



EMPREENDEDORES do Brasil

Edição 36/2026

LÍVIA PEREIRA
Guia de Turismo &
Consultora Travel


Você Não É Custo.
É EXPERIÊNCIA

A Revolução da Valorização do Guia de Turismo no Brasil

www.empreendedoresdobrasil.com



Transformamos o digital em vendas para **empreendedores que não entendem de marketing**


 **Escale seu negócio**

Você cuida do seu negócio.

Nós cuidamos do seu posicionamento, criamos sua página, desenvolvemos seu e-book, gerenciamos o tráfego no Meta e implementamos automações para que você venda mais.

 **Método único**

Pronta para parar de tentar e **começar a vender?**

 **Expansão Acelerada**

Quero vender

www.sivople.com

CAPA 22

Edição 36/ 2026

SUMÁRIO

08 Rosely Boschini

A coragem de não desistir

12 Vânia Fontes

Saúde Mental do Empreendedor: O Que Ninguém Conta Sobre Começar o Ano.

16 Ubirajara Ferreira

Patrimônio no radar: como proteger o seu legado diante da alta tributação e da Reforma Tributária.

28 Ane Cristine Moreira

NR 1 e os riscos psicossociais. Um novo olhar sobre a saúde nas organizações

32 Márcia Bastos

Por que o Planejamento é a Ponte para a sua Vida Ideal

34 Ivan Alexandre

Como empreendedores elevam autoridade com Oratória Estratégica e comunicação Autêntica

38 Juliana Mateusa

Reforma Tributária: O que o Empreendedor Brasileiro Precisa Saber para Prosperar na Transição

44 Lançamento Bem Sucedidas

2º edição do livro - Bem Sucedidas

48 Euler Costa

Marca é Patrimônio: Por que Registrar sua Marca é uma Decisão Estratégica?

52 Paula Marques e Gabriela Crês

Comunidade Vision Club: quando posicionamento se torna ambiente

www.empreendedorodobrasil.com



LÍVIA
PEREIRA

www.copiadorauniversitaria.com.br

DESDE 1978 FAZENDO HISTÓRIA

Há 45 anos, a Universitária tem o orgulho de integrar a vida dos baianos, comprometendo-se com a prestação de serviços de alta qualidade. Continuamos a investir em equipamentos de ponta e, acima de tudo, a valorizar o que realmente importa: **Você, nosso cliente e parceiro essencial.**

LOJAS:

 CIDADELA  FEDERAÇÃO  SALVADOR TRADE  PARALELA/WALL STREET  TANCREDO NEVES



45 anos

Universitária
 Impressão Digital

EDITORIAL

Há profissionais que exercem uma função. E há aqueles que constroem um movimento. Nesta edição, escolhemos destacar uma mulher que não apenas atua no turismo.

Ela redefine a forma como o turismo enxerga seus próprios profissionais.

Lívia Pereira representa uma geração que decidiu romper com a cultura da desvalorização. Em um mercado historicamente marcado por competição por preço, informalidade e reconhecimento tardio, ela levanta uma bandeira clara: experiência não é custo — é valor.

Sua trajetória, iniciada em 2002, revela mais do que anos de atuação. Revela evolução de mentalidade. Revela a transição de executora para estrategista. De guia para mentora. De profissional operante para referência de posicionamento.

O que mais nos chamou atenção em sua história não foi apenas sua competência técnica, mas sua consciência profissional. Lívia compreendeu algo que muitos empreendedores demoram anos para entender: o mercado responde à forma como você se apresenta a ele. Valor percebido é construído. Autoridade é intencional. Marca pessoal é estratégia.

Em tempos em que se fala tanto sobre empreendedorismo, inovação e protagonismo feminino, esta edição traz uma reflexão necessária: quantos profissionais talentosos ainda não ocupam o espaço que merecem simplesmente porque não aprenderam a comunicar seu valor? Lívia aprendeu. E hoje ensina. Ela não fala apenas sobre turismo. Ela fala sobre postura, mentalidade, posicionamento e crescimento sustentável.

Fala sobre transformar esforço em reconhecimento. Fala sobre deixar de disputar preço e começar a construir reputação. Mais do que uma história de sucesso, esta é uma história de consciência profissional.

Que esta edição inspire você a revisar sua própria narrativa.

A fortalecer sua marca.
A assumir o seu protagonismo.

Porque, como nossa capa anuncia com convicção:

Você não é custo.
Você é experiência.

Boa leitura.

