

REVISTA

Ano 15 | nº 92 | abril a junho de 2025

GESTÃO

In foco

A informação que faz diferença.



SPLIT PAYMENT

REFORMA TRIBUTÁRIA CRIA COBRANÇA DE IMPOSTO NA BOCA DO CAIXA



CIMED
A MAIS
BRASILEIRA

Marketing de Autoridade
a nova era da construção de
marcas duradouras



Saúde Mental na UTI
desafios legais e estratégicos

Uma

Dezesseis 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, dezesseis soluções!

ALFA SAP

Alfa Consultoria e Implantação de ERP

Audcorp

Auditoria e Perícia

Avante
Assessoria Empresarial

Reestruturação de empresas e Governança corporativa

BA
BARROS ASSOCIADOS ASSOCIADOS

Gestão de crise e Reestruturação empresarial

Bicudo & Sborgia
MARCAS E PATENTES

Propriedade intelectual Marcas e patentes

Boaventura Ribeiro
advogados ***

Advocacia Trabalhista e Cível

Camillo Seguros

Corretora de Seguros e Benefícios

CILLEN
ALIMENTAÇÃO RESTAURANTES CORPORATIVOS

Alimentação Corporativa

Confirp

Contabilidade

Gestiona

Gestão de Inovação

GTAM
SERVIÇOS GERAIS

Facilities

Link 3
COMUNICAÇÃO INTELIGENTE

Marketing Digital

MACHADO NUNES
ADVOCADOS

Advocacia Tributária

MOEMA
ASSESSORIA EM PROTEÇÃO DO PATRIMÔNIO, ASSISTENCIAL E SEGURANÇA DO TRABALHO

Segurança Ocupacional e Medicina do Trabalho

PONTOINICIAL
COMUNICAÇÕES

Assessoria de Imprensa e Comunicação

witec

Soluções em Tecnologia e Telecom

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



CARO LEITOR,

Caro leitor e prezados leitores,

É com grande entusiasmo que apresentamos esta edição especial da Revista *Gestão In Foco*. Em nosso conteúdo, começamos a explorar a **Reforma Tributária**, um dos temas mais impactantes para o cenário econômico atual. Nesta edição, destrinchamos dois tópicos cruciais: **Split Payment** e **Imóveis e Holdings**, oferecendo uma análise clara e objetiva sobre suas implicações e mudanças que afetarão diretamente as empresas.

Além disso, nossa revista também traz temas altamente relevantes para o ambiente corporativo. Abordamos o crescimento do **Marketing de Autoridade**, uma estratégia que tem transformado a maneira como as empresas se posicionam no mercado, e discutimos a crescente importância da **Saúde Mental no NR1**, com foco nas novas exigências para garantir o bem-estar dos colaboradores.

Por fim, mantemos nosso compromisso de apresentar as últimas novidades no universo da tecnologia, dentre outros. Cada tema foi cuidadosamente selecionado para oferecer aos nossos leitores insights valiosos e atualizados sobre o que realmente importa no mundo corporativo.

Aproveite esta edição e tenha uma excelente leitura!

Atenciosamente,

Richard Domingos
Editor Chefe – Revista Gestão In Foco



Conselho Editorial:

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

Grupo Alliance:

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

Editor e Redator-chefe:
Paulo Fabrício Ucelli

Diretora de Arte:
Maíra Rossétti

Revisão:
Guilherme Olhier

Editor-chefe:
Richard Domingos

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

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

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



CAPA

Split Payment - Reforma tributária cria cobrança de imposto na boca do caixa

06	LAZER Kitesurf em Jericoacoara: o esporte e seus benefícios	10	MARKETING Marketing de autoridade: a nova era da construção de marcas duradouras
16	SEGURO Seguro do Seguro - Olha onde chegamos	18	NUTRIÇÃO Saúde da empresa: como a alimentação dos funcionários impacta na produtividade
22	ADMINISTRAÇÃO O desafio no presencial sem as ferramentas adequadas	34	TRIBUTÁRIA Tributação das atividades imobiliárias e das holdings patrimoniais
40	FISCAL Obrigação tributária x crime de sonegação fiscal	42	INOVAÇÃO NRF Retail's Big Show 2025: o futuro do varejo e as inovações tecnológicas
46	SAÚDE A saúde mental na UTI: desafios legais e estratégicos	50	DIREITO O risco do uso irregular da inteligência artificial: uma ameaça ao direito autoral
54	GESTÃO Crise das montadoras automobilísticas europeias		

KITESURF EM JERICOACOARA: O ESPORTE E SEUS BENEFÍCIOS

Jericoacoara, localizada no litoral cearense, se consolidou como um dos destinos mais procurados para a prática de kitesurf. A combinação de ventos fortes e constantes, praias deslumbrantes e águas calmas tornou o local um verdadeiro paraíso para os amantes desse esporte. O que começou como um refúgio para atletas experientes, rapidamente se transformou em um *hotspot* para iniciantes e profissionais. Além dos benefícios para o corpo e mente, o kitesurf tem gerado impactos positivos na economia local, impulsionando o turismo e criando novas oportunidades de negócios.

O QUE É NECESSÁRIO PARA PRATICAR KITESURF?

O kitesurf é um esporte radical que exige equipamentos específicos e alguma preparação física e técnica. Para começar, o praticante precisa de:

- **Kite (pipa):** o principal equipamento do esporte, utilizado para captar o vento e impulsionar o atleta na água. O tamanho do kite pode variar dependendo das condições climáticas e da experiência do kitesurfista.
- **Prancha:** uma prancha específica para o esporte, geralmente mais curta e larga que as pranchas de surfe tradicionais, projetada para permitir manobras rápidas e o equilíbrio necessário para o voo.

- **Arnês (harness):** acessório que prende o kite ao corpo do atleta, permitindo que a força do vento seja distribuída pelo corpo sem exigir tanta força muscular. Existem modelos de arnês de cintura ou de colete, e a escolha depende do conforto e da técnica do praticante.

- **Equipamentos de segurança:** capacete, colete salva-vidas e colete de impacto são recomendados, principalmente para iniciantes. Além disso, o uso de uma corda de segurança é essencial para casos de emergência.

- **Pás (ou botas):** algumas variações de kitesurf utilizam botas presas na prancha para maior controle, mas a maioria dos praticantes opta pelas pranchas de pé solto.

QUAIS CUIDADOS DEVEM SER TOMADOS?

Embora o kitesurf seja um esporte empolgante e emocionante, ele também oferece desafios e riscos. Alguns cuidados essenciais incluem:

Treinamento adequado: é altamente recomendado que iniciantes busquem aulas com instrutores qualificados. O aprendizado envolve noções de segurança, controle do kite, leitura de ventos e noções de navegação na água.

Conhecimento das condições climáticas: o vento é um dos maiores aliados do kitesurfista, mas também pode ser imprevisível. Verificar as

condições meteorológicas antes de entrar na água é crucial. Em Jericoacoara, o vento forte e constante durante grande parte do ano cria uma excelente oportunidade para o esporte, mas é fundamental estar atento à direção e intensidade do vento.

Uso de equipamentos de segurança: embora o esporte seja seguro quando praticado corretamente, a utilização de equipamentos de segurança reduz o risco de lesões. Capacetes e coletes são indispensáveis, principalmente para quem ainda está aprendendo.

Cuidado com a maré e correntes: a região de Jericoacoara, apesar de ter águas calmas, exige atenção quanto às correntes marinhas e à maré. Antes de praticar, os iniciantes devem se informar sobre o comportamento da água e escolher locais adequados para a prática.

QUEM PODE PRATICAR KITESURF?

O kitesurf é um esporte inclusivo, mas exige uma boa condição física e disposição para aprender. Embora não haja idade mínima específica, recomenda-se que os iniciantes tenham ao menos 12 anos, e que sejam capazes de nadar e estar confortáveis na água.

> **Iniciantes:** para quem está começando, as escolas de Jericoacoara oferecem cursos que ensinam desde o básico, como controlar o kite, até as primeiras manobras. As aulas costumam ser intensivas, com cerca de 2 a 3 horas por dia, e duram de 3 a 5 dias para garantir que o aluno tenha o domínio básico do esporte.

> **Praticantes intermediários e avançados:** para quem já tem experiência, Jericoacoara oferece diversas opções de lugares para praticar manobras avançadas. As praias de Preá e a Lagoa do Paraíso, por exemplo, são ideais para quem já domina o básico e quer se aventurar em manobras mais radicais.



> **Idosos e pessoas com limitações físicas:** embora o kitesurf seja exigente, pessoas com mais idade ou alguma limitação física podem praticá-lo, desde que respeitem suas condições e comecem com aulas específicas. O esporte ajuda a manter o condicionamento físico, sendo uma ótima maneira de combater o sedentarismo.

O CUSTO DO KITESURF EM JERICOACOARA

Praticar kitesurf em Jericoacoara envolve custos variados, principalmente para quem está começando. O valor de uma aula de kitesurf em Jericoacoara pode variar de R\$ 200 a R\$ 400 por dia, dependendo da escola e da duração do curso. Para quem já possui experiência e precisa apenas de aluguel de equipamentos, o custo diário do aluguel de kite e prancha pode girar em torno de R\$ 150 a R\$ 250.

Além disso, a compra dos equipamentos pode ser um investimento significativo. Um kite novo pode custar de R\$ 3.000 a R\$ 7.000, enquanto as pranchas variam de R\$ 1.500 a R\$ 4.000, dependendo do

modelo e da marca. Para quem deseja praticar de forma regular, a compra dos equipamentos é uma escolha vantajosa a longo prazo, já que o aluguel pode se tornar mais caro com o tempo.

IMPACTOS ECONÔMICOS E O TURISMO LOCAL

Jericoacoara tem sido um ponto de atratividade para turistas do mundo inteiro, sendo o kitesurf um dos principais responsáveis por esse aumento no fluxo de visitantes. O turismo de esportes aquáticos movimenta a economia local, gerando empregos e criando novas oportunidades de negócios, como pousadas, restaurantes e lojas especializadas em equipamentos de esportes radicais.

A prática do kitesurf, além de beneficiar a saúde física e mental dos praticantes, tem um impacto positivo no comércio local, especialmente nas épocas de alta temporada. Com o crescimento do número de turistas, surge a necessidade de mais guias turísticos, instrutores de kitesurf, atendentes e profissionais especializados, resultando em maior geração de empregos. ■

FACILITAMOS SEU DIA A DIA

Especialistas em Facilities para Empresas e Condomínios

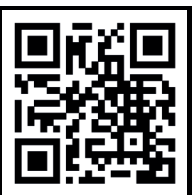
Cuidamos de controle de acesso, portaria, limpeza, manutenção e suporte para que você foque no que realmente importa.



ENTRE EM CONTATO:

☎ (11) 94746-6674

🌐 www.ghaw.com.br



MARKETING DE AUTORIDADE:

A NOVA ERA DA CONSTRUÇÃO DE MARCAS DURADOURAS

No atual cenário de marketing digital, onde as informações circulam em uma velocidade nunca vista antes, muitas empresas se veem perdidas em um mar de superficialidade, apostando em campanhas de curto prazo que geram agitação, mas não constroem algo sólido e duradouro.

Nesse contexto, o conceito de *marketing de autoridade* surge como uma poderosa ferramenta para marcas que desejam se destacar de maneira autêntica e consistente. Essa abordagem busca não apenas visibilidade, mas uma conexão genuína com o público, criando uma base de consumidores fieis e comprometidos. Segundo Roberto Meir, especialista internacional em relações de consumo e cidadania, Presidente do Grupo Padrão e fundador da cultuada publicação Consumidor Moderno, a chave para o sucesso nesse novo cenário é investir em uma comunicação profunda e que realmente agregue valor ao cliente.

A era do marketing superficial, aquele que prioriza a criação de uma imagem de marca vazia e sem consistência, está chegando ao fim. Roberto Meir, em uma conversa, destaca que o modelo antigo de marketing, que se concentrou na construção de marcas como símbolos de status e luxo, não é mais suficiente.

As empresas que se limitam a contratar influenciadores para gerar leads e engajamento, sem um propósito claro ou valor real por

trás de sua comunicação, estão fadadas à *comoditização*. Como resultado, os produtos e serviços acabam se tornando indiferenciados, e o consumidor perde o interesse rapidamente.

