro dado relevante foi que apenas em 2023 foram distribuídos de lucros 1 trilhão de reais, e 47% desses valores foram embolsados por 0,1% das pessoas mais ricas.

Aos olhos do governo, além da promessa de campanha do atual presidente, todos esses argumentos são os alicerces para corrigir a tabela progressiva do imposto de renda que está desatualizada em mais de 127,34%, se tivesse sido corrigida pelo IPCA entre 1996 a 2024. O problema é que pra fazer essa correção integral o governo abriria mão de mais de R\$ 100 bilhões de reais. Daí a proposta não seria uma correção integral da tabela e sim um desconto adicional de imposto até determinada faixa reduzindo ou até eliminando o imposto de renda para quem recebe rendimentos tributáveis até determinado valor. Assim a proposta foi ajustada para zerar o imposto de renda para

quem recebe até R\$ 5 mil e reduzir o imposto para quem recebe até R\$ 7.350,00 (a proposta anterior era de R\$ 7 mil). Além desse desconto haverá um pequeno ajuste no valor do desconto anual simplificado dos atuais R\$ 16.754,34 para R\$ 17.640,00 (que na proposta inicial era de R\$ 16.800,00).

Veja quadro simulando o quanto um trabalhador paga hoje, recebendo salários e quando ela passará pagar com a aprovação do projeto:

Tabela Proposta PL 1.087 de 2025						
Renda	Base	Aliquota	IR Apurado	Dedução	IR Devido	
2.428,80	1.821,60	0,0%	-	-	-	-
3.036,00	2.428,80	0,0%	-	-	-	-
3.400,00	2.792,80	7,5%	209,46	182,16	27,30	100%
4.000,00	3.392,80	15,0%	508,92	394,16	114,76	100%
5.000,00	4.392,80	22,5%	988,38	675,49	312,89	100%
5.500,00	4.892,80	27,5%	1.345,52	908,72	436,80	54%
6.000,00	5.392,80	27,5%	1.483,02	908,72	574,30	27%
6.500,00	5.892,80	27,5%	1.620,52	908,72	711,80	11%
6.800,00	6.192,80	27,5%	1.703,02	908,72	794,30	4%
7.000,00	6.392,80	27,5%	1.758,02	908,72	849,30	0%
8.000,00	7.392,80	27,5%	2.033,02	908,72	1.124,30	0%

RICHARD DOMINGOS
Diretor Executivo
Confirp Contabilidade

O discurso fortalece a possibilidade de que o projeto siga para aprovação nas duas casas do parlamento, pois a conta desse ajuste recairá para uma parcela mínima da sociedade, já os benefícios são a grande maioria. Pelo dados divulgados pelo IPEA com base nas declarações de imposto de renda apresentadas em 2023 ano base 2022, 141,4 mil contribuintes ou 0,06% da população do país recebem mais que R\$ 600 mil por ano, 307 mil pessoas ou 0,2% possuem renda superior a R\$ 1 milhão anual, e esse projeto de lei beneficiará mais

de 10 milhões de brasileiros que deixarão de pagar imposto de renda, e mais, mais de 26 milhões de pessoas deixaram de entregar a declaração de imposto de renda, por passarem a estar na faixa de isenção, isso significa 65% das declarações entregues por ano.

Com essas alterações o governo federal conseguiria compensar a renúncia fiscal o desconto adicional na progressiva com a implementação do Imposto de Renda Pessoa Física Mínimo (altas rendas):

Estimativa Atual de Impacto das Medidas Propostas (em bilhões de reais)				
Medidas	2026	2027	2028	Total
Desoneração de rendimentos até 5 mil, redução decrescente do Imposto entre R\$ 5.000,00 e R\$ 7.350,00	31,3	31,3	31,3	31,3
Incremento de arrecadação com IRPFm	22,2	29,5	29,8	84,5
Incremento de arrecadação sem devolução do IRPFm para investidores no exterior	8,9	9,69	9,81	28,4
Valor líquido entre despesas e receitas	2,87	5,65	3,74	12,3

IMPACTOS PARA INVESTIDORES NO BRASIL

Em regra geral, com o advento do projeto de lei, o foco do governo é tributar mesmo os lucros e dividendos. As aplicações financeiras que possuem benefícios fiscais para proporcionar a captação de recursos a uma taxa menor para setores da economia como imobiliário, agrário e infraestrutura, continuam sem nenhuma tributação adicional, ainda que a composição de renda do investidor ultrapasse o limite de R\$ 600 mil no ano. Demais aplicações financeiras, por terem uma tributação que variam entre 15% a 22,5%, mesmo sendo tributadas, o imposto retido na fonte, proporcionará um abatimento no IRPFm que será de no máximo

10%, isso significa que, para sócios e acionistas que recebem lucros e dividendos tributáveis, a existência de aplicações financeiras já tributadas permitirá compensar parte do IRPFm.

JUSTIÇA FISCAL OU AUMENTO DE CARGA?

A reforma também traz a promessa de isenção de IR para quem recebe até R\$ 5 mil por mês. Uma medida positiva para os mais vulneráveis, mas que levanta dúvidas quanto à sua forma de financiamento.

“A isenção é justa, mas ela está sendo custeada majoritariamente pela tributação sobre lucros e dividendos — o que penaliza principalmente

os sócios de pequenas e médias empresas. Isso pode gerar distorções e até desestimular o empreendedorismo”, avalia Lucas Barducco.

Domingos complementa: “É importante buscar equilíbrio. Aumentar a tributação dos mais ricos pode ser necessário, mas sem comprometer a viabilidade de empresas que já operam em ambientes de alta carga e baixa previsibilidade.”

ENTRE O CAOS E A ESTRATÉGIA

A proposta de reforma do IR que já causava preocupação conseguiu se tornar ainda mais dura com o parecer de Lira. A retirada de travas que limitavam o impacto e a elevação da carga tributária para empresas e pessoas físicas de alta renda deixam claro que o ambiente de negócios ficará mais desafiador.

Como resume Richard Domingos: “Está ficando insuportável manter uma empresa no Brasil — e nunca foi tão verdadeiro o ditado: Nada está tão ruim que não possa piorar’. Mas com planejamento e estratégia, é possível reduzir impactos e aproveitar brechas legais para proteger os rendimentos.”

O momento é de ação, e não de espera. Simular, planejar e reorganizar serão os verbos-chave dos próximos meses, para quem quiser manter a competitividade e a saúde financeira no novo cenário tributário que se aproxima.

ESTRATÉGIAS PARA MITIGAR OS IMPACTOS

Diante de um cenário mais hostil para empresários no Brasil, a palavra de ordem é: entender o tamanho do impacto e possíveis oportunidades. Richard Domingos reforça que a simulação antecipada é essencial para que todos entendam o tamanho da carga tributária

que recairá com essas medidas na vida desses contribuintes. “Saída para isso? Aeroporto de Guarulhos (rs)”, brinca o executivo.

Difícilmente o empresário que se enquadrar no volume de renda superior a R\$ 600 mil sairá ileso desse pacote de medidas, pois a forma de tributação na fonte e depois na declaração de imposto de renda, impedem o contribuinte de escapar dessa tributação.

Para evitar a tributação, só não sendo residente e não investir em empresas no Brasil, porém isso não é uma alternativa para grande parte dos investidores no país. Estudar profundamente a estrutura de renda atual, avaliando portfólio de investimentos no mercado financeiro (onshore e offshore), aplicações isentas para aplicações tributadas com a mesma rentabilidade líquida, por exemplo, trará maior crédito fiscal de imposto de renda que será utilizado para abatimento no IRPFm. Outra forma é remunerar os empresários com juros sobre capital próprio (nas empresas de lucro real) ao invés de distribuir toda remuneração como lucro, diferir o pagamento dos dividendos de determinado exercício, também pode ser utilizado como uma forma de escapar do imposto.

“Na verdade não teremos uma única grande manobra para eliminar o IRPFm, uma análise ponto a ponto da renda e seus impactos, podem sugerir pequenos ajustes que se implementados trazem uma boa eficiência fiscal no final das contas.”, explica Richard Domingos.

"A Confirp, por exemplo, já disponibiliza uma calculadora que permite estimar o quanto o contribuinte pagará no novo modelo. Essa calculadora ajudará a entender o como cada pessoa será afetada com esse novo projeto de lei” complementa o especialista. ■



REVOLUÇÃO CONFIRP

**UMA EMPRESA QUE ANTECIPA,
SE ADAPTA E SE REINVENTA!**

Com quase quatro décadas de história, a Confirp Contabilidade inicia um novo capítulo em sua história que vai além de mudanças operacionais ou estéticas.

Trata-se de repensar completamente a forma de atuar no mercado, conectando tecnologia, especialização e relacionamento humano para oferecer inteligência estratégica aos mais de mil e quinhentos clientes em um Brasil, e porque não dizer um planeta, que vive uma era de transformações profundas. Movimento este, denominado de Revolução Confirp.

De um lado, um governo obcecado em arrecadar, mudando o sistema tributário de forma jamais vista até então. De outro, um ambiente de altíssima concorrência, um mercado cada vez mais exigente, com consumidores que demandam respostas rápidas, dados confiáveis e orientações claras para tomar decisões seguras. Além disso, a velocidade da mudança tecnológica faz com que a contabilidade precise se reinventar não apenas como prestadora de serviços, mas como verdadeira parceira de negócios.

Essa visão de futuro, porém, não surge por acaso: ela nasce de um histórico que sempre colocou a inovação a serviço do cliente. Desde a sua fundação, a Confirp carrega o DNA do fundador Reinaldo Domingos, que construiu a empresa com o propósito de simplificar a vida do empreendedor, traduzir temas técnicos e antecipar tendências do mercado.

“Hoje, as empresas não querem apenas relatórios ou guias de impostos. Elas precisam de orientação estratégica, análise de cenários e apoio nas decisões mais importantes”, destaca Richard Domingos, diretor executivo da Confirp. “A Revolução Confirp nasceu exatamente para atender essa demanda, reunindo tecnologia, inteligência de processos e uma nova forma de relacionamento — sem perder a essência que nos acompanha desde a fundação.”

TRÊS PILARES QUE RESPONDEM A DESAFIOS CONCRETOS

A Revolução Confirp materializa-se em três grandes entregas, desenhadas para dar respostas práticas aos novos desafios do mercado:

VAGNER LIMA
Diretor Comercial
Confirp Contabilidade



LEANDRO TEIXEIRA
Gerente de Produtos
Confirp Contabilidade



1. NOVO PORTAL CONFIRP DIGITAL

Com visual moderno, navegação intuitiva e funcionalidades ampliadas, o novo portal foi desenvolvido para ser mais do que uma área de consulta: é um verdadeiro hub digital, que integra serviços, informações e comunicação.