Fátima Reis
Editora Chefe EB



CRÉDITOS

Editora chefe: Fátima Reis

Estrategista Sênior: Paulo Assunção

Software Engineer: Thiago Almeida

Make : Linda Severo, Pablo Lobo e Vanessa Danthas

Hair: Stefany Oliveira, Pablo Lobo e Vanessa Danthas

Design e Diagramação: Rute Silva e Amanda Araújo

Webdesign: Lucas Serinolli e João Victor

Redes Sociais: Luana Souza e Lucas Serinolli

Videomaker Master: Joilson Pereira

Videomakers: Valter Silva

Fotógrafos: Joilson Pereira, Taís Silva, Felipe Zidane,

Brenda Campos

Gestor de Tráfego: Alisson Silva e Lucas Serinolli

Design Gráfico: Pollyanna Farias

Desenvolvimento Humano: Rose Figueiredo

Capa: Livia Pereira

Foto Capa: Felipe Zidane

Formato: Digital

Publicação: 36ª edição

Divulgação: Multinacional Digital

Revisão: Equipe de redação Sivoplê

Agência: Sivoplê Comunicação & Marketing



AGRADECIMENTOS:

Deus, Paulo Assunção, Leda Reis, Carlos Pinheiro, Iracema Pinheiro, Victor Dias, Maria José Souza, José Antônio, Maciel Macêdo, Thiago Almeida, Camila Almeida, Pablo Lobo, Rosely Boschini, Camila Hannoun, Rafael Caribé, Marlon Freitas, Rafael Viana, Adriano Fialho, Ana Cerviño, Vânia Fontes, Ubirajara Ferreira, Ane Cristine Moreira, Márcia Bastos, Ivan Alexandre, Juliana Mateusa, Giane França, Euler Costa, Paula Marques e Gabriela Crês e Livia Pereira.

GRUPO
REIS



Esta publicação não se responsabiliza por conceitos ou opiniões emitidas em artigos e anúncios.

Todos os direitos desta revista são reservados a
SHAMAH GRUPO REIS AGENTES DO COMÉRCIO E SERVIÇOS LTDA

CNPJ: 39.332.332/0001-09

www.empreendedoresdobrasil.com
contato@empreendedoresdobrasil.com
@empreendedoresdobrasiloficial
@fatimareisoficial
+ 55 11 9 5902-6499 / 11 9 6581-5702

QUAL É O PRIMEIRO PASSO PARA O SUCESSO?

SER DONO DA
SUA MARCA!



Diante de um mercado cada vez mais competitivo, garantir o direito exclusivo de uso da sua marca é primordial. Sabemos que ela estabelece uma relação de valor com o consumidor, além de criar uma identidade duradoura que agrega muito no processo de marketing de seus produtos ou serviços. É fundamental entender que o conceito de marca é mais intangível do que tangível. Por meio dela, o consumidor experimenta sensações, vivencia experiências e forma percepções únicas. Por esse motivo, uma marca pode se tornar um elemento temático importante para a publicidade. No entanto, se esse nome, após anos de uso, precisar ser alterado, todo o conceito mercadológico poderá ser abalado.

Sem registro, a marca não possui domínio e pode ser facilmente apropriada por terceiros, causando severos prejuízos financeiros ao fundador. Por outro lado, com uma marca registrada, além do direito de uso exclusivo, o titular pode firmar contratos de cessão e licenciamento, recebendo royalties como retorno financeiro.

Registro de marca e patente

 @agilitymarcasepatentes

 @agilitymarcasepatentes.morumbi

**Registro de softwares
Prop. Intelectual**

 31 99663-2617

 11 9 5902-6499

AUTORIDADE



A CORAGEM

de não desistir

Por Rosely Boschini



A CARTA

Há um momento na trajetória de líderes que querem construir algo maior, algo que impacte o mundo, em que o desafio deixa de ser execução. A visão está clara, as decisões estão sendo tomadas, o trabalho acontece com método e responsabilidade. Ainda assim, o impacto não cresce na mesma proporção do esforço.

O que desafia, nesse ponto, não é a falta de ação, mas o tempo entre fazer bem feito e ver isso se refletir de forma concreta. É o período em que o líder trabalha com profundidade, mas o mundo ainda não percebe nem reconhece.

É exatamente sobre esse momento que Vincent van Gogh escreve ao irmão Theo, em 1878. Ele não fala de pintura, nem de reconhecimento. Fala de como conduzir a própria vida quando o retorno ainda não se apresenta. De como seguir adiante quando o que orienta nossas ações não são respostas imediatas, mas a convicção sobre a visão de futuro que temos.