A ASCENSÃO DA AUTENTICIDADE

Em um mercado saturado de informações rápidas e fugazes, a autenticidade é o que realmente importa. Para Meir, o segredo para se destacar está em construir uma autoridade genuína no setor em que a marca atua. Isso significa mais do que oferecer um produto ou serviço: é necessário criar conteúdo relevante e útil, que eduque e construa confiança com o público ao longo do tempo. “Hoje, a marca precisa construir um propósito claro e ser genuína em tudo o que faz. Se você não mostrar para o seu público o que tem de diferente, ele simplesmente não vai comprar de você”, afirma.

CASES DE SUCESSO

Marcas como **Louis Vuitton** e **Apple** são exemplos paradigmáticos de como o marketing de autoridade pode ser aplicado com sucesso para criar não apenas produtos, mas experiências memoráveis e um conjunto de valores que ressoam profundamente com seus consumidores. Essas marcas vão além da simples transação comercial — elas vendem um estilo de vida e uma promessa de exclusividade.

A **Louis Vuitton**, por exemplo, não se limita a vender bolsas de luxo ou acessórios; ela oferece uma experiência única, que combina tradição, sofisticação e um senso de pertencimento a um grupo seletivo. O marketing da marca é meticulosamente elaborado para refletir não apenas a qualidade excepcional de seus produtos, mas também um legado que remonta à sua fundação, mantendo um equilíbrio entre o clássico e o inovador. Seus consumidores não estão comprando apenas um item, mas adquirindo um símbolo de status, uma peça de história, que vai além do simples consumo material.

Por sua vez, a **Apple** é sinônimo de inovação e design. Ela não apenas vende dispositivos tecnológicos, mas cria uma comunidade leal de seguidores que compartilham uma visão de como a tecnologia pode transformar a vida cotidiana. A Apple construiu uma narrativa de marca poderosa que vai além da qualidade dos seus produtos. A experiência do cliente começa com a simplicidade de uso e vai até o design sofisticado, gerando uma relação emocional profunda com seus

consumidores. Além disso, a Apple oferece um ecossistema interconectado de produtos, criando uma sensação de pertencimento e exclusividade entre seus usuários, o que torna suas ofertas altamente desejáveis, mesmo a preços elevados.

Essas marcas exemplificam como o marketing de autoridade se estende muito além de gerar vendas imediatas. Ao construir um relacionamento de confiança, consistência e autenticidade, elas conseguem criar uma lealdade que dura por gerações, transformando consumidores em verdadeiros embaixadores de suas marcas. O marketing de autoridade não é apenas sobre promover um produto, mas sim sobre criar uma conexão profunda, onde o valor percebido vai muito além do que está sendo fisicamente vendido.



INFLUENCIADORES: AGENTES DE VALOR

Ao contrário do modelo tradicional, em que influenciadores eram usados apenas como peças de marketing para gerar atenção rápida, Meir sugere uma abordagem mais estratégica. “Você pode usar um influenciador, mas ele precisa ser a pessoa certa para sua marca. A comunicação precisa refletir os valores da marca e não ser apenas uma ação de venda”, explica.

O marketing de autoridade, portanto, exige uma escolha criteriosa dos parceiros de influência, que devem, idealmente, compartilhar dos mesmos princípios e valores da marca, contribuindo para uma comunicação autêntica e de longo prazo.

A CONEXÃO HUMANA E A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

No marketing moderno, a experiência do cliente se tornou o fator mais determinante para o sucesso de uma marca. As empresas que falham em compreender a importância de tratar o cliente como um ser humano, com necessidades reais e desejos genuínos, acabam perdendo a lealdade e o interesse do público. Meir lembra que, uma vez que um cliente se sente maltratado ou ignorado, ele rapidamente se volta para a concorrência. Portanto, mais do que vender produtos, as empresas precisam oferecer experiências completas que envolvam o consumidor de maneira emocional e autêntica.

FERRAMENTAS DIGITAIS: CONSTRUINDO RELACIONAMENTOS REAIS

Embora o **marketing de autoridade** seja uma estratégia extremamente válida e poderosa para a construção de uma marca sólida e duradoura, ela exige **tempo, planejamento e uma estrutura cuidadosa**. O processo de criar uma autoridade genuína no mercado envolve a construção gradual de confiança, a entrega contínua de valor e o



ROGÉRIO PASSOS
CEO
Link3 Marketing Digital

posicionamento estratégico da marca, o que não acontece da noite para o dia. É um caminho que requer **comprometimento a longo prazo**, com a criação de conteúdos consistentes, interações autênticas e a formação de uma rede de relacionamentos sólidos.

“Enquanto a construção dessa autoridade mais profunda não ocorre de imediato, as empresas podem adotar alternativas mais **imediatas** para gerar resultados rápidos e, ao mesmo tempo, começar a criar a base para a autoridade futura. Isso envolve ações mais diretas de marketing digital que podem ser mescladas com as estratégias de longo prazo”, explica Rogério Passos, CEO da Link3 Marketing Digital.

Por exemplo, campanhas de **mídia paga** e **promoções** ajudam a gerar engajamento e aumentar a visibilidade, criando um impacto imediato no curto prazo. Essas ações devem, no entanto, ser alinhadas com uma comunicação coerente com a missão da marca, de modo a não se desviar do objetivo maior de construção de autoridade.

A **tecnologia digital** desempenha um papel crucial nesse processo, pois oferece ferramentas que permitem a interação direta e contínua com o público, além de construir um relacionamento mais **personalizado e relevante**. **Redes sociais, e-mail marketing** e **chatbots** são alguns dos recursos que permitem às empresas interagir com seus consumidores de maneira mais eficiente e constante.

Segundo Rogério Passos, “quando você envia conteúdos relevantes e personalizados, responde rapidamente às dúvidas dos clientes e oferece benefícios exclusivos, a confiança na marca aumenta. Isso contribui para a fidelização e o fortalecimento da relação com o cliente”.

MARKETING

de uma marca respeitada. Esse processo não traz cliente diretamente, mas aumenta a percepção de valor da marca e sobre o trabalho realizado”, explica.

A NOVA MENTALIDADE NO MARKETING

Em um mercado saturado e competitivo, adotar o marketing de autoridade é mais do que uma necessidade — é uma forma de garantir que sua marca não seja apenas mais uma no meio de tantas outras. Ao construir uma comunicação autêntica e focada no valor real que pode ser oferecido ao consumidor, as empresas conquistam a confiança e a lealdade de seu público. Como Roberto Meir bem coloca, “o marketing de autoridade não é uma moda passageira. É uma mudança de mentalidade que permite às empresas não apenas sobreviver, mas prosperar em um mercado competitivo”.

O PODER DO MARKETING DE INFLUÊNCIA E AUTORIDADE DA CIMED

Um exemplo brasileiro de marketing de autoridade de sucesso foi conquistado pela Cimed, farmacêutica brasileira com um histórico de crescimento expressivo. Ela mostra como uma estratégia de marketing de autoridade bem executada pode gerar resultados extraordinários. Sob a liderança de João Adibe Marques, CEO da empresa, a Cimed se destacou no mercado ao adotar uma abordagem de marketing digital inovadora, focada na construção de autoridade e na presença nas redes sociais.

Em vez de investir em comerciais tradicionais, a Cimed decidiu apostar no poder do marketing de influência, com João Adibe se tornando uma verdadeira figura pública. Ele compartilhou aspectos de sua vida pessoal e seu sucesso profissional, criando uma conexão genuína com seus seguidores. Essa estratégia deu frutos, com Adibe conquistando mais de 3,5 milhões de seguidores no Instagram, além de ampliar

“ O marketing de autoridade não é uma moda passageira. É uma mudança de mentalidade que permite às empresas não apenas sobreviver, mas prosperar em um mercado competitivo. ”



JOÃO ADIBE
CEO
Cimed

sua presença em mídias tradicionais, como revistas e jornais. Sua imagem pessoal passou a ser um reflexo da confiança e credibilidade da marca.

Além disso, João não se limitou às redes sociais. Táticas criativas, como sua participação em novelas e o patrocínio de eventos de grande visibilidade, ajudaram a fortalecer a imagem da Cimed e a aumentar o engajamento com o público. A diversificação de produtos também desempenhou um papel importante nesse processo, com o lançamento de itens inovadores, como protetores labiais, agregando ainda mais valor à marca.

Com essa abordagem, a Cimed não apenas se posicionou como uma farmacêutica digitalmente avançada, mas também como uma das empresas mais inovadoras do setor. Ao aproveitar a presença nas redes sociais e o marketing de autoridade, a Cimed conseguiu construir uma imagem sólida e confiável, semelhante à de grandes empresários internacionais como Elon Musk, Richard Branson e Jeff Bezos.

O impacto dessa estratégia foi impressionante: a empresa quadruplicou seu tamanho e atingiu R\$ 3 bilhões em faturamento em 2023. O foco em uma estrutura familiar forte e na adaptação contínua às necessidades do mercado tem sido crucial para esse crescimento. Agora, com planos de atingir R\$ 5 bilhões em vendas em 2025, a Cimed continua a fortalecer seu papel no mercado farmacêutico, com ênfase em medicamentos acessíveis para a população de baixa renda.

Ao se posicionar como uma das farmacêuticas mais digitais do mundo, a Cimed reforça o poder do marketing de autoridade e a importância de se conectar com o público de maneira autêntica. O exemplo da empresa mostra que é necessário entender as demandas do consumidor e criar uma comunicação que vá além da simples promoção de produtos. É preciso construir uma verdadeira autoridade no mercado, algo que a Cimed tem feito com maestria e que a coloca como um modelo para outras empresas no Brasil e no mundo. ■

SEGURO DO SEGURO OLHA ONDE CHEGAMOS

Você já se deparou com a situação em que o valor do conserto do seu veículo após um sinistro é inferior ao valor da franquia estipulada pelo seguro? Nesse caso, pode ser mais vantajoso pagar diretamente pela reparação do carro e evitar acionar a seguradora.

Porém, existe uma alternativa que pode aliviar seu bolso nesses momentos: o seguro de franquia auto, ou seguro do seguro. Esse tipo de serviço, que tem ganhado espaço no mercado, promete trazer mais economia e praticidade ao motorista. Vamos entender como ele funciona e como pode ser vantajoso para quem tem um veículo.

O que é o seguro de franquia auto?

O seguro de franquia auto é um complemento ao seguro tradicional de automóvel. Ele cobre justamente o valor da franquia que o segurado precisa pagar em caso de sinistro. Na prática, caso o seu veículo sofra danos, você geralmente precisará arcar com uma parte do custo de reparação, chamada franquia, e o restante do valor é coberto pela seguradora. O seguro de franquia tem como objetivo quitar essa franquia para o motorista, fazendo com que o valor pago para o reparo seja menor.

Matheus Camillo, especialista da Camillo Seguros, explica como funciona esse tipo de seguro: "O seguro de franquia auto surgiu como uma forma de otimizar os custos do seguro tradicional. Ele cobre o valor da franquia que, muitas vezes, pode ser uma despesa inesperada para o motorista. Esse complemento garante um custo total menor, proporcionando mais tranquilidade em situações de sinistro."

Existem dois tipos de franquia:

- 1. Franquia fixa:** o valor da franquia é determinado e não muda, independentemente do valor do conserto.
- 2. Franquia variável:** o valor da franquia pode mudar conforme o valor do reparo do veículo.



MATHEUS CAMILLO
Especialista
Camillo Seguros

Vantagens do seguro de franquia

Este tipo de seguro oferece diversas vantagens, especialmente para quem busca uma forma de reduzir os custos do seguro de automóvel.

> **Menor custo do seguro:** ao optar por uma franquia mais alta, o custo do seguro mensal tende a ser mais baixo. Portanto, ao contratar um seguro de franquia, você paga menos pelo seguro principal do veículo e ainda fica protegido contra os custos da franquia.

> **Cobertura para danos parciais e totais:** em muitos casos, além de cobrir os danos causados por acidentes, a apólice de seguro de franquia também cobre danos causados por terceiros.

"Esse tipo de seguro é vantajoso, pois permite que o motorista escolha um valor mais acessível para sua franquia e tenha mais controle sobre os custos com o seguro," explica Camillo.

Como funciona o seguro de franquia na prática?

O seguro de franquia é uma maneira inteligente de equilibrar os custos de reparação e o valor do prêmio pago. Vamos entender o funcionamento de um seguro de franquia com base em um exemplo do dia a dia:

Se você tiver um seguro principal com franquia de R\$ 3.000,00 e precisar de reparos em seu veículo que custam R\$ 2.500,00, o seguro de franquia paga esse valor, economizando o valor da franquia que você precisaria pagar.

Outro benefício importante é a possibilidade de escolher a oficina onde o conserto será feito. Em muitas apólices de seguro de franquia, o segurado tem liberdade para escolher o local, seja uma oficina referenciada pela seguradora ou uma de sua confiança.

