

REVISTA

GESTÃO

In foco

A informação que faz diferença.

EDIÇÃO ESPECIAL

QUATRO DÉCADAS
DE EVOLUÇÃO.
O PRÓXIMO CAPÍTULO
COMEÇA AGORA.

40

anos

Confirp



FAZER PARTE MUDA A HISTÓRIA

HÁ 40 ANOS, PESSOAS COMPARTILHAM O MESMO PROPÓSITO,
AJUDAM A TRANSFORMAR EMPRESAS, CONSTROEM O FUTURO
E RELAÇÕES DE CONFIANÇA.

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!

AUD CORP

Auditoria e Perícia

GRUPO AVANTE

Reestruturação de empresas e Governança corporativa

BARROSO ADVOGADOS

Gestão de crise e Reestruturação empresarial

Bicudo & Sborgia
advogados

Propriedade intelectual
Marcas e Patentes

Boaventura Ribeiro
advogados

Advocacia Trabalhista e Cível

Grupo Camillo

Corretora de Seguros e Benefícios

CILIENT ALIMENTAÇÃO
RESTAURANTES CORPORATIVOS

Alimentação Corporativa

Confirp

Contabilidade

gestiona

Gestão de Inovação

GESTÃO CONSCIENTE

Desenvolvimento Humano e Organizacional

GHM SERVIÇOS GERAIS

Facilities

B3
AGÊNCIA DE MARKETING DIGITAL

Marketing Digital

LUMEN FINANCES
ouribank

Operações de Câmbio e Proteção Cambial

MACHADO NUNES ADVOGADOS

Advocacia Tributária

MOEMA
ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL DE SEGURANÇA OCUPACIONAL, ACIDENTES 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.





CAPA

CONFIRP 40 ANOS
Fazer parte
muda a história

- 06 LAZER**
Charutos e o novo luxo da experiência: o ritual que conquista empresários e formadores de opinião
- 10 TECNOLOGIA**
SXSW e o futuro dos negócios: tecnologia, IA e comunidades no centro da transformação
- 12 SEGUROS**
Consórcio como estratégia de alavancagem patrimonial ganha espaço no planejamento financeiro
- 14 RECURSOS HUMANOS**
Crise nas contratações expõe falhas de gestão e eleva custos nas empresas
- 16 AUDITORIA**
Fraudes, recuperações e governança: até onde vai a responsabilidade das auditorias
- 18 MARKETING**
Eleições 2026 colocam reputação corporativa à prova e exigem governança digital das lideranças
- 20 COMUNICAÇÃO**
Prompts estratégicos: como estruturar comandos que transformam a comunicação com IA
- 22 GESTÃO**
Recuperar para crescer: judicial ou extrajudicial? Empresas recorrem a diferentes estratégias para sair da crise
- 26 TRIBUTÁRIO**
Lei do Bem e prejuízo fiscal entram em fase de maior rigor e exigem revisão estratégica das empresas
- 30 TRABALHISTA**
Passivo trabalhista oculto: o risco silencioso que nasce na gestão e impacta o caixa
- 34 MARCAS E PATENTES**
“Dupes” desafiam marcas e acendem alerta jurídico: inspiração ou concorrência desleal?
- 36 FINANÇAS**
Geopolítica, petróleo e câmbio: lições para empresas expostas à volatilidade internacional

EDITORIAL

EDIÇÃO COMEMORATIVA
40 ANOS DA CONFIRP CONTABILIDADE

Por Richard Domingos, Diretor Editorial

Esta edição da Revista Gestão in Foco é especial em todos os sentidos. Ela marca os 40 anos da Confirp Contabilidade e celebra uma trajetória que ajudou a transformar a contabilidade em um instrumento estratégico de gestão no ambiente empresarial brasileiro.

Como em todas as nossas publicações, mantemos o compromisso com conteúdos relevantes, atuais e aplicáveis à realidade dos negócios. Mas, nesta edição, esse compromisso ganha uma dimensão ainda maior com uma reportagem especial que aprofunda como a Confirp contribuiu para a evolução do setor contábil, unindo inovação, tecnologia, proximidade com clientes e visão de longo prazo.

Ao longo dessas quatro décadas, a contabilidade deixou de ser apenas operacional para assumir um papel central nas decisões estratégicas das empresas. Essa mudança foi construída por muitas mãos, mas teve origem em uma visão clara de futuro, idealizada por Reinaldo Domingos e estruturada ao longo dos anos com a atuação decisiva de Richard Domingos, que consolidou processos e fortaleceu a gestão da organização.

Mais do que uma linha do tempo institucional, a reportagem de capa desta edição traz uma narrativa humana. Ela mostra que a Confirp é feita de pessoas: colaboradores que cresceram dentro da empresa, clientes que evoluíram junto com ela e parceiros que construíram relações de confiança duradouras.

Ao reunir essas histórias, esta edição reforça que a Confirp não apenas acompanhou as transformações do mercado contábil, mas participou ativamente delas, antecipando tendências e ajudando a redefinir o papel da contabilidade no mundo dos negócios.

Celebrar 40 anos não é apenas revisitar o passado, mas reafirmar um compromisso com o futuro. Um futuro que exige evolução contínua, responsabilidade e capacidade de adaptação.

CONSELHO EDITORIAL - 96ª EDIÇÃO:

- Amadeu Matiello - Executivo de Contas
- Brenda Rodrigues - Marketing
- Guilherme Silva - Marketing
- Karoline Gama - Executiva de Contas
- Leandro Teixeira - Produtos
- Luana Oliveira - Marketing
- Paulo Ucelli - Imprensa
- Renata Sales - Tributário
- Richard Domingos - Diretoria
- Simoni Vaz - Recursos Humanos
- Vagner Lima - Diretoria
- Welinton Mota - Diretoria

GRUPO ALLIANCE:

- Avante Assessoria Empresarial - Benito Pedro
- Audcorp Auditoria - José Augusto
- Barroso Advogados - Denis Barroso
- Bicudo & Sborgia - Rosa Sborgia
- Boaventura Ribeiro Advogados - Mourival Ribeiro
- Camillo Seguros - Matheus Camillo
- Confirp Contabilidade - Richard Domingos
- Gestiona Engenharia - Sidirley Fabiani
- Gestão Consciente - Mariana Viana
- 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 Lagôa



Redator-chefe:

Paulo Fabrício Ucelli

Diretora de Arte/Diagramadora:

Maíra Rossétti

Revisão:

Guilherme Olhier

Editores-chefes:

- Brenda Rodrigues
- 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.

CHARUTOS

O NOVO LUXO DA EXPERIÊNCIA

O RITUAL QUE CONQUISTA EMPRESÁRIOS E FORMADORES DE OPINIÃO

Em um momento em que o consumo deixa de ser apenas transacional e passa a buscar significado, o universo dos charutos ganha novo protagonismo entre empresários, executivos e formadores de opinião. Mais do que um produto, trata-se de um ritual que envolve tempo, conhecimento e experiência sensorial, atributos cada vez mais valorizados em um cenário de excesso de estímulos e aceleração constante.

Essa tendência acompanha uma transformação do próprio mercado de luxo. Estudos da consultoria Bain & Company apontam que consumidores de alta renda têm direcionado cada vez mais seus gastos para experiências exclusivas, gastronomia, hospitalidade e produtos com autenticidade e história, fortalecendo o chamado "luxo experiencial". Nesse contexto, os charutos ganham espaço como símbolo de um consumo mais consciente e menos imediatista.

O que antes era associado a um hábito restrito hoje se reposiciona como uma vivência sofisticada, ligada à desaceleração, ao networking qualificado e à construção de momentos únicos.



DA PRÁTICA AO RITUAL



A principal mudança está na forma como o charuto é consumido. Fumar é apenas uma parte da experiência. O consumo exige presença e atenção em todas as etapas, da escolha ao momento final. O ritual valoriza a pausa e o tempo dedicado à experiência.

O processo começa na seleção do produto, passa pelo corte adequado e acendimento correto, e segue até a degustação, que envolve percepção de aromas, sabores e sua evolução ao longo do tempo. Não há pressa, e isso é parte central da proposta.

A harmonização também ganhou espaço, com combinações que vão de cafés especiais a destilados premium, ampliando a experiência sensorial.

MERCADO ACOMPANHA TENDÊNCIA GLOBAL



O segmento de charutos premium segue em expansão. Estimativas da Grand View Research indicam que o mercado global movimentou cerca de US\$ 25 bilhões em 2024, impulsionado pela valorização da produção artesanal e pela busca por produtos de maior qualidade. Países como República Dominicana, Nicarágua e Honduras consolidaram-se entre os principais produtores mundiais, enquanto o Brasil mantém relevância na produção de tabaco de alta qualidade para o mercado internacional.



CRESCIMENTO IMPULSIONADO POR EXPERIÊNCIA E COMPORTAMENTO



Nos últimos anos, o mercado acompanha uma tendência mais ampla: a busca por experiências autênticas e presenciais. Em um mundo digitalizado, momentos offline passaram a ser vistos como um novo tipo de luxo.

A valorização de produtos artesanais, o interesse por tradição e o consumo mais consciente contribuíram para esse crescimento. O foco deixou de ser apenas o produto e passou a incluir processo, conhecimento e vivência.

Embora ainda tenha forte presença entre executivos e empresários, o público vem se diversificando. Jovens empreendedores, profissionais liberais e consumidores ligados aos universos do vinho, café e gastronomia também passaram a explorar o mercado de charutos. As redes sociais ajudam a ampliar esse interesse ao apresentar conteúdos sobre produção, harmonização e cultura do tabaco.

TABACARIAS VIRAM ESPAÇOS
DE CONVIVÊNCIA

As tabacarias deixaram de ser apenas pontos de venda e passaram a oferecer experiências completas. Degustações guiadas, confrarias e eventos exclusivos criam ambientes de convivência, troca de conhecimento e networking. Em muitos casos, esses espaços se tornam locais onde relacionamentos profissionais são fortalecidos de maneira natural.

Mais do que status, cresce o interesse pela origem do tabaco, pelos métodos de produção e pelas características sensoriais de cada charuto, aproximando esse universo do que já acontece com vinhos e cafés especiais.

MITOS E COMPORTAMENTO



Apesar do crescimento, ainda existem mitos, como a comparação direta com o cigarro. No charuto, a experiência é diferente, já que tradicionalmente a fumaça não é tragada para os pulmões, mas apreciada pelos aromas e sabores. Ainda assim, especialistas alertam que o consumo de charutos também oferece riscos à saúde e deve ser encarado como uma prática ocasional.

O avanço desse mercado reflete uma mudança mais ampla no comportamento contemporâneo. Em um cenário marcado pela velocidade e pela hiperconectividade, cresce o interesse por experiências que valorizam presença, tempo e conexão. O charuto passa, assim, a representar não apenas um produto premium, mas uma forma de consumo baseada em conhecimento, tradição e qualidade da experiência. ■



Portaria fraca, limpeza mal feita e falta de controle não são detalhes. São riscos.



Portaria
Profissional



Zeladoria,
Serviços Gerais e
Manutenção



Limpeza e
Conservação

A **GHAW Serviços Gerais** cuida do que mantém seu condomínio e sua empresa funcionando com **segurança, organização e eficiência.**



Quem somos

A **GHAW Serviços Gerais** é especialista em soluções completas para **terceirização de mão de obra.**

Atuamos com **profissionais treinados, processos bem definidos e supervisão constante.**

Não entregamos apenas mão de obra.

Entregamos **tranquilidade, padrão e responsabilidade.**



Nossos diferenciais:

- ✓ Equipe treinada e uniformizada;
- ✓ Supervisão ativa;
- ✓ Substituição rápida em caso de ausência;
- ✓ Gestão eficiente de pessoas;
- ✓ Atendimento próximo e personalizado.

**Pare de correr riscos desnecessários.
Solicite agora uma proposta personalizada.**



SXSW E O FUTURO DOS NEGÓCIOS

Tecnologia, IA e comunidades no centro da transformação



A edição de 2026 do SXSW consolidou uma mudança importante no debate sobre inovação: a Inteligência Artificial deixou de ser tendência para se tornar infraestrutura. Mais do que discutir possibilidades futuras, o evento mostrou que as empresas precisam tomar decisões imediatas sobre como incorporar essa tecnologia aos seus modelos de negócio.

Para Marco Lagôa, CEO da Witec IT Solutions, o evento marcou uma nova etapa da transformação digital. “O SXSW marcou uma virada clara: acabou a fase do deslumbramento com a IA. Ela deixou de ser promessa e passou a ser infraestrutura invisível da economia, da cultura e do trabalho”, afirma.

Segundo Lagôa, a discussão deixou de ser se as empresas devem usar Inteligência Artificial e passou a ser como estruturar operações, processos e decisões

a partir dela. “As conversas foram muito mais sobre adoção real, arquitetura de negócios e impacto humano do que sobre tecnologia em si”, explica.

Nesse cenário, a IA passa a atuar como sistema operacional das organizações, conectando dados, automação e relacionamento. “O valor econômico está migrando de produtos para ecossistemas inteligentes, que combinam dados, IA e relacionamento contínuo”, destaca.

O FORTALECIMENTO DAS COMUNIDADES

Ao mesmo tempo, o SXSW evidenciou o fortalecimento das comunidades como diferencial competitivo. Em meio à saturação das plataformas digitais, cresce a busca por conexões mais autênticas e baseadas em confiança. “O retorno das comunidades é uma resposta à fadiga algorítmica.

As pessoas querem pertencimento, não apenas audiência”, afirma Lagôa.

Para ele, as comunidades se tornaram ativos estratégicos para as empresas. “Uma comunidade, além de ser uma audiência, é também uma infraestrutura social, capaz de reduzir o custo de aquisição, aumentar o valor do cliente e gerar inteligência coletiva para o negócio.”

INTEGRAÇÃO ENTRE TECNOLOGIA E HUMANIDADE

Apesar do avanço acelerado da tecnologia, Lagoa ressalta que o momento atual representa uma fase mais madura de integração da IA, e não um cenário pós-inteligência artificial.

“A IA não é mais uma funcionalidade, ela passou a ser o ambiente onde os negócios acontecem, e a discussão agora é o que permanece essencialmente humano”, explica.

Nesse contexto, criatividade, empatia, liderança e capacidade de relacionamento tornam-se ainda mais relevantes. Para pequenas e médias empresas, a proximidade com o cliente pode ser uma vantagem decisiva. “Quem tentar competir em escala com grandes empresas tende a perder. Mas quem competir em proximidade, contexto e confiança, ganha”, afirma Lagoa.

O QUE AS EMPRESAS PRECISAM FAZER AGORA

Entre as oportunidades mais imediatas estão a automação de tarefas rotineiras, a criação de comunidades estratégicas e o fortalecimento do relacionamento direto com clientes e parceiros.

“A IA assume o operacional enquanto os humanos passam a focar no estratégico, no emocional e no que é essencialmente relacional”, resume. Para

o executivo, a principal lição do SXSW é clara: “2026 não pergunta mais quem usa IA, mas quem consegue integrar tecnologia e humanidade de forma que faça sentido para o negócio”.

O desafio, portanto, deixou de ser apenas tecnológico. As empresas que conseguirem equilibrar eficiência, relacionamento e propósito estarão mais preparadas para competir em uma economia cada vez mais orientada por Inteligência Artificial. ■



Marco Lagôa
CEO da Witec IT Solutions



CONSÓRCIO COMO ESTRATÉGIA DE ALAVANCAGEM PATRIMONIAL GANHA ESPAÇO NO PLANEJAMENTO FINANCEIRO

O consórcio vem deixando de ser apenas uma alternativa de compra parcelada e passa a ocupar um papel mais estratégico no planejamento financeiro de empresas e investidores. Em um cenário de juros ainda elevados no crédito tradicional em 2026, a modalidade ganha força como ferramenta de organização de caixa, expansão patrimonial e crescimento estruturado.

Dados do setor indicam aumento consistente na adesão, especialmente em imóveis e veículos pesados, refletindo uma mudança de mentalidade: menos urgência e mais planejamento. Para empresas, o modelo ajuda a equilibrar expansão com preservação de liquidez.

Na prática, o consórcio funciona como uma compra planejada em grupo, com contribuições mensais e contemplação por sorteio ou lance. Sem juros, apenas taxa de administração diluída, o modelo permite direcionar capital para outras áreas do negócio.