Na carta, ele escreve:

"[...] somos hoje aquilo que fomos ontem. Isso não significa que devemos permanecer imóveis ou deixar de nos desenvolver; ao contrário, há razões fortes para crescer.

Mas, para sermos fiéis a essas palavras, não devemos recuar. Uma vez que começamos a ver as coisas com clareza e confiança, não devemos abandoná-las nem nos afastar delas.

[...] Sigamos, portanto, com calma, examinando tudo e retendo o que é bom, sempre buscando aprender o que é útil e adquirir mais experiência.

Se trabalhamos a noite inteira e nada conseguimos, ainda assim é bom não desistir e lançar as redes novamente ao amanhecer."

Impressionante como essa reflexão feita há quase 150 anos continua sendo tão verdadeira para os dias de hoje.

Van Gogh fala de continuidade. Eu traduzo isso em dois conceitos que considero fundamentais para líderes que querem construir uma marca: constância e consistência.

Consistência é seguir lapidando o trabalho com a mesma intencionalidade. É agir com o mesmo nível de engajamento, cuidar da qualidade das decisões, da coerência das escolhas e da forma como o trabalho é conduzido todos os dias. Consistência é o que preserva identidade, constrói lastro e profundidade enquanto o seu projeto cresce.



Esses dois movimentos constroem previsibilidade e confiança. Pessoas sabem o que esperar de você, equipes entendem o padrão de decisão e o mercado reconhece o seu posicionamento.

Gosto muito também por Van Gogh falar de repertório, algo que eu defendo muito para meus autores, mentorados e times. Sem essa escolha genuína de ampliar o próprio repertório, nossa capacidade de encontrar novas soluções, de reagir ao que nos acontece com mais clareza, fica limitada. E quando ele sugere examinar tudo e reter o que é bom, é como se nos lembrasse a importância de fazer uma curadoria intencional a partir dessa busca por novas referências e conhecimentos.



A imagem final — lançar as redes novamente ao amanhecer — sintetiza essa forma de conduzir a própria trajetória, com dedicação, comprometimento e responsabilidade. É sobre não desistir mesmo quando parece que as condições não nos são favoráveis. Construir algo que possa efetivamente gerar uma transformação positiva não só para a nossa vida, mas para outras pessoas que possam ser impactadas por nosso trabalho exige essa postura resiliente e guiada por um forte senso de propósito.

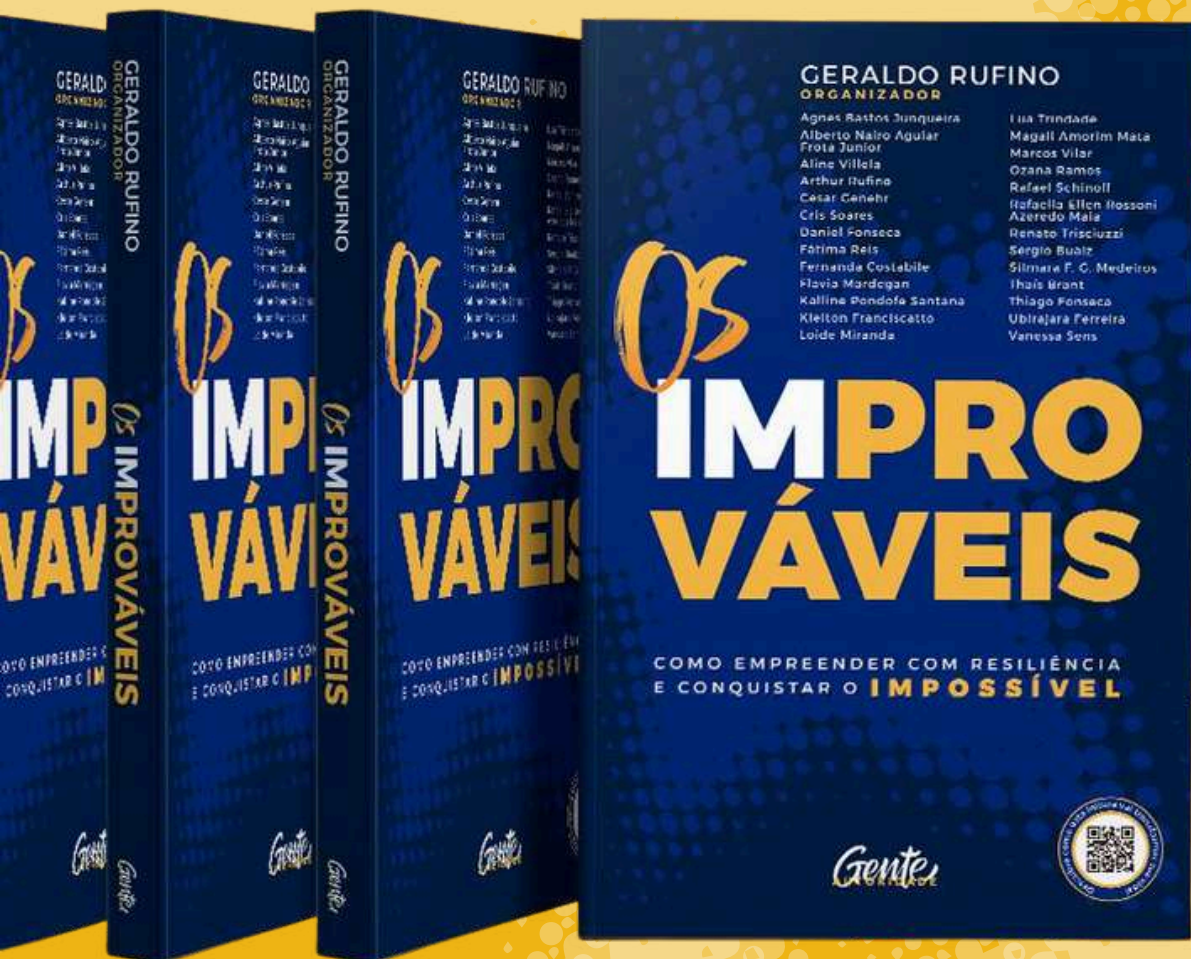
É assim que algo maior toma forma.
É assim que o legado começa.