"Para muitas pessoas, a possibilidade de escolher a oficina onde o veículo será consertado é um grande atrativo. O seguro de franquia dá essa liberdade, o que torna o processo mais personalizado e confortável para o cliente", acrescenta Matheus Camillo.

Principais seguradoras que oferecem o produto

Diversas seguradoras oferecem o seguro de franquia como parte de seus pacotes. Entre elas estão: Porto Seguro, Itaú Seguros de Auto, Bradesco Seguros, Liberty Seguros e MAPFRE Seguros.

"Além das opções de personalização, as seguradoras vêm oferecendo planos mais flexíveis, que atendem diferentes tipos de motoristas. Isso traz um benefício imediato: redução de custos sem perder a segurança," explica Camillo.

Limitações e exclusões do seguro de franquia

É importante destacar que o seguro de franquia tem algumas exclusões que o segurado deve conhecer, como:

> Danos causados por atos ilícitos ou culpa grave do segurado.

> Prejuízos cujo valor de reparo seja menor que a franquia estipulada.

> Roubo ou furto caso o valor recuperado do veículo seja superior a 75% do valor segurado no seguro principal.

Além disso, em casos de perda total do veículo, o seguro franquia oferece uma devolução proporcional do prêmio, dependendo da apólice contratada.

Ao contratar o seguro de franquia auto, o motorista deve ler atentamente as condições da apólice. Como o seguro de franquia é um complemento, a sua validade depende da vigência do seguro principal do automóvel, que deve estar em vigor para que o seguro de franquia também seja válido.

Matheus Camillo ressalta: "A leitura da apólice é fundamental. Ao contratar esse seguro, o motorista deve entender todos os detalhes da cobertura, as limitações e as condições de uso. Isso evita surpresas em momentos de sinistro e garante que o seguro de franquia realmente seja uma proteção adicional", finaliza ■

NUTRIÇÃO

No cenário corporativo atual, a busca por aumento de produtividade pode ser impulsionada por um fator muitas vezes negligenciado: a alimentação. Não se trata apenas de oferecer refeições aos colaboradores, mas de adotar uma abordagem estratégica que melhore o desempenho por meio de bons hábitos alimentares.

Empresas que compreendem a relação entre nutrição e produtividade estão descobrindo que a alimentação saudável pode ser um diferencial competitivo. Investir na saúde dos colaboradores não só cuida do seu bem-estar, mas também potencializa os resultados da empresa.

O IMPACTO DA ALIMENTAÇÃO NO DESEMPENHO DOS COLABORADORES

Uma alimentação equilibrada é fundamental para o bom funcionamento do organismo e ajuda a prevenir doenças crônicas, como diabetes, hipertensão e problemas cardiovasculares. Para os trabalhadores, isso se traduz em menos absenteísmo, menos doenças e mais disposição para o trabalho. Além disso, uma boa nutrição também é crucial para a saúde mental, pois melhora a concentração, reduz o estresse e aumenta a energia.

Dados da Organização Internacional do Trabalho (OIT) mostram que um aumento de 1% no consumo de calorias por trabalhador resulta em um aumento de 2,27% na produtividade. Isso reforça a ideia de que a alimentação não é apenas uma questão de saúde, mas um investimento direto no desempenho da empresa. Marcos Oliveira, representante da Cillien Comércio e Serviços de Alimentação, afirma: "Quando falamos de produtividade no trabalho, não podemos esquecer que o cérebro e o

CUIDAR DA SAUDE DA EMPRESA

COMO A ALIMENTAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS IMPACTA NA PRODUTIVIDADE

intestino estão conectados. A nutrição impacta o funcionamento dos dois, afetando diretamente a disposição, o foco e a energia."

Ele destaca que o intestino, frequentemente chamado de "segundo cérebro", possui uma rede de neurônios que se comunica com o cérebro. Por isso, uma dieta equilibrada pode melhorar a performance intelectual, enquanto uma alimentação inadequada pode causar fadiga, dificuldades de concentração e alterações de humor.

PERDA DE PRODUTIVIDADE POR ALIMENTAÇÃO INADEQUADA

O impacto da alimentação inadequada vai além da saúde dos colaboradores, refletindo diretamente nos resultados da empresa. A obesidade, por exemplo, gera um prejuízo significativo à economia, com um estudo da McKinsey Global Institute apontando que, no Brasil, ela já custa 2,4% do PIB, cerca de R\$ 208,8 bilhões, principalmente por sua relação com doenças crônicas e desgaste físico e mental.

Quando se fala em alimentação inadequada, não estamos falando apenas da falta de comida, mas do consumo excessivo de alimentos processados, gordurosos ou ricos em açúcar. A Organização Mundial de Saúde alerta que a alimentação desbalanceada pode causar uma perda de até 20% na produtividade em alguns países. Ou seja, de cada 100 funcionários, 20 a 25 podem não estar atingindo seu máximo desempenho devido à má alimentação.

Marcos Oliveira ressalta: "A redução da produtividade muitas vezes não está ligada à falta de motivação ou esforço. O trabalhador está cansado, sem energia e até irritado, pois a sua alimentação não está fornecendo os nutrientes necessários para o bom funcionamento do corpo e da mente."

MARCOS OLIVEIRA
Representante
Cillien Comércio e Serviços de Alimentação

COMO AS EMPRESAS PODEM MELHORAR SEUS RESULTADOS COM ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL?

Agora que ficou claro o vínculo entre alimentação e produtividade, como as empresas podem usar esse conhecimento para melhorar o desempenho de seus colaboradores? Existem diversas formas práticas de integrar a nutrição saudável na cultura corporativa:

1. INVESTIR EM EDUCAÇÃO NUTRICIONAL

Uma das formas mais eficazes de impactar positivamente a alimentação dos colaboradores é a educação nutricional. Isso pode ser feito por meio de palestras, workshops e programas de conscientização sobre a importância de uma alimentação balanceada. Marcos Oliveira sugere que as empresas ofereçam informações claras e práticas para ensinar os funcionários a fazer escolhas alimentares mais saudáveis.

2. OFERECER OPÇÕES SAUDÁVEIS NOS REFEITÓRIOS

Empresas que fornecem refeições aos colaboradores têm uma excelente oportunidade de promover hábitos saudáveis. A oferta de alimentos frescos, ricos em fibras, vitaminas e proteínas magras pode melhorar significativamente a alimentação dos funcionários. Val Novaes, Gerente de Cardápio e Nutrição produtiva da Cilien, recomenda que as empresas apostem em cardápios equilibrados, com frutas, vegetais e proteínas magras, evitando alimentos ultraprocessados ricos em gorduras saturadas e açúcares.

3. CRIAR AMBIENTES DE TRABALHO SAUDÁVEIS

O ambiente de trabalho também influencia a alimentação dos colaboradores. As empresas podem criar espaços que incentivem hábitos saudáveis, como áreas de descanso com alimentos frescos ou até hortas corporativas. Isso não só promove uma alimentação mais saudável, mas também cria um ambiente mais acolhedor e alinhado com o bem-estar dos colaboradores.

4. MONITORAR O IMPACTO DA ALIMENTAÇÃO NA PRODUTIVIDADE

Empresas podem monitorar como mudanças na alimentação dos funcionários impactam a produtividade. Isso pode ser feito por meio de pesquisas de satisfação e comparando períodos antes e depois da implementação de programas de alimentação saudável. Marcos Oliveira sugere que as empresas que investem em saúde nutricional meçam os retornos, como aumento de desempenho e redução do absenteísmo.

BENEFÍCIOS PARA A EMPRESA

Investir em alimentação saudável traz benefícios não apenas para a saúde e produtividade, mas também para a fidelização dos colaboradores e a atração de novos talentos. Empresas que demonstram um compromisso com o bem-estar de seus funcionários ganham respeito e reconhecimento, criando um ambiente de trabalho mais positivo e produtivo.

A relação entre alimentação e produtividade é clara e inegável. Quando as empresas investem na saúde nutricional de seus colaboradores, os benefícios são visíveis, não apenas no aumento de produtividade, mas também na melhoria do bem-estar e da satisfação no trabalho. Marcos Oliveira conclui: "Cuidar da saúde dos funcionários é um ato estratégico para qualquer empresa. Mais do que uma responsabilidade social, é um investimento na qualidade e no sucesso da organização." ■

O DESAFIO DO RETORNO AO AMBIENTE PRESENCIAL SEM AS FERRAMENTAS ADEQUADAS

Com o fim das restrições impostas pela pandemia, muitas empresas estão retomando, de forma acelerada, o modelo de trabalho 100% presencial. A mudança, que parece refletir um desejo de reconectar equipes e aumentar a colaboração, traz à tona um desafio significativo: como adaptar as infraestruturas físicas e tecnológicas para receber de volta as equipes de maneira eficiente e confortável.

Segundo Leonel Carvalho, Head of Growth da Witec IT Solutions, as empresas precisam pensar de maneira estratégica sobre as necessidades das equipes ao retornar ao ambiente presencial.

"Durante a pandemia, muitos espaços corporativos foram reconfigurados ou até deixados de lado, enquanto as equipes se adaptavam ao trabalho remoto ou híbrido. Agora, com a volta do presencial, as empresas precisam se preocupar com a adequação dos espaços e das ferramentas para garantir não apenas a produtividade, mas também o bem-estar dos colaboradores", afirma.

Em 2025, muitas empresas enfrentam um cenário no qual o espaço físico e a infraestrutura tecnológica precisam ser completamente repensados. Nos últimos anos, o home office foi considerado o futuro do trabalho. No entanto, cinco anos depois, muitas organizações estão abandonando o modelo remoto e forçando o retorno de seus colaboradores ao escritório, como no caso da gigante Amazon.

No Brasil, embora o modelo híbrido ainda seja amplamente adotado, com 57% de adesão, já é visível a crescente procura pelo formato presencial. O mercado imobiliário corporativo também tem sentido o impacto desse movimento, com a vacância de escritórios atingindo o menor nível desde 2020, segundo dados de 2024.

Entretanto, o desafio não é apenas reabrir as portas do escritório, mas sim criar um ambiente de trabalho que seja agradável e funcional para todos os colaboradores. Para garantir que todos possam trabalhar de maneira produtiva e confortável, a tecnologia tem um papel fundamental.

ADEQUAÇÃO AO FORMATO DE TRABALHO

A primeira tarefa das empresas é mapear o perfil de cada função desempenhada pelas equipes. "Entender o tipo de trabalho realizado por cada colaborador e como o ambiente físico impacta essa função é essencial. Em escritórios com layout open space, é preciso considerar como diferentes áreas, desde as mais silenciosas até as mais barulhentas, podem atender às necessidades de cada equipe", explica Carvalho.

Entre as ferramentas que precisam ser reavaliadas estão os equipamentos de trabalho. Acessórios como headsets com cancelamento de ruído, teclados e mouses silenciosos, além de monitores ajustáveis para uma ergonomia adequada, são fundamentais para garantir que o colaborador trabalhe com o máximo de conforto, sem atrapalhar os colegas. "A adaptação do ambiente de trabalho não se limita ao layout. A tecnologia, incluindo uma boa conexão de internet e rede, também deve ser repensada. Nada é pior do que uma rede lenta, que compromete a produtividade e gera frustração", aponta Carvalho.

LEONEL CARVALHO
Head of Growth
Witec IT Solutions

FERRAMENTAS E TECNOLOGIAS COMO ALIADAS

Em um mundo onde as empresas precisam se adaptar rapidamente, as soluções tecnológicas podem ser grandes aliadas. Softwares de planejamento de espaço, sensores e sistemas de reserva de áreas de trabalho, além de ferramentas de comunicação unificada, são algumas das alternativas que ajudam a garantir que o ambiente de trabalho seja funcional e agradável para todos.

"Usar a tecnologia para otimizar o uso do espaço e garantir que cada colaborador tenha o que precisa para trabalhar com eficiência é uma tendência crescente. Implementar sistemas de reserva de lugares e até mesmo sensores para monitorar o uso das salas e mesas pode ajudar a reduzir desperdícios e melhorar o aproveitamento do espaço", afirma Leonel Carvalho.

EQUILIBRANDO CONFORTO E PRODUTIVIDADE

As empresas também estão ajustando seus layouts para acomodar mais colaboradores, muitas vezes reduzindo o tamanho das mesas de trabalho. Embora isso possa criar um ambiente mais dinâmico e colaborativo, é preciso tomar cuidados para não comprometer o conforto e a produtividade. "Adotar uma política de 'mesa limpa', onde o colaborador tem um espaço organizado e sem excesso de itens pessoais, pode ajudar a criar um ambiente mais confortável. Além disso, a escolha de equipamentos que ajudem a reduzir a quantidade de cabos e fios sobre a mesa também é fundamental", sugere Carvalho.