“Participamos desde a concepção até os testes finais. Queríamos que o portal fosse, acima de tudo, útil e fácil para quem está no dia a dia cuidando da empresa. Agora, os clientes têm autonomia para consultar documentos, acompanhar processos e tirar dúvidas de forma ágil, tudo em um só lugar”, detalha Leandro Teixeira, gerente de produtos da Confirp.

Entre as novidades estão dashboards gerenciais que ajudam empresários a entender sua situação fiscal, trabalhista e societária de forma simples, além de uma área exclusiva para receber conteúdos técnicos e orientações práticas.

2. SISTEMA PERSONALIZADO DE ATENDIMENTO – OS HUBS DE ESPECIALIZAÇÃO

Trazendo mais um diferencial, a Confirp se estruturou sob um Sistema Personalizado de Atendimento, formado por Hubs de Especialização e Executivos de Contas. “Tudo isso é projetado para unir eficiência, especialização e proximidade, garantindo soluções personalizadas e alinhadas

ao momento e aos objetivos dos clientes”, explica Vagner Lima, diretor comercial da Confirp.

Cada Hub é composto por técnicos das áreas fiscal, contábil e trabalhista, que atuam juntos atendendo ao mesmo cliente de forma ordenada e com cronograma estruturado. Esses Hubs, especializados em segmentos de mercado e regimes tributários, permitem oferecer um serviço mais alinhado às demandas específicas de cada negócio.

No método Insourcing, há os seguintes canais de atendimento:

- **Smart:** para micro e pequenas empresas no Simples Nacional, com foco em gestão simplificada e eficiência;
- **Growth:** para empresas no Lucro Presumido, com estratégias voltadas ao crescimento sustentável;
- **Result:** para empresas no Lucro Real, oferecendo soluções detalhadas para desafios tributários complexos;
- **Equity:** para Holdings e Offshores, com foco em gestão patrimonial e operações globais.

Já no método Outsourcing, existem os seguintes Hubs:

- **Enterprise:** para empresas com software ERP próprio (SAP, TOTVS, entre outros);

- **Custom:** para empresas que necessitam de uma solução customizada, mas não possuem software ERP.

“Toda essa estrutura de atendimento se traduz em colaboração em tempo real de todo o time; planejamento e organização das atividades operacionais; maior integração e compartilhamento de dados; ênfase na especialização e capacitação; aumento da eficiência tributária; facilitação da automação e robotização de processos; e, o mais importante, personalização do atendimento”, explica Vagner Lima.

Além disso, em cada Hub há um Executivo de Contas para atendimento personalizado, que acompanha a empresa no dia a dia, facilita a troca de informações e a comunicação com a equipe. Isso reforça a pessoalidade e fortalece a relação de parceria.

“Os hubs de especialização vão além de segmentar equipes. É uma filosofia: queremos que cada cliente seja atendido por quem realmente entende suas particularidades, seja pela área de atuação, porte ou complexidade do negócio”, explica Carlos Júnior, diretor de outsourcing da Confirp.

Essa especialização traz ganhos importantes: respostas mais rápidas, soluções mais adequadas e maior capacidade de antecipar riscos e oportunidades.

“Isso não só otimiza as entregas como cria mais confiança. O cliente sabe que não está falando com alguém genérico, mas com um time que estuda a fundo sua realidade”, complementa Lucélia Silva, diretora de insourcing.

3. ATENDIMENTO SEGURO E INTEGRADO

Pela sua abrangência e diversidade de clientes, a Confirp estruturou canais de comunicação totalmente integrados entre si, permitindo que o Cliente utilize o canal de comunicação que mais lhe convém, desde telefonia, e-mail e agora o Whatsapp, tudo totalmente integrado ao sistema de CRM ao qual controla e registra todo relacionamento.

“Muitos clientes já buscavam formas de otimizar a comunicação, como por exemplo o uso do WhatsApp e telefonia integrada. Tornar isso oficial e seguro foi essencial para garantir praticidade, sem abrir mão da confidencialidade das informações”, detalha Leandro Teixeira.

“Essa evolução permite que o relacionamento continue fluído e próximo, mas dentro de uma estrutura controlada e segura. Tudo isso de acordo com as diretrizes da LGPD, porque tratam os dados com o mesmo cuidado que os números das empresas atendidas: com responsabilidade, ética e segurança”, complementa o gerente de produtos da Confirp.

MUITO ALÉM DA DIGITALIZAÇÃO: UMA MUDANÇA CULTURAL

O grande diferencial da Revolução Confirp está em ir além da digitalização. A empresa aposta em uma mudança de cultura, que reposiciona o contador como conselheiro estratégico do empresário.

Isso é ainda mais importante diante da chegada da Reforma Tributária, que deve impactar diretamente a forma como empresas precificam produtos, planejam impostos e até definem seu modelo societário.

“Nos próximos anos, as empresas que tiverem apoio técnico e estratégico vão atravessar a Reforma Tributária com mais segurança. Nossa missão é ser



BRENDA RODRIGUES
Coordenadora de Marketing
Confirp Contabilidade

essa base sólida para que os clientes se preparem, sem surpresas e com visão de longo prazo”, reforça Richard Domingos.

INOVAÇÃO TAMBÉM É RELACIONAMENTO

Na Confirp, inovação não significa apenas lançar sistemas, mas construir uma forma diferente de estar presente na vida do cliente. Mesmo investindo em ferramentas digitais, a empresa mantém espaços físicos para encontros, treinamentos, workshops e visitas.

“Acreditamos que relacionamento não se constrói apenas na tela. Queremos que os clientes se sintam confortáveis para vir, conversar, tomar um café, participar de eventos de capacitação e trocar experiências”, afirma Vagner Lima.

QUANDO O MARKETING TRADUZ TRANSFORMAÇÃO

Parte essencial desse reposicionamento foi a criação de uma nova linha de comunicação, capitaneada por Brenda Rodrigues, responsável pela área de marketing da Confirp, em parceria com a agência Imaginera.

“A Revolução Confirp é mais do que um reposicionamento de marca e lançamentos — ela é um convite à experiência. Cada detalhe da campanha foi pensado para refletir o que estamos vivendo internamente: organização, clareza, estratégia e conexão”, explica Brenda.

Ela conta que o maior desafio foi fazer com que o cliente sentisse que essa mudança também é dele. Que entenda que o novo portal e os novos canais não são apenas mudanças visuais — são parte de uma transformação real na forma como apresenta, dialoga, constrói e entrega valor. E quando isso acontece, o marketing cumpre seu papel: ele deixa de apenas comunicar e passa a traduzir.

“Essa transformação foi pensada para facilitar a vida do cliente, antecipar tendências e fortalecer decisões. Porque a inovação, para nós, precisa ser útil, próxima e confiável. Se o mundo está mudando rápido demais, o empresário precisa de uma contabilidade que acompanhe esse ritmo — e, ao mesmo tempo, seja uma parceira”, acredita.

“É isso que a Revolução Confirp busca ser: um movimento que une tecnologia e inteligência sem perder a essência. Nossa comunicação traduz essa visão, mostrando que inovação e tradição podem caminhar juntas, mantendo viva a proximidade e a confiança que sempre fizeram parte da história da Confirp”, complementa.

O trabalho de branding envolveu desde a escolha das cores até campanhas educativas e materiais que explicam, de forma simples, como cada inovação impacta positivamente a rotina dos clientes.

UMA RESPOSTA ÀS NOVAS DEMANDAS E MOMENTO DO MERCADO

Os movimentos da Confirp dialogam com tendências claras do mercado: clientes mais informados, necessidade de respostas rápidas e um papel mais consultivo do contador.

O mundo passa um momento muito interessante: uma nova geração é totalmente “instantânea”, ávidos por respostas rápidas e objetivas, avessos a telefone e contatos pessoais, mas munidos de acesso a todo tipo de informação. Lidar atualmente com pessoas e mantê-las satisfeitas é um desafio gigante. Tudo pode mudar em frações de segundo, assim estar próximo do cliente é fundamental para conseguir estar no lugar certo e na hora certa.

“Se tem algo que ainda é um sentimento compartilhado pela maioria, é que apesar de toda evolução tecnológica que vivemos, ninguém gosta de ser atendido por robôs, bots, ou entrar numa fila para ser atendido por um call center quando o assunto é informação contábil ou tributário necessário para tomada de decisão empresarial. A assertividade do direcionamento passa por entendimento amplo das dores e necessidades do cliente, é daí que vem o combustível que impulsiona toda essa Revolução, o desafio de transformar toda tecnologia disponível em canais de comunicação para um atendimento humanizado com apoio da inteligência artificial” resume Richard Domingos.

PREPARADA PARA O FUTURO

A Revolução Confirp marca um ponto de virada que une tecnologia, estratégia, especialização e proximidade. Esse movimento posiciona a Confirp não apenas como prestadora de serviços contábeis, mas como parceira estratégica, capaz de ajudar empresários a tomar decisões mais seguras em um mercado cada vez mais complexo.

“Não queremos ser só fornecedores. Queremos ser parceiros de primeira hora, ajudando o cliente a transformar desafios em oportunidades, com segurança, clareza e inteligência”, finaliza Richard Domingos.

Ao completar 39 anos, a Confirp reforça um legado construído sobre inovação, mas, acima de tudo, sobre pessoas e relacionamento. E mostra que, mesmo em tempos digitais, o que realmente faz a diferença continua sendo a capacidade de ouvir, orientar e caminhar lado a lado com cada cliente. ■

STORYTELLING

A ARTE DE CONTAR HISTÓRIAS E ENCANTAR CLIENTES

Nos dias atuais, as empresas buscam cada vez mais maneiras de se conectar com seus públicos de forma mais humana e genuína. Uma das estratégias que tem ganhado destaque e revolucionado a maneira como as marcas se comunicam é o storytelling — a arte de contar histórias. Embora essa técnica não seja nova, sua popularidade e aplicação no universo corporativo se intensificaram, especialmente com o advento das redes sociais.

O storytelling nada mais é do que uma técnica de comunicação que utiliza histórias para transmitir mensagens, promover produtos, ou posicionar uma marca. Ao contrário de simplesmente apresentar um produto ou serviço, o storytelling envolve o público por meio de narrativas com personagens, conflitos, e transformações, o que gera uma conexão emocional.

Rogério Passos, CEO da Link3 Marketing Digital, explica o papel essencial desta técnica: “Hoje, as pessoas estão saturadas de propagandas tradicionais, aquelas que só empurram produtos

ou serviços. Elas querem se conectar, querem se identificar com a marca. E é aí que o storytelling entra, humanizando as marcas e criando vínculos mais profundos.”