“O consórcio é uma modalidade de compra planejada em grupo, na qual os participantes contribuem mensalmente e são contemplados por sorteio ou lance. Diferente do crédito tradicional, não há juros, apenas taxa de administração”, explica Matheus Camillo, diretor da Camillo Seguros.

”

O CONSÓRCIO PERMITE A AQUISIÇÃO DE ATIVOS SEM DESCAPITALIZAÇÃO IMEDIATA E SEM CUSTO DE JUROS. ”

A comparação com o financiamento ajuda a entender o uso estratégico. Enquanto o crédito tradicional oferece acesso imediato, ele encarece a operação. Já o consórcio exige planejamento, mas reduz custos financeiros.

“No financiamento, o cliente acessa o crédito de forma imediata, mas com incidência de juros. No consórcio, não há juros, porém a contemplação depende de sorteio ou lance, o que exige planejamento e menor urgência”, afirma Camillo.

No ambiente corporativo, o principal atrativo está na alavancagem patrimonial sem descapitalização imediata, permitindo crescimento mais sustentável.

“O consórcio permite a aquisição de ativos sem descapitalização imediata e sem custo de juros, o que favorece a expansão patrimonial de forma estruturada e com maior eficiência financeira”, destaca o executivo.



Matheus Carazzato Camillo
Diretor da Camillo Seguros

Apesar das vantagens, a modalidade exige disciplina e alinhamento com o planejamento financeiro. A análise de prazo, capacidade de pagamento e estratégia de contemplação são essenciais.

“É fundamental avaliar o prazo, a capacidade de pagamento e a estratégia de contemplação. O consórcio exige disciplina financeira e alinhamento com objetivos de médio e longo prazo”, conclui Camillo.

Mais do que uma alternativa de compra, o consórcio se consolida como instrumento de gestão e planejamento, especialmente em períodos de crédito caro, reforçando uma mudança de mentalidade no uso do capital. ■

camilloseguros.com.br / Camillo Seguros

CRISE NAS CONTRATAÇÕES

EXPÕE FALHAS DE GESTÃO

E ELEVA CUSTOS NAS EMPRESAS

Em um cenário ainda pressionado no primeiro trimestre de 2026, com escassez de profissionais qualificados em áreas estratégicas e aumento da rotatividade, cresce entre executivos a percepção de que o problema das contratações vai além do mercado de trabalho.

“Não é por falta de candidato, é por falta de estratégia. A crise nas contratações é, na prática, uma crise de gestão”, afirma Mari Viana, Especialista em Cultura Organizacional e Desenvolvimento de Pessoas.

Segundo ela, o erro começa antes mesmo do processo seletivo. Muitas empresas ainda operam com descrições genéricas, entrevistas sem critérios e decisões baseadas em afinidade. “O erro clássico é contratar no desespero e demitir no arrependimento”, diz Mari Viana. Nesse modelo, o foco excessivo na experiência técnica ignora fatores comportamentais. “Competência sem aderência cultural é um problema com prazo para aparecer”, completa.

ONDE AS EMPRESAS MAIS ERRAM

Os principais erros seguem um padrão recorrente:

- * Falta de clareza sobre o que a vaga exige
- * Descrições genéricas e desalinhadas com a realidade

- * Entrevistas sem critérios objetivos
- * Decisões baseadas em afinidade pessoal
- * Foco excessivo em experiência e pouco em comportamento

Para Mari Viana, a raiz do problema está na definição incorreta do perfil. “Perfil não é lista de tarefas. Ele precisa partir das entregas esperadas”, explica. Um modelo mais eficaz considera:



Mari Viana
Especialista em Cultura Organizacional e Desenvolvimento

- Resultado esperado: o que precisa ser entregue
- Competência técnica: como o trabalho será executado
- Comportamento: como a pessoa se posiciona
- Contexto: ambiente, cultura e dinâmica do time

“A mesma pessoa pode ter alta performance em uma empresa e fracassar em outra”, afirma.

CULTURA PESA MAIS DO QUE EXPERIÊNCIA?

O equilíbrio é importante, mas o desalinhamento cultural costuma gerar impactos mais profundos. “Experiência se adapta. Comportamento, muito menos”, diz Mari Viana. Ignorar cultura organizacional transfere o problema para a liderança, que passa a lidar com conflitos, baixa performance e desengajamento.

Os efeitos aparecem rapidamente:

- › Alta rotatividade nos primeiros meses
- › Baixo desempenho no período de experiência
- › Recontratações frequentes
- › Desalinhamento entre expectativa e realidade
- › Tempo elevado para atingir performance

“Quando o líder vira apagador de incêndio, o problema começou na contratação”, afirma Mari Viana. Uma contratação equivocada impacta diretamente o resultado. “Não é só rescisão. Existe perda de produtividade, tempo da liderança e impacto no cliente”, explica. O custo pode chegar a até 12 vezes o salário da posição, dependendo da complexidade e senioridade.

LIDERANÇA: O FATOR QUE DEFINE RETENÇÃO

Se a contratação abre a porta, é a liderança que define a permanência. “As pessoas não

saem das empresas, saem dos líderes”, afirma Mari Viana. Entre os principais problemas estão:

- Falta de clareza e direcionamento
- Comunicação ineficiente
- Ausência de reconhecimento
- Microgestão

Por outro lado, líderes preparados elevam retenção e desempenho. “Quando há direção, autonomia e feedback, o colaborador permanece e performa melhor”, diz.

Empresas com turnover elevado enfrentam um problema estrutural. “Rotatividade alta é sintoma, não causa”, afirma Mari Viana. “Ações pontuais não resolvem. É preciso um diagnóstico estruturado”, completa. Nesses casos, é necessário atuar em:

- Cultura organizacional
- Modelo de gestão
- Proposta de valor ao colaborador
- Qualidade da liderança



7 PASSOS PARA CONTRATAR MELHOR

1. Clareza estratégica da vaga
2. Perfil objetivo (técnico, comportamento e contexto)
3. Alinhamento cultural
4. Processo seletivo estruturado
5. Avaliação comportamental consistente
6. Onboarding estratégico
7. Liderança preparada

No fim, o diagnóstico é direto: contratar bem é uma decisão estratégica. “Empresa que trata recrutamento como operação, perde. Quem trata como estratégia, cresce e sustenta o crescimento”, conclui Mari Viana..

gestaoconsciente.com.br / Gestão Consciente



A sequência de casos recentes envolvendo grandes companhias e instituições financeiras reacendeu um debate central: qual é o papel das auditorias independentes diante de fraudes e crises empresariais?

O tema ganha força no avanço das recuperações judiciais. Dados da Serasa Experian indicam que o Brasil superou, em 2025, 2.400 pedidos, em meio ao alto endividamento corporativo, tendência que segue em 2026. Mais do que buscar culpados, o momento exige separar responsabilidades e identificar fragilidades.

Um erro comum é atribuir à auditoria um papel que ela não tem. “A responsabilidade da auditoria independente vai até onde vai o seu mandato técnico: obter segurança razoável de que as demonstrações financeiras estão livres de distorções relevantes, inclusive por fraude, mas não garantir sua inexistência”, afirma José Augusto Barbosa, CEO da Audcorp Auditoria e Assessoria S/S.

Na prática, o auditor avalia riscos e evidencia informações, mas não realiza investigação completa nem garante a detecção de todas as irregularidades. “A fraude, por si só, não prova

falha do auditor. A responsabilização surge quando há omissão técnica, negligência ou ausência de evidência que sustente a opinião emitida”, explica.

◆ **ONDE COMEÇA O PROBLEMA: GOVERNANÇA**

A prevenção de fraudes começa na própria empresa. “A responsabilidade primária pela prevenção e detecção de fraude é da administração e da governança”, destaca Barbosa.

Falhas de controle, concentração de decisões e cultura permissiva criam o ambiente para irregularidades. “Em muitos casos, o colapso não decorre apenas de uma falha de auditoria, mas de um ambiente em que os controles eram facilmente contornáveis e a governança operava de forma mais formal do que efetiva.” A distinção é essencial: auditoria falha quando não executa seu papel; governança falha quando o problema nasce dentro da companhia.

◆ **RECUPERAÇÕES EXPÕEM FRAGILIDADE ESTRUTURAL**

O aumento das recuperações judiciais reflete mais fragilidades de gestão do que falhas de

fiscalização. “O aumento das recuperações indica fragilidade de gestão, capital e governança, com empresas pressionadas por alavancagem, custo financeiro elevado e problemas de fluxo de caixa.”

Outro ponto é a demora na reação. “Em muitas empresas, o problema não é falta de informação, mas a incapacidade de transformar sinais em ação. A crise, nesses casos, é o resultado de decisões postergadas.”

◆ **IFRS 18: MAIS TRANSPARÊNCIA, MENOS FLEXIBILIDADE**

A IFRS 18, que entra em vigor em 2027, deve aumentar a exigência na divulgação de resultados e reorganizar a forma de apresentação das demonstrações.

“O objetivo é aumentar a comparabilidade e reduzir a liberdade excessiva na construção do resultado”, afirma Barbosa. “Indicadores como EBITDA e lucros ajustados exigirão maior reconciliação com os números oficiais. Quem tratar a IFRS 18 como uma mudança estética corre o risco de manter exatamente o problema que ela busca corrigir: a distância entre narrativa e número”, complementa.

◆ **CONTROLES INTERNOS COMO ATIVO ESTRATÉGICO**

Controles internos são o principal mecanismo de proteção. “A reputação de uma companhia se deteriora quando o mercado percebe que ela não sabe o que acontece dentro dela”, afirma. Isso envolve segregação de funções, governança de dados e monitoramento contínuo. Mais do que custo, são infraestrutura de credibilidade e ajudam empresas a reagirem melhor em crises.

Após recentes escândalos, investidores e conselhos passaram a exigir mais profundidade e transparência. “Hoje, investidores e conselhos querem entender como a opinião foi



José Augusto Barbosa
CEO da Audcorp Auditoria e Assessoria S/S

construída e até que ponto o auditor desafiou a administração”, diz Barbosa.

Também cresce a cobrança sobre as próprias auditorias. O resultado é um ambiente mais maduro. “A auditoria continua sendo essencial, mas não é suficiente sozinha. A confiança depende de um ecossistema que envolve governança, controles internos e responsabilidade compartilhada”, conclui.

AGENDA DO C-LEVEL



Prioridades imediatas:

- Revisar ambiente de controles internos
- Fortalecer governança e comitê de auditoria
- Antecipar impactos da IFRS 18
- Integrar finanças, risco e compliance
- Monitorar liquidez e indicadores críticos

ELEIÇÕES 2026

COLOCAM REPUTAÇÃO CORPORATIVA À PROVA

e exigem governança digital das lideranças

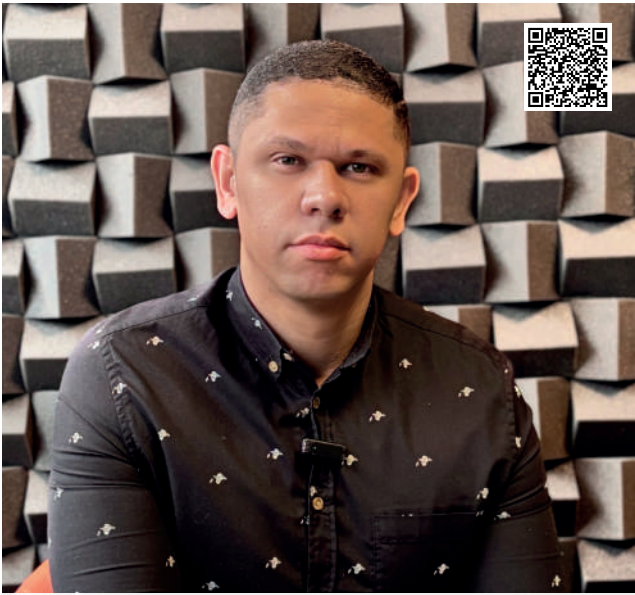
Com a aproximação das eleições de 2026, empresas brasileiras entram em um período de alta sensibilidade reputacional. Em um ambiente digital polarizado e guiado por respostas rápidas, a forma como empresários e executivos se posicionam nas redes sociais passou a impactar diretamente marcas, resultados e relações com clientes, investidores e colaboradores.

Hoje, reputação não é construída apenas por campanhas institucionais, mas também pelo comportamento de quem lidera a empresa. “A fronteira entre pessoa física e jurídica praticamente desapareceu nas redes sociais”, afirma Rogério Passos, CEO da Agência de Marketing Digital Link 3. “O que um executivo compartilha ou endossa acaba sendo associado diretamente à marca.”

QUANDO O PESSOAL VIRA CORPORATIVO

Curtidas, comentários e opiniões pessoais passaram a ter peso institucional. Em períodos eleitorais, esse efeito se intensifica, já que empresas precisam dialogar com públicos diversos, enquanto indivíduos tendem a se comunicar com grupos de afinidade.

“Quando a comunicação se direciona a uma única bolha ideológica, a empresa assume um risco estratégico relevante”, explica Passos.



Rogério Passos
CEO da Agência de Marketing Digital Link 3

O desafio está em equilibrar liberdade de expressão com responsabilidade corporativa. O problema não é se posicionar, mas ignorar o contexto e os possíveis desdobramentos.

IMPROVISO VIROU RISCO

Em um ambiente de alta sensibilidade, improvisar pode custar caro. Respostas impulsivas ou mal avaliadas tendem a escalar rapidamente.

“Comunicação precisa ser planejada, testada e alinhada à estratégia do negócio. Improviso hoje é sinônimo de risco”, destaca o especialista.

Casos recentes mostram que crises muitas vezes começam com conteúdos simples, mas ganham força ao serem interpretados sob viés político ou social.

GOVERNANÇA DIGITAL COMO PROTEÇÃO

Diante desse cenário, empresas precisam estruturar governança digital. Isso inclui políticas claras de comunicação, códigos de conduta e protocolos de crise, que envolvem:

- Diretrizes sobre uso de redes sociais
- Orientação para executivos e porta-vozes
- Monitoramento constante de reputação
- Planos de resposta a crises

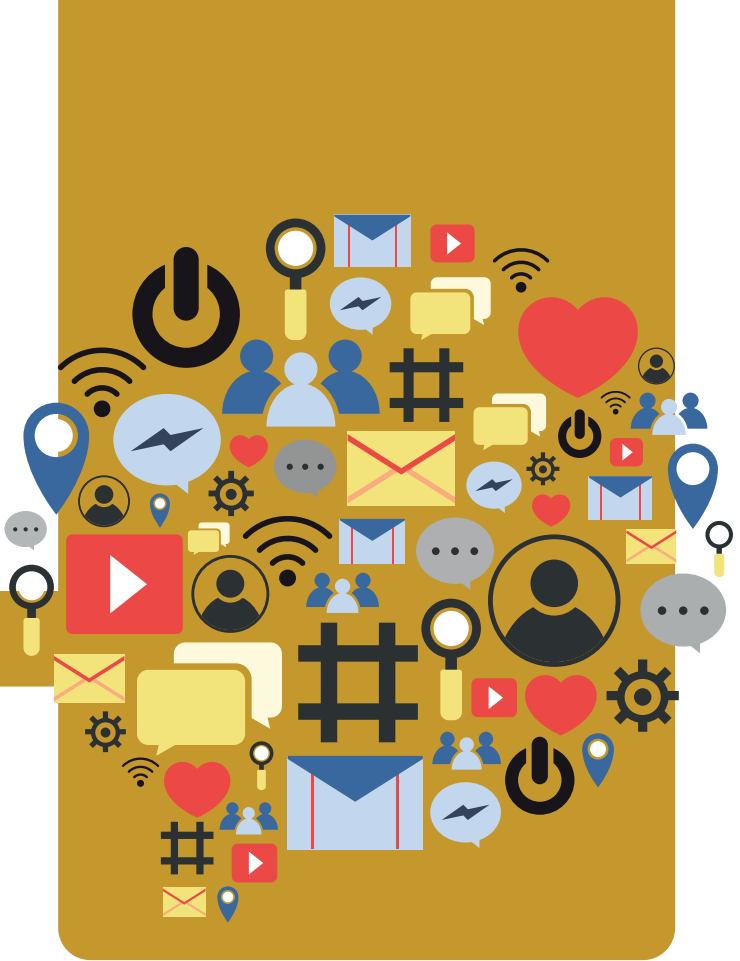
“Políticas não são para censurar, mas para orientar e proteger a empresa”, afirma Passos.