A ADAPTAÇÃO COMO CHAVE PARA O SUCESSO

Por fim, Carvalho destaca a importância de considerar as diferentes necessidades dos colaboradores ao escolher as ferramentas de trabalho. "Cada pessoa tem preferências distintas e isso deve ser levado em consideração. Enquanto alguns podem preferir teclados e softwares específicos, outros se adaptam a diferentes plataformas. O suporte técnico e a manutenção contínuos também são essenciais para garantir que as ferramentas de trabalho funcionem de maneira eficiente", conclui.

Em um momento em que as empresas tentam equilibrar as mudanças no layout e no formato de trabalho, é fundamental que a adaptação ao novo ambiente presencial seja feita de maneira cuidadosa, para não apenas preservar a produtividade, mas também garantir o bem-estar dos colaboradores. Afinal, a satisfação no ambiente de trabalho impacta diretamente a motivação, o engajamento e, consequentemente, os resultados da organização. ■



SPLIT PAYMENT

REFORMA TRIBUTÁRIA CRIA COBRANÇA DE IMPOSTO NA BOCA DO CAIXA

Por Richard Domingos, Diretor Executivo da Confirp Contabilidade

A reforma tributária brasileira está em andamento e uma das propostas mais inovadoras que promete transformar a forma como o Brasil arrecada impostos é o "split payment", ou pagamento dividido. Este mecanismo visa aprimorar a eficiência e a transparência das transações comerciais no país, oferecendo um modelo mais direto e robusto de arrecadação tributária.

A proposta é revolucionária e traz consigo a promessa de um sistema mais justo, reduzindo a informalidade e a sonegação fiscal. Vamos entender mais profundamente como o split payment pode mudar o cenário econômico do Brasil, seus impactos nas empresas e seus benefícios.

O QUE É O SPLIT PAYMENT?

O split payment, também conhecido como pagamento dividido, é uma proposta para a divisão do pagamento de tributos diretamente no momento da transação comercial. Ao contrário do sistema atual, onde os impostos e contribuições são apurados e pagos geralmente no mês seguinte ou no ano seguinte, o split payment propõe que o tributo seja direcionado automaticamente durante o pagamento da fatura, boleto ou duplicata, de forma imediata e transparente.

A lógica do sistema é semelhante ao que já acontece em alguns modelos de negócios, como as plataformas de entrega de comida (exemplo do iFood) e transporte (como o Uber), onde o valor pago pelo cliente é dividido entre o prestador de serviços e a plataforma. No contexto do split payment, a transação financeira é dividida entre a empresa vendedora e o governo, de forma a garantir que a arrecadação tributária aconteça de forma ágil e direta.

Este modelo de arrecadação não é novo. Alguns países da Europa, como Itália, República Tcheca, Romênia, Bulgária e Polônia, já tentaram implementar o split payment, mas com resultados pouco eficazes. O insucesso se deu por vários fatores, entre eles a falta de tecnologia adequada, controle de arrecadação, custos na implementação do sistema de arrecadação, a ausência de um sistema bancário integrado e, principalmente, o fato de que os países europeus são fisicamente interligados, mas não possuem um sistema único de arrecadação tributária.

Essa flexibilidade nas fronteiras e as diversas regulamentações fiscais dificultaram o sucesso da adoção do split payment nesses locais. Além disso, a Europa tem fronteiras abertas, o que facilita a circulação de mercadorias e pessoas entre os países. Isso cria oportunidades para fraudes, como a simulação de exportação de mercadorias para evitar o pagamento de impostos. No Brasil, por outro lado, as fronteiras são mais fechadas e o sistema fiscal é mais centralizado, o que dificulta esse tipo de fraude, tornando o modelo brasileiro mais eficiente no combate à evasão tributária.

CÁLCULO POR FORA E A NÃO CUMULATIVIDADE DO IVA DUAL

Com a implementação da CBS e IBS (IVA Dual), uma das principais mudanças será o cálculo do tributo por fora, de forma não cumulativa. Isso significa que o valor do imposto será somado ao valor do bem,

serviço ou direito transacionado. Além disso, os contribuintes poderão descontar créditos pagos na operação anterior.

No entanto, essa mudança exige maior atenção dos empresários, que deverão acompanhar se o imposto foi pago corretamente. Isso se torna ainda mais relevante quando se considera o histórico do fisco brasileiro.

Antes da implementação da Nota Fiscal Eletrônica, os fiscais corriam atrás de caminhões de mercadorias sem nota fiscal. Hoje, com a modernização do processo, os fiscais correm atrás das notas fiscais sem mercadorias. No caso do split payment, a fiscalização será mais automatizada e eficiente, pois o tributo será pago no ato da transação, eliminando a necessidade de uma fiscalização posterior, o que é um grande avanço no sistema de controle tributário.

COMO FUNCIONA O SPLIT PAYMENT NO BRASIL?

Do sistema de split payment proposto para o Brasil será integrado com a apuração assistida, permitindo que as empresas acompanhem, em tempo real, seus débitos e créditos tributários. Ou seja, a cada transação realizada, o sistema calculará e dividirá o valor dos tributos, retendo a parte devida ao governo, enquanto o restante será destinado ao vendedor. Importante destacar que a apuração dos tributos continuará sendo feita mensalmente, com ajustes para minimizar o pagamento de saldo devedor.

Existem três modelos principais para a implementação do split payment no Brasil:

1. Modelo Superinteligente: o mais avançado, onde o tributo é direcionado por meio de consulta prévia à base da RFB e ao Comitê Gestor, no momento da liquidação financeira. O sistema verifica se o fornecedor tem saldo devedor; sendo esse o caso, realiza a partilha do valor recebido, destinando ao fisco o valor do débito limitado ao valor destacado no documento fiscal;

2. Modelo Inteligente: semelhante ao modelo superinteligente, mas com funcionamento off-line. A retenção dos impostos é feita no momento da liquidação financeira e, em três dias, o Comitê Gestor e a RFB definem o montante do tributo a ser direcionado ao fisco ou devolvido ao fornecedor.

3. Modelo Simplificado: será o primeiro a ser implementado, especialmente voltado para transações no varejo. Nesse modelo, a retenção de impostos será feita automaticamente de acordo com a categoria da empresa e o tipo de produto ou serviço oferecido.



PONTOS RELEVANTES DO SPLIT PAYMENT

1. Aumento da transparência e eficiência: ao adotar o pagamento imediato dos impostos, o split payment reduz a burocracia e garante que a arrecadação seja mais rápida e eficaz. As empresas poderão ver claramente quanto estão pagando de impostos em cada transação, o que facilita o processo de auditoria e conformidade tributária.

2. Redução da sonegação fiscal: com a retenção automática dos impostos, o risco de sonegação será minimizado. Além disso, o sistema integrará tanto empresas formais quanto informais, dificultando a evasão tributária por negócios fora do radar do fisco. Isso representa uma significativa evolução para combater a informalidade econômica, um dos maiores desafios fiscais do Brasil.

3. Facilidade de integração com o sistema de pagamentos eletrônicos: o split payment será integrado diretamente às plataformas de pagamento já existentes, como cartões de crédito e débito, e gateways de pagamento. Isso significa que a implementação será mais ágil e menos custosa para as empresas, uma vez que as transações eletrônicas já são amplamente utilizadas.

4. Inclusão do mercado informal: uma das grandes vantagens do split payment é a inclusão de empresas que operam de forma informal no sistema tributário. Com o pagamento automático dos tributos no momento da transação, até os pequenos empresários e prestadores de serviços informais serão incorporados ao sistema de arrecadação, o que promove maior justiça fiscal.



5. Menor complexidade para os contribuintes: a apuração dos impostos será mais simples, pois as empresas poderão consultar em tempo real seus saldos de débito e crédito. Esse processo ajuda a evitar erros e diminui a necessidade de ajustes no final do mês ou ano, o que facilita o cumprimento das obrigações tributárias.

6. Maior segurança fiscal: com o sistema de split payment, as empresas terão maior controle sobre seus créditos tributários. Como a retenção do imposto ocorre de forma automatizada e o sistema é assistido, o risco de erros e fraudes será significativamente reduzido, garantindo mais segurança para as empresas e para o fisco.

IMPACTOS PARA AS EMPRESAS

A implementação do split payment trará uma série de mudanças nas rotinas empresariais, especialmente para aquelas que não estão acostumadas com a alta carga tributária ou que operam de forma informal. No entanto, os benefícios superam os desafios:

> **Impacto no fluxo de caixa:** atualmente, as empresas recebem o valor do imposto junto com o valor do bem ou serviço e utilizam esse tributo no fluxo de caixa. Com a adoção do split payment, o valor do imposto será direcionado imediatamente para o fisco, o que exigirá planejamento e adequação financeira por parte das empresas.

> **Adequação dos sistemas de pagamento:** as empresas precisarão adaptar seus sistemas de pagamento para incluir a retenção de impostos. Isso exigirá atualizações nas plataformas de cobrança e um controle maior sobre as transações.



> **Maior conformidade e redução de penalidades:** a conformidade tributária será facilitada com a implementação do split payment, uma vez que o processo de pagamento e apuração será mais transparente e automatizado. Isso pode reduzir a incidência de multas e penalidades relacionadas ao não pagamento ou ao pagamento incorreto de impostos.

DESAFIOS DE IMPLEMENTAÇÃO EM COMPARAÇÃO COM A EUROPA

Embora o Brasil tenha um sistema de arrecadação consolidado e mais eficiente do que o de muitos países europeus, a implementação do split payment ainda enfrentará desafios técnicos e operacionais. O sistema de Nota Fiscal Eletrônica no Brasil e o controle das

transações financeiras através dos sistemas bancários são mais robustos, o que coloca o país em uma posição privilegiada para a adoção desse sistema, ao contrário do que aconteceu na Europa.

Na Europa, iniciativas semelhantes falharam devido a problemas como a falta de controle adequado, o abuso das fraudes de exportação simuladas e a inexistência de um sistema único de arrecadação tributária. Países como Bulgária, Itália e República Tcheca tentaram implementar sistemas de controle semelhantes ao split payment, mas falharam em razão da complexidade do comércio transfronteiriço e das brechas para fraudes. O modelo brasileiro, mais centralizado e com maior controle sobre as transações financeiras, tem mais chances de sucesso.

NÃO SE DEVE QUESTIONAR SE TERÁ

O split payment é uma mudança significativa no sistema tributário brasileiro e sua implementação não será imediata, mas é uma das grandes apostas do governo para a reforma tributária. Embora haja desafios, especialmente para as empresas informais, o sistema pode levar a uma revolução no ambiente de negócios do Brasil. A inclusão do mercado informal no sistema tributário e a maior eficiência na arrecadação são passos fundamentais para a construção de uma economia mais forte e justa.

A adoção do split payment não é uma questão de "se", mas de "quando". É uma tendência global que, ao ser implementada de maneira eficaz, tem o potencial de transformar o Brasil em um modelo de arrecadação tributária para o resto do mundo. ■

A tributação das atividades imobiliárias e das holdings patrimoniais após a Reforma Tributária

A promulgação da principal norma que regulamenta a Reforma Tributária (Lei Complementar nº 214, de 16 de janeiro de 2025) trouxe profundas transformações para o setor imobiliário brasileiro, afetando a tributação sobre venda, locação e arrendamento de imóveis, bem como a tributação sobre as holdings patrimoniais e empresariais.

Como aponta Richard Domingos, diretor executivo da Confirp Contabilidade, "a reforma representa um divisor de águas, pois altera significativamente o modo como os tributos impactam tanto as operações imobiliárias quanto a gestão de patrimônio".

As modificações no sistema tributário, com a inclusão do Imposto sobre Bens e Serviços (IBS) e da Contribuição Social sobre Bens e Serviços (CBS), exigem adaptações significativas, não apenas para os profissionais da área contábil e imobiliária, mas também para os contribuintes. A reforma redefine as bases de tributação, ampliando o controle sobre as transações imobiliárias e criando desafios e oportunidades tanto para os agentes imobiliários quanto para as holdings. Lucas Barducco, sócio da Machado Nunes Advogados, observa que "a implementação do IBS e da CBS exige que os profissionais do setor imobiliário se atualizem

constantemente sobre os impactos tributários de suas transações, especialmente em relação às novas obrigações fiscais".