Beijo grande,
Rosely Boschini

***O desafio do líder maduro
não é executar — é
sustentar a visão enquanto
o reconhecimento ainda não
chegou.***

 @roselyboschini

FAÇA SEU NEGÓCIO DECOLAR COM
ESSE NOVO BEST-SELLER DA GENTE!



Garanta aqui
Os Improváveis!

Gente
editora

Saúde Mental do Empreendedor: O Que Ninguém Conta Sobre Começar o Ano.



Vânia Fontes. Psicóloga, mentora, palestrante e consultora.

Ano novo, metas audaciosas e a sensação de "agora vai!". Para empreendedores, o início do ano traz planos, expectativas e um peso emocional silencioso: a pressão por resultados, o medo de erros e a constante sensação de "dar conta de tudo". Essa fase, simbólica de recomeço, cria terreno fértil para ansiedade, frustração e burnout.

As Pressões Invisíveis e a Realidade Interna

Ao virar o calendário, mensagens de produtividade e superação nos bombardeiam. A autocobrança é intensa: revisamos números, comparamo-nos ao mercado, tentamos equilibrar vida pessoal/profissional. Expectativas irreais geram cansaço, irritabilidade, falta de foco e a sensação de que "nada é suficiente".

Nos bastidores, a pressão por planos perfeitos pode paralisar, e o medo de metas ambiciosas mina a energia. O novo ano confronta o empreendedor com erros passados. O cérebro, em modo "resolução de problemas", mantém vigilância exaustiva. A "vibe" social de estar sempre bem cria o mito do empreendedor inabalável, levando muitos a esconder dificuldades. A dificuldade em desacelerar é marcante: após o recesso, a transição para a "alta performance" em janeiro é abrupta, pois corpo e mente precisam de ajuste, mas a agenda não espera.



"SUA MENTE É O
ATIVO MAIS
VALIOSO DO SEU
NEGÓCIO."




Sinais de Alerta: Reconheça, Reaja. Sua Mente é Seu Ativo

Reconhecer esses sinais é essencial. Corpo e mente alertam antes do colapso, com indicadores como perda de interesse no trabalho, dificuldade de decisão, queda da motivação, isolamento e alterações no sono. Ignorar os alertas intensifica a exaustão, comprometendo inovação e liderança. Sua saúde mental não é força, mas risco à sustentabilidade do negócio. Um empreendedor esgotado toma decisões ruins, perde criatividade e compromete a performance da empresa. Sua mente é seu principal ativo!

Virando o Jogo: Autocuidado como Estratégia de Gestão

O autocuidado é uma estratégia de gestão, com ações simples para reverter esse quadro. Priorize metas realistas e flexíveis; projete desafios alcançáveis, com flexibilidade para o planejamento, evitando culpas. Comece pequeno: concentre-se em 1-2 prioridades cruciais nas primeiras semanas; pequenas vitórias constroem confiança. Defina e respeite limites claros. Seu trabalho não tem fim – mas você sim. Estabeleça horários para começar e terminar, inclua pausas e proteja seu descanso. Seu cérebro precisa de repouso. Invista no bem-estar físico: sono, alimentação e atividade física são pilares essenciais para saúde cerebral e mental, impactando concentração, criatividade e resiliência. Cultive um círculo de apoio: converse com outros empreendedores, mentores ou profissionais de saúde mental; compartilhar desafios é sinal de inteligência e força. Por fim, pratique autocompaixão: trate-se com gentileza, monitorando o estresse como um indicador financeiro.