Não se trata de uma moda passageira; a estratégia de contar histórias já era utilizada por algumas marcas de forma mais esporádica, mas ganhou maior força com o impacto das redes sociais. Agora, o storytelling não é apenas uma maneira de atrair atenção, mas também de gerar identificação e credibilidade, fatores fundamentais na era digital.

Como as empresas podem usar storytelling de forma estratégica

O storytelling pode ser aplicado de diversas formas. As empresas usam essa técnica para mostrar sua identidade, reposicionar suas marcas, lançar novos produtos e até gerar vendas indiretas, criando uma narrativa que engaja e emociona os consumidores.



ROGÉRIO PASSOS
CEO
Link3 Marketing Digital

Reposicionamento de marca e lançamento de produtos

Em vez de apenas anunciar uma nova fase ou produto, muitas empresas preferem convidar seus consumidores a fazer parte de uma história. Isso torna o processo muito mais engajador.

Exemplo: a Lacta, famosa marca de chocolates, utilizou o storytelling para reposicionar sua comunicação ao lançar a campanha “Cada pedacinho aproxima”, mostrando que o chocolate é mais do que um produto, mas um símbolo de afeto e conexão emocional.

Outro exemplo é o trabalho da Link3 Marketing Digital, que apoiou empresas em lançamentos utilizando vídeos emocionais que mostram os bastidores e depoimentos de clientes. Rogério Passos comenta: “Esses vídeos criam uma identificação genuína, sem forçar a venda direta. Eles humanizam o produto ou serviço e geram confiança, algo essencial nos dias de hoje.”

Geração de vendas indiretas: conectando clientes e confiança

Em mercados B2B, onde as vendas não são impulsivas, o storytelling também tem um papel fundamental. Ele ajuda a construir confiança com o público-alvo, o que pode resultar em vendas futuras. A técnica pode ser usada para mostrar a autoridade da empresa e explicar soluções de forma clara e cativante.

Exemplo: uma consultoria de RH, ao contar como ajudou uma empresa a reduzir o turnover (taxa de rotatividade de funcionários), gera valor para outros empresários e cria uma ponte natural para futuras negociações. Rogério explica: “No B2B, não se trata de uma venda imediata, mas de gerar valor e credibilidade. As histórias ajudam a criar esse vínculo.”

Os elementos fundamentais de uma boa história corporativa

Para que o storytelling seja eficaz, ele deve seguir alguns princípios básicos que tornam a narrativa envolvente e emocionalmente impactante. Segundo Rogério Passos, as histórias precisam ter:

- **Personagem principal:** a pessoa ou empresa que vive a jornada. Pode ser o cliente, o próprio time da empresa, ou até a própria marca.
- **Conflito ou desafio:** algo que precisa ser superado, uma dificuldade que a personagem enfrenta.
- **Transformação:** a mudança ou evolução que ocorre após a jornada.
- **Propósito claro:** qual a razão de contar aquela história e como ela se conecta aos valores da marca.
- **Emoção:** o aspecto que faz o público se identificar com a história e se conectar com a marca.

Exemplos não faltam sobre o assunto. Para demonstrar o impacto de um software de gestão, uma empresa poderia contar a história de um cliente que lutava para organizar suas planilhas e, após adotar o sistema, ganhou tempo para expandir seus negócios. Esse tipo de narrativa ajuda a conectar emocionalmente e demonstra os benefícios de forma muito mais concreta do que uma simples propaganda.

O papel dos recursos audiovisuais no storytelling

Em um mundo onde a atenção é cada vez mais disputada, recursos audiovisuais têm um papel fundamental no storytelling. Vídeos, animações e até podcasts tornam a história mais dinâmica, acessível e memorável.

Rogério Passos destaca que, com a popularização das redes sociais, a forma como as histórias são consumidas mudou: “As pessoas preferem ver e ouvir a ler. Usar vídeos curtos para contar histórias de clientes, mostrar bastidores ou mesmo explicar como um produto pode transformar a vida de alguém, gera muito mais empatia. Além disso, animações podem simplificar conceitos complexos, tornando-os mais fáceis de entender e mais envolventes.”

Um excelente exemplo de como os recursos audiovisuais podem potencializar o storytelling é o Nubank, que utiliza vídeos curtos de clientes contando como resolveram seus problemas financeiros com a ajuda do app. Isso gera empatia e reforça a confiança na marca.

Cases de sucesso no storytelling

O storytelling tem sido amplamente utilizado por grandes marcas para reposicionar suas imagens, engajar seu público e gerar resultados. Aqui estão alguns exemplos notáveis:

- **Lacoste:** a marca substituiu o icônico jacaré por animais em extinção em uma campanha que não só gerou grande repercussão, mas também a posicionou como uma marca socialmente responsável.
- **Havaianas:** ao reposicionar sua imagem para o público internacional, a marca não vendeu apenas um chinelo, mas um símbolo de estilo e identidade brasileira, mostrando que a história do produto está intrinsecamente ligada à cultura tropical e descontraída do Brasil.
- **Link3 Marketing Digital:** a agência criou uma série de vídeos para uma empresa de tecnologia que oferece soluções para condomínios. Os vídeos contavam a história de síndicos reais que falavam sobre como a tecnologia melhorou sua rotina. O resultado foi o aumento da confiança na marca e novas vendas, mesmo sem uma abordagem agressiva de vendas.

Storytelling como uma estratégia essencial

O storytelling é mais do que uma simples ferramenta de marketing; é uma maneira de humanizar as marcas, criar conexões emocionais com os consumidores e gerar confiança a longo prazo. Com a era das redes sociais e o excesso de conteúdo no ambiente digital, contar boas histórias se tornou uma estratégia crucial para as empresas se destacarem. Se bem aplicado, o storytelling não só atrai a atenção, mas também converte seguidores em fãs, criando laços duradouros e uma identificação genuína com os valores da marca.

Ao investir em narrativas autênticas e estratégias audiovisuais, as empresas podem não apenas vender seus produtos e serviços, mas também fortalecer suas relações com o público e conquistar uma posição de destaque no mercado. ■

NUTRIÇÃO

Na rotina cada vez mais acelerada do ambiente corporativo, cuidar da alimentação dos colaboradores tem se tornado uma estratégia essencial para promover bem-estar, engajamento e produtividade. Nesse contexto, ganha espaço a Estação Food, um modelo inovador de alimentação saudável implementado dentro das empresas. Mais do que uma copa reforçada, ela representa um novo olhar sobre gestão de pessoas e saúde organizacional.

“A Estação Food é uma evolução do tradicional serviço de copa. Ela vai além do café e da água, oferecendo alimentos prontos para consumo, em temperatura adequada e com alto valor nutricional, disponíveis ao longo do expediente”, explica Marcos Oliveira, representante da Cilien Alimentação Empresarial, empresa especializada na implantação desse conceito em ambientes corporativos.

MAIS FOCO, MENOS ANSIEDADE

A proposta da Estação Food não é apenas saciar a fome, mas contribuir para uma rotina mais equilibrada e produtiva. “Os ganhos são diretos e mensuráveis. A presença de uma estação reduz a ansiedade, melhora os hábitos alimentares, diminui quadros de compulsão alimentar e ajuda a manter os colaboradores mais focados no trabalho. Isso se traduz em mais energia, menor número de afastamentos e até redução de custos com planos de saúde”, destaca Oliveira.

De fato, estudos recentes apontam que ambientes que favorecem a alimentação saudável contribuem para melhorar indicadores de saúde mental e engajamento no trabalho. “Estamos falando de um impacto real na performance das equipes. Funcionários bem alimentados são mais resilientes, mais produtivos e mais satisfeitos com o ambiente em que atuam”, afirma o representante da Cilien.

ESTAÇÃO FOOD NAS EMPRESAS

ALIMENTAÇÃO INTELIGENTE QUE NUTRE A PRODUTIVIDADE

“*A Estação Food é uma evolução do tradicional serviço de copa.*”

COMO IMPLANTAR A ESTAÇÃO FOOD COM EFICIÊNCIA?

Segundo Oliveira, o primeiro passo é ter consciência de que o investimento na qualidade de vida do colaborador é também um investimento direto nos resultados da empresa. “É preciso encarar o funcionário como um parceiro estratégico. A partir dessa visão, o ideal é buscar uma empresa especializada, que tenha know-how técnico para avaliar o perfil dos usuários e montar cardápios equilibrados, com base em critérios nutricionais e na rotina laboral da equipe.”

A implantação exige cuidados com higiene, conservação dos alimentos, treinamento da equipe de apoio e, sobretudo, uma curadoria nutricional criteriosa. “É fundamental contar com profissionais qualificados para garantir que os produtos oferecidos sejam realmente benéficos, equilibrando proteínas, fibras, carboidratos e gorduras saudáveis, sempre evitando alimentos ultraprocessados e ricos em sódio, açúcar e conservantes”, explica.

SABOR, SAÚDE E ECONOMIA

Entre os itens oferecidos nas Estações Food da Cilien, estão sucos naturais, águas aromatizadas, chás, mix de castanhas, frutas, frutas secas, mini bruschettas, queijos de qualidade e saladas frescas com proteínas magras. A ideia é fornecer alternativas práticas e nutritivas, que não comprometam a saúde nem o tempo dos colaboradores. “As porções são pensadas para promover saciedade com equilíbrio, sem excessos”, incluindo até a prática do não comer, que são jejuns específicos, acrescenta Oliveira.

Apesar de parecer um serviço premium, a implementação pode ser mais acessível do que se imagina. “Os custos com produtos representam, em média, 40% a 50% do custo de uma copeira. Além disso, muitas empresas já têm parte da estrutura e da mão de obra que pode ser adaptada com treinamento”, afirma. O retorno sobre o investimento vem da redução nas despesas com tickets, refeitórios, tempo ocioso e sinistralidade dos convênios médicos. “É uma conta que fecha quando se olha para o impacto total da iniciativa”, diz.

EXEMPLOS DE SUCESSO

Empresas que já adotaram o modelo incluem gigantes como Google, Bloomberg, XP e Johnson & Johnson. No Brasil, escritórios de advocacia e empresas do setor de tecnologia e serviços também estão à frente dessa tendência. “São organizações com uma visão madura sobre gestão de pessoas. Elas entenderam que investir em saúde e bem-estar é investir em crescimento sustentável”, ressaltava Oliveira.

Além dos benefícios nutricionais, a Estação Food pode ser integrada ao Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT). “Isso permite à empresa obter isenção ou deduções no imposto de renda. Ou seja, é possível transformar o cuidado em economia fiscal, dentro da legalidade”, comenta o representante da Cilien Alimentação.

Ele também lembra que as diretrizes da OMS, FAO e do Guia Alimentar para a População Brasileira devem orientar as escolhas. “O foco é evitar alimentos com excesso de sódio, açúcares refinados, adoçantes e gorduras trans. O ideal é oferecer alimentos naturais e funcionais, que mantenham os colaboradores nutridos, energizados e saudáveis ao longo do dia.”