CADASTRO IMOBILIÁRIO BRASILEIRO (CIB) E O CONTROLE DAS TRANSAÇÕES IMOBILIÁRIAS

Um dos principais aspectos da reforma nesse segmento é a criação do Cadastro Imobiliário Brasileiro (CIB), integrante do SINTER – Sistema Nacional de Gestão de Informações Territoriais, que obrigará o cadastramento de todos os bens imóveis, urbanos e rurais. O CIB é um cadastro unificado nacional de imóveis urbanos e rurais, que será alimentado pelos entes da administração pública, com informações relativas ao bem, desde a construção. Ele será equivalente ao que é o CPF para a pessoa física e o CNPJ para pessoa jurídica.

Neste cadastro a administração tributária será encarregada de determinar o “Valor de Referência” dos imóveis, levando em consideração tanto o valor de mercado quanto às informações obtidas de cartórios e outras fontes oficiais (equivalente ao valor venal que as prefeituras determinam para os imóveis em seu município, porém em âmbito nacional). Esse valor de referência será atualizado anualmente



RICHARD DOMINGOS
Diretor executivo
Confirp Contabilidade

e será utilizado como base para comparar transações efetuadas por contribuintes, a fim de identificar transações suspeitas e arbitramento em procedimentos de fiscalização.

COMO FICAM AS LOCAÇÕES DE IMÓVEIS

A reforma traz mudanças significativas para a tributação das operações imobiliárias, especialmente no que se refere à locação e à venda de imóveis. Em relação às locações, antes da reforma, não havia tributação sobre consumo (ICMS, ISS, PIS e Cofins) quando o locador era pessoa física. Com a nova lei, tais contribuintes poderão ficar sujeitos ao IBS e à CBS.

Para entender melhor, as pessoas físicas que receberam no ano anterior mais de R\$ 240 mil em locações ou arrendamentos de pelo menos quatro imóveis distintos estarão sujeitas ao tributo. Também estarão obrigados ao pagamento do imposto aqueles que receberam, no decorrer do ano-calendário, R\$ 288 mil ou mais de receita de locação (20% a mais que o limite estabelecido de R\$240 mil). Richard Domingos comenta que "essa mudança impulsionará a abertura de holdings patrimoniais para recebimentos de locações por uma série de pessoas que resistiram até então. Pois a apuração do IBS/CBS terá o mesmo tratamento sendo pessoa física ou jurídica".

Esses limites sofrerão correção pelo IPCA, fato inédito na legislação tributária brasileira. Todas as pessoas jurídicas e pessoas físicas que se enquadrarem na nova regra e receberem valores de locação de bens imóveis pagarão o IVA Dual sobre uma alíquota reduzida de 70% do percentual definido para o tributo. Exemplo: se a alíquota do IVA Dual for estipulada para 28% o IBS/CBS para locação será de 8,4%. Para as locações de imóveis com prazo não superior a 90 dias, a redução da alíquota será de 40%, equiparando-se aos valores no setor de hotelaria.

Além disso, a reforma prevê um redutor social de R\$ 600 por imóvel, com o intuito de minimizar o impacto da tributação nas classes de menor poder aquisitivo. Esse redutor será um abatimento na base de cálculo dos tributos.

A reforma tributária traz a não cumulatividade plena como um de seus princípios para a cobrança dos tributos sobre consumo. Assim, em qualquer regime tributário, seja no Lucro Real ou Presumido, e nos casos de opção pelo pagamento apartado de IBS e CBS no Simples Nacional ou na pessoa física equiparada, o tributo permitirá o desconto de créditos provenientes de pagamentos relativos a bens e serviços adquiridos na atividade comercial. Esse sistema será equivalente ao do ICMS aplicado nos Estados, mas com uma amplitude de creditamento muito maior e irrestrito, sendo vedada apenas a tomada de crédito de aquisição de bens e serviços considerados de uso e consumo pessoal dos sócios e administradores.

COMO FICAM AS VENDAS DE IMÓVEIS?

Falando sobre venda de imóveis, além das pessoas jurídicas que exploram a atividade imobiliária, as pessoas físicas também foram alcançadas. Aquelas que realizarem a venda de quatro imóveis ou mais no ano-calendário anterior, adquiridos nos últimos cinco anos, ou quando realizarem a venda de dois ou mais imóveis construídos pelo contribuinte nesse mesmo período, estarão obrigadas a pagar o IBS e a CBS. Quando a pessoa física realizar a venda de

quatro imóveis ou mais no próprio ano-calendário ou vender dois imóveis construídos, desde que adquiridos nos últimos cinco anos, também será considerada contribuinte do IVA Dual.

Lucas Barducco alerta que "essa mudança trará uma carga tributária significativa para investidores que operam no mercado imobiliário, especialmente aqueles que trabalham com imóveis adquiridos e revendidos em curto prazo".

Todos os contribuintes que se enquadrarem na nova regra deverão pagar o IBS e a CBS sob uma alíquota reduzida de 50% do percentual definido. Assim como no aluguel, no caso da primeira venda do imóvel residencial ou lote de terreno, o contribuinte (pessoa física ou jurídica) fará jus a um redutor social de R\$ 100 mil e R\$ 30 mil, respectivamente. Esses valores também serão corrigidos pelo IPCA.

O contribuinte contará ainda com um Redutor de Ajuste, uma espécie de “desconto” na base de cálculo da venda, para determinar o valor do IBS e da CBS devidos na operação. Esse Redutor representará o valor de aquisição do imóvel corrigido pelo IPCA. Outro ponto importante é que os contribuintes deverão inventariar e apurar o Redutor de Ajuste de cada imóvel (corrigindo os valores desde sua aquisição) com base em 31 de dezembro de 2026. Por opção do contribuinte, ele poderá adotar o “Valor de Referência” atribuído ao imóvel no CIB, disponibilizado no SINTER.

Como acontece com os alugueis, o contribuinte também poderá descontar créditos provenientes de pagamentos relativos a bens e serviços adquiridos na atividade. Dentre outros pontos

importantes, podemos destacar que Permutas e Constituição de direitos reais de garantias (hipoteca, penhor, garantia etc.) estão fora do campo de incidência desses tributos.

REGIMES ESPECIAIS E PERÍODO DE TRANSIÇÃO: ADAPTAÇÃO ÀS NOVAS REGRAS

Da incorporação – Opção pela tributação simplificada

A Reforma Tributária também prevê um período de transição para as operações imobiliárias iniciadas até 31 de dezembro de 2028. Durante esse período, os contribuintes poderão optar por regimes simplificados de tributação, como o Regime Especial de Tributação (RET) para incorporação imobiliária ou parcelamento do solo. O RET oferece condições mais favoráveis de apuração do IBS e da CBS, mas impõe algumas limitações, como a impossibilidade de apropriar créditos tributários.

Por exemplo, para incorporações imobiliárias realizadas sob o regime de afetação patrimonial, a opção pelo RET implica um pagamento de CBS de 2,08% sobre a receita mensal, afastando a incidência de outros tributos, mas limitando a apropriação de créditos tributários, o que exige uma avaliação cuidadosa das operações.

Lembrando que o RET é um dos principais mecanismos de incentivo ao setor imobiliário, e a Lei Complementar não trouxe sinais claros de sua continuidade para as operações imobiliárias ocorridas a partir de 1º de janeiro de 2029, causando uma grande insegurança no futuro do setor.



LUCAS BARDUCCO
Sócio
Machado Nunes Advogados

O mesmo acontece com o sistema de transição determinado em operações de parcelamento de solo iniciado antes de 2029. Assim como acontece com os empreendimentos optantes pelo RET, nesse caso o contribuinte poderá optar por um recolhimento simplificado de CBS de 3,65% sobre a receita bruta.

DO PARCELAMENTO DO SOLO – OPÇÃO PELA TRIBUTAÇÃO SIMPLIFICADA

Em relação à locação e arrendamento de imóveis, será possível optar pelo regime de tributação simplificado para contratos firmados até 16 de janeiro de 2025, com prazos distintos para contratos residenciais e não residenciais. O tributo a ser pago será também de 3,65%, com a vedação de apropriação de créditos e a impossibilidade de deduções.

DA LOCAÇÃO E ARRENDAMENTO DE IMÓVEL – OPÇÃO PELA TRIBUTAÇÃO SIMPLIFICADA

Os contribuintes que firmaram contratos de locação ou arrendamento de bem imóvel não residencial com prazo determinado, desde que assinados até 16/01/2025 (com firma reconhecida, contrato registrado em cartório até dezembro de 2025, dentre outras exigências), poderão manter o percentual de CBS e IBS em 3,65% da receita bruta recebida. Porém, nesses

casos, será vedada a apropriação de créditos e a utilização dos redutores sociais. Lucas Barducco ressalta que, na prática, são raros os casos em que essa opção é vantajosa.

AUDITORIA: A NECESSIDADE DE AJUSTES NOS PROCEDIMENTOS CONTÁBEIS

Com as novas regras tributárias, um dos maiores desafios será o impacto nas práticas contábeis e nos procedimentos de auditoria. José Augusto Barbosa, sócio da Audcorp Auditoria, enfatiza que as mudanças exigem uma adaptação significativa nas rotinas de auditoria, já que os novos tributos, como o IBS e a CBS, terão efeitos diretos nas demonstrações financeiras das empresas: "A implementação da Reforma Tributária exigirá uma reavaliação dos processos contábeis, especialmente em relação ao registro de créditos e débito dos tributos, o que impactará diretamente as auditorias realizadas."

Além disso, o novo regime de tributação pode exigir maior transparência nas operações das empresas, especialmente nas holdings que lidam com grandes volumes de imóveis e transações complexas. José Augusto afirma: "A conformidade fiscal será mais exigida, e as auditorias terão de ser mais rigorosas

para garantir que as empresas estejam em conformidade com as novas regras e aproveitem da melhor forma possível os créditos fiscais."

A revisão e adaptação das práticas de auditoria não só ajudarão as empresas a se manterem dentro da legalidade, mas também garantirão que elas possam aproveitar ao máximo as oportunidades oferecidas pela reforma tributária, especialmente em um cenário de transição.

OS IMPACTOS DA REFORMA

A Reforma Tributária afeta diretamente o consumidor, ou seja, o último da cadeia. Tomando como base o princípio da não cumulatividade plena associada à cobrança por fora, todo o tributo estipulado na legislação recairá em quem está consumindo o produto ou serviço. No caso do setor imobiliário, recairá naquele que locar ou comprar o imóvel. Isso fará com que ocorra um ajustamento de preços dessas operações no mercado a partir da efetiva cobrança dos novos tributos – isto é, já em 2027, com a cobrança da CBS, e a partir de 2029, com a cobrança também do IBS.

Richard Domingos explica que "o impacto desses novos tributos não será igual a todos os contribuintes e nem terá fórmula exata para determinar quem pagará menos ou mais, pois cada contribuinte possui um arranjo próprio de despesas em sua atividade, assim como a composição de seu faturamento. O que podemos afirmar é que o consumidor final sentirá no bolso seja qual for o valor a ser repassado de imposto para ela", finaliza. ■

JOSÉ AUGUSTO BARBOSA
Sócio
Audcorp Auditoria

OBRIGAÇÃO TRIBUTÁRIA X CRIME DE SONEGAÇÃO FISCAL

QUANDO OS SÓCIOS PODEM SER RESPONSABILIZADOS PENALMENTE?

A responsabilidade penal dos sócios por não pagar impostos tem se tornado um tema cada vez mais relevante. Nos últimos tempos, a não quitação repetida de impostos como o ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) foi considerada um crime de "apropriação indébita tributária", gerando debates sobre quando é justo responsabilizar os sócios de uma empresa.

A questão central é: em que situações um sócio deve ser penalizado e como podemos diferenciar entre quem agiu de má fé e quem apenas enfrentou dificuldades?

A apropriação indébita tributária acontece quando uma pessoa ou empresa decide não pagar os impostos de forma intencional, sabendo que está errada e prejudicando o Estado.

Thiago Santana Lira, advogado especializado em tributos, explica: “O simples não pagamento, sem a intenção de prejudicar, não deve ser tratado como crime.” Ou seja, se o empresário ou sócio não pagou porque não tinha como, ou tentou pagar, mas não conseguiu, isso não é considerado um crime de sonegação fiscal.

Veja um exemplo prático: imagine que uma pequena loja de roupas tenha um grande número de dívidas com o ICMS e, devido a uma queda nas vendas, o dono não consiga pagar o imposto. Se ele tentou de todas as formas quitar a dívida, mas simplesmente não teve recursos, isso não deve ser considerado um crime. Por outro lado, se ele decidiu não pagar de propósito para usar o dinheiro em outro negócio, aí sim, poderia ser considerado um crime de apropriação indébita.