PREPARAÇÃO DAS LIDERANÇAS É ESSENCIAL

Executivos precisam ser preparados para atuar em um ambiente onde qualquer manifestação pode ganhar grande repercussão. Media training e simulações de crise ajudam a reduzir riscos e melhorar a capacidade de resposta.

Entre os erros mais comuns estão respostas emocionais, falta de alinhamento interno e demora na tomada de decisão.

Contudo, nem toda situação exige posicionamento. Em alguns casos, o silêncio pode evitar amplificação da crise, desde que seja uma decisão consciente.



Ao mesmo tempo, o monitoramento em tempo real se tornou indispensável. Ferramentas de análise permitem identificar riscos rapidamente e agir antes que ganhem escala. “O tempo de reação é decisivo”, reforça Passos.

REPUTAÇÃO EXIGE GESTÃO ATIVA

Além da exposição externa, empresas também precisam cuidar da comunicação interna, evitando que polarizações políticas afetem o ambiente corporativo.

Com a proximidade das eleições, a conclusão é clara: reputação não pode mais ser tratada como consequência, mas como estratégia.

Planejamento, governança e responsabilidade digital deixaram de ser diferenciais e passaram a ser condições essenciais para proteger marcas e garantir a sustentabilidade dos negócios. ■

PROMPTS ESTRATÉGICOS

Como estruturar comandos que transformam a comunicação com IA



A popularização da Inteligência Artificial generativa trouxe ganhos de produtividade para empresas de todos os portes. No entanto, também escancarou um gargalo importante: a baixa qualidade das instruções. O resultado, na maioria dos casos, são conteúdos genéricos, pouco estratégicos e desalinhados com a identidade das marcas.

Para Paulo Fabrício Ucelli, sócio fundador da Ponto Inicial Comunicação, o problema não está na tecnologia, mas na forma como ela é utilizada. “O mercado passou a usar IA em escala, mas sem preparo. Quando o comando é ruim, o resultado também será. Isso explica por que vemos tantos conteúdos rasos e iguais”, afirma.

MAIS DO QUE COMANDO, ESTRATÉGIA

A diferença entre um prompt comum e um estratégico está na profundidade. Enquanto comandos simples geram respostas padronizadas, prompts bem estruturados direcionam a IA para refletir o posicionamento da empresa.

Sem isso, a comunicação perde autenticidade e passa a reproduzir conteúdos já existentes, o que compromete relevância e até posicionamento digital. “O risco não é só produzir conteúdo fraco. É deixar de transmitir a identidade da empresa”, destaca Ucelli.

BASE ANTES DA TECNOLOGIA

Antes de estruturar prompts, é fundamental que a empresa tenha clareza sobre sua própria comunicação. Elementos como missão, visão, valores e tom de voz são a base para qualquer instrução eficiente.

Outro ponto crítico é a validação humana. A IA organiza informações disponíveis, mas não garante precisão absoluta. Revisar e ajustar o conteúdo continua sendo etapa obrigatória.

Para reduzir retrabalho e elevar a qualidade da comunicação, algumas práticas são essenciais:

- ◆ Definir claramente o objetivo do conteúdo (informar, vender, educar)
- ◆ Especificar o público-alvo e o nível de profundidade
- ◆ Incluir o tom de voz da marca e suas diretrizes de comunicação
- ◆ Contextualizar o tema com dados ou visão interna da empresa
- ◆ Evitar comandos genéricos e superficiais
- ◆ Revisar e refinar o prompt até atingir o resultado esperado

“A empresa precisa pensar antes de pedir. Um bom prompt já resolve grande parte do trabalho e evita várias refações”, explica.

RISCO REPUTACIONAL E GOVERNANÇA

O uso inadequado da IA pode gerar impactos diretos na reputação. Informações imprecisas, textos genéricos ou desalinhados com valores institucionais podem comprometer a imagem da marca. Por isso, cresce a importância de estabelecer governança no uso da tecnologia, com diretrizes claras, revisão de conteúdo e responsabilidade definida.



Paulo Fabrício Ucelli
Sócio fundador da Ponto Inicial

A Inteligência Artificial não substitui equipes de comunicação, mas amplia sua capacidade. Quando bem utilizada, permite mais agilidade, consistência e escala. Empresas que estruturam prompts de forma estratégica conseguem transformar a IA em uma aliada real, gerando conteúdo relevante, autêntico e alinhado aos objetivos do negócio.

No fim, a tecnologia entrega o que é pedido. E é justamente aí que está a diferença entre apenas usar IA e utilizá-la de forma estratégica. ■

pontoinitialassessoria.com / Ponto Inicial Comunicação



RECUPERAR PARA CRESCER

Judicial ou extrajudicial? Empresas recorrem a diferentes estratégias para sair da crise.

Em um ambiente marcado por juros elevados, crédito restrito e pressão sobre o consumo, o número de empresas brasileiras em situação de estresse financeiro segue em trajetória de alta no primeiro trimestre de 2026. Levantamentos de mercado indicam crescimento nos pedidos de recuperação judicial e na adoção de soluções extrajudiciais, refletindo um cenário de custo de capital elevado, margens comprimidas e maior seletividade das instituições financeiras.

A expectativa de especialistas é de que esse movimento se estenda ao longo de 2026, especialmente em setores como varejo, indústria e serviços, que convivem com aumento de despesas operacionais, dificuldade de repasse de preços e pressão sobre o capital de giro.

Mais do que instrumentos de sobrevivência, a recuperação judicial e a extrajudicial passaram a ser usadas como ferramentas estratégicas de reorganização financeira e reposicionamento operacional. Casos recentes envolvendo grandes companhias, como GPA e Raízen, reforçam essa tendência ao adotarem modelos extrajudiciais para negociar bilhões em dívidas, preservar a operação e evitar desgaste de imagem.

“A recuperação judicial ou extrajudicial pode ser um importante e valioso instrumento para ajudar na solução de qualquer empresa que está quase quebrada, podendo auxiliar em muitos aspectos, principalmente na reorganização do passivo e da administração da empresa”, afirma Denis Barroso Alberto, sócio do Barroso Advogados Associados.

DOIS CAMINHOS, UM MESMO OBJETIVO

Apesar das diferenças, os dois modelos têm o mesmo objetivo: evitar a falência, reorganizar dívidas e permitir a continuidade das operações. A escolha, no entanto, envolve análise do estágio da crise, perfil dos credores e nível de governança.

A recuperação extrajudicial se destaca pela negociação direta com credores e menor exposição pública. O plano é construído de forma privada e depois homologado pela Justiça, garantindo flexibilidade, preservação da imagem e agilidade.

Por outro lado, há limitações: não inclui dívidas trabalhistas, não suspende automaticamente execuções e depende de adesão mínima de credores.

“O modelo extrajudicial é interessante quando a empresa ainda consegue dialogar com seus principais credores e manter a operação sob controle”, explica Denis Barroso. “Ele exige um nível de organização e de relacionamento que nem todas as empresas conseguem manter em estágios mais avançados da crise.”

Já a recuperação judicial envolve maior intervenção do Judiciário, com administrador judicial, suspensão temporária de execuções e inclusão de dívidas trabalhistas. Exige aprovação em assembleia de credores e maior transparência.

Em contrapartida, oferece proteção mais ampla e estrutura mais robusta para reorganização do passivo, sendo indicada para situações mais complexas.

“A recuperação deve ser utilizada em momentos e aspectos específicos que precisam ser avaliados caso a caso. Se usada corretamente, com profissional técnico especializado, pode trazer enormes benefícios e evitar que a empresa quebre”, complementa Denis Barroso.

CRISE COMEÇA NA GESTÃO, NÃO NO JURÍDICO

Especialistas são unânimes ao afirmar que a origem da crise raramente é jurídica. Na maioria dos casos, ela começa na gestão e se agrava pela falta de reação no tempo adequado.

Segundo Benito Pedro Vieira Santos, CEO do Grupo Avante Assessoria, a recuperação é o estágio final de um processo de deterioração que se inicia quando a empresa perde a capacidade de leitura do próprio negócio.

“Ela ocorre quando o caixa deixa de ser gerido com precisão, as margens se comprimem sem reação proporcional, o ciclo financeiro se alonga e o endividamento cresce mais rápido que a geração operacional. Nesse momento, a tomada de decisão passa a ser reativa”, explica.

Ele destaca falhas de governança como fator crítico. “É comum encontrar empresas sem orçamento confiável, sem indicadores

consistentes e sem política clara de priorização de pagamentos. Nesse estágio, o problema deixa de ser apenas financeiro e passa a ser também de comando e execução.”

SINAIS DE ALERTA E O CUSTO DA INÉRCIA

Antes da recuperação, surgem sinais claros de deterioração. O principal é a perda de previsibilidade de caixa, com dependência crescente de capital caro.

“Quando a empresa precisa renegociar passivos de forma recorrente apenas para manter a rotina funcionando, isso já indica que a crise pode estar deixando de ser conjuntural para se tornar estrutural”, afirma Benito.

Outros sinais incluem piora das margens, dificuldade de geração de caixa, pressão de fornecedores e atrasos recorrentes. “A diferença entre uma crise administrável e uma crise estrutural está na capacidade de reagir a tempo. Quando a empresa posterga decisões duras, ela transforma um desequilíbrio pontual em fragilidade permanente”, reforça.



Denis Barroso Alberto
Sócio do Barroso Advogados Associados

ESTRATÉGIA, COMUNICAÇÃO E NEGOCIAÇÃO

Em cenários críticos, o alinhamento entre estratégia, comunicação e negociação é decisivo. “A estratégia define o que é viável. A comunicação sustenta a credibilidade. E a negociação cria espaço para execução. Quando esses três vetores não estão alinhados, a empresa perde força na mesa com credores”, explica Benito.

A estratégia deve ser baseada em dados e clareza operacional. A comunicação precisa ser transparente: “Excesso de otimismo gera desconfiança, mas silêncio ou mensagens contraditórias agravam o problema”, afirma. A negociação depende de consistência. “Credores aceitam alongamentos quando percebem racional econômico e capacidade de execução.”

Nem todo processo de recuperação resulta em reestruturação efetiva. Muitas empresas apenas aliviam o curto prazo sem resolver causas estruturais.

“A diferença central está em enfrentar a origem do problema, e não apenas seus efeitos”, afirma Benito. Uma reestruturação bem-sucedida exige diagnóstico realista, plano exequível e governança. “Sem isso, a recuperação vira apenas uma moratória formal.”

TENDÊNCIA PARA 2026

Com juros elevados e crédito restrito, a tendência é de aumento das reestruturações em 2026. Empresas mais alavancadas enfrentam vencimentos relevantes. “O impacto foi muito grande para empresas que já enfrentavam dificuldades antes da pandemia e também para aquelas que recorreram a crédito mais caro”, afirma Benito Pedro.

Para Denis Barroso, o cenário exige mudança de postura. “As empresas precisam reavaliar sua estrutura organizacional e considerar alternativas como reestruturação interna, negociação com credores e recuperação judicial.”

A escolha entre recuperação judicial e extrajudicial deve ser estratégica, refletindo nível de organização e governança. Empresas que monitoram caixa e mantêm diálogo com credores tendem a ter mais alternativas. A principal lição é que a crise não começa no jurídico, mas na gestão.

Quando bem conduzida, a recuperação pode representar recomeço estruturado. Quando mal executada, pode acelerar um desfecho já em curso. A diferença está no timing, na estratégia e na execução. ■

avanteadm.com.br /Avante Assessoria Empresarial
baa.adv.br / Barroso Advogados Associados



Benito Pedro Vieira Santos
CEO do Grupo Avante Assessoria



ALIMENTAÇÃO CORPORATIVA É ESTRATÉGIA

Produtividade não começa na mesa de reunião.
Começa na rotina.

Gestão alimentar eficiente gera:

- Mais performance
- Menos desperdício
- Previsibilidade operacional
- Bem-estar e engajamento

Empresas que entendem isso transformam um custo em **vantagem competitiva.**

A Cilien Alimentação Corporativa une **gestão, qualidade e eficiência** para resultados consistentes.



ACESSE
NOSSO SITE

SIGA NOSSAS REDES



@cilienalimentacao



LEI DO BEM E PREJUÍZO FISCAL ENTRAM EM FASE DE MAIOR RIGOR E EXIGEM REVISÃO ESTRATÉGICA DAS EMPRESAS



O ambiente tributário brasileiro iniciou 2026 sob um duplo movimento que amplia a insegurança jurídica e exige maior sofisticação na gestão corporativa. De um lado, cresce o escrutínio do Tribunal de Contas da União sobre a governança e a efetividade dos incentivos à inovação previstos na Lei do Bem. De outro, restrições recentes no uso de prejuízo fiscal em transações tributárias alteram o planejamento financeiro de empresas que buscam equacionar passivos com a União.

Esse cenário combina revisão de benefícios, maior rigor técnico e mudanças interpretativas que impactam diretamente decisões estratégicas. Mais do que cumprir regras, empresas passam a operar em um ambiente no qual a previsibilidade diminui e o risco de questionamentos aumenta.

LEI DO BEM ENTRA EM NOVA FASE DE RIGOR

A atuação mais incisiva de órgãos de controle sobre os incentivos à inovação marca uma mudança de paradigma na Lei do Bem. Segundo Sidirley Fabiani, CEO da Gestiona e pesquisador da FEA-USP, o modelo anterior abriu espaço para inconsistências que agora passam a ser mais observadas sob a ótica de governança e efetividade do gasto público.

“Estamos vivendo uma transição de paradigma. O modelo anterior, baseado em uma confiança por vezes sem lastro probatório, gerava um risco fiscal bilionário. Hoje, o que se exige é rastreabilidade, governança e consistência de dados”, afirma.

“ESTAMOS VIVENDO UMA TRANSIÇÃO DE PARADIGMA.”

Na prática, isso significa que não basta desenvolver inovação. É necessário comprovar tecnicamente todo o processo, com documentação robusta e aderência estrita aos critérios legais de pesquisa e desenvolvimento.

O fluxo de análise, que envolve empresas, o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação e a Receita Federal do Brasil, tornou-se um ponto sensível. Isso porque o benefício é usufruído antecipadamente, enquanto a validação pode ocorrer anos depois. “O grande risco está no descompasso entre a narrativa técnica e o enquadramento fiscal. Se não houver consistência, a conta chega no futuro”, alerta Fabiani.

RISCO RETROATIVO E PASSIVOS OCULTOS

Um dos pontos mais sensíveis para as empresas é a possibilidade de revisão retroativa dos incentivos. Mesmo projetos já validados podem ser questionados dentro do prazo legal.

“A aprovação técnica não elimina, por si só, a possibilidade de revisão fiscal. Ela é relevante do ponto de vista técnico, mas não impede a atuação fiscalizatória da Receita Federal”, afirma Fabiani.

Esse risco tem levado empresas a revisarem suas práticas e a adotarem uma postura mais preventiva, com foco em governança e documentação desde o início dos projetos. Segundo ele, a principal falha está na forma como muitos projetos são estruturados. “O erro mais comum é confundir operação com inovação. Melhorias incrementais ou atividades rotineiras são apresentadas como P&D, sem demonstrar incerteza tecnológica ou avanço real de conhecimento.”

Para se enquadrar na Lei do Bem, o projeto precisa evidenciar risco técnico, esforço sistemático e possibilidade real de sucesso. “Não se trata apenas do resultado final, mas do processo de construção do conhecimento”, reforça.



Sidirley Fabiani
CEO da Gestiona

DOCUMENTAÇÃO VIRA ATIVO ESTRATÉGICO

Nesse novo contexto, a documentação deixa de ser uma obrigação acessória e passa a ser um ativo estratégico. Empresas que estruturam relatórios técnicos, registros e evidências em tempo real reduzem riscos e ganham eficiência na gestão da inovação.

“A documentação é a apólice de seguro do benefício fiscal. Ela garante não apenas conformidade, mas também preserva o valor do investimento realizado”, afirma Fabiani. A recomendação é que as empresas adotem desde o início uma abordagem integrada, baseada em três pilares: jurídico, técnico e probatório.