Comece o Ano Pelo Mais Importante: Você!

Empreender é uma jornada incrível. Para que seja sustentável e prazerosa, sua saúde mental é prioridade máxima. Este ano, antes de mergulhar nas metas, dê atenção ao seu “CEO interno”. Ele comanda tudo! Que seu ano seja próspero nos negócios e repleto de bem-estar e equilíbrio. Se você está enfrentando dificuldades significativas com sua saúde mental, procure a ajuda de um psicólogo ou outro profissional qualificado. 



TROPICAL
ARTE EM MADEIRAS

Móveis que contam

Histórias

Ambientes que inspiram

momentos!

@tropicalartemmadeiras

(71) 3379-2019

(71) 99739-3281

ESCANEIE O QR CODE
E BAIXE O NOSSO PORTIFÓLIO





A temida Reforma Tributária em curso reflete o peso do “Estado Grande” e a busca por financiar a onerosa e ineficiente estrutura de poder no país.

Não satisfeita com a já exorbitante tributação sobre o consumo – certamente entre as maiores do mundo – o governo agora vira o canhão arrecadatório para o patrimônio que seus avós, pais e você construíram ao longo de gerações.

A ânsia por arrecadar recoloca o patrimônio no centro do tabuleiro: Estados discutem elevar o ITCMD (hoje com tetos de até 8% em locais como RJ e GO) para ao menos 16% (pauta ventilada no Confaz) e há no Ministério da Fazenda, quem fale em patamares de 27,5% (IRPF) ou 34% (IRPJ) como “referências” de teto – enquanto os impostos sobre o consumo seguem níveis estratosféricos e complexos.

PATRIMÔNIO NO RADAR: COMO PROTEGER O SEU LEGADO DIANTE DA ALTA TRIBUTAÇÃO E DA REFORMA TRIBUTÁRIA.

Por Ubirajara Ferreira - autor, mentor e palestrante.

Não satisfeitos com a já elevada carga aplicada ao consumo, os canhões da Receita Federal miram agora no seu patrimônio.

Para se ter ideia, vigem no país mais de 40 mil normas tributárias, alteradas à razão de pelo menos 2 por hora, cerca de 40 por dia, segundo estudos da Studio Fiscal (www.studiofiscal.com.br), da qual sou sócio-diretor para CO/NO/NE.

Ao mesmo tempo, a tecnologia de dados reduz a tolerância ao imprevisto: uso pessoal de bens da empresa sem documentação, confusão PJ/PF e sucessões sem planejamento tenderão a custar ainda mais caro. A boa notícia: o remédio existe. Exige que se eleve o nível de gestão e governança do patrimônio, para dele se extrair melhor retorno com menor risco.

No Planejamento Patrimonial Familiar e Sucessório, há método eficaz e comprovado: o sistema “3 Células” – Cofre, Destino e Veículo – idealizado pelo Professor Márcio Carvalho de Sá, fundador do Time Holding Brasil (THB) do qual participo, aplica o que aqui denomino por “Tripé da Prosperidade” dos negócios familiares, porque permite reduzir a carga de forma lícita; proteger o patrimônio; e planejar a sucessão evitando que se passe pelo processo de inventário, entre outras soluções.

Na prática, o sistema se expande conforme a complexidade familiar e do negócio, melhora a gestão de riscos e eleva o “rating” da empresa, reduzindo custo de crédito.

Qual o resultado? Maior proteção, perenidade ao negócio e melhor transmissão do legado, sob ambiente hostil de risco e tributação sobre o patrimônio.

Os impostos sobre o consumo já são absurdos – e agora o alvo é o seu patrimônio.



O Brasil tributa pesado o consumo. Isto não é novidade. Em automóveis, a Anfavea (Associação Nacional de Veículos Automotores) aponta carga total em torno de 44% embutida no valor final. Em tecnologia, estimativas setoriais frequentemente citam algo próximo de 40% no preço de computadores e faixas elevadas, entre 30 a 35% em eletrodomésticos como geladeiras, variando por Estado, classificação fiscal e incentivos.