Quando alguém é acusado de sonegação fiscal, a investigação precisa ir além do simples fato de não ter pago os tributos. Denis Barroso, sócio fundador do escritório Barroso Advogados Associados, enfatiza: “A presunção de inocência deve ser respeitada. O simples inadimplemento tributário não justifica uma acusação criminal sem uma investigação aprofundada.”

Ou seja, a questão central é entender por que o imposto não foi pago. Se o empresário realmente não teve a intenção de prejudicar o fisco, como em uma situação de crise financeira, ele não deve ser tratado como criminoso. A falta de pagamento, sem dolo, não pode ser considerada uma ofensa criminal.

Quando a teoria do “domínio do fato” pode ser aplicada?

A teoria do domínio do fato é uma abordagem que tenta responsabilizar gestores ou sócios que, mesmo sem agir diretamente no crime, têm controle sobre a empresa. A ideia é que, por estarem no comando, devem responder por qualquer ilegalidade cometida dentro da empresa. Porém, essa teoria precisa ser usada com cautela.

Thiago Lira alerta: “Embora a teoria do domínio do fato seja útil, ela pode gerar injustiças se aplicada indiscriminadamente.” Ele explica que não se pode simplesmente presumir que o sócio é responsável por um crime só porque é o líder da empresa. Se ele não souber e não tiver envolvimento com a infração, não deve ser penalizado.



THIAGO SANTANA LIRA
Advogado
Barroso Advogados Associados

A crise econômica e o inadimplemento tributário

A crise econômica é outro fator que deve ser considerado quando se fala em inadimplemento tributário. Quando uma empresa enfrenta dificuldades financeiras, o empresário pode precisar priorizar o pagamento de salários e a manutenção do negócio, em vez de quitar tributos.

Denis Barroso ressalta que: “Penalizar o empresário que, diante de uma crise, decide manter a empresa funcionando e garantir o emprego de seus colaboradores, ao invés de pagar tributos, é uma distorção.”

Imagine uma fábrica que, devido à crise econômica, está com dificuldades para pagar seus impostos. O dono da fábrica decide pagar os salários dos funcionários primeiro, para evitar que a empresa feche. Nesse cenário, a responsabilidade penal deve ser questionada, pois o empresário não agiu com intenção de prejudicar o Estado, mas sim para garantir a sobrevivência da empresa e o emprego dos trabalhadores.

Para que um sócio seja responsabilizado penalmente, é necessário que se prove seu envolvimento direto no ato ilícito. Denis Barroso explica: “A responsabilidade penal não pode ser presumida. Deve ser provada com base em uma investigação rigorosa, levando em conta o envolvimento real dos sócios.” Não basta que a empresa tenha deixado de pagar os impostos. A investigação deve buscar evidências concretas de que o sócio tinha conhecimento da infração ou que agiu de forma intencional para prejudicar o fisco.

A responsabilidade penal dos sócios, portanto, deve ser sempre respaldada por provas claras. O que se espera é que o sistema jurídico seja justo, levando em consideração todas as variáveis que influenciam o inadimplemento tributário, sem prejudicar aqueles que realmente não tiveram a intenção de prejudicar o Estado. ■

NRF RETAIL'S BIG SHOW 2025: O FUTURO DO VAREJO E AS INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS QUE ESTÃO TRANSFORMANDO O SETOR

A NRF Retail's Big Show 2025, realizada em janeiro de 2025, trouxe à tona uma série de inovações tecnológicas que prometem revolucionar o varejo globalmente.

Organizada pela NRF (National Retail Federation), a maior associação comercial de varejo do mundo, o evento em Nova Iorque foi palco de discussões sobre o futuro das lojas físicas, a experiência do consumidor e as operações de gestão.

A edição contou com a presença de grandes nomes e empresas dedicadas ao setor, incluindo a equipe da ALFA Consultoria - SAP Gold Partner, que analisou as tendências mais impactantes do setor.

Entre as inovações apresentadas, Fábio Rogério, Co-CEO da ALFA Consultoria - SAP Gold Partner, destaca o impacto crescente de soluções, como lojas sem caixas, inteligência de dados, robôs autônomos, experiências imersivas e práticas sustentáveis. Todas essas tendências têm o potencial de transformar completamente a forma como o varejo opera, não apenas em mercados globais, mas também no Brasil.

LOJAS SEM CAIXAS: O FUTURO DO ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR

Uma das inovações mais comentadas foi o conceito das lojas sem caixas, como as lojas Amazon Go. Essas lojas operam com tecnologias

de identificação por câmeras, sensores e Inteligência Artificial, permitindo que os consumidores escolham seus produtos e saiam sem passar por um caixa.

Para Fábio Rogério, a adaptação dessa tecnologia ao Brasil será uma questão de tempo. "Essa solução vai muito além de uma simples tendência, ela representa uma mudança profunda no comportamento do consumidor e pode fazer uma grande diferença no Brasil, onde o foco em agilidade e conveniência se torna cada vez mais importante."

INTELIGÊNCIA DE DADOS E AUTOMAÇÃO: UMA REVOLUÇÃO NAS OPERAÇÕES

A utilização de dados em tempo real também foi um tema central na NRF 2025, com plataformas de Inteligência Artificial oferecendo dashboards avançados para otimizar decisões. O uso de IA no varejo para personalização da experiência do consumidor, como recomendações de produtos e assistentes virtuais, está se tornando uma prática comum.

"Plataformas como Amazon e Netflix já utilizam algoritmos para recomendar produtos e conteúdos, e isso é apenas o começo. O futuro do varejo está na inteligência de dados, que permite entender e antecipar as necessidades dos consumidores", afirma Fábio Rogério.

Outro destaque é o uso crescente de robôs autônomos, que já estão sendo integrados em diversas funções, como reposição de prateleiras e atendimento ao cliente. Esta tecnologia, segundo Fábio Rogério, traz ganhos de eficiência e melhora a experiência de compra. "Robôs não substituem o toque humano, mas ajudam a liberar os colaboradores para funções mais estratégicas e que envolvem maior interação com os clientes", explica.

TECNOLOGIAS IMERSIVAS: A EXPERIÊNCIA DO CONSUMIDOR REDEFINIDA

As experiências imersivas, impulsionadas por realidade aumentada (RA) e realidade virtual (RV), também dominaram o palco da NRF. Essas tecnologias oferecem aos consumidores a chance de interagir com os produtos de maneira mais envolvente e personalizada.

Fábio destaca que, no Brasil, a adesão a essas inovações pode ser um diferencial importante. "Lojas de moda já estão utilizando avatares personalizados para que os clientes experimentem roupas virtualmente. Isso vai muito além da simples venda de produtos; é uma experiência única que atrai e fideliza o consumidor."

SUSTENTABILIDADE: O VAREJO DO FUTURO E SUAS RESPONSABILIDADES AMBIENTAIS

Outro ponto de destaque foi a ênfase em práticas sustentáveis no varejo, com tecnologias que buscam reduzir o impacto ambiental. O uso de cadeias de suprimentos mais verdes e a oferta de produtos eco-friendly ganham relevância à medida que o consumidor se torna cada vez mais consciente sobre a origem dos produtos que consome.

"No futuro, as empresas que não adotarem soluções sustentáveis provavelmente ficarão para trás. O mercado exige responsabilidade, e a inovação deve caminhar lado a lado com a preservação ambiental", analisa Fábio Rogério.

A REVOLUÇÃO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: O FUTURO DA PERSONALIZAÇÃO E DA EFICIÊNCIA OPERACIONAL

Uma das tecnologias mais aguardadas, e que deve impulsionar ainda mais o setor de varejo, é a Inteligência Artificial Generativa. A capacidade de personalizar experiências de compra em escala, combinada com a análise de dados em tempo real, será uma força transformadora para o mercado. "A IA generativa permite uma personalização muito mais profunda, criando experiências únicas e antecipando comportamentos dos consumidores de uma forma que nunca vimos antes", comenta Fábio Rogério.

Além disso, a IA também otimiza operações no varejo, com soluções para gerenciamento de estoque, precificação dinâmica e automação logística, que podem revolucionar a forma como as empresas lidam com a logística e a cadeia de suprimentos. "Com robôs

autônomos ajudando na separação, embalagem e envio de produtos, temos um processo mais ágil e menos propenso a erros, além de otimizar os custos operacionais", explica o Co-CEO.

O FUTURO DAS LOJAS FÍSICAS: INTEGRANDO O MUNDO DIGITAL

O conceito de lojas físicas também foi repensado durante o evento. As lojas estão se reinventando como hubs de experiência, com uma forte integração digital. Esse modelo, conhecido como phygital, permite que os consumidores interajam com os produtos antes de finalizar compras online, criando um ambiente mais dinâmico e personalizado.

Fábio Rogério acredita que a tendência do phygital será um caminho natural para as empresas brasileiras. "O modelo de loja física não vai desaparecer, mas ela precisa ser repensada. O consumidor quer uma experiência de compra fluída, que integre o digital e o físico de forma complementar", analisa.

O QUE AS EMPRESAS BRASILEIRAS PODEM APRENDER COM AS TENDÊNCIAS GLOBAIS

Para Fábio Rogério, as empresas brasileiras devem se preparar para as mudanças estruturais no varejo, focando em inovação, personalização, eficiência operacional e omnicanalidade. "Investir em tecnologias escaláveis e preparar as equipes para adotar essas novas soluções será fundamental para se manter competitivo, tanto no mercado nacional quanto internacional", afirma.

Além disso, a cultura organizacional digital será um dos pilares para o sucesso da implementação dessas inovações. "A tecnologia é uma parte essencial, mas a mentalidade da empresa precisa ser alinhada para que

a inovação realmente aconteça. As empresas devem se adaptar à nova realidade digital, colaborando com startups e fornecedores internacionais para acelerar seus processos de inovação", conclui Fábio.

A NRF 25 Retail's Big Show 2025 mostrou que o futuro do varejo será profundamente moldado por inovações tecnológicas, com destaque

para a Inteligência Artificial, a automação, a sustentabilidade e a personalização. À medida que essas tendências se consolidam, o varejo brasileiro terá que se ajustar, investindo em tecnologia e adotando um modelo de negócios mais ágil e digital para continuar competitivo em um mercado global cada vez mais desafiador. ■



A SAÚDE MENTAL NA UTI

desafios legais e estratégicos

A saúde mental no ambiente de trabalho se tornou um tema cada vez mais importante nos últimos anos, especialmente após as atualizações na Norma Regulamentadora nº 1 (NR-1), que agora inclui a saúde mental como uma preocupação ocupacional. A mudança traz desafios para as empresas, que precisam adaptar suas políticas e práticas para garantir o bem-estar psicológico dos colaboradores e evitar riscos legais e fiscais.

Para ajudar as empresas a entender como navegar por essas novas exigências, conversamos com especialistas em segurança e saúde no trabalho e direito trabalhista. Tatiana Gonçalves, CEO da Moema Medicina do Trabalho, e Mourival Boaventura Ribeiro, advogado especializado em direito trabalhista, compartilham suas perspectivas sobre como as empresas podem enfrentar os desafios dessa nova norma e proteger seus colaboradores e seus próprios interesses.

A NOVA NR-1 E SEUS IMPACTOS NAS EMPRESAS

A atualização da NR-1, que entra em vigor em 2025, exige que as empresas adotem uma avaliação de riscos psicossociais em seus processos de gestão de Segurança e Saúde no Trabalho (SST). Esses riscos incluem fatores

TATIANA GONÇALVES
CEO
Moema Medicina do Trabalho



como estresse, assédio, sobrecarga de trabalho e conflitos interpessoais, que podem afetar diretamente o bem-estar mental dos trabalhadores. Para Tatiana Gonçalves, o objetivo da medida é proteger a saúde mental dos colaboradores e, ao mesmo tempo, garantir um ambiente de trabalho mais saudável.

“Com as mudanças na NR-1, as empresas têm agora a obrigação de identificar e mitigar riscos psicossociais. Isso exige uma abordagem mais holística da saúde no ambiente de trabalho, envolvendo desde a gestão de metas até a promoção de um ambiente livre de assédio. Além disso, o conceito de Primeiros Socorros Psicológicos (PSP) surge como uma ferramenta importante para lidar com situações de sofrimento emocional imediato”, explica Tatiana.