PREJUÍZO FISCAL SOB NOVA LÓGICA

Se no campo da inovação o desafio está na comprovação técnica, na esfera tributária o ponto de atenção recai sobre o uso de créditos fiscais em negociações com o governo. De acordo com Lucas Barducco, sócio do Machado Nunes Advogados, a mudança de entendimento institucional alterou significativamente a dinâmica das transações tributárias.

“O uso de prejuízo fiscal passou a ser tratado como um instrumento de abatimento condicionado, e não como meio de pagamento equivalente. Isso limita o alcance das negociações e reduz a flexibilidade das empresas”, explica Barducco.

A Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional passou a adotar uma postura mais conservadora, restringindo acordos em que a soma de descontos e utilização desses créditos ultrapasse 65% da dívida total. Antes, havia maior margem para uso desses ativos fiscais após a aplicação de descontos sobre multas e juros.

Além disso, permanece a chamada “trava de 30%”, que limita a compensação de prejuízos ao percentual do lucro real em cada período, o que já restringe naturalmente o uso desses créditos.

IMPACTO DIRETO NO CAIXA E NA VIABILIDADE DAS TRANSAÇÕES

Para empresas com grande volume de prejuízo acumulado, a mudança tem impacto direto na estratégia financeira. Créditos que antes eram considerados instrumentos relevantes para equacionar passivos passam a ter uso mais restrito.

“ESTAMOS ENTRANDO EM UMA ERA EM QUE A DESCRIÇÃO GENÉRICA NÃO É MAIS ACEITA.”

“Quando a empresa perde a capacidade de utilizar esses créditos como planejado, ela precisa recorrer a soluções com desembolso financeiro, o que pressiona o caixa e pode inviabilizar a própria transação”, afirma Barducco.

Isso ocorre em um contexto de crédito caro, o que torna a decisão ainda mais sensível. Além disso, as regras variam conforme o tipo de transação, aumentando a complexidade do planejamento.

MAIS FISCALIZAÇÃO E MENOS MARGEM PARA ERRO

O endurecimento do ambiente tributário não é pontual. Ele reflete uma tendência mais ampla de maior controle sobre benefícios fiscais e maior eficiência na fiscalização, impulsionada pelo uso de tecnologia e cruzamento de dados.

A atuação sobre a Lei do Bem e as mudanças nas transações tributárias caminham na mesma direção: reduzir riscos fiscais para o Estado e aumentar a conformidade das empresas.

“Estamos entrando em uma era em que a descrição genérica não é mais aceita. A fiscalização está mais sofisticada e as auditorias retroativas tendem a crescer”, afirma Fabiani.

PLANEJAMENTO INTEGRADO E VISÃO DE LONGO PRAZO

Diante desse cenário, o planejamento empresarial precisa evoluir. A recomendação dos especialistas é integrar as áreas técnica, jurídica e financeira e trabalhar com múltiplos cenários.

No caso da Lei do Bem, isso significa estruturar projetos com rigor desde a origem, garantindo alinhamento técnico e documentação consistente. Já no campo tributário, exige diversificar estratégias e não depender exclusivamente do uso de prejuízo fiscal para regularização de passivos. “A empresa precisa mapear seus créditos, entender suas limitações e avaliar alternativas como parcelamentos, transações específicas e outros instrumentos disponíveis”, explica Barducco.

A combinação entre revisão de incentivos e restrições fiscais coloca a gestão no centro das decisões. Não se trata mais apenas de aproveitar benefícios, mas de gerir riscos de forma ativa.

Ao mesmo tempo, a possibilidade de judicialização permanece, embora com incertezas, já que o Judiciário tende a respeitar a discricionariedade da administração pública em temas de transação tributária. Nesse contexto, a escolha de parceiros especializados também ganha relevância. “Não é uma decisão baseada apenas em custo. É uma decisão de gestão de risco”, afirma Fabiani.

O que se desenha para 2026 é um ambiente de maior rigor, menor tolerância a inconsistências e crescente exigência por governança. Para as empresas, a principal mudança é a mentalidade. Incentivos fiscais e instrumentos de regularização continuam disponíveis, mas exigem preparo técnico, disciplina e capacidade de execução. A segurança jurídica, cada vez mais, deixa de ser um pressuposto e passa a ser uma construção contínua. ■

gestiona.com.br/ Gestiona

machadonunes.com.br/ Machado Nunes Advogados



Lucas Barducco
Sócio do Machado Nunes Advogados

PASSIVO TRABALHISTA OCULTO

O risco silencioso que nasce na gestão e impacta o caixa

Em um cenário de pressão por custos, produtividade e retenção de talentos, um risco silencioso cresce dentro das empresas: o passivo trabalhista oculto. Ele não aparece nos relatórios, mas se acumula na operação e pode gerar impactos relevantes no caixa.

“O passivo trabalhista oculto é o risco que a empresa já criou, mas ainda não percebeu. Ele não está no balanço, mas acontece todos os dias na rotina”, afirma Mourival Boaventura Ribeiro, sócio fundador do Boaventura Ribeiro Advogados.

Segundo ele, o problema nasce na gestão. Falhas como controle inadequado de jornada, desalinhamento de funções, metas mal estruturadas e acordos informais formam um passivo que cresce de forma silenciosa. “Ele se forma de maneira silenciosa e acumulativa. Quando aparece, já vem estruturado, com impacto financeiro relevante”, explica.

FALHAS DE GESTÃO QUE VIRAM PROCESSOS

Na prática, ações trabalhistas costumam ser consequência direta da operação. Jornada descontrolada, ausência de pausas, metas agressivas, comissões pouco claras e desligamentos mal conduzidos estão entre os principais gatilhos.



Mourival Ribeiro
Sócio fundador da Boaventura Ribeiro Advogados



“As ações trabalhistas raramente começam no Judiciário. Elas começam na má gestão”, afirma. Outro ponto crítico é a incoerência entre discurso e prática, que aumenta a exposição jurídica das empresas.

NR 1 AMPLIA RISCOS E EXIGE COMPROVAÇÃO

A atualização da NR-1 incluiu os riscos psicossociais na gestão de saúde e segurança, como estresse, sobrecarga e assédio, trazendo impacto direto para as empresas. “O ambiente emocional passa a integrar formalmente a gestão de riscos. A ausência de controle pode caracterizar falha organizacional”, explica Mourival.

Além disso, não basta adotar medidas, é preciso comprovar. “Empresas que não estruturam e registram essa gestão aumentam sua exposição. As que antecipam esses riscos operam com mais segurança”, diz.

A liderança é apontada como o principal ponto de formação, ou redução, do passivo trabalhista. Gestores despreparados podem gerar evidências que sustentam ações futuras.



O EPICENTRO DO PASSIVO ESTÁ NA LIDERANÇA. GESTORES MAL PREPARADOS CRIAM PROVAS CONTRA A PRÓPRIA EMPRESA TODOS OS DIAS.



“O epicentro do passivo está na liderança. Gestores mal preparados criam provas contra a própria empresa todos os dias”, afirma. Para ele, o comportamento pesa mais do que documentos formais. “No fim, não é o contrato que define o risco. É o comportamento”, resume.

DA POLÍTICA AO DIA A DIA

Embora muitas empresas tenham políticas internas, a falha está na execução. Documentos sem prática não reduzem risco. “Política interna não é documento para arquivo. É ferramenta de proteção e precisa funcionar no dia a dia”, afirma.

Segundo o especialista, empresas mais estruturadas atuam em três frentes: mapeamento de riscos, treinamento contínuo de lideranças e monitoramento da execução. Ele cita a Confirp Contabilidade como exemplo de organização que revisou processos e reduziu contingências trabalhistas.

SINAIS APARECEM ANTES DO PROBLEMA

O passivo trabalhista costuma dar sinais antes de se tornar um processo. Entre eles estão aumento de turnover, afastamentos por saúde mental, excesso de horas extras, conflitos recorrentes e reclamações internas. Há ainda um alerta para a informalidade. “Quando decisões deixam de ser registradas e passam a depender de acordos informais, o passivo já está em formação”, alerta o especialista.

O passivo trabalhista oculto deixa de ser apenas um problema jurídico e passa a ser um tema de gestão e estratégia. “O passivo trabalhista não é surpresa. É gestão”, afirma. Empresas que atuam de forma preventiva ganham previsibilidade e reduzem riscos. “Quando o problema chega ao Judiciário, ele já não é mais jurídico. É financeiro”, conclui Mourival Boaventura. ■

boaventuraribeiro.com.br / Boaventura Ribeiro

Soluções Completas para a Conformidade com a NR-01

Somos **especialistas** em **saúde mental corporativa** com mais de **16 anos de experiência**.

Nosso **objetivo** é ajudar **empresas** a criarem ambientes mais **saudáveis, humanos e produtivos**.

Nossas soluções:

- 1 Palestras Presenciais e Online
- 2 Avaliação Psicossocial
- 3 Mentoria para Líderes e Times
- 4 Psiquiatria e Psicologia (Online e Presencial)
- 5 Programas de Saúde Mental

Contato:

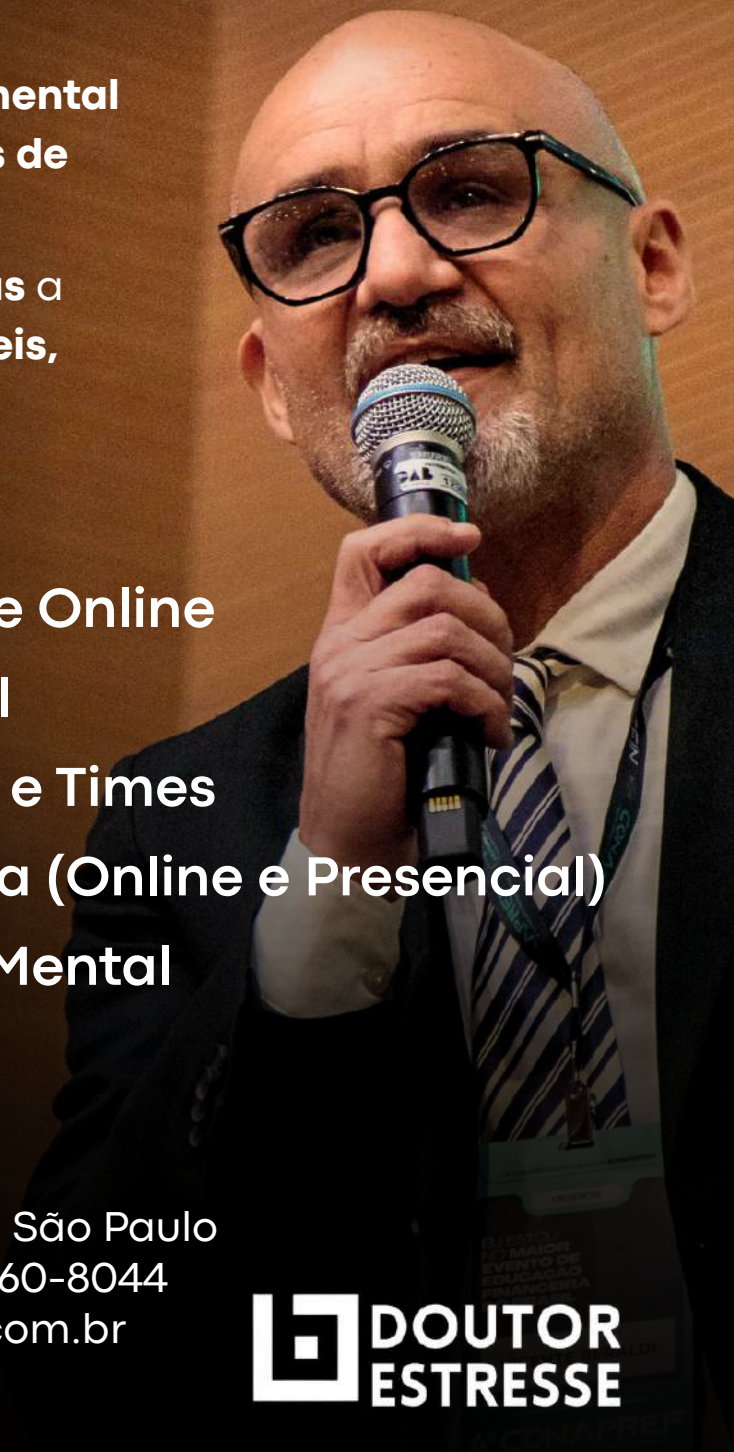
Site: www.doutorestresse.com.br

End: Av. Irai, 143, Sala 112, Moema, São Paulo

Telefone: (11) 96495-9292 / (11) 99360-8044

Email: contato@doutorestresse.com.br

Instagram: @doutor.estresse



“DUPES” DESAFIAM MARCAS E ACENDEM ALERTA JURÍDICO

Inspiração ou concorrência desleal?

A popularização dos chamados “dupes” vem redesenhando o debate sobre propriedade industrial no Brasil e no mundo. Impulsionados pelo crescimento do e-commerce, pelas redes sociais e pela busca por alternativas mais acessíveis, esses produtos — que reproduzem características de itens originais — ganharam escala e passaram a ocupar espaço relevante no mercado.

O fenômeno levanta uma questão central para empresas e gestores: até que ponto a inspiração é legítima e quando passa a configurar violação de direitos? Para Rosa Maria Sborgia, advogada especializada em Propriedade Intelectual - Marcas e Patentes, o enquadramento jurídico é mais claro do que parece. “Um produto que se aproveita de características visuais, conceituais ou sensoriais de outro já consolidado no mercado é, na prática, uma imitação. E isso pode configurar violação à propriedade industrial”, afirma.

“**HOJE HÁ UMA VERDADEIRA VITRINE DE PRODUTOS APRESENTADOS COMO EQUIVALENTES AOS ORIGINAIS, MUITAS VEZES COM VALIDAÇÃO DE INFLUENCIADORES.**”

O QUE SÃO, DE FATO, OS “DUPES”

Embora o mercado use termos como “inspiração”, “genérico” ou “alternativa”, os dupes são produtos que replicam elementos de marcas consolidadas, como design, embalagem, fragrância ou identidade visual.

Essa aproximação busca capturar a percepção de valor construída pelas marcas originais ao longo do tempo. “O dupe se aproveita da credibilidade e da boa imagem de um produto já conhecido. Mesmo sem usar a marca diretamente, ele pode induzir o consumidor à associação”, explica Rosa.

O avanço dos dupes ganhou força na pandemia, com a expansão do e-commerce e dos canais digitais. Mais recentemente, fatores como Inteligência Artificial, influenciadores digitais e pressão por preços mais acessíveis reforçaram essa tendência.

“As redes sociais ampliaram esse movimento. Hoje há uma verdadeira vitrine de produtos apresentados como equivalentes aos originais, muitas vezes com validação de influenciadores”, afirma a especialista. O aumento do preço de produtos premium também contribuiu para a expansão desse mercado.

IMPACTO DIRETO SOBRE MARCAS E NEGÓCIOS

Para as empresas detentoras das marcas originais, os efeitos são concretos: desvio de clientela, queda de vendas e diluição de valor de marca. “Estamos falando de concorrência desleal. Há um aproveitamento parasitário de todo o investimento feito pela empresa original em desenvolvimento, branding e relacionamento com o consumidor”, destaca Rosa.

Segundo ela, mesmo sem cópia direta da marca, o uso de elementos reconhecíveis já pode caracterizar infração. “O simples fato de um produto remeter a outro, seja pelo design ou por características sensoriais, pode confundir o consumidor e gerar vantagem indevida.”

REAÇÃO JURÍDICA E NECESSIDADE DE PROTEÇÃO

Diante desse cenário, cresce a atuação das empresas com medidas administrativas e judiciais contra imitações. No Brasil, a proteção depende do registro de ativos como



Rosa Maria Sborgia
Advogada especializada em Propriedade Intelectual - Marcas e Patentes

marcas, patentes e desenhos industriais no Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Esses registros garantem exclusividade e sustentam ações contra infratores.

“Sem a proteção adequada, a empresa perde força na defesa. O registro é o que assegura a anterioridade e o direito de exploração exclusiva”, explica Rosa.

GOVERNANÇA E MONITORAMENTO COMO ESTRATÉGIA

Mais do que reagir, as empresas precisam adotar postura preventiva, com monitoramento constante do mercado e resposta rápida a possíveis infrações. “A recomendação é manter políticas estruturadas de proteção da propriedade industrial e contar com assessoria especializada. Erros na condução de processos podem enfraquecer a defesa e até comprometer a marca”, alerta.