Enquanto isso, nos EUA, não há IVA (Imposto sobre Valor Agregado) federal, prevalece sales tax estadual/municipal onde muitas localidades não ultrapassam 10%.

No Chile, o IVA é de 19%, com regras mais previsíveis. Ou seja: aqui pagamos caro para produzir e também para consumir.

E, agora, o Ministério da Fazenda e os Estados (porque o ITCMD-Imposto sobre a Transmissão Causa Mortis e Doações é estadual) olham para heranças e doações como novo vetor de receita.

O seu Estado é parte interessada, justificadamente, também porque os técnicos afirmam que na Reforma em curso haverá centralização da arrecadação no âmbito federal para posterior repasse, por meio da orientação de “Conselhos” para os Estados e aumentar a alíquota do ITCMD significará recomposição de eventuais perdas.

ITCMD no espelho: de 8% para 16% e discursos de 27,5% a 34% sobre o valor do patrimônio.

Hoje, o ITCMD tem alíquota variável e teto de 8% em Estados como RJ e GO. A discussão no Confaz (Conselho Nacional de Política Fazendária – órgão integrado pelos Secretários de Fazenda estaduais) sobre elevar para ao menos 16% ganhou corpo, e há posicionamentos que ventilam patamares de referência de 27,5% (IRPF) e 34% (IRPJ) como “norte” para tributação de patrimônio no Ministério da Fazenda. Leia-se: “Ministro Haddad”. Mesmo que tais percentuais não se tornem regra geral, o recado é cristalino: o custo de transmitir patrimônio tende a subir. E muito.

A despeito do Ministro Haddad alertar que os “expertos” empresários brasileiros pagam “apenas 4%”, enquanto nos EUA a alíquota marginal do estate tax federal pode chegar a 40%, sabemos tratar-se de falácia.

Nos EUA existe isenção elevada (na casa de U\$ 12 milhões de dólares, atualizada periodicamente), além de forte cultura de planejamento com trusts e holdings pontos ignorados no alerta do Sr. Ministro.

Qual o resultado? Tributação focada em grandes patrimônios, que nem sempre ocorre por força dos planejamentos tradicionalmente efetuados e ocorrência de transição planejada, não improvisada.

Inventário: o dilapidador silencioso do patrimônio

A sucessão via inventário tradicional corrói riqueza. Hoje, somando ITCMD, honorários, custas cartorárias e judiciais, além de despesas correlatas, é comum as famílias perderem entre 15% e 25% do patrimônio no processo – fora os custos invisíveis dos conflitos.

Com a elevação de alíquotas e maior fiscalização, não é irreal projetarmos casos indo para a faixa de 25% a 40% de perda total. Há famílias que literalmente descem de classe social após o inventário. Isso não é destino; é falta de planejamento.

O que aprendemos? Na prática, o inventário é caro, demorado quando envolve menores e pessoas com deficiência e emocionalmente destrutivo nas tratativas familiares. O Planejamento Patrimonial e Sucessório é mais barato, rápido e preserva as relações, afinal – é melhor (e menos oneroso) prevenir que remediar.

Doação com reserva de usufruto? Não. Troque a “solução fácil” pelo método certo!

Aqui temos que ser taxativos ao não recomendar a doação de bens com reserva de usufruto como regra. Por quê? Vejam:

- Antecipação de ITCMD em torno de 8% sobre os bens em grande parte dos estados (que tende a subir com a Reforma);
- Fragilização do núcleo patrimonial: bens passam a expor a família aos riscos de herdeiros (conflitos conjugais, genros/noras, execuções, vícios financeiros);
- Perda de flexibilidade para ajustes futuros porque os bens passam para os herdeiros e os pais normalmente se tornam “moedas” que perdem valor ao longo do tempo.
- No Sistema Holding Familiar-Empresarial-Rural (a denominação normalmente segue a principal finalidade) construído com 3 ou mais células (CNPJs) não se “doam bens imóveis”, mas quotas (bens móveis), sob regras claras e potencial tributação menor.

E para maior conforto e segurança dos pais, há um gatilho de governança onde somente se transfere a administração permanente do patrimônio após a morte de ambos, garantindo controle vitalício e eficácia do usufruto das quotas.

A HOLDING FAMILIAR E O “SISTEMA DE 3 CÉLULAS”: COFRE, DESTINO E VEÍCULO

A holding não é “jeitinho”; é governança – e tem história. Nasceu como ferramenta de organização, gestão e voltado ao financiamento dos negócios na Inglaterra, no calor da Revolução Industrial, e ganhou força em território americano (New Jersey, a partir do séc. XIX) pela flexibilidade legal que permitiu consolidar grupos e acessar financiamento mitigando os riscos de crédito.