A alimentação no ambiente corporativo deixou de ser um detalhe para se tornar um diferencial competitivo. “A Estação Food representa uma mudança de mentalidade. É sobre tratar o colaborador com inteligência, respeito e estratégia. Quando ele percebe esse cuidado, ele retribui com mais energia, foco e comprometimento”, finaliza Marcos Oliveira. ■

MARCOS OLIVEIRA
Representante
Cilien Comércio e Serviços de Alimentação

SAÚDE & TECNOLOGIA

OS IMPACTOS DA NR1 NO AMBIENTE CORPORATIVO

Como a transformação digital está ajudando empresas a atender às exigências da NR1, com foco especial na saúde mental dos colaboradores.

O expediente pode acabar no relógio, mas para muitos profissionais ele segue ativo no celular, no e-mail, nas mensagens e nos pensamentos. Em um mundo cada vez mais conectado, a linha entre trabalho e vida pessoal se tornou tênue. A tecnologia, que prometia liberdade e produtividade, também trouxe um cenário de sobrecarga, ansiedade e distúrbios emocionais. Mas será que ela é mesmo a vilã dessa história?

A resposta é: depende de como se usa. Hoje, ferramentas digitais e Inteligência Artificial já são aliadas poderosas na promoção da saúde mental no ambiente corporativo — especialmente com as exigências mais recentes da Norma Regulamentadora nº 1 (NR-1), que passou a incluir os riscos psicossociais, como o estresse e o burnout, entre as prioridades das empresas.

Para entender melhor, Fernando Luiz, Diretor Comercial da Witec IT Solutions explica que a Norma Regulamentadora nº 1 (NR1), atualizada nos últimos anos, trouxe novos desafios e responsabilidades às empresas no

que diz respeito à gestão da saúde e segurança no ambiente de trabalho.

Entre os pontos de atenção, a saúde mental dos colaboradores ganhou protagonismo — refletindo as novas demandas de um mundo corporativo mais conectado, acelerado e remoto. Diante desse cenário, a tecnologia surge como uma alternativa inteligente para transformar diretrizes legais em ações concretas de promoção do bem-estar.

Ele complementa que “a tecnologia, se bem usada, pode promover ambientes psicologicamente seguros e saudáveis. Mas ainda é subutilizada pelas empresas por desconhecimento ou resistência à mudança”.

MAS O QUE É A NR-1?

A NR1 define os princípios fundamentais para o gerenciamento de riscos ocupacionais, incluindo a obrigatoriedade da elaboração do Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR). Desde sua revisão, passou a contemplar fatores psicossociais como parte do escopo de riscos a serem identificados e mitigados. Assim, empresas vêm incorporando medidas voltadas à saúde emocional dos colaboradores, como programas de apoio psicológico, ações de engajamento e monitoramento contínuo da carga de trabalho.

Nesse contexto, a tecnologia ganha protagonismo ao permitir mapear, prever e melhorar esses aspectos. “As empresas precisam se adequar a uma nova tecnologia, e no âmbito da saúde e medicina do trabalho, todas as ações devem estar alinhadas com as regulamentações e devem ser registradas para casos de fiscalizações”, explica Tatiana Gonçalves, sócia da Moema Medicina do Trabalho.

Ferramentas do dia a dia, como as do pacote Microsoft 365, podem parecer simples à primeira vista, mas escondem grandes oportunidades.

O Microsoft Viva Insights, por exemplo, identifica padrões de sobrecarga e sugere pausas e momentos de foco ao longo do dia. O Teams permite silenciar notificações fora do expediente e criar rotinas mais saudáveis de comunicação. Já o MyAnalytics oferece uma visão clara de como o tempo está sendo gasto: quanto dele é usado em reuniões, quanto é realmente produtivo. Além disso, soluções como o Planner e o To Do ajudam a organizar tarefas e reduzir a sensação de caos, que tanto impacta a mente dos colaboradores.



Na prática, grandes empresas já vêm aplicando essas soluções com resultados positivos. A Unilever, por exemplo, adotou o Viva Insights para entender padrões de trabalho prejudiciais e ajustar rotinas. A Accenture apostou no Viva Learning para oferecer treinamentos sobre saúde mental, como mindfulness e técnicas de relaxamento. A Deloitte e a própria Microsoft têm usado o Viva Engage para criar espaços virtuais de troca entre colaboradores, onde temas relacionados à saúde emocional são discutidos abertamente, fortalecendo o senso de comunidade e apoio mútuo.

A Inteligência Artificial também tem ganhado espaço na identificação e prevenção de riscos psicossociais. Startups como a Fiter desenvolveram sistemas que automatizam o mapeamento de riscos psicológicos por cargo e sugerem planos de ação personalizados. Já plataformas como o SOC utilizam IA para cruzar dados e identificar indícios de estresse, absenteísmo e problemas recorrentes que exigem atenção da gestão. Há ainda soluções com sensores ambientais e dispositivos de monitoramento em tempo real, além de aplicativos de meditação, psicoterapia online e até simulações em realidade virtual que ajudam a treinar resiliência emocional.

Assim, a IA já está sendo usada para:

Mapear riscos psicológicos por cargo ou setor (como faz a startup Fiter);

- Cruzar dados de saúde e produtividade para identificar padrões de estresse ou absenteísmo (caso da plataforma SOC);
- Integrar sensores e aplicativos para monitoramento em tempo real, meditação guiada, terapia online e até simulações de realidade virtual para desenvolver resiliência emocional.

E os resultados têm sido comprovados. Um estudo do Gympass revelou que 90% das empresas que investem em programas de bem-estar e os monitoram perceberam retorno positivo. Outro levantamento do Wellhub mostrou que quase todas as empresas que adotaram esse tipo de tecnologia relataram aumento do engajamento e redução de custos com saúde. Métricas como o ROI (retorno sobre investimento) e o VOI (valor sobre investimento) ajudam a medir não só os ganhos financeiros, mas também a melhora do clima organizacional, a retenção de talentos e o engajamento das equipes.

A implementação dessas ferramentas exige planejamento. Não basta instalar um software: é preciso avaliar as necessidades reais da organização, treinar os times e garantir um suporte contínuo. Os principais desafios ainda são a resistência à mudança e a integração com processos existentes. Além disso, é essencial garantir a privacidade dos colaboradores, principalmente quando se trata de dados relacionados à saúde mental.

Apesar disso, os benefícios são evidentes. Aumenta-se a produtividade, melhora-se o clima e reduz-se a rotatividade. Para Fernando Luiz, “as empresas que começarem agora estarão mais preparadas para o futuro do trabalho — que é, acima de tudo, humano e sustentável”.

A NR1 veio reforçar um compromisso que vai além do cumprimento legal: cuidar da saúde integral dos trabalhadores. A tecnologia, quando bem aplicada, não apenas facilita esse processo, mas transforma a cultura organizacional. A busca por ambientes corporativos mais humanos, sustentáveis e inteligentes é um caminho sem volta — e felizmente, cada vez mais apoiado por soluções digitais. ■



O IMPACTO DA REFORMA TRIBUTÁRIA NAS EMPRESAS

O papel dos ERPs e da preparação antecipada

A reforma tributária brasileira, com seus novos tributos, como a CBS (Contribuição sobre Bens e Serviços) e o IBS (Imposto sobre Bens e Serviços), está gerando grande expectativa e preocupação entre as empresas que dependem de sistemas de ERP (Enterprise Resource Planning) para o gerenciamento de suas operações fiscais e financeiras. A ausência de regulamentação clara e a iminente transição para um novo sistema tributário impõem desafios significativos para muitas organizações, que buscam uma solução para garantir conformidade e evitar impactos negativos.

Um dos maiores desafios enfrentados pelas empresas que utilizam sistemas ERP é a falta de regulamentação final da reforma tributária. Sem os layouts técnicos definitivos, como regras de cálculo e novos códigos de tributos, os fabricantes de ERP ainda não conseguem realizar os ajustes necessários. Além disso, a convivência simultânea de dois regimes tributários diferentes — o atual e o futuro — exige dos ERPs a capacidade de adaptar cálculos e gerar relatórios compatíveis com ambos os modelos.

Como explica Júlio Rodrigues, diretor de Inovação da Confirp Contabilidade, a preparação antecipada para a reforma tributária é essencial. “Hoje, todos os ERPs

estão com dúvidas quanto às mudanças, porque a reforma tributária terá um impacto direto sobre todos os processos tributários e financeiros das empresas. Aqueles que estão se preparando agora terão muito mais chances de se adequar e de estar prontos quando a reforma entrar em vigor”, afirma Júlio. Ele complementa que as empresas de contabilidade também precisam estar atualizadas e serem inovadoras para garantir que possam oferecer suporte qualificado, ajudando na adaptação das empresas de forma mais eficiente.

Fábio Rogério, sócio da ALFA Sistemas de Gestão - Consultoria GOLD SAP, também reforça a importância da antecipação e de uma abordagem proativa nesse cenário. Ele explica que muitas empresas estão se preparando para a reforma tributária com ajustes nos sistemas de ERP e um planejamento estratégico de transição fiscal. “O que estamos vendo é que, para as empresas que já estão se antecipando, o risco de estar desatualizado ou de ser pego de surpresa será muito menor. Estamos trabalhando junto aos nossos clientes para ajustar os cadastros de produtos, revisar as tabelas fiscais e preparar os sistemas para operar com múltiplos regimes tributários simultaneamente”, destaca Fábio Rogério.



FÁBIO ROGÉRIO
Co-CEO
ALFA Sistemas de Gestão

OS DESAFIOS DA REFORMA TRIBUTÁRIA PARA AS EMPRESAS

Apesar das iniciativas de preparação, a falta de uma regulamentação final tem causado insegurança nas empresas. Segundo Júlio Rodrigues, a maior dificuldade é a paralisação de iniciativas técnicas nos ERPs. Sem as definições claras, os desenvolvedores não conseguem criar ou adaptar as regras fiscais, ajustar as tabelas e campos obrigatórios ou realizar testes reais de apuração tributária. Isso dificulta a implementação de melhorias contínuas e impacta diretamente no planejamento fiscal das empresas.

O cenário é ainda mais desafiador para aquelas que precisam operar com dois sistemas tributários durante a transição (2026-2032). Empresas que atuam em diferentes estados ou que lidam com vendas intermunicipais enfrentam um desafio maior, já que os tributos estaduais e federais precisam ser gerenciados de forma segregada e com regras fiscais diferentes.

Fábio Rogério reforça a importância de um planejamento contínuo e bem estruturado nesse período de transição. Ele destaca que a preparação para a reforma não é apenas uma questão de ajustar os sistemas de ERP, mas também de garantir que todos os processos internos da empresa, como a gestão tributária, estejam adequados para a mudança. “A questão é como usar as ferramentas que temos à disposição para garantir que a transição não seja uma dor de cabeça, mas sim uma oportunidade de otimização dos processos fiscais e operacionais”, pontua o Co-CEO.