Há também o aspecto reputacional: a banalização do termo “dupe” pode normalizar práticas juridicamente irregulares. “Não se pode valorizar um termo que, na essência, representa imitação. Isso enfraquece o reconhecimento do esforço criativo e do investimento das empresas”, afirma.

O crescimento dos dupes revela uma tensão de mercado: de um lado, a busca por alternativas mais acessíveis; de outro, o risco de ultrapassar limites legais e comprometer a sustentabilidade dos negócios.

Para gestores, o tema envolve estratégia, compliance e proteção de ativos. No cenário atual, a conclusão é direta: inovar segue sendo o principal diferencial competitivo. Imitar, por outro lado, pode gerar custos altos — jurídicos e reputacionais. ■

bicudo.com.br / Bicudo Sborgia Propriedade Intelectual

GEOPOLÍTICA, PETRÓLEO E CÂMBIO

Lições para empresas expostas à volatilidade internacional

A intensificação de conflitos geopolíticos, especialmente no Oriente Médio, voltou a pressionar variáveis críticas da economia global no primeiro trimestre de 2026. O petróleo oscilou com força, o dólar se valorizou frente a moedas emergentes e, no Brasil, os efeitos já aparecem na inflação, no custo operacional das empresas e nas decisões de investimento.

Para organizações expostas ao comércio exterior ou a cadeias dolarizadas, o cenário reforça a necessidade de uma gestão financeira mais estruturada, com foco em previsibilidade e mitigação de riscos.

\$ O EFEITO DOMINÓ DOS CONFLITOS

Regiões produtoras de energia têm impacto direto no mercado global. O Oriente Médio concentra rotas estratégicas como o Estreito de Ormuz, responsável por cerca de 20% do fluxo mundial de petróleo e gás. Qualquer tensão eleva o prêmio de risco e pressiona o preço do barril.

Ao mesmo tempo, cresce a aversão ao risco, levando investidores a ativos seguros como o dólar. O resultado é a valorização da moeda americana e a desvalorização de moedas emergentes.

“Quando tensões militares se intensificam, o mercado precifica o risco de interrupção no fornecimento de energia, elevando o petróleo. Ao mesmo tempo, há migração para ativos seguros, o que fortalece o dólar”, explica Erika Bachiega, fundadora da Lumen Finance.

\$ INFLAÇÃO E EFEITO CASCATA

A combinação de petróleo caro e dólar alto impacta diretamente a inflação brasileira por meio do pass-through cambial. O efeito mais imediato ocorre nos combustíveis, mas se espalha por toda a economia.

“O aumento do diesel gera um efeito cascata, elevando o custo do transporte e pressionando preços de alimentos, bens industriais e serviços”, afirma Erika. Isso leva à perda de poder de compra e à manutenção de juros elevados por mais tempo, afetando consumo e investimentos.

\$ SETORES MAIS EXPOSTOS

Empresas com descasamento entre receitas e custos são as mais vulneráveis, especialmente aquelas que compram em dólar e vendem em real. Indústrias dependentes de insumos importados, varejo e setor aéreo estão entre as mais impactadas.

“Mais do que o câmbio em si, o que define o impacto é a estrutura financeira da empresa. O desalinhamento entre receitas e custos aumenta a vulnerabilidade”, destaca.

Por outro lado, exportadores tendem a se beneficiar, ampliando margens com a valorização da moeda estrangeira.

Nesse contexto, o hedge cambial se consolida como ferramenta essencial. Na prática, funciona como um seguro financeiro que permite travar a cotação futura, garantindo previsibilidade. “O hedge protege margens e dá estabilidade ao fluxo de caixa, permitindo decisões mais seguras”, explica Erika. Entre os principais instrumentos estão trava de câmbio, NDF e contratos futuros, amplamente utilizados por empresas com exposição internacional.

\$ PMES ENTRAM NO JOGO

Antes restrito a grandes companhias, o hedge passou a fazer parte também da realidade de empresas de médio porte. “Hoje, não é mais uma questão de porte, mas de competitividade. As empresas precisam se proteger”, afirma. O avanço de soluções financeiras e maior acesso ao mercado contribuíram para essa mudança.

Apesar dos benefícios, o uso inadequado pode gerar riscos. Um erro comum é transformar hedge em especulação. “O objetivo não é prever o mercado, mas garantir previsibilidade”, alerta.

A frequência de choques geopolíticos tem aumentado, indicando um cenário global mais instável e estruturalmente volátil. Para empresas, isso exige uma mudança de postura: deixar de reagir e passar a se preparar.

Empresas que estruturam uma gestão ativa de risco conseguem transformar volatilidade em vantagem competitiva. “Com previsibilidade de custos, é possível manter investimentos e até ganhar mercado enquanto concorrentes recuam”, conclui Erika Bachiega.



Erika Bachiega
Fundadora da Lumen Finance



Em um ambiente cada vez mais incerto, antecipar riscos e estruturar respostas financeiras sólidas deixou de ser diferencial e passou a ser condição para crescer com consistência. ■

lumenfinance.com.br / Lumen Finance



40
anos
Confirp

CONFIRP 40 ANOS

**FAZER PARTE
MUDA A HISTÓRIA**

QUATRO DÉCADAS DE MUDANÇAS. UMA MESMA CONVICÇÃO.

Poucas empresas conseguem atravessar quatro décadas mantendo sua relevância. Menos ainda conseguem fazer isso em um país que, no mesmo período, passou por transformações tão profundas quanto o Brasil.

Desde 1986, empresários brasileiros aprenderam a conviver com hiperinflação, sucessivos planos econômicos, estabilização da moeda, abertura de mercado, globalização, crescimento da carga tributária, digitalização dos negócios, internet, pandemia, computação em nuvem, Inteligência Artificial e uma velocidade de mudanças que redefiniu completamente a forma de empreender.

Cada uma dessas fases exigiu das empresas muito mais do que capacidade técnica. Exigiu adaptação, visão estratégica e coragem para mudar. Foi nesse ambiente que a Confirp Contabilidade construiu sua trajetória.

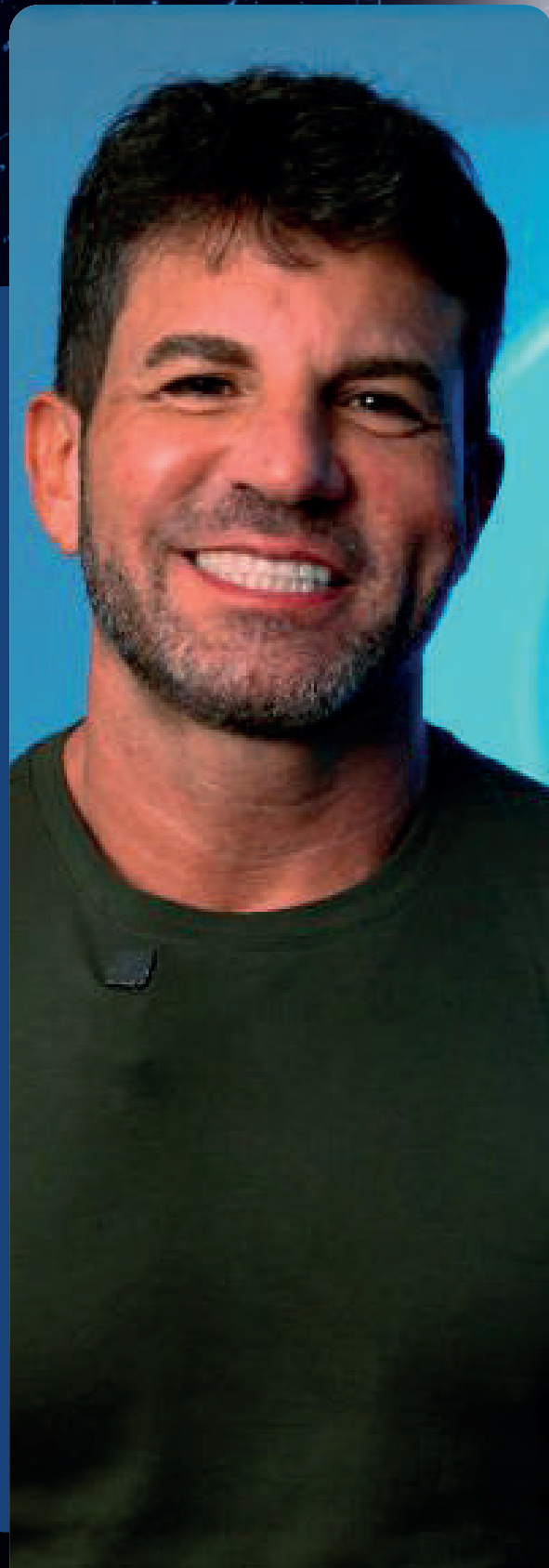
Ao longo de quarenta anos, a empresa não apenas acompanhou essas transformações. Ajudou milhares de empresários a atravessá-las com mais segurança, organização e inteligência de gestão. Mais do que cumprir obrigações fiscais, contábeis e trabalhistas, tornou-se uma parceira na tomada de decisões, antecipando tendências e contribuindo para o crescimento de organizações dos mais diversos segmentos da economia.

Essa talvez seja a verdadeira dimensão de sua história. Muito além da longevidade de uma empresa, a Confirp representa a capacidade de evoluir continuamente sem abrir mão da essência que esteve presente desde sua fundação: acreditar que a contabilidade pode ser uma ferramenta de desenvolvimento empresarial e não apenas uma obrigação burocrática.

Essa visão começou a ganhar forma em 1º de julho de 1986, quando Reinaldo Domingos decidiu criar uma empresa diferente do padrão predominante no mercado contábil brasileiro.

Enquanto grande parte dos escritórios concentrava seus esforços na execução de rotinas fiscais e contábeis, ele enxergava uma oportunidade maior: construir uma organização capaz de orientar empresários, compreender seus desafios e participar efetivamente da evolução de seus negócios.

A proposta era ousada para a época. Em um período em que a figura do contador ainda estava fortemente associada ao cumprimento de exigências legais, a Confirp nascia para atuar como uma empresa próxima de seus clientes, oferecendo relacionamento, orientação e visão de futuro.



Richard Domingos
Diretor Executivo da Confirp Contabilidade

"O sonho sempre foi construir uma empresa sólida, inovadora e preparada para crescer. A Confirp nasceu da inovação e foi se fortalecendo com a profissionalização da gestão. Isso me deu segurança para expandir meus horizontes, sabendo que a empresa estava preparada para continuar evoluindo", resume Reinaldo Domingos, presidente da empresa.

Mas transformar essa visão em uma organização preparada para atravessar décadas exigia muito mais do que espírito empreendedor.

Exigia estrutura.

Exigia processos.

Exigia tecnologia.

Exigia pessoas capacitadas.

E, principalmente, exigia a capacidade de mudar continuamente sem perder aquilo que fazia a empresa ser diferente. Essa nova etapa ganhou força quando Richard Domingos, diretor executivo, passou a dividir essa construção.

Ao assumir a liderança da gestão operacional e, posteriormente, da direção executiva da empresa, Richard conduziu um amplo processo de profissionalização que transformou a Confirp em uma organização preparada para crescer de forma estruturada.

Sob sua liderança foram implantados processos de gestão, investimentos em tecnologia, certificações de qualidade, desenvolvimento de softwares próprios, novos modelos de atendimento e uma cultura organizacional baseada em inovação permanente.

Mais do que responder às mudanças do mercado, a Confirp passou a antecipá-las. Antes de a contabilidade consultiva se tornar tendência, a empresa já investia em relacionamento próximo com seus clientes.

Antes da digitalização se consolidar no setor, desenvolvia plataformas próprias para integrar informações e facilitar o acesso aos dados contábeis. Antes da Inteligência Artificial ocupar espaço nas empresas, investia em automação, robotização e desenvolvimento tecnológico.

E antes que cultura organizacional se transformasse em um dos temas centrais da gestão moderna, já apostava na formação de lideranças e na valorização das pessoas.

Ao longo de quatro décadas, diferentes gerações de profissionais, clientes e parceiros ajudaram a construir uma organização que cresceu preservando aquilo que sempre considerou seu maior patrimônio: as pessoas.

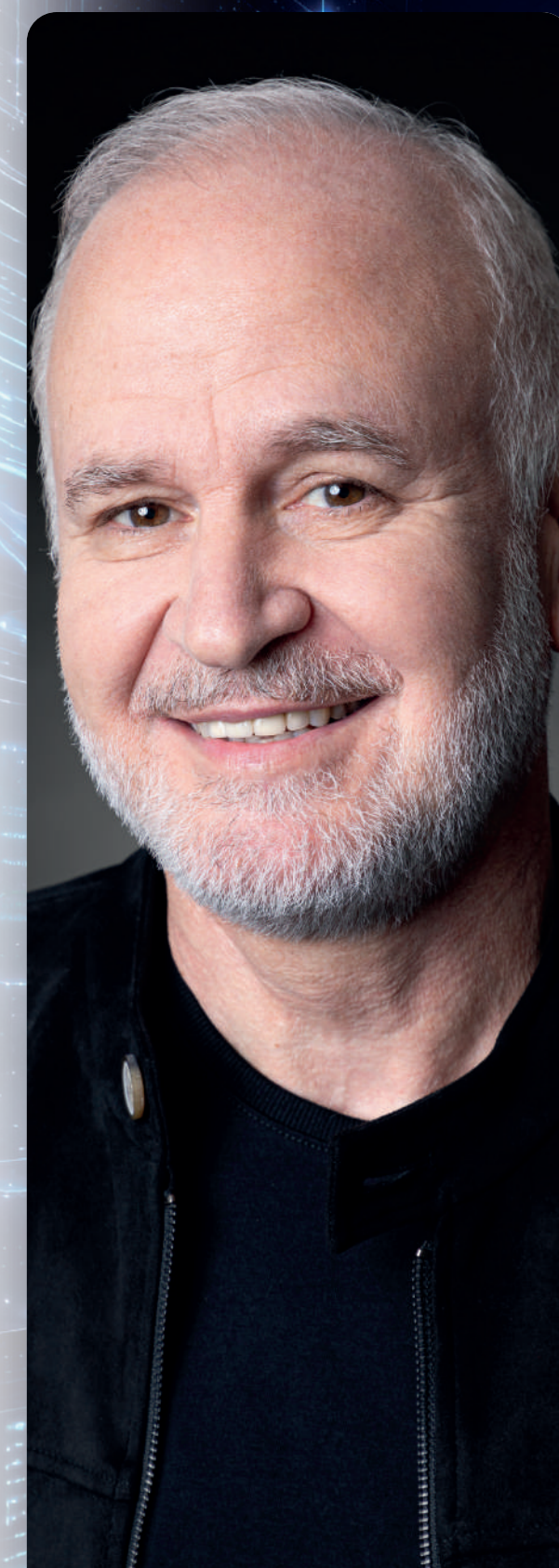
Porque a história da Confirp nunca foi apenas a história de uma empresa, mas sim a história de empresários que encontraram segurança para expandir seus negócios.

De profissionais que construíram carreiras ao longo de décadas, clientes que transformaram desafios em oportunidades e de um time que escolheu acreditar que a contabilidade poderia ocupar um papel muito maior no desenvolvimento das empresas brasileiras.

Essa combinação entre visão empreendedora, inovação, gestão, tecnologia e confiança explica os primeiros 40 anos da Confirp.

E prepara o caminho para os próximos.

“O SONHO SEMPRE FOI CONSTRUIR UMA EMPRESA SÓLIDA, INOVADORA E PREPARADA PARA CRESCER.”



Reinaldo Domingos
Presidente da DSOP Educação Financeira e da ABEFIN

A HISTÓRIA DE UMA EMPRESA REPLETA DE SONHOS, DESAFIOS E SUPERAÇÃO!

Toda empresa possui uma história. Poucas conseguem transformá-la em uma sequência contínua de reinvenções.

Ao olhar para os últimos 40 anos da economia brasileira, percebe-se que praticamente nenhum dos desafios enfrentados pelas empresas permaneceu o mesmo. Mudaram as regras tributárias, as tecnologias, os modelos de gestão, o comportamento dos consumidores, as formas de comunicação e até mesmo o papel da contabilidade dentro das organizações.

Em cada uma dessas mudanças, a Confirp escolheu um caminho que se tornaria uma de suas principais características: adaptar-se antes que o mercado exigisse.