Trazendo para a nossa realidade, o Sistema Holding Familiar, nesta concepção, implica no mínimo a existência da:

- “Célula Cofre”, onde se realiza a migração e a guarda do patrimônio: imóveis estratégicos, participações relevantes, ativos de alto valor, de caráter permanente. Tem políticas de uso de bens, contabilidade séria e documentação robusta. É o escudo contra as confusões patrimoniais e ações ou execuções indevidas e irregulares que podem comprometer o legado de gerações;
- “Célula Destino”, busca organizar a transição de gerações por meio de doação de quotas/ações (bens móveis) aos herdeiros-sucedores, com regras de governança e otimização tributária legal. O gatilho que entrega a administração permanente aos herdeiros só dispara após o falecimento de ambos os pais. Até lá, quem construiu o patrimônio efetivamente se mantém no comando; e,
- “Célula Veículo”, atua como uma empresa intermediária e administradora, estrategicamente desenhada para conectar a “Célula Cofre” (que detém os bens) à “Célula Destino” (dos herdeiros).



O sistema se aplica à maioria das empresas familiares, mas costuma se expandir para mais células a partir da realidade familiar, a complexidade e o porte do negócio, onde admite-se, por exemplo, a “Célula Operacional” para concentrar os contratos de locações e outras receitas; Célula de “Propriedade Intelectual” para marcas, tecnologia, etc ou “Participações” para alocar as participações em outros negócios e SPes (Sociedade de Propósito Específico) muito comuns em projetos imobiliários e assim por diante.

A lógica é simples: distribuir o patrimônio a partir das suas funções em CNPJs desenhados para reduzir a carga tributária e mitigar riscos; proteger patrimônio; evitar o inventário, seus custos e conflitos familiares; melhorar o nível de governança e o retorno sobre os ativos; dentre outros.

A lógica é simples: distribuir o patrimônio a partir das suas funções em CNPJs desenhados para reduzir a carga tributária e mitigar riscos

O que muda, de verdade, para as famílias.

- Migração estratégica: aplicar a relação custo-benefício para mover o patrimônio (especialmente imóveis e investimentos) da pessoa física – que fatalmente morrerá – para a pessoa jurídica – que poderá se perpetuar. Isso reduz dependência de inventário, reduz impostos e organiza a sucessão quando do falecimento dos patriarcas.

- Camadas protetivas legais: a implantação do Sistema Holding Familiar permitirá o uso de ferramentas atuais (regras societárias, cláusulas, seguros, governança, contabilidade etc.) para conferir maior proteção e retorno sobre o patrimônio.

- Lei das S/As (Lei 6.404/1976): a arquitetura jurídica se baseia nas melhores práticas societárias, comuns aos grandes conglomerados empresariais, customizadas para empresas de menor porte, visando trazerem melhor qualidade na gestão e governança, de modo a elevar o rating do negócio e reduzir o custo de crédito dos negócios familiares.

Conclusão: legado não se improvisa – porque construído com suor e trabalho ao longo da jornada da família.

A Reforma em curso não vai simplificar nem reduzir impostos, eis a dura verdade. O Estado seguirá por um longo período, pesado e caro; a fiscalização, mais afiada graças à tecnologia; e as regras, mais exigentes porque visam arrecadar.

Mas quem profissionaliza o patrimônio com o Sistema Holding Familiar em 3 ou mais células, aplica o “Tripé da Prosperidade” na prática: reduz carga de forma lícita; protege o núcleo de ativos; e planeja a sucessão sem traumas.

É assim que o patrimônio deixa de ser apenas um conjunto de bens e se torna o que realmente importa: um legado.



Um legado assentado em valores, conhecimento, governança e educação das próximas gerações — a rocha sobre a qual se ergue a continuidade da família empresária, apesar dos impostos, da burocracia e das mudanças de governo.

Para proteger o que construiu ao longo de décadas e ainda aumentar o retorno sobre o patrimônio, o melhor dia para organizar foi ontem. O segundo melhor é hoje. ©

 @ubirajaraferreira_birapai

ENCONTRAMOS OS LÍDERES QUE SUA EMPRESA PRECISA



essencial
todos sem exceção

SUA PARCEIRA ESTRATÉGICA NA ATRAÇÃO DE TALENTOS
DE ALTA PERFORMANCE E OPERACIONAL

Quero agendar uma reunião

www.essencialponto.com.br

CAPA



ENTREVISTA

Por Fátima Reis

Durante muito tempo, o guia de turismo foi visto como parte operacional da engrenagem. Presente, necessário, mas raramente valorizado como protagonista da experiência.