A PARCERIA ESTRATÉGICA ENTRE EMPRESAS DE ERP E CONTABILIDADE

Uma das estratégias que tem se mostrado eficaz para enfrentar as mudanças da reforma tributária é a parceria entre empresas de ERP e escritórios de contabilidade especializados. O apoio de profissionais de contabilidade, como os da Confirp, que estão atentos às atualizações da legislação tributária, tem sido essencial para garantir a conformidade fiscal das empresas.

Fábio Rogério reforça que a integração entre TI e contabilidade é fundamental para que as empresas possam realizar uma transição sem erros e de maneira ágil. “A integração dos sistemas ERP com o apoio contábil especializado é essencial para uma adaptação eficiente. Por isso, estamos trabalhando de forma colaborativa com a Confirp, criando um fluxo de comunicação constante entre as equipes para garantir que nossos clientes não só tenham os sistemas prontos, mas também que seus processos fiscais estejam perfeitamente alinhados às novas exigências”, conclui.

A VISÃO DE FUTURO: PREPARANDO-SE PARA O IMPACTO DA REFORMA

A reforma tributária, com suas complexidades e mudanças, não será um desafio apenas para grandes empresas, mas também para aquelas de médio e pequeno porte, que já estão começando a se preparar. Para Fábio Rogério, o segredo para navegar nesse cenário está em começar cedo e buscar sempre a atualização tecnológica. Ele destaca: “As empresas que começarem agora, que estiverem dispostas a ajustar seus sistemas e a trabalhar com parceiros de confiança, como escritórios de contabilidade especializados, estarão mais preparadas para os desafios que vêm por aí.”

E, para Júlio Rodrigues, a reforma tributária também traz um grande potencial de transformação para as empresas que souberem se adaptar. “As mudanças podem ser desafiadoras, mas também oferecem uma oportunidade para reestruturarem seus processos internos, aperfeiçoarem sua gestão fiscal e se colocarem em uma posição de vantagem competitiva no mercado.” ■



Câmbio não é só sobre moeda. É sobre estratégia

Pagamentos internacionais não podem travar seu crescimento. Com estratégia, eles se tornam rápidos e protegidos da volatilidade.

Aqui, remessa não é rotina – é estratégia. **Na Lumen**, cada contrato é pensado junto com o cliente, com foco em resultado.



Pagamentos Internacionais

Envie recursos ao exterior com rapidez, segurança e total conformidade. Atendemos diversas finalidades, em um portfólio amplo de moedas.



Câmbio Pronto

Compra ou venda de moeda estrangeira com liquidação rápida. Ideal para quem precisa agir com agilidade.



Câmbio Futuro

Proteção contra oscilações cambiais para importadores e exportadores que desejam previsibilidade.

Se a sua empresa atua fora do Brasil, conte com quem tem expertise em cenário global.

Lumen Finance

Seu parceiro ideal em câmbio e crédito para o comércio exterior

lumenfinance.com.br
+55 (11) 91828-0022

Acesse nossas redes sociais:



TRABALHISTA E PROPRIEDADE INTELECUTAL

RISCOS E PREVENÇÕES NA ERA DAS REDES SOCIAIS QUE ESTÃO TRANSFORMANDO O SETOR

Em tempos de redes sociais hiperconectadas, a marca de uma empresa deixou de ser apenas um ativo visual ou jurídico — tornou-se um elemento altamente exposto e vulnerável. Publicações impensadas de colaboradores e representantes, vídeos virais, conteúdos polêmicos, músicas e menções não autorizadas podem transformar a imagem de uma organização de um dia para o outro.

Casos como o do rapper Major RD, com o uso não autorizado do nome do Nubank em uma canção, evidenciam que a reputação de uma empresa pode ser afetada até por terceiros que não tenham qualquer vínculo formal com a empresa. Afinal, onde termina o direito à liberdade de expressão do indivíduo e começa a responsabilidade pela proteção de uma marca ou da imagem de uma empresa?

“O COLABORADOR PODE SER UM MARKETEIRO CONSTRUTIVO OU DESTRUTIVO”

Para Rosa Maria Sborgia, sócia da Bicudo & Sborgia Propriedade Intelectual, é preciso que a empresa trate sua imagem com o mesmo zelo que dedica ao produto ou serviço que oferece:

“Qualquer colocação inadequada, feita por alguém com vínculo interno ou externo, pode colocar a marca sob risco. O colaborador, prestador de serviço e até um influenciador associado podem atuar como marketeiros construtivos ou destrutivos. E a empresa precisa estar preparada para ambos os cenários”, alerta Sborgia.

Segundo ela, a Constituição Federal, o Código Civil e a Lei de Propriedade Industrial são as principais bases legais que amparam a marca e a imagem institucional. “A marca deve ser registrada pela empresa para estar protegida, seja de reprodução

indevida por concorrentes, como também do uso inadequado em qualquer apresentação que gere o risco de ser afetada negativamente, ou seja, ter a sua imagem manchada”.

Entretanto, a empresa, independente do seu porte, deve adotar outras ações internas perante os seus colaboradores, prestadores de serviços e pessoas que interagem na sua atividade diária, mediante regulamentos, termos de uso, política de privacidade, definindo “regras de confidencialidade, uso de marca e imagem da companhia, procedimentos disciplinares”, visando proteger-se do uso inadequado da sua marca ou imagem, o que terá consequências legais, incluindo reparações morais e materiais em favor da empresa ou da pessoa prejudicada.

DO UNIFORME À OPINIÃO: ONDE MORA O RISCO JURÍDICO

Com o crescimento da atuação empresarial nas redes sociais, a exposição indevida da marca por colaboradores, parceiros ou representantes comerciais passou a demandar atenção redobrada das empresas no que se refere à gestão de riscos trabalhistas e reputacionais

Situações como o uso do uniforme ou logotipo da empresa em postagens ofensivas, a divulgação de bastidores contratuais ou o compartilhamento de conteúdo inapropriado que vincule a imagem institucional da organização podem configurar infrações passíveis de sanções trabalhistas, cíveis e até ações de responsabilização por danos morais.



ROSA SBORGIA
Sócia
Bicudo & Sborgia Marcas e Patentes

TRABALHISTA

Para o advogado Mourival Boaventura Ribeiro, sócio do Boaventura Ribeiro Advogados, a prevenção eficaz exige atuação integrada dos departamentos jurídico e de recursos humanos, com destaque para:

- Implementação de políticas internas formais sobre uso da marca e conduta digital;
- Treinamentos regulares e campanhas de conscientização sobre limites de exposição;
- Cláusulas contratuais específicas para terceiros e representantes comerciais;
- Adoção de termos de ciência e responsabilidade, com previsão expressa de penalidades graduadas.

Ribeiro destaca que em casos de maior gravidade a justa causa pode ser aplicada, desde que respeitados os princípios da proporcionalidade e do contraditório, sobretudo quando há violação à honra da empresa, quebra de sigilo ou ataques à reputação. Além disso, tanto a empresa quanto o colaborador podem ser alvos de ações indenizatórias em decorrência de publicações lesivas a terceiros

A atuação preventiva é o principal instrumento para mitigar passivos e preservar a integridade da imagem empresarial. Em um ambiente digital de rápida disseminação de informações, prevenir não é apenas proteger — é preservar valor, confiança e segurança jurídica.

REPRESENTANTES COMERCIAIS E A LINHA TÊNUE DA INDEPENDÊNCIA

Quando o envolvido não é um empregado CLT, mas um representante comercial ou parceiro/prestador de serviços, os cuidados precisam ser redobrados. A relação jurídica muda, mas o impacto à imagem da empresa é o mesmo — ou pior.

“Ainda que o vínculo seja comercial, a empresa deve formalizar contratos com cláusulas específicas de confidencialidade, uso de marca e responsabilidades por exposição indevida. As obrigações devem estar claras para todos que, de alguma forma, representem a companhia”, explica Rosa Sborgia.

GESTÃO DE CRISE E REAÇÃO RÁPIDA: APRENDENDO COM OS CASOS PÚBLICOS

Casos como o do rapper Major RD, que usou a marca Nubank em uma música sem autorização e depois teve que remover a menção, mostram como até empresas com forte presença digital enfrentam esse tipo de exposição inesperada. O caso reforça a importância de equipes preparadas para a gestão de crises de imagem.

“Crises digitais são rápidas. A resposta precisa ser ainda mais veloz. A empresa deve ter um plano de ação, incluindo canais de resposta, análises jurídicas e comunicação coordenada. Não basta apagar o incêndio; é preciso mostrar controle”, pontua Ribeiro.

E, como ressalta Paulo Ucelli, sócio da Ponto Inicial Comunicação, a gestão de crises de imagem não é apenas uma reação, mas uma prevenção que deve ser planejada com antecedência. Ele afirma que muitas empresas ainda falham em antecipar esses riscos, o que pode ter consequências severas:

"O brasileiro é um povo acostumado a lidar com muitas crises, mas uma deficiência de grande parte das empresas é ainda lidar com crises de imagem. Exemplos não faltam de empresas que perderam a mão e não souberam agir rápido diante dessa situação. Só para ficar nos mais famosos, tivemos a questão do assassinato de um consumidor por um segurança no Supermercado

Carrefour e também o desastre de Brumadinho, que mancha até hoje a imagem da empresa Vale. O que faltou nesses casos? Estratégias e ação prévia de proteção da imagem", diz Ucelli.

Esse tipo de planejamento deve incluir ações de comunicação coordenada, treinamento de porta-vozes e, especialmente, um Plano de Ação de Crise que esteja pronto para ser implementado a qualquer momento. Isso inclui a criação de canais de comunicação para responder rapidamente a qualquer crise de imagem, garantindo que a empresa tenha controle sobre a narrativa.



MOURIVAL BOAVENTURA RIBEIRO
Sócio
Boaventura Ribeiro Advogados

O QUE SUA EMPRESA PODE (E DEVE) FAZER AGORA

BOAS PRÁTICAS RECOMENDADAS PELOS ESPECIALISTAS:

- Criar e divulgar políticas internas claras sobre uso da marca e redes sociais;
- Treinar e conscientizar colaboradores e parceiros sobre riscos e responsabilidades;
- Formalizar contratos e regulamentos internos, com cláusulas específicas de imagem, marca e confidencialidade;
- Implementar mecanismos de denúncia e atuação conjunta entre jurídico e RH;
- Prever sanções proporcionais, incluindo a possibilidade de justa causa;
- Adotar cultura de proteção à imagem institucional, indo além do papel jurídico, incorporando à estratégia de reputação da empresa.