Essa capacidade de antecipação explica por que a empresa atravessou diferentes ciclos econômicos mantendo crescimento consistente e consolidando sua posição entre as maiores empresas de contabilidade do país.



1997
Primeira
sede

UM SONHO AUDACIOSO

A Confirp nasceu pequena, mas com uma ambição pouco comum para seu tempo. Tudo começou quando Reinaldo Domingos decidiu deixar a segurança do trabalho no Banco Itaú para assumir um desafio próprio. Com apenas cinco clientes, instalou-se em uma pequena sala comercial na região do Jabaquara e iniciou uma trajetória que seria marcada pela inquietação empreendedora.

O próprio nome da empresa já revelava seus valores: Confirp surgiu da união entre Contabilidade, Fiscal, Responsabilidade e Pontualidade.

Desde o início, o objetivo era claro: oferecer um serviço diferente daquele praticado pela maior parte do mercado.

Enquanto muitos escritórios eram estruturados em torno da figura do contador técnico, a Confirp nascia com um perfil empresarial. Reinaldo nunca se enxergou apenas como um especialista em legislação, pois sua verdadeira vocação sempre esteve voltada para relacionamento, inovação e expansão.

Essa característica permitiu um crescimento acelerado. À medida que novos clientes chegavam, novas pessoas eram contratadas e a estrutura aumentava. A empresa crescia impulsionada pela visão comercial de seu fundador, mas enfrentava um desafio comum às organizações em expansão: transformar crescimento em gestão.

O ponto negativo é que, como todo empreendedor, Reinaldo precisava de executivos do seu lado pra substituí-lo. Vendia muito, mas não conseguia entregar, pois o time era insuficiente.

Em 1996 a tecnologia ainda era muito precária, nem internet existia, o atendimento era destinado para cobrir 276 clientes.

Após diversos problemas de gestão e operação com o antigo sócio, a empresa entrou em um verdadeiro colapso técnico.

Confirp

1986
Primeiro
logo

RECONSTRUÇÃO, PROFISSIONALIZAÇÃO E RESILIÊNCIA

Toda grande empresa passa por momentos decisivos, e a Confirp precisava de novas ideias para reconstruir diante dessa falência técnica. Para a empresa, esse ponto de inflexão aconteceu em 1997. Foi quando Richard Domingos, com uma breve passagem entre 1992 e 1994, retornou à organização, agora participando do quadro societário, com a missão de conduzir um amplo processo de reorganização administrativa, operacional e tecnológica.

2001
Nova
fachada



Mais do que corrigir problemas, era necessário preparar a empresa para crescer de forma sustentável e esse crescimento começou pelas pessoas.

Ainda em 1997 foi realizado o DDM, o Desafio das Mudanças, um encontro que reuniu todos os colaboradores para discutir cultura organizacional, integração e desenvolvimento. Mais do que um evento corporativo, aquele final de semana marcou o início de uma nova forma de pensar a empresa.

Vieram então investimentos pesados em infraestrutura tecnológica, reorganização física, implantação de controles internos, treinamento permanente e criação de processos de gestão.

Em pouco tempo, a Confirp passou por uma verdadeira transformação. Em 1999 inaugurou sua nova sede na Rua Alba, símbolo da nova fase vivida pela empresa, acompanhada também por um processo de modernização de sua identidade visual. Foi realizado o primeiro rebranding, com uma nova marca que mudou completamente a inicialmente criada pelo fundador, uma modernização alinhada com o momento vivido pela empresa.

No ano seguinte conquistou a certificação ISO 9001, tornando-se uma das pioneiras do setor contábil brasileiro a certificar seus processos de qualidade.

Ao mesmo tempo, surgia outro diferencial competitivo. Enquanto o mercado ainda enxergava tecnologia apenas como ferramenta de apoio, a Confirp começou a desenvolver soluções próprias.

Nascia o CONTADOR24HORAS, uma plataforma inovadora que permitia aos clientes acessar informações financeiras pela internet em tempo integral, conceito extremamente avançado para o início dos anos 2000.



1999
Segundo
logo

A proposta foi encarada como uma ameaça para os contadores e pelo CRC. Encontrando assim grande resistência em um mercado ainda pouco preparado para a transformação digital.

Não restou alternativa para os irmãos senão cindir as operações físicas das duas empresas, e o CONTADOR24HORAS mudou-se primeiramente para um escritório na Conceição e na sequência para o bairro da Mooca. Foi neste momento que os irmãos tiveram que se dividir e assim ficar. Reinaldo ficou responsável de tocar esse projeto e Richard assumiria definitivamente toda direção da Confirp.

Para sobreviver, o projeto evoluiu, foi reposicionado e acabou dando origem ao Financeiro24Horas, com o foco deslocado de contabilidade para finanças. Destino ou não, foi aí que Reinaldo Domingos descobriu sua verdadeira vocação e paixão pela Educação Financeira. Anos seguintes, fundou a maior empresa de Educação Financeira do país, a DSOP.

Com a experiência de ter desenvolvido Software CONTADOR24HORAS não foi difícil iniciar o desenvolvimento de outras aplicações. Já em dezembro entrou em produção o primeiro software de gestão de operações, chamado Manager, que passou a permitir o controle de obrigações acessórias e obrigações contratuais de clientes na Confirp, assim como a gestão de processos societários e logística de expedição existente naquela época. Iniciando uma tradição que acompanharia a empresa pelas décadas seguintes: desenvolver tecnologia própria para resolver problemas reais da operação.

Em 2002, outro marco reforçou essa cultura. Nascia o Programa de Melhoria Contínua (PMC), iniciativa que estimulava colaboradores a participarem ativamente da evolução da empresa, compartilhando ganhos de produtividade e resultados.

TECNOLOGIA COMO ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO

Mais do que uma reorganização administrativa, aquele período consolidou um novo modelo de gestão baseado em processos, qualidade, inovação e valorização das pessoas.

Com a estrutura reorganizada, a Confirp passou a enfrentar um novo desafio: crescer preservando qualidade e atendimento personalizado. A resposta veio por meio da especialização. Em 2003 foram criadas as divisões de Insourcing e Outsourcing, permitindo oferecer soluções diferentes para empresas com necessidades distintas.

A segmentação abriu caminho para atender organizações de maior porte sem perder proximidade com clientes menores. Ao mesmo tempo, a tecnologia ganhava protagonismo.

Novos sistemas próprios passaram a integrar controles administrativos, financeiros e operacionais, ampliando produtividade e reduzindo retrabalho.

Mas uma transformação em especial mudaria a forma de relacionamento com os clientes. Em 2007 entrou em operação o Cliente Online, plataforma que substituiu gradativamente a troca física de documentos por um ambiente digital seguro.

Muito antes de a digitalização se tornar padrão no mercado, a Confirp já entregava informações eletronicamente, organizava documentos em ambiente virtual e estabelecia novos canais de comunicação com seus clientes.

Naquele mesmo período, a empresa passou por um novo processo de reposicionamento de marca, refletindo uma organização cada vez mais moderna, assim em 2007 a Confirp passa pelo segundo rebranding, atualizando sua marca e comunicação em harmonia com as tendências da época.

Com o aumento das obrigações tributárias impostas pelo governo, outro movimento estratégico foi realizado. Criou-se uma área especializada em Serviços Especiais para centralizar a entrega de obrigações acessórias, aumentando escala, produtividade e qualidade.

Era mais um exemplo de como a empresa respondia às mudanças legais utilizando gestão e inovação.



2007
Terceiro
logo

SEDIMENTAÇÃO E A NOVA SEGMENTAÇÃO OPERACIONAL

Chegar aos mil clientes representava muito mais do que crescimento comercial. Exigia uma estrutura de governança capaz de garantir continuidade. Foi com esse objetivo que nasceu o programa Partnership. Ao abrir espaço para que executivos se tornassem sócios da empresa, a Confirp fortaleceu sua cultura de liderança compartilhada e criou um modelo voltado à perpetuidade do negócio.

A empresa deixava definitivamente de depender de seus sócios patrimoniais para consolidar uma gestão profissional. Ao mesmo

tempo, outro desafio surgia. O crescimento da carteira de clientes exigia novas formas de atendimento.

Em 2016 foi criada a estrutura Small Business, reunindo profissionais das áreas contábil, fiscal e trabalhista em equipes integradas para atender empresas de menor porte.

A iniciativa aproximou ainda mais a empresa de seus clientes, reduziu ruídos na comunicação e preparou o caminho para um modelo que, anos depois, seria ampliado para toda a organização.



AUTOMAÇÃO, DIGITALIZAÇÃO E ATENDIMENTO

Enquanto grande parte das empresas ainda discutia transformação digital, a Confirp já executava esse movimento.

Em 2017 nasceu a área de Engenharia, Automação e Robotização (EAR), dedicada exclusivamente ao desenvolvimento de soluções para automatizar processos internos.

No ano seguinte, a empresa realizou uma das decisões mais ousadas de sua história. Toda a operação passou por um processo acelerado de digitalização. Papéis desapareceram das mesas, impressoras foram praticamente eliminadas, processos físicos deram lugar a fluxos digitais e a logística tradicional deixou de existir.

Essa mudança representou ganhos significativos de produtividade, sustentabilidade e organização. Mais uma vez, a empresa antecipava um movimento que se tornaria padrão anos depois.

Com o forte crescimento da Confirp os desafios passaram a ser maiores. O cliente passou a ter a percepção de que a Confirp era muito grande para ele, sem uma referência, um ponto focal para que ele fosse atendido, como acontece com pequenos escritórios. Para enfrentar essa dor, a resposta foi imediata: em 2019, foi criada a Gerência de Relacionamento Exclusivo, estabelecendo um ponto focal para cada cliente e fortalecendo o atendimento personalizado. A empresa demonstrava que tecnologia só faz sentido quando aproxima pessoas.

PANDEMIA: QUANDO A PREPARAÇÃO FEZ TODA A DIFERENÇA

A pandemia da Covid-19 transformou completamente a rotina das empresas. Para milhares de organizações, a migração para o trabalho remoto aconteceu de forma improvisada.

Na Confirp, a realidade foi diferente. Os investimentos realizados ao longo da década anterior em digitalização, plataformas próprias, automação e processos permitiram que praticamente toda a operação migrasse para o home office mantendo continuidade dos serviços.

O período trouxe enormes desafios, como mudanças legislativas diárias, novas obrigações, além da necessidade de orientar clientes em um cenário de extrema insegurança.

Mais uma vez, a empresa assumiu um papel que ia muito além da execução técnica. Tornou-se fonte de informação, orientação e segurança para empresários que precisavam tomar decisões em um dos momentos mais difíceis da história recente.



RESET NO SEGMENTO DE CONTABILIDADE NOVA CARA, NOVA PLATAFORMA, NOVA MANEIRA DE PENSAR

Se a pandemia acelerou a transformação digital, também alterou definitivamente o mercado contábil. Ferramentas tecnológicas passaram a ser amplamente disponíveis, com custos infinitamente menores, reduzindo um diferencial competitivo que durante muitos anos pertenceu a poucas empresas.

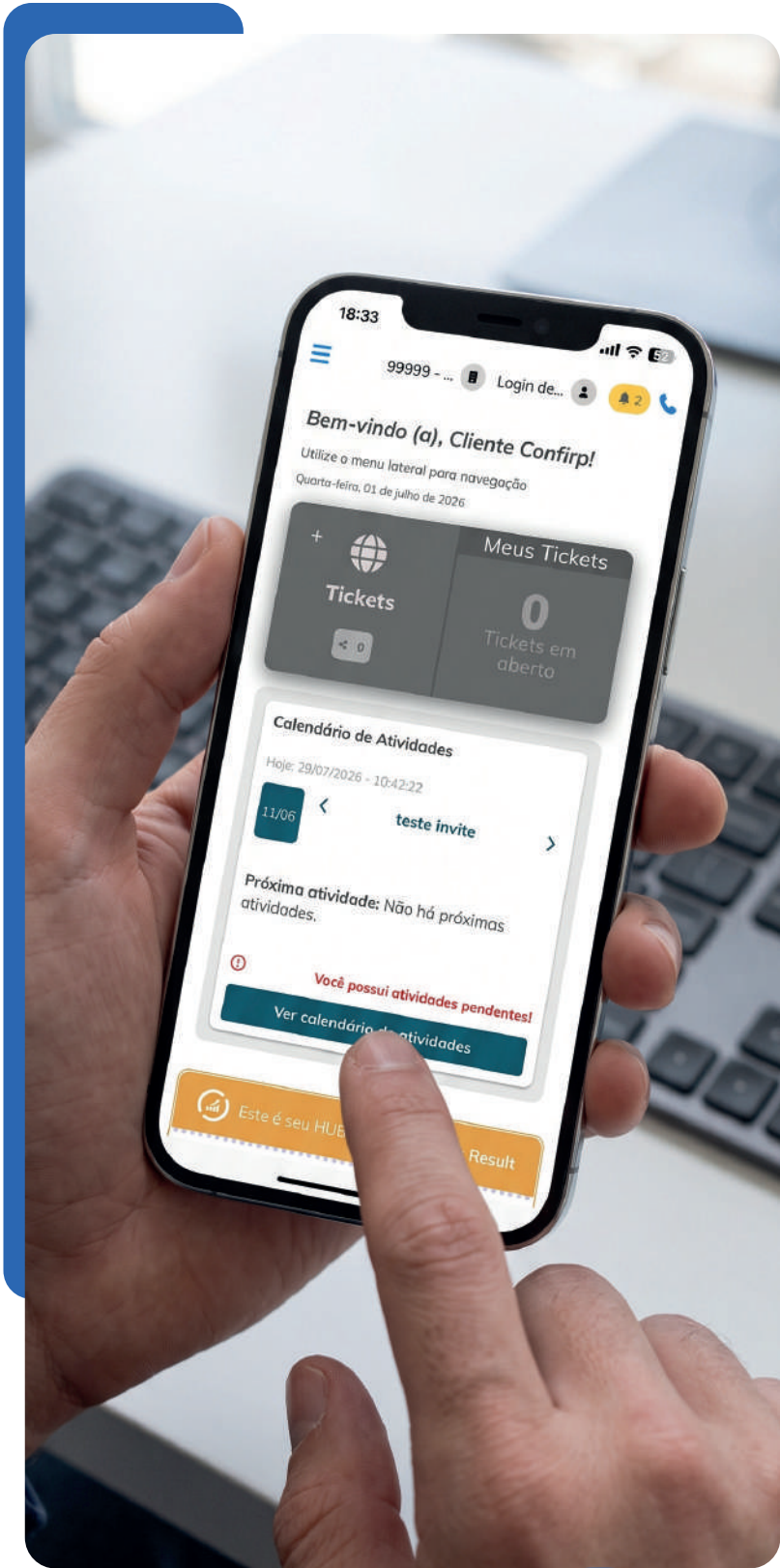
Observando esse movimento de mercado, a Confirp recalculou a rota: ao invés de desenvolver coisas que já existiam no mercado de forma mais acessível, a empresa passou a consumir sistemas acoplados a suas aplicações, direcionando os esforços para gerar um cross selling nesse ambiente. Assim, o Cliente Online evoluiu para a plataforma Confirp Digital, concebida como um verdadeiro ecossistema de serviços integrados.

Vieram novos módulos, CRM próprio, Societário Digital, Comercial Digital, Imposto de Renda Digital e diversas soluções voltadas para automação, gestão e relacionamento.

Para acompanhar esse novo momento, em 2022, passa por um novo rebranding (o terceiro), reforçando o posicionamento que iria orientar a empresa nos anos seguintes: "Uma empresa de tecnologia que também faz contabilidade."



2022
Quarto
logo



ENFRENTANDO O DESAFIO DE TER O ATENDIMENTO PRESTADO POR UM PEQUENO ESCRITÓRIO COM A SEGURANÇA DE UMA GRANDE EMPRESA

O crescimento trouxe novos desafios de relacionamento. Com aproximadamente 1.500 clientes e mais de 300 colaboradores, tornou-se necessário criar um modelo que preservasse a proximidade de um pequeno escritório sem abrir mão da estrutura de uma grande organização.

Foi assim que nasceram os HUBs de atendimento (Canais). Organizados por perfis de clientes e especialidades, os HUBs passaram a integrar profissionais contábeis, fiscais e trabalhistas em equipes multidisciplinares, lideradas por executivos de contas que se tornaram o principal ponto de contato dos clientes.