Os Primeiros Socorros Psicológicos (PSP) são intervenções iniciais que podem ser realizadas por qualquer pessoa treinada para oferecer apoio a um colega que esteja enfrentando uma crise emocional. Embora não substituam o atendimento psicológico profissional, os PSP podem ser fundamentais para prevenir o agravamento de problemas de saúde mental.

RISCOS LEGAIS E FISCAIS: A RESPONSABILIDADE DAS EMPRESAS

O não cumprimento das novas exigências trazidas pela NR-1 pode resultar em sérios riscos legais e fiscais para as empresas. Mourival Boaventura Ribeiro, especialista em direito trabalhista, destaca que as penalidades podem ser pesadas, com multas e até mesmo a interdição de atividades em casos mais graves.

“A NR-1 visa a prevenção de doenças ocupacionais, e o não cumprimento das suas diretrizes pode acarretar em sanções administrativas, como multas e até o aumento do Fator Acidentário de Prevenção (FAP), o que eleva os custos com seguros e benefícios de acidente de trabalho.

Além disso, empresas que não cumprirem a regulamentação podem enfrentar ações judiciais e até perda de certificações importantes, como a ISO 45001”, alerta Ribeiro.

A não implementação de políticas adequadas de saúde mental também pode resultar em litígios trabalhistas, especialmente em casos de doenças relacionadas ao estresse e à sobrecarga no trabalho, como a síndrome de burnout. O especialista ressalta que os gestores precisam estar preparados para identificar e lidar com esses riscos.

COMO AS EMPRESAS PODEM IMPLEMENTAR A NR-1 DE FORMA EFICAZ?

Para cumprir com a NR-1 e proteger seus interesses legais, as empresas precisam adotar uma abordagem estratégica em relação à saúde mental no trabalho. Além de implementar medidas para identificar e mitigar os riscos psicossociais, as empresas devem garantir que seus gestores e líderes estejam preparados para lidar com as questões de saúde mental de seus colaboradores.

“É essencial que as empresas integrem a saúde mental no Gerenciamento de Riscos Ocupacionais (GRO) e no Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR). Isso inclui a realização de treinamentos para que os gestores saibam identificar sinais de sofrimento mental, como estresse excessivo ou esgotamento, e saibam como agir de maneira preventiva”, afirma Tatiana Gonçalves.

A inclusão de programas de apoio psicológico no ambiente de trabalho também é fundamental. A Moema Medicina do Trabalho, por exemplo, oferece consultoria para ajudar empresas a criar ambientes mais saudáveis e inclusivos, com foco na saúde emocional dos colaboradores.

DESAFIOS PARA PMES

A Avaliação de Riscos Psicossociais será obrigatória para todas as empresas, independentemente do porte, e sua adaptação exige um planejamento cuidadoso e ações bem estruturadas. Embora pequenas e médias empresas (PMEs) possam enfrentar desafios para atender às novas exigências da NR 1, algumas estratégias podem tornar essa transição mais simples:

- > **Parceria com consultorias especializadas:** Buscar apoio de profissionais para implementar a Avaliação de Riscos Psicossociais de forma eficiente.
- > **Adoção de soluções tecnológicas acessíveis:** Utilizar softwares simples para monitorar os riscos e o bem-estar dos colaboradores.
- > **Treinamento interno básico:** Capacitar gestores e funcionários sobre os riscos psicossociais e as formas de mitigá-los.
- > **Políticas flexíveis de trabalho:** Introduzir ajustes, como pausas regulares e horários mais flexíveis.

Com essas iniciativas, mesmo empresas com recursos limitados podem cumprir as novas normas sem comprometer sua sustentabilidade.

A IMPORTÂNCIA DE DOCUMENTAR

Mourival Boaventura Ribeiro reforça que as empresas também devem documentar todas as ações preventivas que adotarem. “O registro adequado das ações, como treinamentos e mapeamento de riscos, é essencial para a defesa jurídica da empresa. Isso garante que, caso a empresa seja auditada ou enfrente algum litígio, ela possa demonstrar que adotou todas as medidas necessárias para cumprir a legislação e proteger seus colaboradores”, explica o advogado.

A saúde mental no ambiente de trabalho não é apenas uma questão legal, mas também um fator crucial para a sustentabilidade das empresas. Investir no bem-estar emocional dos colaboradores pode resultar em uma força de trabalho mais produtiva, engajada e fiel. As novas exigências trazidas pela NR-1 são uma oportunidade para as empresas não só se adequarem à legislação, mas também para promoverem um ambiente de trabalho mais humano e saudável.

A adaptação às novas normas exige esforço e comprometimento das empresas, mas a recompensa é uma organização mais forte e resiliente, com colaboradores mais saudáveis e motivados. ■

MOURIVAL BOAVENTURA RIBEIRO
Sócio
Boaventura Ribeiro Advogados

O RISCO DO USO IRREGULAR DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

uma ameaça ao direito autoral



ROSA SBORGIA
Sócia
Bicudo & Sborgia Marcas e Patentes

A ascensão da Inteligência Artificial (IA) trouxe uma revolução em diversos setores, mas também levantou uma série de questões jurídicas, especialmente no que diz respeito ao uso indevido de conteúdos protegidos por direitos autorais.

As ferramentas de IA têm se tornado cada vez mais populares no mercado, com algumas já sendo aplicadas em tarefas como a criação de conteúdo publicitário, elaboração de contratos e até mesmo na produção de música e arte. No entanto, o uso indiscriminado dessas tecnologias, sem critério e ausente de análise dos conteúdos produzidos, pode gerar sérios riscos legais, como violação de direitos autorais e outras infrações.

Exemplos recentes de processos jurídicos envolvendo o uso incorreto da IA ilustram como essa tecnologia pode ser perigosa quando não é usada de forma responsável. Um caso notório ocorreu nos Estados Unidos, quando os jornais The Wall Street Journal e The New York Post entraram com um processo contra a empresa Perplexity AI, alegando violação massiva de direitos autorais e de marca.

A companhia teria utilizado conteúdos protegidos por direitos autorais sem a devida autorização, o que resultou em ações judiciais em um tribunal federal de Nova York.

No Brasil, a situação não é diferente. O uso indevido de conteúdos protegidos por direitos autorais também tem gerado litígios e penalizações. Empresas que se valem de ferramentas de IA para possibilitar a criação de campanhas publicitárias, músicas, artes e outros conteúdos podem, mesmo sem querer, infringir direitos autorais ao utilizar material protegido, ausente da obtenção de autorização dos criadores originais.

A legislação brasileira, regida pela Lei 9.610/98, assegura os direitos dos autores e impõe sanções

severas para quem os desrespeita. Por exemplo, no caso do Terraço Lounge Club Ltda, o Tribunal de Justiça de São Paulo manteve a condenação da empresa que veiculou obras musicais sem a devida autorização do ECAD, gerando uma indenização por violação dos direitos autorais.

"É fundamental que os profissionais do setor entendam que o uso de tecnologias de Inteligência Artificial não os exime da responsabilidade legal sobre o uso de conteúdos protegidos por direitos autorais. O que temos visto é uma crescente tendência de desrespeito às normas, justamente porque muitas vezes a IA é usada de maneira indiscriminada e sem os devidos cuidados", afirma Rosa Sborgia, advogada especializada em propriedade intelectual e sócia da Bicudo & Sborgia Marcas e Patentes.

É importante frisar que a utilização de Inteligência Artificial para criar ou reproduzir conteúdos não exime as empresas usuárias da responsabilidade legal sobre os direitos autorais das obras utilizadas. Mesmo que o material tenha sido gerado por uma máquina, ou seja, via Inteligência Artificial, não afasta o direito autoral aproveitado e oferecido indevidamente por essa ferramenta tecnológica. Se um conteúdo autoral estiver sendo oferecido via Inteligência Artificial, o seu titular mantém o direito a reparação, tanto da empresa que ofereceu como da pessoa que utilizou sem autorização, como estabelece a Constituição Federal e a Lei 9.610/98. A simples inserção de dados ou informações em uma plataforma de IA não garante que esses conteúdos estejam livres de direitos autorais.

O problema se agrava quando se considera a vasta quantidade de informações que alimentam as IAs. Muitas vezes, bancos de dados são criados a partir de conteúdos que, na verdade, pertencem a terceiros, e sem o devido rastreamento e licenciamento, as empresas podem acabar utilizando material protegido por direitos autorais, sem perceber. Isso

coloca em risco tanto a reputação das empresas quanto suas finanças, uma vez que as indenizações por violações podem ser substanciais.

“Além disso, o uso de IA em áreas como publicidade e marketing também levanta questões sobre a originalidade dos conteúdos criados. Se uma campanha publicitária gerada por IA é inspirada, de forma indevida, de outra já existente, isso pode configurar cópia, sujeitando a empresa violadora a processos judiciais por violação de direitos autorais e marca. Isso já foi visto em várias situações, em que campanhas publicitárias foram copiadas sem permissão, resultando em processos e perdas judiciais para as empresas envolvidas”, alerta Rosa Sborgia.

A Lei de Direitos Autorais e a Inteligência Artificial

A Lei de Direitos Autorais no Brasil, que protege obras como músicas, fotografias, vídeos, textos e até mesmo criações de IA, se essas forem novas e originais, exige que qualquer conteúdo utilizado tenha a devida autorização expressa do autor. A legislação é clara ao afirmar que pertencem ao autor os direitos morais e patrimoniais sobre a obra que ele criou.

Portanto, ao usar uma ferramenta de IA para criar ou modificar conteúdo, as empresas devem garantir que não estão violando esses direitos. Isso inclui certificar-se de que os dados alimentados na máquina são, de fato, livres de direitos autorais ou que sua utilização foi autorizada.

“Recentemente, um projeto de lei sobre Inteligência Artificial, o PL 2.338/2023, está em tramitação no Brasil e promete regulamentar o uso da IA no país. O projeto estabelece mecanismos de proteção aos direitos autorais e propõe garantir que os criadores

de conteúdo mantenham seus direitos, mesmo com a introdução de tecnologias disruptivas. O objetivo não é restringir a utilização da IA, mas sim estabelecer limites que protejam os direitos dos autores”, explica Rosa Sborgia.

O caso dos advogados e a IA

O mundo jurídico também não está imune aos riscos do uso incorreto da IA. O ChatGPT, ferramenta de IA bastante popular entre advogados, foi inicialmente visto como uma solução para agilizar tarefas como a elaboração de contratos e a pesquisa de jurisprudência.

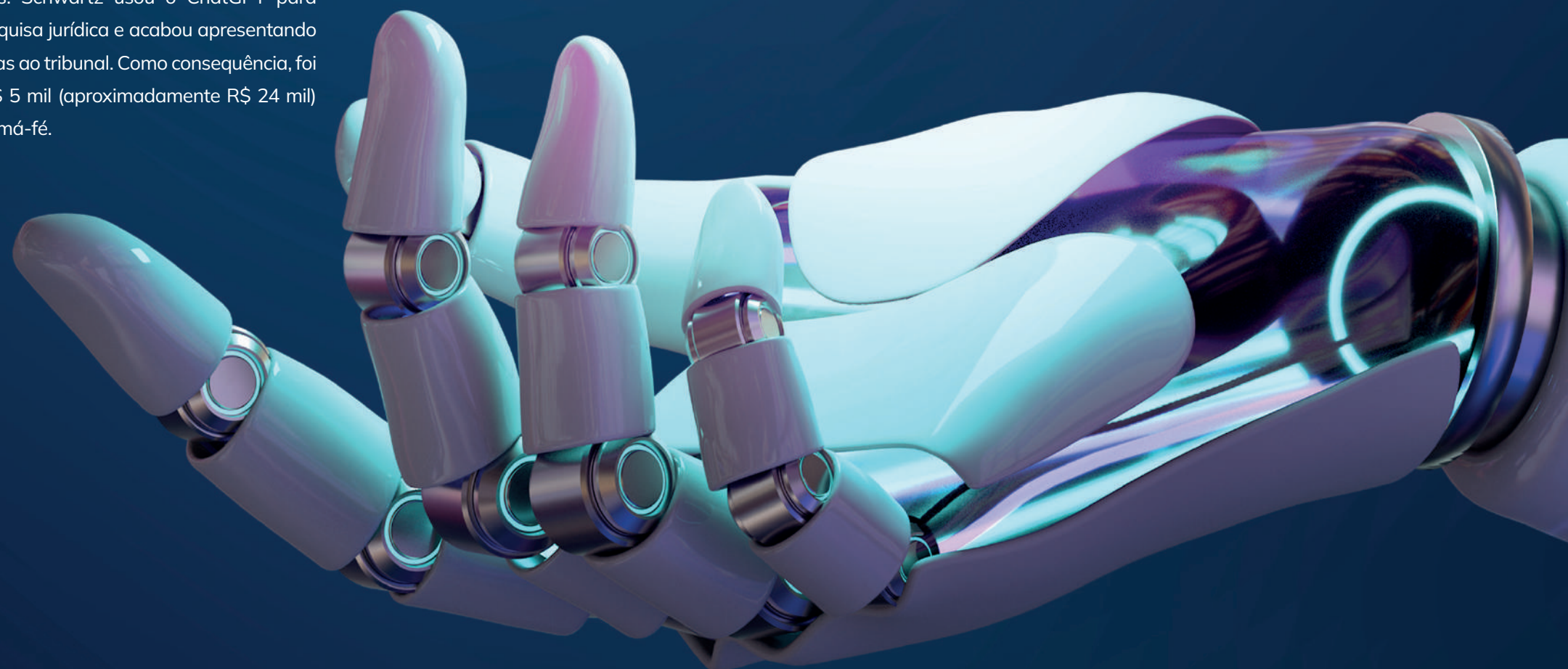
No entanto, um caso recente envolvendo o jurista Steven A. Schwartz, nos Estados Unidos, mostrou como a confiança excessiva na IA pode resultar em sérios problemas. Schwartz usou o ChatGPT para realizar uma pesquisa jurídica e acabou apresentando informações falsas ao tribunal. Como consequência, foi multado em US\$ 5 mil (aproximadamente R\$ 24 mil) por litigância de má-fé.