Em uma era em que cada colaborador é também uma potencial “voz digital”, o cuidado com a marca deixou de ser uma exclusividade do departamento de marketing. Proteger a reputação corporativa exige regras claras, ações preventivas, treinamentos e, sobretudo, consciência coletiva.

Ou, como resume Rosa Sborgia: “A marca é o cartão de visita da empresa. Cabe à liderança garantir que ela esteja sempre sendo entregue da forma certa — inclusive nas redes sociais.”



EXEMPLOS DE CASOS PÚBLICOS DE EXPOSIÇÃO INDEVIDA DE MARCA NAS REDES SOCIAIS

A gestão de imagem corporativa nas redes sociais nunca foi tão desafiadora. A seguir, alguns casos notórios de marcas que enfrentaram crises devido ao uso inadequado de sua identidade ou menções indevidas por terceiros:

O CASO DO RAPPER MAJOR RD E O NUBANK

Em 2023, o rapper Major RD incluiu a marca Nubank em sua música sem autorização, com risco de exposição não autorizada, tendo sido notificado pela Instituição Bancária para abstenção do respectivo uso, o que foi atendida pelo cantor. Este incidente gerou uma onda de discussões sobre a proteção da imagem de empresas, incluindo em mídias digitais e a necessidade de ter políticas rigorosas de controle sobre o uso da marca por terceiros.

LIÇÃO: empresas devem estar atentas ao uso indevido das suas marcas e da sua imagem, por pessoas externas e não apenas colaboradores, como influenciadores, artistas e até mesmo consumidores. A proteção da propriedade intelectual e a gestão ativa de crises são essenciais para mitigar os riscos.

O CASO DO FACEBOOK E O CASO DO INFLUENCIADOR "FALSIFICADO"

Em 2022, um influenciador digital foi processado por uma marca de roupas após fazer uma postagem alegando que a empresa havia o contratado, quando na realidade ele havia apenas feito uma compra. A postagem gerou confusão entre os seguidores e afetou a percepção da marca.

LIÇÃO: empresas precisam garantir que influenciadores ou parceiros tenham orientações claras sobre como se associar à sua marca, evitando qualquer tipo de "falsa representação" que possa afetar a reputação. Ao mesmo tempo, as pessoas em geral precisam ter conhecimento que exposições, comentários e acusações inverídicas provocam prejuízos a terceiros, incluindo a marcas e a imagens de empresas, refletindo em reparação em favor da parte prejudicada. Portanto, comentários ou acusações inverídicas geram responsabilidade objetiva a quem as realizou.

O CASO DO "GRITO DE GUERRA" DA COCA-COLA NO TWITTER

Em 2021, um colaborador da Coca-Cola, que utilizava o uniforme da empresa, fez uma postagem agressiva sobre um concorrente, causando impacto nas redes sociais. Embora a postagem tenha sido rapidamente apagada, a marca precisou lidar com uma crise de imagem devido à associação do colaborador com a companhia.

LIÇÃO: ter regras claras sobre o comportamento online e presencial de colaboradores é fundamental para evitar associações errôneas e danos reputacionais que possam provocar ações reparatórias.

Esses exemplos reforçam a importância de ter uma política interna de uso de marca e da imagem empresarial bem definida, especialmente em um ambiente digital onde qualquer post pode rapidamente se espalhar e gerar uma reação em cadeia. ■

AUDITORIA com Eficiência

Nossa empresa é composta por profissionais altamente qualificados, que exercem suas atividades direcionadas à Auditoria Independente, Assessoria Empresarial, Consultoria Tributária e/ou Organizacional e Laudos Técnicos, e se encontra sob a égide de larga experiência dos seus dirigentes.

CONHEÇA NOSSOS SERVIÇOS

PREVENTIVA

Realizada junto às áreas contábil, financeira, patrimonial, previdenciária, fiscal e controles internos, como medida de prevenção em relação ao sistema de contabilização e da sua massa documental.

REVISÃO LIMITADA DE DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

Auditoria de demonstrações contábeis de conformidade aos padrões técnicos, e extensão necessária para emissão de Carta-Relatório sobre a Revisão Limitada.

INVESTIGATIVA

Desenvolvida especificamente para detectar possíveis fraudes e desvios nas áreas financeiras, patrimoniais e outras.

ESPECIAIS OU PERITAGEM

Caracterizada pela elaboração de relatórios, laudos e pareceres técnicos, abrange os tipos de avaliação: Gestão contábil; Econômica financeira; Patrimônio líquido para processos de fusão; Cisão e incorporação; Processo de licitação em órgãos públicos e empresas de economia mista; Peritagem judicial ou extrajudicial; Execução orçamentária e financeira.

COMO ALONGAR OS PASSIVOS DA EMPRESA DE FORMA ESTRATÉGICA

Especialistas revelam caminhos práticos e inteligentes para renegociar dívidas e reorganizar o fluxo de caixa sem comprometer a operação

Em um cenário econômico instável, com alta competitividade e margens apertadas, muitos empresários se veem obrigados a contrair dívidas para manter a operação. No entanto, a ausência de planejamento financeiro pode transformar essa ferramenta de crescimento em um problema crônico.

"Um dos erros mais comuns é assumir dívidas sem considerar o real fluxo de caixa da empresa. Isso acontece quando o empresário ignora o ciclo financeiro, não projeta sazonalidades ou até mistura finanças pessoais e corporativas", afirma Benito Pedro Vieira Santos, CEO da Avante Assessoria, empresa com quase duas décadas de experiência em reestruturação financeira empresarial.

Segundo o executivo, a renegociação de passivos não deve ser vista apenas como uma tática de sobrevivência, mas como parte estratégica do planejamento financeiro. "É preciso ter clareza sobre a capacidade de pagamento da empresa. Um compromisso de renegociação deve ser quitado com o resultado da empresa, e não ser tratado como se fosse parte da operação. Isso é um erro recorrente", alerta Santos.

DIAGNÓSTICO FINANCEIRO: O PRIMEIRO PASSO

Antes de renegociar, é fundamental entender o ponto de equilíbrio do negócio. Isso envolve mapear os custos operacionais, despesas patrimoniais, endividamento atual, ativos disponíveis e indicadores como EBITDA, margem líquida e liquidez corrente.

"Trabalhamos com projeções em três cenários: otimista, realista e pessimista. Isso permite que o empresário visualize o impacto de suas decisões e esteja preparado para imprevistos", explica Santos.

PRIORIZANDO OS PASSIVOS: UM MÉTODO ESTRATÉGICO

Renegociar todas as dívidas ao mesmo tempo pode ser inviável. Por isso, a Avante recomenda uma metodologia de priorização baseada em urgência e impacto:

- **Prioridade 1:** dívidas com juros mais altos ou que afetam a operação diretamente (como fornecedores estratégicos);
- **Prioridade 2:** passivos fiscais, que podem ser renegociados por meio de parcelamentos como REFIS;
- **Prioridade 3:** empréstimos com garantias reais.



BENITO PEDRO VIEIRA DOS SANTOS
CEO
Avante Assessoria

Além disso, é importante avaliar a flexibilidade de cada credor. "Bancos e o fisco têm mecanismos mais estruturados de negociação, enquanto fornecedores podem oferecer acordos criativos se houver transparência e confiança mútua", afirma Santos.

COMO LIDAR COM DIFERENTES CREDORES

A renegociação deve ser customizada conforme o perfil de cada credor. Santos detalha:

BANCOS

- Apresente demonstrativos atualizados e um plano de recuperação consistente;
- Negocie a substituição de dívidas caras por linhas de crédito mais baratas;
- Utilize garantias reais para obter melhores condições.

FORNECEDORES

- Proponha prazos maiores ou descontos para pagamentos à vista;
- Negocie exclusividades em troca de melhores termos.

FISCO

- Aderir a programas como REFIS ou buscar transações tributárias para reduzir multas e juros;
- Avaliar possibilidades de compensação de créditos fiscais.

"É essencial contar com uma assessoria externa especializada, porque a renegociação exige tempo, técnica e foco. Se for feita pela equipe interna, a operação pode ser comprometida", ressalta o CEO da Avante.

RENEGOCIAR PARA CRESCER

A renegociação de passivos tem impacto direto na continuidade e expansão do negócio. Ao aliviar o caixa, a empresa ganha fôlego para investir, evita inadimplência e preserva sua reputação no mercado.

“Se a dívida compromete mais de 30% do EBITDA, a renegociação deixa de ser uma opção e passa a ser uma medida de sobrevivência. Por outro lado, se a empresa tem potencial de crescimento, alongar prazos pode transformar passivos em oportunidades”, explica Santos.

A TRANSAÇÃO TRIBUTÁRIA COMO ESTRATÉGIA DE REESTRUTURAÇÃO

Dentre os passivos a serem renegociados, as dívidas fiscais merecem atenção especial. Para além dos tradicionais parcelamentos como o REFIS, a transação tributária vem ganhando protagonismo como ferramenta eficaz para empresas que buscam reorganizar suas finanças e evitar litígios com o fisco. Diferente do parcelamento convencional, esse mecanismo jurídico permite uma negociação mais flexível, com possibilidade de descontos expressivos, prazos estendidos e até suspensão de execuções fiscais.

“A transação tributária não é apenas uma alternativa de pagamento, mas sim uma oportunidade real de reestruturação fiscal. Ela oferece ao contribuinte a chance de ajustar seus débitos com base em sua capacidade financeira atual, o que é essencial em um contexto de

recuperação ou expansão”, explica Dr. Thiago Santana Lira, da Barroso Advogados Associados.

Essa modalidade tem sido utilizada com sucesso por empresas de diferentes portes, inclusive em situações de recuperação judicial. Nesses casos, os benefícios costumam ser ainda mais amplos, com possibilidade de personalização da proposta, conforme destaca Dr. Thiago Lira: “Empresas que apresentam um diagnóstico fiscal claro e uma proposta bem fundamentada conseguem não só reduzir o passivo, como também abrir espaço para retomar investimentos e regularizar sua situação com o Estado.”

A adesão à transação pode ser feita via plataforma online, com programas de adesão automática, ou por meio de proposta individual — ideal para empresas que necessitam de soluções mais ajustadas à sua realidade. “É fundamental que o empresário conte com suporte jurídico especializado, tanto para identificar débitos prescritos quanto para estruturar uma proposta viável. Sem isso, há risco de comprometer o planejamento estratégico ou até reincidir na inadimplência”, alerta o advogado da Barroso Advogados.

Além do alívio financeiro imediato, a transação proporciona vantagens operacionais importantes, como a suspensão de ações de execução fiscal, o que protege os ativos da empresa e evita o bloqueio de contas ou bens. “Ela é uma ponte entre o endividamento e a retomada de crescimento, desde que utilizada com responsabilidade e dentro de um plano bem estruturado”, completa o Dr. Thiago.