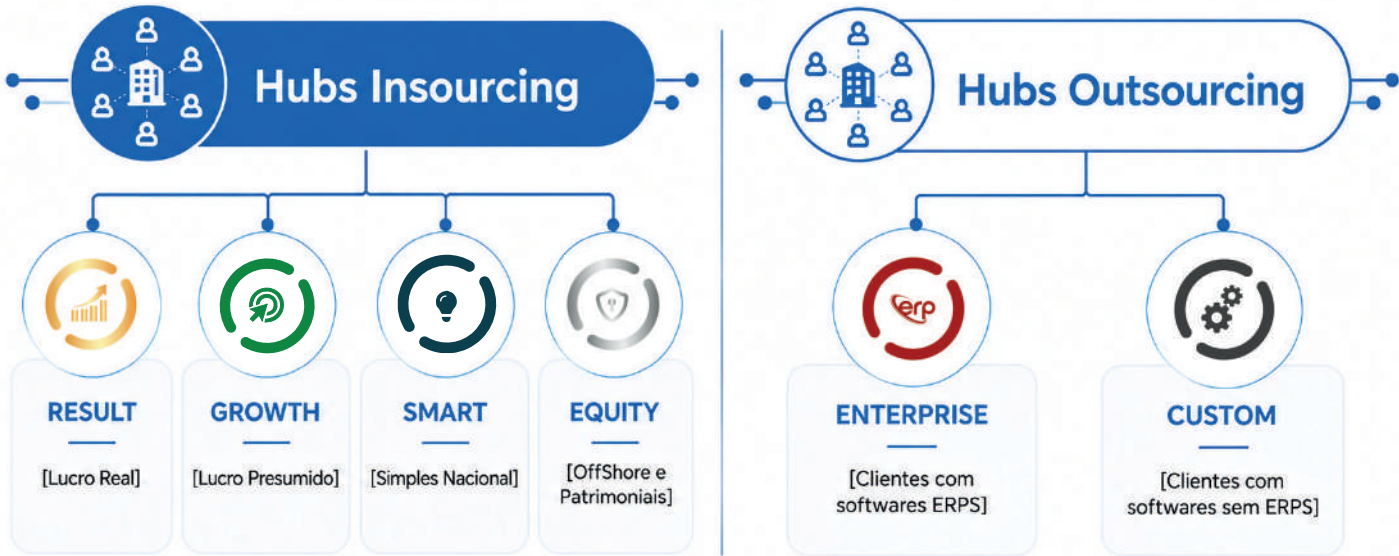
Ao mesmo tempo, a plataforma Confirp Digital consolidou diversos sistemas em um único ambiente, ampliando eficiência operacional e experiência do usuário.

Em 2025, novos módulos foram incorporados para atender às profundas mudanças provocadas pelas alterações significativas advindas da legislação tributária, incluindo soluções específicas para distribuição de lucros, gestão contratual e análise de rentabilidade.

Ao completar quatro décadas de história, a Confirp chega a um novo momento muito diferente daquela pequena empresa criada em 1986, mas fiel ao mesmo princípio que sempre guiou sua trajetória.

Transformar mudanças em oportunidades, antecipar o futuro e principalmente demonstrar que a contabilidade pode ser um instrumento estratégico para o crescimento das empresas.

Essa capacidade de reinvenção explica por que a história da Confirp não pode ser contada apenas por datas. Ela é contada pelas transformações que ajudou a construir.



PESSOAS
POR TRÁS
DA HISTÓRIA

QUANDO UMA TRANSFORMA ELA TAMBÉM

EMPRESA CARREIRAS, TRANSFORMA VIDAS



Ao longo de 40 anos, a Confirp cresceu, incorporou novas tecnologias, ampliou sua estrutura e se consolidou como uma das principais empresas de contabilidade do país.

Mas nenhuma dessas conquistas explica, por si só, a identidade construída pela organização.

Existe um patrimônio que não aparece em balanços financeiros, não pode ser medido por indicadores de desempenho e tampouco é refletido em certificações ou ativos tecnológicos.

São as pessoas.

Em um mercado conhecido pela intensa rotatividade de profissionais, a Confirp construiu uma cultura baseada em confiança, desenvolvimento e relações de longo prazo. Não por acaso, boa parte de seus líderes iniciou a carreira na própria empresa e acompanhou as diferentes fases de crescimento da organização.

Mais do que um local de trabalho, a Confirp tornou-se espaço de aprendizado, de construção de carreiras e, muitas vezes, de realização de projetos de vida.

Essa talvez seja uma das maiores conquistas da empresa em seus primeiros 40 anos. Importante entender que todos os colaboradores da Confirp, independente de posição e cargo são fundamentais na construção dessa história. Não sendo possível falar de cada pessoa, simbolicamente, selecionamos alguns que de uma forma ou de outra representam a essência da empresa.

CRESCER JUNTOS

Ao observar a trajetória dos profissionais que ajudaram a construir a Confirp, uma característica chama atenção. Quase todos utilizam a palavra "oportunidade" para definir sua história.

Foi assim para Rogério Sudré. Ao ingressar na empresa como estagiário da área de Qualidade, em 2001, ele buscava apenas iniciar sua carreira. Duas décadas depois, tornou-se diretor Administrativo e Financeiro e um dos associados da organização. Sudré participou ativamente da consolidação de todo o sistema de qualidade da Confirp e da profissionalização das áreas de recursos humanos, infraestrutura e segurança.

Mais do que a evolução profissional, Sudré destaca o impacto que a empresa teve em sua vida.

"Tudo o que me tornei como profissional e como pessoa foi profundamente influenciado pela Confirp. Aqui fiz amigos, construí minha família, criei meus filhos e tive oportunidades que mudaram minha vida. Minha gratidão é imensa."

Uma percepção semelhante é compartilhada por Vagner Lima. Hoje diretor comercial, ele iniciou sua trajetória como estagiário, com uma primeira passagem, retornou anos depois trazendo novas experiências de mercado e encontrou na empresa espaço para crescer novamente. Com sua bagagem técnica, foi determinante para desenvolvimento dos segmentos de Outsourcing e Insourcing, assim como a remodelagem da área Engenharia, Automação e Robotização e Comercial.

"A Confirp foi a grande escola da minha carreira. Aqui aprendi muito mais do que contabilidade. Desenvolvi visão de negócios, profissionalismo e confiança para assumir novos desafios."

As histórias mostram que a empresa nunca enxergou seus colaboradores apenas como executores de processos. Sempre investiu na formação de pessoas capazes de assumir novos desafios.

“A CONFIRP FOI A GRANDE ESCOLA DA MINHA CARREIRA. AQUI APRENDI MUITO MAIS DO QUE CONTABILIDADE. DESENVOLVI VISÃO DE NEGÓCIOS, PROFISSIONALISMO E CONFIANÇA PARA ASSUMIR NOVOS DESAFIOS. ”



CONSTRUINDO E DISSEMINANDO CONHECIMENTOS

A empresa necessitava também de um pilar técnico, e esse é o caso de Welinton Mota. Há mais de 20 anos na organização, passando pela gerência fiscal e tributária, sua contribuição para a Confirp se percebe na robustez técnica que a empresa adquiriu ao longo do tempo. Quando o tema é legislação, Mota traduz como ninguém sua aplicação e impactos, tanto para colaboradores quanto para clientes, em forma de palestras, treinamentos e informativos.

Hoje, como diretor Tributário, resume sua trajetória de forma simples.

"Dediquei praticamente toda a minha vida profissional à Confirp. É um trabalho desafiador, que me permitiu crescer junto com a empresa e compartilhar conhecimento com muitas pessoas."

“DEDIQUEI PRATICAMENTE TODA A MINHA VIDA PROFISSIONAL À CONFIRP. É UM TRABALHO DESAFIADOR, QUE ME PERMITIU CRESCER JUNTO COM A EMPRESA E COMPARTILHAR CONHECIMENTO COM MUITAS PESSOAS. ”



A GARRA E DETERMINAÇÃO EM FORMA DE GENTE

Ao longo das últimas décadas, muitos profissionais construíram toda a sua carreira dentro da empresa, encontrando na Confirp espaço para crescer e assumir novos desafios.

Essa trajetória também define a história de Lucélia Silva. Após mais de duas décadas de atuação, iniciou sua carreira na Confirp como assistente societária e hoje está posição de diretora de Insourcing e associada da empresa.

Durante esse período, participou da estruturação e expansão das áreas

operacionais e técnicas da Confirp, contribuindo para transformar desafios operacionais em processos cada vez mais eficientes. Sua atuação sempre foi marcada pela disciplina, foco e determinação, características que ajudaram a fortalecer um dos principais diferenciais da Confirp na prestação de serviços.

"A Confirp sempre foi minha segunda casa. Aqui construí minha carreira, desenvolvi lideranças, fiz amizades e tive oportunidades que marcaram minha vida."

“A CONFIRP SEMPRE FOI MINHA SEGUNDA CASA. AQUI CONSTRUÍ MINHA CARREIRA, DESENVOLVI LIDERANÇAS, FIZ AMIZADES E TIVE OPORTUNIDADES QUE MARCARAM MINHA VIDA. ”



LIDERANDO PESSOAS E RESULTADOS

“A EMPRESA SEMPRE ACREDITOU NAS PESSOAS. RECEBI ESPAÇO PARA MOSTRAR MINHAS CAPACIDADES, ASSUMIR RESPONSABILIDADES. ”



A história de Carlos Júnior na Confirp é marcada pela capacidade de desenvolver equipes e transformar conhecimento técnico em resultados para clientes e colaboradores. Sua trajetória não foi diferente dos demais diretores: iniciou como analista contábil e hoje está cadeira de diretor de Outsourcing, sendo um dos principais responsáveis pela consolidação desse segmento, conduzindo operações complexas, sem perder de vista o relacionamento próximo com as pessoas.

Ao olhar para sua trajetória, Carlos destaca que seu crescimento foi resultado da confiança recebida ao longo dos anos.

"A empresa sempre acreditou nas pessoas. Recebi espaço para mostrar minhas capacidades, assumir responsabilidades e crescer profissionalmente."

HISTÓRIAS QUE ATRAVESSAM GERAÇÕES

Algumas contribuições são percebidas pela dedicação silenciosa de profissionais que acompanharam diferentes momentos da empresa.

É o caso de Dora da Silva. Há duas décadas atuando na área financeira, tornou-se uma das pessoas de maior confiança dentro da organização. Sua história representa o valor que a Confirp sempre atribuiu às relações construídas com responsabilidade e credibilidade.

Outro exemplo é Amadeu Matiello, executivo de contas que acompanha a empresa há mais de três décadas. Ao falar sobre sua permanência na organização, costuma destacar exatamente os princípios que inspiraram o nome da empresa: confiança, fidelidade, responsabilidade e pontualidade.

Valores que continuam presentes na rotina da organização. A trajetória de Joyce Juarez, também com mais de trinta anos na empresa, simboliza essa relação de longo prazo. Enquanto acompanhava a evolução da Confirp, viu sua própria família crescer.

Costuma dizer que seus filhos cresceram junto com a empresa e que espera, um dia, apresentar esse ambiente também aos netos. Histórias como essa demonstram que, em muitos casos, o vínculo com a empresa ultrapassa a dimensão profissional.

CADA PESSOA AJUDA A CONSTRUIR UMA HISTÓRIA MAIOR



Algumas trajetórias simbolizam oportunidades de transformação. Esdon Mirares chegou à Confirp em 1997 como office-boy. Ao longo dos anos acompanhou a modernização da empresa, a chegada das novas tecnologias e a evolução dos processos internos. Hoje olha para trás com orgulho da carreira construída.

Da mesma forma, Antônio da Silva, conhecido por todos como Zezinho, iniciou sua relação com a empresa prestando serviços terceirizados e passou a integrar definitivamente a equipe. Responsável pela manutenção e infraestrutura, costuma associar suas conquistas pessoais ao ambiente que encontrou na Confirp. Foi ali que construiu estabilidade, realizou sonhos e desenvolveu sua trajetória profissional.

Outra história marcante é a de Sheila Rosecler. Ela ingressou na empresa para atuar em um dos projetos tecnológicos mais inovadores de sua época, o CONTADOR24HORAS. O tempo passou e ela se encontrou em novas oportunidades, tornando-se uma das principais referências na área da Qualidade, ajudando a consolidar processos que permanecem até hoje.

São histórias diferentes. Funções diferentes. Momentos diferentes. Mas todas revelam uma mesma característica. Poderíamos contar centenas de histórias por muito tempo, mas certamente essas pessoas representam todo o time da Confirp Contabilidade.

CLIENTES E PARCEIROS

HISTÓRIAS CONSTRUÍDAS PELA CONFIANÇA. O CLIENTE É A RAZÃO DA NOSSA EXISTÊNCIA

Toda empresa possui um propósito que orienta suas decisões ao longo do tempo. Na Confirp, esse propósito sempre esteve claro: contribuir para o crescimento dos clientes.

Desde sua fundação, em 1986, a empresa acreditou que a contabilidade poderia exercer um papel muito maior do que atender obrigações fiscais, tributárias e trabalhistas. Poderia oferecer segurança para a tomada de decisões, apoiar empresários nos momentos de expansão, orientar em períodos de incerteza e participar ativamente da construção de negócios mais sólidos.

Essa visão fez com que a relação entre a Confirp e seus clientes fosse construída de maneira diferente. Ao longo de quatro décadas, milhares de empresas foram atendidas pela organização. Algumas chegaram ainda pequenas e acompanharam seu próprio crescimento ao lado da Confirp. Outras encontraram na Confirp

o suporte necessário para enfrentar processos de expansão, sucessão familiar, reorganizações societárias, mudanças tributárias e inúmeras transformações que marcaram o ambiente empresarial brasileiro.

Mais do que contratos, foram construídas relações de confiança e essa proximidade sempre fez parte da cultura da empresa.

Conhecer a realidade de cada cliente, compreender seus desafios e participar de suas conquistas tornou-se uma característica que atravessou gerações de colaboradores e continua sendo um dos maiores diferenciais da Confirp.

Ao olhar para sua história, percebe-se que muitos clientes permaneceram ao lado da empresa durante décadas. Outros cresceram, diversificaram seus negócios e ampliaram suas operações, mantendo a Confirp como parceira em cada nova etapa.



Reinaldo Domingos e Dona Branca

Essa permanência não acontece por acaso. Ela é resultado de um relacionamento construído diariamente, baseado em competência técnica, transparência, disponibilidade e, principalmente, confiança.

Entre essas histórias é impossível deixar de falar do literalmente cliente número "um", Coberturas Santo Amaro, representada por Fernando Luís Bessa, atual gestor, que acompanha a Confirp desde o primeiro ano de fundação, quando tinha como gestora a saudosa Dona Branca, com quem Reinaldo fazia questão de se reunir quase que mensalmente.

Para Fernando, a empresa sempre foi muito mais do que um escritório de contabilidade.

"Ao longo de nossa trajetória sempre encontramos na Confirp profissionais preparados para orientar nossas decisões. A confiança construída durante todos esses anos faz com que a empresa participe das principais decisões do nosso negócio."

Na Maurano Metais, essa parceria também foi consolidada ao longo do tempo. Uma história que surgiu por indicação, principal fonte histórica de novos clientes da empresa, e que rapidamente passou a envolver muito mais do que atividades contábeis. Segundo Alexandre Maurano, CEO da Maurano, a Confirp atua como uma fonte permanente de inteligência para o negócio.

"Eles não entregam apenas números. Eles trazem visão. A Confirp nos mantém atualizados sobre o mercado, sobre mudanças como a reforma tributária e nos ajuda a tomar decisões com mais segurança."

Ele conta sobre a força da parceria:

"A Confirp acompanhou nossa evolução em diferentes momentos. Sempre encontramos uma equipe comprometida em entender nossas necessidades e apresentar soluções para cada novo desafio."



José Carlos Semenzato

Por outro lado, a Confirp atrai a confiança de novos clientes, aqui representado por José Carlos Semenzato, fundador da SMZTO, Grupo de Investimentos em Franquias. Ele destaca um aspecto que considera essencial em qualquer relação empresarial duradoura: a confiança.

Ao longo de sua trajetória como empreendedor e investidor, encontrou na Confirp um parceiro capaz de compreender a dinâmica dos negócios e oferecer segurança para decisões estratégicas.