O caso de Schwartz evidencia o perigo do uso descuidado da Inteligência Artificial no direito. Embora a IA possa acelerar o trabalho e facilitar a análise de dados, os advogados devem ser cautelosos ao confiar em suas respostas, pois a responsabilidade pela precisão das informações é sempre do profissional, e não da máquina. O erro de Schwartz levanta uma questão importante: o uso da IA no setor jurídico exige cuidados com a veracidade dos dados e com a transparência das informações apresentadas.

Com o crescimento da IA, a regulamentação se torna ainda mais urgente. O uso dessa tecnologia pode gerar inúmeras vantagens, mas também apresenta riscos significativos, especialmente no que diz respeito à violação de direitos autorais

e ao uso irresponsável das informações. Para os profissionais de diferentes áreas, como publicidade, música, direito e tecnologia, é fundamental que adotem práticas responsáveis e se certifiquem de que estão respeitando os direitos de terceiros.

“O projeto de lei sobre Inteligência Artificial em tramitação no Brasil e os casos judiciais ao redor do mundo mostram que a regulamentação é o caminho para proteger tanto os criadores de conteúdos quanto as empresas que utilizam a IA. É preciso garantir que as ferramentas de Inteligência Artificial sejam usadas de forma ética e legal, evitando abusos e assegurando a compensação adequada aos autores”, finaliza a sócia da Bicudo e Sborgia. ■



O QUE PODEMOS APRENDER COM A CRISE DAS MONTADORAS AUTOMOBILÍSTICAS EUROPEIAS?

O setor automotivo é um dos pilares da indústria europeia, representando cerca de 7% do PIB da União Europeia. Contudo, as montadoras enfrentam grandes dificuldades na transição para veículos elétricos, uma mudança impulsionada pela UE, que busca eliminar gradualmente os motores de combustão até 2035, com o objetivo de se tornar o primeiro continente com impacto neutro no clima.

Recentemente, um relatório apontou que a Europa precisaria de um investimento de 800 bilhões de euros para apoiar essa transição e competir com seus rivais globais. Entre 2019 e 2022, a produção de automóveis na UE caiu, e a recuperação em 2023 ainda não conseguiu atingir os níveis pré-pandemia. Além disso, a participação de veículos elétricos na produção diminuiu significativamente, com um declínio alarmante de 43,9% em agosto de 2023.

Com essas mudanças em curso, as montadoras europeias enfrentam uma competição crescente, especialmente com os veículos elétricos baratos fabricados na China. Em resposta, a União Europeia implementou tarifas sobre esses importados para restabelecer a concorrência justa.



BENITO PEDRO VIEIRA SANTOS
CEO
Avante Assessoria Empresarial

No contexto de um mercado europeu em transição, o caso das montadoras automobilísticas oferece valiosas lições para os empreendedores brasileiros sobre como a falta de adaptação a novas demandas, a negligência em inovação e uma visão míope podem resultar em uma crise grave, afetando não só as empresas, mas também toda a cadeia produtiva.

A Avante Assessoria Empresarial, especializada em governança e reestruturação, analisa como as montadoras europeias falharam ao não se prepararem adequadamente para o futuro e o que os empresários brasileiros podem aprender com esses erros para evitar crises semelhantes. Benito Pedro Vieira Santos, CEO da Avante, compartilha sua visão sobre o impacto das decisões estratégicas e as lições que podem ser aplicadas no Brasil.

1. Erros de gestão: o que evitar para não repetir o fracasso das montadoras europeias

Entre os principais erros cometidos pelas montadoras europeias, a falta de inovação foi um dos mais impactantes. Muitas empresas falharam ao não se adaptar rapidamente às mudanças no mercado, como a transição para veículos elétricos e tecnologias sustentáveis. Outras tomaram decisões estratégicas voltadas para lucros de curto prazo, negligenciando o investimento em pesquisa e desenvolvimento.

Além disso, a desconsideração por regulamentações ambientais, que se tornaram cada vez mais rigorosas, prejudicou a reputação das montadoras e as expôs a consequências severas.

Para os empresários brasileiros, as lições são claras: é fundamental investir em inovação contínua e ter uma visão de longo prazo. "As empresas brasileiras muitas vezes negligenciam a inovação, mas isso é um erro crítico. O futuro exige mais do que manter-se à margem do que está acontecendo no mercado. Inovações em tecnologias, processos e produtos são imprescindíveis para a longevidade do negócio", explica Benito Pedro Vieira Santos, CEO da Avante.

Além disso, a visão míope que prioriza os resultados imediatos em detrimento de um planejamento estratégico de longo prazo é outro erro comum a ser evitado. "Decisões devem ser tomadas com foco não apenas no curto prazo, mas também nas possibilidades de crescimento e adaptação futura", afirma Santos.

2. A importância da visão estratégica de longo prazo: preparação para mudanças inesperadas

A crise nas montadoras europeias demonstrou como a falta de uma visão estratégica de longo prazo pode resultar em falhas catastróficas. As empresas, por já estarem consolidadas, não conseguiram se antecipar às mudanças no comportamento dos consumidores e não estavam preparadas para as novas demandas do mercado, como a necessidade de veículos mais sustentáveis e o surgimento de novos concorrentes.

Para os empresários brasileiros, a mensagem é clara: a preparação para mudanças inesperadas no mercado deve ser constante. "É essencial adotar uma mentalidade de inovação contínua e criar um planejamento estratégico flexível, que permita a adaptação rápida a novas tendências e necessidades do consumidor", afirma Santos.

3. Inovação e sustentabilidade: dois pilares essenciais para a competitividade

A crise das montadoras também evidenciou a falta de compromisso com a inovação e a sustentabilidade. Muitas empresas demoraram para adotar tecnologias limpas e investir em veículos elétricos, perdendo competitividade em um mercado cada vez mais focado na sustentabilidade.

No Brasil, a inovação desempenha um papel fundamental para o crescimento econômico e a competitividade das empresas. Para integrar novas tecnologias de forma mais eficiente, os empreendedores podem investir em parcerias com startups e centros de pesquisa, buscando acelerar a adoção de inovações. "A capacitação das equipes também é vital. Investir no treinamento e desenvolvimento de pessoal é uma das formas mais eficientes de se preparar para o futuro", diz Santos.

4. Gestão de riscos: aprendendo a lidar com a incerteza econômica

A crise das montadoras demonstrou a importância de uma gestão de riscos eficaz, especialmente em tempos de incerteza econômica. Empresas que não se prepararam para cenários adversos, ou que não diversificaram suas linhas de produtos e mercados, ficaram mais vulneráveis aos choques econômicos.

Para os empreendedores brasileiros, a lição é simples: é preciso planejar e diversificar. "Empresas que mantêm uma visão proativa em relação ao planejamento de riscos e que não dependem de



um único mercado ou produto tendem a ser mais resilientes em tempos de crise", afirma Santos.

Além disso, a implementação de sistemas de monitoramento contínuo que identifiquem riscos potenciais antes que se tornem crises é uma estratégia essencial para evitar danos irreparáveis.

5. A vulnerabilidade das grandes empresas e a importância de ser resiliente

A crise mostrou a vulnerabilidade das grandes empresas, evidenciando que elas também podem ser afetadas por mudanças rápidas no mercado. Dependentes de modelos de negócios tradicionais, muitas montadoras se mostraram inflexíveis e lentas para inovar, ficando expostas a crises inesperadas.

“A maior lição que podemos tirar disso é a importância de ser resiliente e adaptável. Em tempos de crise, as empresas que estão preparadas para mudar rapidamente e se ajustar às novas condições do mercado são as que têm mais chances de sobreviver e prosperar”, explica Benito Pedro Vieira Santos.

6. A cadeia de fornecimento: um ponto crítico a ser reforçado

Outro impacto da crise das montadoras foi a vulnerabilidade das cadeias de fornecimento. Quando uma empresa depende excessivamente de um número limitado de fornecedores, qualquer falha nesse elo pode comprometer toda a operação. A crise evidenciou a necessidade de diversificação da base de fornecedores e de parcerias estratégicas para garantir a continuidade dos negócios.



Para os empresários brasileiros, a diversificação dos fornecedores é fundamental. Além disso, a implementação de planos de contingência que considerem falhas na cadeia de fornecimento pode garantir que a empresa se mantenha operacional, mesmo diante de dificuldades. "A criação de parcerias sólidas com fornecedores pode melhorar a resiliência da cadeia de suprimentos, permitindo uma comunicação mais eficaz e a resolução de problemas com mais agilidade", aconselha Santos.

7. Recuperação pós-crise: como restaurar a confiança e reconstruir o negócio

Após uma crise, a recuperação exige ações bem planejadas e estratégias focadas. As melhores práticas incluem a avaliação dos erros cometidos, a comunicação transparente com consumidores e investidores, e a revisão das estratégias de negócios.

Benito Pedro Vieira Santos destaca a importância de focar na experiência do cliente e reforçar o compromisso com a inovação. "Investir na capacitação da equipe, criar um ambiente de inovação contínua e fortalecer a cadeia de suprimentos são passos essenciais para a recuperação e reconstrução da confiança no mercado", afirma.

Os empresários brasileiros, por sua vez, podem aplicar essas práticas ao demonstrar responsabilidade, engajamento com a comunidade e o estabelecimento de metas claras para a recuperação. "Transparência e responsabilidade são fundamentais para reconstruir a confiança com os consumidores e investidores", conclui Santos.

A crise das montadoras e as lições para o Brasil

A crise das montadoras automobilísticas europeias revelou vulnerabilidades que podem ser evitadas com uma gestão proativa e estratégica. Para os empresários brasileiros, as lições são claras: a inovação contínua, o planejamento de longo prazo, a gestão de riscos e a adaptação constante às novas demandas do mercado são essenciais para garantir a sustentabilidade e a competitividade no futuro.

Em um cenário econômico global cada vez mais incerto, a flexibilidade e a resiliência se tornam diferenciais importantes. Ao adotar essas lições, as empresas brasileiras têm o potencial de não apenas evitar crises, mas também prosperar em um ambiente de constante transformação. ■

GESTÃO INTELIGENTE PARA SUA EMPRESA FAZER A DIFERENÇA

SISTEMA NACIONAL DE INOVAÇÃO

Lei da Informática

Lei do Bem

Mover

Rua Teodoro Sampaio, 2767 - 2º Andar - Pinheiros

Contatos: (11) 4306-7600 | inovacao@gestiona.com.br

www.leidobem.com.br | www.gestiona.com.br



RH Digital Confirp com novos recursos!



Veja as novas funcionalidades disponíveis no portal:

- Controle de atestado de saúde ocupacional
- Controle de contratos de experiência
- Análise de turnover (admissões e rescisões)
- Aniversariantes do mês
- Média salarial e encargos
- Controle de férias
- Prévia de cálculo de rescisões ou aumentos salariais de forma automática
- Scout de colaboradores por gênero

Conheça essa e outras soluções que a Confirp oferece aos seus clientes.

(11) 5078-3000
www.confirp.com
/canalconfirp

/confirp-contabilidade
/confirp.contabilidade
/confirpcontabilidade

Escaneie o QR Code
para saber mais e
viva essa nova
experiência!