”

Se a dívida compromete mais de 30% do EBITDA, a renegociação deixa de ser uma opção e passa a ser uma medida de sobrevivência. ”

CASOS DE SUCESSO

A Avante e a Barroso estão há anos atuando nessa frente e explicam que acumulam uma série de negociações bem-sucedidas, tanto no âmbito administrativo quanto judicial. “Em muitos casos, conseguimos alongar passivos bancários com desconto de pontualidade. Já na esfera judicial, conquistamos deságios de até 80% dentro do plano de recuperação judicial”, revela o CEO da Avante.

O segredo? Um diagnóstico financeiro detalhado e realista. “Esse processo permite entender o cenário financeiro da empresa com profundidade e tomar decisões assertivas, com menor custo e maior impacto positivo”, conclui.

Renegociar dívidas com estratégia é mais do que resolver um problema: é preparar a empresa para um novo ciclo de crescimento. Com diagnóstico preciso, priorização inteligente e negociação orientada, é possível transformar passivos em instrumentos de competitividade e sustentabilidade no longo prazo. ■

EXEMPLO DE EMPREENDEDORISMO

TRADIÇÃO, INOVAÇÃO E PARCERIAS ESTRATÉGICAS

A trajetória da Breton no Século XXI

A Breton, referência nacional no mercado de design e decoração, é uma verdadeira história de sucesso no universo empresarial brasileiro. Com mais de cinco décadas de tradição e inovação, a empresa não só é sinônimo de qualidade, mas também de capacidade de adaptação e crescimento.

Fabiana Feferbaum, terceira geração da família e à frente da marca, mostra que a Breton vive um momento de modernização, expansão e grandes transformações. Com unidades no Brasil e internacionalmente em Dubai, a empresa está mais do que pronta para os próximos desafios do mercado.

Crescer dentro de um negócio familiar tem seus desafios, mas também uma enorme responsabilidade. Feferbaum, que desde cedo sabia que seu caminho seria na Breton, fala sobre como se preparou para assumir esse legado: “Cresci vendo meu avô e meu pai à frente da empresa e, desde muito jovem, sabia que seria esse o meu destino. O grande desafio é conseguir construir o seu próprio legado dentro de uma história já consolidada, mas que exige inovação e adaptação aos tempos atuais”, compartilha Fabiana.

Desde a abertura da primeira loja na Rua Voluntários da Pátria, em Santana, até o recente marco de 24 lojas, incluindo unidades próprias



FABIANA FEFERBAUM
Diretora de gente e gestão Breton

e franquias espalhadas pelo Brasil e Dubai, a Breton se consolidou como uma marca que alia qualidade e inovação.

Fabiana destaca que, apesar de todas as mudanças, a essência da empresa nunca se perdeu: “A nossa missão sempre foi entregar qualidade e conforto aos nossos clientes. Hoje, além de ser sermos reconhecidos por ditar tendências, estamos sempre à frente no design e qualidade dos nossos produtos”, afirma.

Modernização e profissionalização: a implementação do ERP Protheus

Com a expansão da Breton, veio a necessidade de profissionalização e modernização dos processos internos. Para isso, a empresa implementou o Protheus, um sistema de gestão empresarial (ERP) desenvolvido pela empresa TOTVS, para integrar e otimizar suas operações. “O Protheus foi essencial para trazer mais confiabilidade aos nossos dados e permitir que nossa gestão fosse mais estratégica e baseada em informações precisas. Hoje, temos uma visão clara e integrada de todos os departamentos da empresa”, afirma Fabiana.

Essa implementação não foi apenas uma mudança tecnológica, mas também um marco no crescimento da Breton. Ao conectar todos os setores de forma eficiente e integrada, o Protheus proporcionou à empresa a capacidade de tomar decisões mais rápidas e assertivas. Mas essa transformação digital não aconteceu isoladamente. Ela foi complementada por uma parceria estratégica com a Confirp Contabilidade, que teve papel fundamental na parametrização do sistema e na garantia de conformidade tributária e fiscal.

CASO DE SUCESSO

“Ter uma empresa capacitada foi essencial para integrar o ERP à nossa operação. Não se trata apenas de usar uma tecnologia; é preciso entender como ela se conecta ao planejamento financeiro e tributário da empresa. Esse apoio nos ajudou a parametrizar o sistema, otimizar processos e melhorar nossa eficiência operacional, especialmente no que diz respeito ao fiscal e contábil”, explica Fabiana.

Outro ponto é que uma empresa qualificada na área contábil também tem contribuído para a elaboração de um planejamento tributário eficaz, permitindo que a Breton faça escolhas financeiras mais inteligentes e seguras, otimizando custos e aumentando a previsibilidade dos resultados.

Sustentabilidade e responsabilidade ambiental: o movimento Ecobreton

A sustentabilidade é outro pilar essencial para a Breton, com o movimento Ecobreton se destacando como um exemplo de responsabilidade ambiental. “Dentro da Breton, todos têm muito orgulho de ser parte de uma empresa que se preocupa com o meio ambiente. E isso não é apenas marketing: estamos tomando atitudes concretas, como o plantio de uma árvore na Mata Atlântica para cada pedido feito nas nossas lojas. Já plantamos mais de 33 mil árvores, e continuaremos investindo nisso”, explica Fabiana.

Além do plantio de árvores, a Breton trabalha para garantir que sua cadeia produtiva seja mais consciente e sustentável. “A nossa missão é ser um exemplo para o mercado, não só oferecendo produtos de qualidade, mas também sendo uma empresa que pensa no impacto ambiental das suas ações. Queremos que nossos fornecedores e colaboradores compartilhem dessa visão”, comenta.



O futuro da Breton: crescimento e expansão

Para o futuro da Breton, Fabiana tem grandes planos. “Vamos continuar nosso processo de expansão, principalmente no modelo de franquias. Acreditamos que temos um grande potencial de crescimento no Brasil, e estamos avaliando também novas oportunidades de expansão internacional”, afirma.

Além disso, Fabiana destaca a importância de valorizar as gerações futuras dentro da empresa familiar. “É fundamental que as novas gerações tragam novas ideias, mas com respeito à nossa cultura e aos nossos valores. A liderança precisa estar atenta à equipe, sempre valorizando as pessoas que fazem a empresa acontecer”, conclui.

Por fim, Fabiana resume sua visão sobre empreender no Brasil com uma frase que reflete seu otimismo e coragem diante dos desafios: “Empreender no Brasil exige resiliência, mas também oferece uma enorme oportunidade para quem sabe inovar e se adaptar. O Brasil é um mercado complexo, mas cheio de oportunidades para quem está disposto a trabalhar duro e pensar diferente.”

Insights para empresários e líderes

A trajetória da Breton, contada por Fabiana Feferbaum, oferece valiosas lições para outros empresários e líderes que buscam crescer de forma sustentável e eficiente. Aqui estão alguns insights importantes:

- **Integração de Sistemas e Dados:** a adoção de um ERP como o Protheus da Totvs trouxe à Breton uma gestão mais eficiente e estratégica, baseada em dados reais e confiáveis. A adoção de um sistema integrado é essencial para a operação de empresas que buscam crescimento rápido e sustentável.
- **Parcerias Estratégicas:** a colaboração com empresas de qualidade, como a Confirp Contabilidade, ajudou a otimizar processos e a fazer escolhas mais assertivas para o futuro da empresa. O suporte é fundamental para uma expansão segura.
- **Sustentabilidade como Diferencial:** as ações ambientais, como o Ecobreton, não só reforçam a imagem da empresa, mas também ajudam a engajar colaboradores e clientes, criando uma cultura mais responsável e consciente.
- **Valorização da Equipe:** o cuidado com as pessoas e o fortalecimento de uma cultura organizacional sólida são cruciais para o sucesso a longo prazo. Líderes que investem na formação e valorização da equipe colhem os frutos de um ambiente mais engajado e produtivo.
- **Inovação Constante:** acompanhar as tendências do mercado e a evolução do design e da tecnologia é fundamental para se manter competitivo, especialmente em um setor dinâmico como o de decoração.

Com esses ensinamentos, empresários podem alinhar suas estratégias e práticas para construir um futuro promissor, assim como a Breton fez ao longo de sua trajetória. ■

A CRISE DA SAÚDE MENTAL E FINANCEIRA

um alerta
para o mundo
corporativo

Vivemos uma era de paradoxos. Em um mundo hiperconectado, onde a informação circula em tempo real e a tecnologia promete soluções para quase tudo, cresce silenciosamente uma das maiores epidemias do século: a crise global de saúde mental. Burnout, ansiedade, depressão, insônia. Termos que antes habitavam os consultórios médicos hoje circulam livremente em rodas de conversa, redes sociais e, principalmente, nos corredores das empresas.

O médico Vicente Beraldi, da Moema Medicina do Trabalho, tem observado de perto essa transformação. "Nunca vimos uma geração tão pressionada. A sobrecarga de trabalho, aliada à superexposição nas redes sociais e à insegurança econômica, tem gerado uma avalanche de transtornos mentais. A saúde mental está em colapso, e isso já se reflete nas estatísticas de afastamento por causas psicológicas, que hoje superam muitas doenças físicas", alerta.

Essa realidade escancara a necessidade de uma abordagem mais ampla e urgente nas políticas de bem-estar no trabalho. Em maio de 2025, um passo importante foi dado com a atualização da Norma Regulamentadora nº 1 (NR-1), que passou a incluir os riscos psicossociais como fator de atenção nas empresas. A partir de 2026, organizações que não considerarem aspectos como estresse, assédio e esgotamento emocional estarão sujeitas a penalidades legais.

Mas há um fator muitas vezes esquecido, embora profundamente entrelaçado com a saúde mental: a saúde financeira dos colaboradores.

O dinheiro como fator de sofrimento psicológico

Os números não mentem. Um estudo da fintech Onze com a Icatu revelou que 70% dos brasileiros afirmam que problemas financeiros afetam sua saúde emocional. Mais de 50% dizem que o dinheiro é sua maior fonte de preocupação — à frente de saúde, trabalho e família. A ansiedade, causada por dívidas, inadimplência e insegurança financeira, cria um ciclo vicioso que agrava sintomas mentais e prejudica o desempenho profissional.

Vicente Beraldi reforça: "A instabilidade financeira gera um estresse crônico que corrói o bem-estar emocional. Isso se manifesta em quadros de depressão, crises de ansiedade e distúrbios do sono. É uma bomba-relógio que afeta não apenas a vida pessoal do trabalhador, mas também sua performance e relacionamento no ambiente corporativo."

A Serasa confirma essa conexão: 83% dos endividados dizem sofrer de insônia e 74% têm dificuldade de concentração — impactos diretos no ambiente de trabalho.