"Empresas crescem quando contam com parceiros que entendem seus desafios. Essa sempre foi uma característica da Confirp: estar próxima dos clientes, compreender cada momento e oferecer soluções com responsabilidade."

Esses depoimentos representam centenas de outras histórias construídas ao longo de 40 anos. Empresas de diferentes portes, segmentos e regiões encontraram na Confirp muito mais do que uma prestadora de serviços.

PARCEIROS PARA TODA A VIDA

Assim como acontece com seus clientes, a história da Confirp também foi construída ao lado de parceiros que compartilharam os mesmos valores e acreditaram em um crescimento baseado na colaboração.

Diferentes empresas contribuíram para essa trajetória, participando de projetos importantes, compartilhando conhecimento e ajudando a fortalecer uma rede de relacionamentos que ultrapassa os limites de uma relação comercial.

Mais do que fornecedores ou empresas parceiras, essas organizações tornaram-se parte da própria história da Confirp. O grande exemplo é a Associação Grupo Alliance, grupo de indicações seguras, que teve entre seus



Rosa Sborgia

criadores a Confirp e a Bicudo Marcas e Patentes, representada por Rosa Maria Sbórgia. Grupo que hoje movimenta milhões em indicações anualmente. Thais Ribeiro Schwartz, atual presidente, acompanha essa trajetória há muitos anos e destaca justamente a construção dessa relação baseada na confiança.

"Nossa parceria sempre foi construída com transparência, respeito e comprometimento. Ao longo do tempo percebemos que crescemos juntos, compartilhando desafios e celebrando conquistas."



Thais Ribeiro Schwartz

Na Machado Nunes Advogados, empresa que atua na área de direito tributário, a percepção é semelhante. Ao acompanhar a evolução da Confirp, observou uma empresa que soube se transformar sem perder seus princípios.

"O mercado mudou profundamente e com a parceira com a Confirp, por meio de indicações e eventos, conseguimos crescer e oferecer diferenciais ao mercado. Essa capacidade de inovar preservando seus valores explica por que tantas relações se mantêm por tanto tempo", explica Renato Nunes, sócio do escritório

Também a ALFA, consultoria SAP, ERP, BPM e IA, seu sócio Fábio Rogério, enxerga essa parceria como consequência de uma convivência



Renato Nunes

construída diariamente. Mais do que projetos realizados em conjunto, destacam a confiança desenvolvida entre as equipes.

"Quando existe respeito e confiança, as relações deixam de ser apenas comerciais. Tornam-se verdadeiras parcerias, capazes de atravessar diferentes momentos e continuar gerando resultados para todos."

Ao reunir histórias como essas, torna-se evidente que a trajetória da Confirp nunca foi construída de forma isolada. Cada cliente, parceiro, fornecedor, colaborador e admirador, ajudou a escrever um capítulo dessa história.



Fábio Rogério

O FUTURO COMEÇA AGORA

OS PRIMEIROS 40 ANOS FORAM APENAS O INÍCIO



Ao longo desta reportagem, revisitamos uma história construída por pessoas que acreditaram que a contabilidade poderia ocupar um papel muito maior no desenvolvimento das empresas brasileiras.

Uma história iniciada em 1986, quando a Confirp nasceu com o propósito de oferecer mais do que serviços contábeis. Desde o primeiro dia, o objetivo foi construir uma organização capaz de orientar empresários, criar relações de confiança e contribuir para o crescimento sustentável de seus clientes.

Quarenta anos depois, muita coisa mudou. Mudaram as leis. Mudaram as tecnologias. Mudou a economia. Mudou a forma de empreender. Mudou o próprio papel da contabilidade.

Mas existe algo que permaneceu exatamente igual. A capacidade da Confirp de evoluir antes que o mercado exigisse. Essa talvez seja a principal razão pela qual a empresa chega aos seus 40 anos olhando para frente, e não para trás.

Enquanto muitas organizações comemoram sua história como um ponto de chegada, a Confirp enxerga este momento como o início de um novo ciclo.

Os próximos anos prometem transformar profundamente a maneira como as empresas serão administradas.

A Reforma Tributária mudará a lógica do sistema tributário brasileiro. A Inteligência Artificial deixará de ser uma tendência para se tornar parte da rotina das organizações.

A automação assumirá atividades operacionais. O uso estratégico de dados redefinirá processos de gestão. Novos modelos de relacionamento surgirão entre empresas, clientes e fornecedores.

Nesse novo cenário, a pergunta deixa de ser como fazer contabilidade e passa a ser como utilizar a contabilidade para gerar inteligência, competitividade e crescimento

É justamente essa reflexão que orienta o futuro da Confirp. Mais do que acompanhar essas transformações, a empresa pretende continuar participando da construção delas.

O FUTURO SERÁ CONSTRUÍDO POR TECNOLOGIA, MAS SERÁ CONDUZIDO POR PESSOAS

Quando a Confirp começou sua trajetória, computadores ainda eram uma realidade distante para boa parte das empresas brasileiras. Hoje, Inteligência Artificial, automação e análise de dados já fazem parte do cotidiano dos negócios.

A velocidade dessa transformação continuará aumentando. Por isso, preparar a empresa para os próximos anos significa investir continuamente em inovação.

Para André Bonetti, diretor de tecnologia, a transformação digital está apenas começando.

"A Inteligência Artificial mudará profundamente a forma como produzimos informações, analisamos dados e nos relacionamos com nossos clientes. Nosso papel será utilizar essas tecnologias para simplificar processos e ampliar a capacidade de tomada de decisão dos empresários."

Essa visão é compartilhada por Marcos Martins, diretor de Engenharia, Automação e Robotização (EAR), área criada justamente para antecipar esse movimento.

"Sempre acreditamos que a tecnologia deveria eliminar tarefas repetitivas para permitir que nossos profissionais dediquem mais tempo ao que realmente gera valor: entender os negócios dos clientes e ajudá-los a tomar melhores decisões."

Para Julio Cesar, diretor de Infraestrutura, esse futuro dependerá de ambientes cada vez mais conectados, seguros e preparados para suportar novas plataformas.

"A infraestrutura deixou de ser apenas suporte tecnológico. Ela passou a ser um dos pilares da inovação. Quanto mais integrada for nossa operação, maior será nossa capacidade de entregar experiências cada vez melhores aos clientes."

Essas iniciativas fazem parte de um planejamento muito maior. Um projeto que prepara a Confirp para uma nova geração de serviços contábeis.

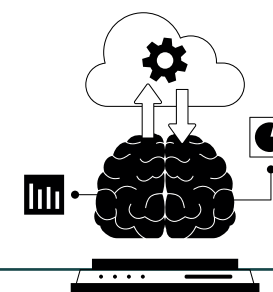
DADOS E INTELIGÊNCIA COM PROXIMIDADE

Durante décadas, o contador foi reconhecido principalmente pelo domínio da legislação.

Nos próximos anos, esse conhecimento continuará sendo indispensável, mas isso já não será suficiente. O mercado exige cada vez mais profissionais capazes de interpretar informações, identificar oportunidades e apoiar decisões estratégicas.

A evolução também passa pela experiência do cliente. Para Fabiano Giusti, gerente de Customer Success, o desafio será combinar eficiência tecnológica com relacionamento humano. "Quanto mais simples e automatizados forem os processos, mais tempo teremos para ouvir nossos clientes, compreender seus desafios e construir soluções em conjunto. Esse continuará sendo nosso maior diferencial."

Na Confirp, inovação nunca significou afastamento. Sempre significou proximidade.



EMPRESAS DO FUTURO SERÃO FEITAS DE PESSOAS PREPARADAS

Toda revolução tecnológica gera uma pergunta inevitável. Qual será o papel das pessoas? Na Confirp, a resposta permanece a mesma desde sua fundação.

As pessoas continuarão sendo o principal patrimônio da empresa. Segundo Simoni Vaz, gerente de Recursos Humanos, o conhecimento será o grande diferencial competitivo dos próximos anos.

"As ferramentas mudam rapidamente. O que realmente faz diferença são pessoas preparadas para aprender continuamente, trabalhar de forma colaborativa e transformar conhecimento em resultado para nossos clientes", explica Simoni.

Cada uma dessas visões aponta para a mesma direção. A tecnologia continuará evoluindo, mas serão as pessoas que darão significado a essa evolução.



Marcos Martins

André Bonetti

Júlio Rodrigues



UMA EMPRESA DE TECNOLOGIA QUE TAMBÉM FAZ CONTABILIDADE!

Ao longo desta revista, diferentes capítulos mostraram que inovação sempre esteve presente na história da Confirp.

Ela apareceu quando a empresa investiu em certificações de qualidade, criou plataformas digitais, desenvolveu sistemas próprios, implantou automação antes da maioria do mercado. Quando estruturou equipes multidisciplinares e transformou dados em inteligência.

Esses movimentos ajudam a explicar um posicionamento que orientará a organização nos próximos anos.

A Confirp pretende consolidar-se como uma empresa de tecnologia que também faz contabilidade. Não porque deixará de valorizar sua tradição técnica. Mas porque acredita que a contabilidade do futuro será construída pela integração entre conhecimento, tecnologia e relacionamento.

Até 2033, a empresa projeta ampliar seu ecossistema digital, expandir o uso de Inteligência Artificial, consolidar novas plataformas de gestão, desenvolver soluções baseadas em dados e oferecer uma experiência cada vez mais integrada aos seus clientes.

Cada um, com suas características, contribuiu para formar uma empresa que nunca deixou de evoluir. Mais do que construir uma organização sólida, ajudaram a criar uma cultura.

Uma cultura baseada na inovação, ética, no desenvolvimento das pessoas, na confiança e, principalmente, na capacidade de enxergar oportunidades onde outros viam apenas mudanças.

Para Reinaldo Domingos, esse continua sendo o maior legado da empresa.

"Quando iniciamos a Confirp, queríamos construir uma empresa que fizesse diferença na vida das pessoas. Hoje, olhar para colaboradores que cresceram conosco, clientes que confiaram em nosso trabalho durante décadas e uma equipe preparada para continuar inovando

mostra que aquele sonho valeu a pena. O maior orgulho não está no que fizemos até aqui, mas na certeza de que a empresa está pronta para escrever capítulos ainda mais importantes."

Richard Domingos compartilha da mesma visão. Para ele, completar 40 anos representa muito mais um novo começo do que a conclusão de uma trajetória.

"Sempre acreditamos que nenhuma empresa permanece relevante olhando apenas para o passado. A Confirp chegou até aqui porque nunca deixou de evoluir. Investimos em pessoas, tecnologia, gestão e relacionamento. Agora iniciamos um novo ciclo, preparados para ajudar nossos clientes a enfrentar um ambiente de negócios que será ainda mais desafiador e cheio de oportunidades", avalia.

UMA HISTÓRIA CONSTRUÍDA POR IRMÃOS E UMA VISÃO



Ao longo destas páginas, dois nomes estiveram presentes desde o início. Não apenas porque fundaram ou lideraram a empresa. Mas porque representam duas forças que ajudaram a construir a identidade da Confirp.

De um lado, a visão empreendedora de Reinaldo Domingos. Foi dele a inquietação que deu origem à empresa em 1986. A convicção de que a contabilidade poderia ocupar um papel mais estratégico, o desejo de construir uma organização diferente, mais próxima dos empresários e preparada para inovar.

De outro, a capacidade de execução de Richard Domingos. Foi ele quem conduziu a profissionalização da empresa, estruturou processos, fortaleceu a cultura organizacional, investiu em tecnologia e preparou a Confirp para crescer de forma sustentável.

UMA CELEBRAÇÃO CONSTRUÍDA COM QUEM FAZ PARTE DESTA HISTÓRIA

Os 40 anos da Confirp Contabilidade estão sendo celebrados por meio de um projeto institucional integrado, pensado para reconhecer, envolver e agradecer todos aqueles que ajudaram a construir essa trajetória: colaboradores, clientes, parceiros e fornecedores.

Coordenada por Brenda Rodrigues, gerente de Marketing da Confirp Contabilidade, a iniciativa reúne uma série de ações integradas, desenvolvidas em conjunto por diferentes áreas da empresa, todas orientadas por um mesmo conceito. O objetivo é transformar o aniversário em uma experiência de relacionamento e fortalecimento da marca, algo que permaneça e vá muito além de uma comemoração pontual.

Entre as iniciativas estão a criação de um logotipo comemorativo dos 40 anos, a produção desta edição especial da revista Gestão in Foco, que será entregue durante o evento comemorativo da empresa, ações internas realizadas em parceria com a área



Brenda Rodrigues
Gerente de Marketing

de Recursos Humanos, brindes exclusivos, campanhas de comunicação e diversas ativações voltadas aos diferentes públicos que fazem parte da história da Confirp.

"Desde o início, nosso objetivo foi fazer com que cada ação tivesse um significado conectado ao conceito central. Não queríamos criar iniciativas isoladas, mas um projeto integrado que valorizasse a nossa história e, principalmente, demonstrasse nossa gratidão a todos que ajudaram a construir esses 40 anos. Quem entra na Confirp tem a própria trajetória transformada, e cada pessoa que passou por aqui transformou a empresa. Foi isso que orientou cada detalhe para fortalecer a marca e reforçar os vínculos que desenvolvemos ao longo dessas quatro décadas", afirma Brenda Rodrigues, gerente de Marketing da Confirp Contabilidade.

Para a executiva, a comemoração representa também um momento de reafirmar a cultura da empresa. "A diferença entre comemorar e construir está em quem conta a história, provando, cada uma do seu jeito, o por que fazer parte muda a história. Mais do que celebrar o passado, queremos envolver as pessoas que fazem parte do nosso presente e do nosso futuro. Os 40 anos são uma oportunidade para reconhecer quem caminhou conosco e fortalecer ainda mais esse sentimento de pertencimento que sempre fez parte da essência da Confirp", conclui.

OS PRÓXIMOS CAPÍTULOS

Ao longo desta revista, passaram histórias de fundadores, colaboradores, clientes e parceiros. Histórias de pessoas que acreditaram em um projeto que começou pequeno, mas que nunca deixou de pensar grande.

Cada parte dessa história mostrou que a Confirp cresceu acompanhando as transformações do Brasil. Mas mostrou, sobretudo, que ajudou milhares de empresas e profissionais a atravessar essas transformações com mais segurança, conhecimento e confiança.

Agora, um novo momento começa. Um momento em que a Inteligência Artificial, a Reforma Tributária, a automação e os dados transformarão novamente a maneira de fazer negócios.

A Confirp continuará fazendo aquilo que sempre fez:

- Antecipar mudanças
- Investir em inovação
- Desenvolver pessoas
- Fortalecer relacionamentos
- Construir tecnologia
- Gerar inteligência

Porque a essência da empresa nunca esteve apenas na contabilidade, mas sim nas pessoas e nas relações construídas ao longo do tempo. Uma confiança conquistada todos os dias.

Foi isso que permitiu à Confirp chegar aos seus primeiros 40 anos. E será exatamente isso que permitirá escrever os próximos 40.

Afinal, fazer parte da Confirp nunca significou apenas trabalhar em uma empresa, contratar um serviço ou construir uma parceria. Sempre significou participar de uma história em permanente evolução. E que continua sendo escrita, todos os dias, por todos aqueles que acreditam realmente que "fazer parte muda a história".

Se a sua marca parasse de se comunicar hoje, alguém sentiria falta dela?

Na Cambiato, essa é a primeira pergunta que fazemos antes de iniciarmos um projeto.

Porque comunicação não é sobre publicar mais, é sobre construir valor, gerar conexões e criar marcas que ocupam um espaço na memória das pessoas, não apenas no feed.

Conteúdo gera conexão. Posicionamento gera lembrança.

**Sua marca merece ser lembrada.
Vamos colocá-la em movimento?**

Comunicação, Criação, Branding
e Live marketing para pessoas e empresas.
11 98361 3440 | @cambiato.ag | mairarossetti@gmail.com



cambiato
SUA MARCA EM MOVIMENTO

The background is a dark blue digital cityscape. It features several tall, rectangular buildings of varying heights, each covered in a grid of small, glowing blue dots. A series of bright blue, wavy lines, resembling data streams or fiber optics, flow horizontally across the middle of the image. In the foreground, there are several smaller, 3D rectangular blocks, some of which are stacked on top of each other, also featuring the glowing dot pattern. The overall lighting is a deep blue, with the glowing elements providing the primary light source.

40 anos Confirp