A geração da ansiedade: redes sociais e pressões invisíveis

Essa crise de saúde mental atinge especialmente a geração atual de trabalhadores, marcada por uma busca incessante por propósito e realização. As redes sociais, ao invés de conectarem, muitas vezes intensificam o sentimento de inadequação e comparação constante. A cada deslizar de dedo, metas inalcançáveis e estilos de vida idealizados surgem como padrões a serem seguidos — gerando frustração, baixa autoestima e um sentimento constante de insuficiência.



Além disso, o mundo do trabalho passou a exigir mais flexibilidade, disponibilidade 24/7 e múltiplas habilidades. Em troca, oferece instabilidade, vínculos precários e poucas garantias. É uma equação perversa que mina lentamente a saúde mental.

Reinaldo Domingos, presidente da Associação Brasileira de Profissionais de Educação Financeira (ABEFIN), destaca a importância de integrar a saúde financeira aos programas de bem-estar corporativo. “Trabalhadores motivados precisam de segurança financeira. Quando o salário não permite a realização de sonhos ou sequer cobre as necessidades básicas, o colaborador entra em um estado de frustração crônica. Isso afeta a produtividade e o clima organizacional”, explica.

Domingos defende a implementação de programas de educação financeira estruturados, como a Metodologia DSOP (Diagnosticar, Sonhar, Orçar e Poupar), que ensina os colaboradores a planejar seus gastos, eliminar dívidas e construir uma reserva. “Não se trata apenas de ensinar a economizar, mas de devolver o controle da vida financeira para as pessoas. Isso tem um impacto direto na saúde emocional”, completa.

Empresas como agentes de transformação

A inclusão dos riscos psicossociais na NR-1 representa uma virada de chave. As empresas agora têm a obrigação — e a oportunidade — de repensar suas estratégias de cuidado com os colaboradores. Oferecer apoio psicológico e orientação financeira deixou de ser um diferencial e passou a ser uma necessidade estratégica.

Vicente Beraldi resalta que “a colaboração entre apoio psicológico e educação financeira é essencial para prevenir o adoecimento. A saúde mental é multifatorial, e o dinheiro, ou a falta dele, está no centro dessa equação.” Ele acrescenta que iniciativas corporativas que tratam o colaborador como um ser integral — com corpo, mente e finanças — tendem a gerar ambientes mais saudáveis, produtivos e inovadores.

Promover a educação financeira, oferecer suporte psicológico e criar ambientes mais humanos e empáticos não é apenas uma questão de compliance — é uma estratégia inteligente para aumentar a produtividade, reduzir o absenteísmo e reter talentos.

Investir no bem-estar integral é investir no futuro da organização. E, mais do que isso, é uma forma de responder com responsabilidade à maior crise silenciosa do nosso tempo: a crise da mente. ■

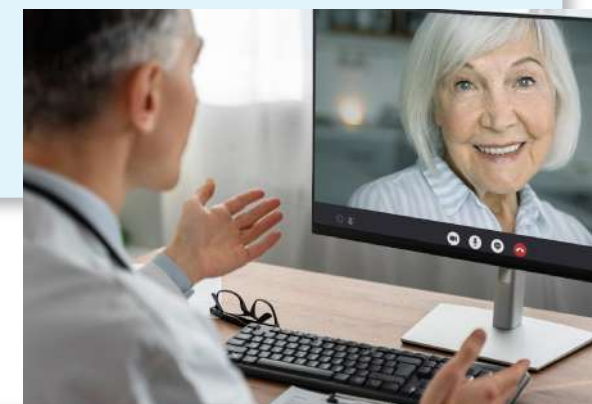


Faça uma consulta online com especialista.

TELEMEDICINA DE CONFIANÇA PARA VOCÊ E SUA FAMÍLIA!

- ♥ Acesso à saúde onde quer que você esteja. Em casa, no trabalho ou viajando.
- ♥ Análise de exames, prontuários e emissão de receitas digitais.
- ♥ Acesso aos melhores médicos especialistas mesmo a quilômetros de distância.
- ♥ Conecte-se com nossos especialistas através de seu celular ou computador.
- ♥ Atendimento descomplicado, prático e seguro.
- ♥ Valores acessíveis e compatíveis com o mercado.
- ♥ Pagamentos direto na plataforma.

E ainda: facilidade de consultas para funcionários com redução de absenteísmo para empresas.



ACESSE: www.amhs.com.br/centro-medico-virtual.asp

Para outras informações entre em contato:

11 3666-1475 • 3666-5363 ou por e-mail: **cmv@amhs.com.br**

SEGURO EMPRESARIAL

O QUE SUA APÓLICE NÃO COBRE E POR QUE VOCÊ PRECISA SABER DISSO AGORA

Em meio a um cenário de crises climáticas, incertezas econômicas e oscilações políticas, uma pergunta ganha cada vez mais relevância para quem tem um negócio: *até onde vai a proteção do meu seguro?* Incêndios, enchentes, vandalismo, acidentes de trabalho e até sabotagem — os riscos são muitos. Mas nem todos estão, de fato, cobertos.

Para esclarecer os principais pontos de exclusão e mostrar como empresários podem personalizar suas apólices de forma estratégica, conversamos com Cristina Camillo, sócia da Camillo Seguros e especialista em proteção patrimonial corporativa.

A maioria dos empresários acredita estar segura ao contratar um seguro empresarial padrão. No entanto, esse tipo de apólice possui cláusulas específicas de exclusão que podem surpreender no momento do sinistro. “É essencial entender que o seguro cobre eventos súbitos, involuntários e imprevistos. Ou seja, se o dano foi em razão de agravo ou falta de prevenção ou dolo/provocado, ele muito provavelmente não será indenizado”, afirma Cristina.

Entre os casos mais comuns de exclusão, estão os danos causados por desgaste natural, má conservação, falhas estruturais,

atos intencionais do segurado ou seus representantes/funcionários, e até eventos extremos como guerra ou contaminação por radiação. “A exclusão também se aplica a bens que não foram declarados na proposta ou que estejam fora do endereço segurado. Por isso, qualquer alteração na operação da empresa deve ser comunicada à seguradora”, reforça.

Enchentes, deslizamentos e vandalismo: só com cláusula adicional

Um erro frequente é acreditar que todo tipo de dano causado por eventos naturais ou sociais está incluído automaticamente na apólice. “Fenômenos como enchentes, vendavais, deslizamentos ou atos de vandalismo podem, sim, ser cobertos — desde que o empresário contrate essa proteção extra”, explica Cristina.

Ela cita como exemplo o recente desastre no Rio Grande do Sul, que afetou milhares de empreendimentos. “Muitas empresas foram pegadas de surpresa. As que não tinham cobertura contra alagamentos ou interrupção das atividades tiveram prejuízos enormes sem possibilidade de indenização. Esse tipo de tragédia mostra como é crucial revisar a apólice com atenção”, destaca.



Personalização é a chave da proteção eficaz

Cada empresa tem uma realidade diferente, e o seguro precisa refletir isso. Cristina destaca a importância de fazer uma análise detalhada dos riscos antes de fechar o contrato. “Não existe apólice ideal genérica. Uma indústria química, por exemplo, tem necessidades muito distintas de uma rede varejista ou de um escritório de advocacia. A personalização é o que garante uma cobertura realmente eficiente.”

Essa customização pode incluir proteções adicionais como roubo, responsabilidade civil, lucros cessantes, danos elétricos, pane em equipamentos e até cobertura para obras e reformas. “O corretor de seguros é o profissional capacitado para identificar esses riscos e propor soluções sob medida. Ele é seu aliado na prevenção, não só no momento do sinistro”, afirma.

SEGUROS



Por que as seguradoras negam indenizações e como evitar isso

Um dos maiores temores de quem contrata um seguro é ter a indenização negada. Isso, segundo Cristina, costuma acontecer por falhas evitáveis no momento da contratação ou na gestão do contrato. “As principais causas de negativa são informações falsas ou omissas na proposta, atraso no pagamento do prêmio, contratação inadequada da cobertura e falta de comprovação do prejuízo.”

Para evitar esses problemas, ela recomenda total transparência durante o preenchimento dos dados, leitura atenta das cláusulas e guarda organizada de documentos e notas fiscais. “O cuidado com a documentação é tão importante quanto a escolha da cobertura. Tudo precisa estar bem registrado para que a indenização ocorra sem entraves.”

Empresas localizadas em zonas de risco geológico, climático ou social devem redobrar a atenção. Existem no mercado coberturas específicas para enchentes, terremotos, deslizamentos e até mesmo para paralisação de atividades. “O seguro pode incluir planos de contingência, que cobrem lucros cessantes em caso de interrupção forçada das operações. Essa é uma proteção valiosa em regiões sujeitas a catástrofes ou instabilidade”, comenta Cristina.

Renovar com estratégia: o seguro precisa acompanhar o crescimento

Contratar o seguro é apenas o primeiro passo. Cristina reforça que as apólices devem ser revisadas e atualizadas periodicamente. “O negócio muda, cresce, adquire novos equipamentos, muda de endereço ou diversifica a operação. Se o seguro não for ajustado, ele pode se tornar ineficaz ou até inválido.”

Entre os pontos que precisam ser observados na renovação estão o valor de reposição dos bens, a suficiência das coberturas, o histórico de sinistros, o endereço e o ramo de atividade cadastrado na apólice. “É muito comum vermos casos de subseguro, quando o valor segurado é menor que o real. Isso reduz a indenização proporcionalmente e gera frustração no momento do sinistro”, explica.

“Vivemos em um país onde o imprevisto é parte do cotidiano. Por isso, ter uma apólice bem estruturada não é um luxo, é uma ferramenta estratégica de sobrevivência do negócio”, conclui Cristina. Mais do que uma formalidade, o seguro é um pilar da gestão empresarial responsável. ■

GESTÃO INTELIGENTE PARA SUA EMPRESA FAZER A DIFERENÇA

SISTEMA NACIONAL DE INOVAÇÃO



LEI DO BEM



LEI DA INFORMÁTICA



MOVER

Rua Teodoro Sampaio, 2767 - 2º Andar - Pinheiro
Contatos: (11) 4306-7600 | inovacao@gestiona.com.br
www.leidobem.com.br | www.gestiona.com.br



REVOLUÇÃO Confirp

Uma nova era para a contabilidade.
Com tecnologia, inteligência e proximidade para antecipar o futuro.

Uma empresa que se antecipa, se adapta, se reinventa.



Portal Confirp Digital

Gestão e relacionamento em um só lugar.



Hubs Especializados

Atendimento segmentado e times especializados.



WhatsApp Confirp Direto

Agilidade e segurança na sua comunicação.

Descubra!

(11) 5078-3000
comercial@confirp.com
www.confirp.com.br