LÍVIA PEREIRA DECIDIU MUDAR ESSA NARRATIVA.

Sua história no turismo começou em 2002. Como muitos profissionais da área, iniciou movida pela oportunidade de trabalho e pelo desejo de atuar em contato com pessoas e culturas. O que ela não imaginava era que, anos depois, se tornaria uma das vozes mais firmes na defesa da valorização profissional no setor. “Eu percebi que não bastava trabalhar muito. Era preciso aprender a me posicionar”, lembra. Essa percepção marcou o início de uma transformação que iria muito além da técnica.

Nos primeiros anos, Lívia fez o que a maioria faz: estudou roteiros, aprofundou conhecimentos históricos, aprimorou a condução de grupos. Entregava qualidade. Recebia elogios. Mas havia um desalinhamento silencioso — esforço intenso e retorno financeiro aquém do esperado. Foi nesse momento que surgiu a virada de mentalidade. Ela entendeu que competência sem posicionamento gera invisibilidade. Que o mercado não reconhece automaticamente o valor de quem não o comunica com clareza.

VOCÊ NÃO É CUSTO. É EXPERIÊNCIA.

A TRAJETÓRIA DE LÍVIA PEREIRA E O MOVIMENTO QUE ESTÁ REDEFININDO A VALORIZAÇÃO DO GUIA DE TURISMO NO BRASIL

A partir daí, passou a investir não apenas em conhecimento técnico, mas em comunicação, comportamento, marca pessoal e percepção de valor. “Autoridade não é um título que alguém concede. É algo que você constrói.”

O poder da experiência.

Se há uma palavra que define o trabalho de Lívia hoje, essa palavra é experiência.

Para ela, o guia não entrega apenas informação. Ele constrói memória afetiva. Ele media cultura. Ele influencia a forma como o visitante percebe um destino inteiro.

“A pessoa pode esquecer datas e números, mas nunca esquece como se sentiu.”

Foi essa visão que a levou a aprofundar-se em storytelling estratégico. Transformar dados em narrativas. Transformar roteiro em vivência. Transformar passeio em experiência memorável.

Nesta entrevista, você não encontrará apenas respostas sobre turismo. Encontrará reflexões sobre autoestima profissional, liderança, mentalidade e crescimento. Encontrará uma mulher que decidiu não ser apenas parte do mercado — mas influenciar a forma como ele enxerga seus profissionais. Se você já questionou seu valor ou sentiu que poderia ir além, permita-se mergulhar nesta conversa. Talvez, ao final da leitura, você também compreenda: você não é custo. Você é experiência.

ENTREVISTA

“Valor não é arrogância, é consciência profissional.”

1. Quando você começou em 2002, imaginava que o turismo se tornaria sua missão de vida?

LP: Quando comecei, em 2002, eu não tinha a dimensão do que o turismo representaria na minha história. Eu enxergava como uma profissão, uma oportunidade de trabalho digno. Mas, com o tempo, percebi que o turismo é muito maior do que deslocamento geográfico. É transformação humana. Eu vi pessoas se emocionarem, se reconectarem com suas raízes, mudarem a forma de enxergar o mundo depois de uma experiência bem conduzida. Foi aí que entendi que não era apenas um trabalho. Era propósito. O turismo me ensinou sobre pessoas, cultura, empatia e liderança. Hoje eu sei que não escolhi por acaso — foi um chamado que eu abracei.

2. Qual foi o momento mais desafiador da sua trajetória?

LP: O momento mais desafiador foi perceber que esforço não é sinônimo de valorização. Eu trabalhava muito, me dedicava, estudava, mas financeiramente não via retorno proporcional. Isso me trouxe uma reflexão profunda: não bastava ser boa tecnicamente, eu precisava aprender a me posicionar. Foi doloroso reconhecer que eu também era responsável por aceitar menos do que merecia. Esse desconforto foi o que me impulsionou a mudar. Eu entendi que crescimento começa com consciência.

3. Em que momento você decidiu que não queria ser apenas mais uma guia?

LP: Quando percebi que informação qualquer pessoa pode transmitir. Mas experiência memorável exige intenção, preparo e sensibilidade. Eu comecei a observar que alguns grupos saíam satisfeitos... e outros saíam encantados. Eu queria provocar encantamento.

Foi nesse momento que decidi estudar comunicação, comportamento, storytelling e marca pessoal. Eu não queria repetir roteiro queria criar vivências. Essa decisão mudou completamente minha forma de trabalhar

3. Qual foi a principal virada que transformou sua carreira?

LP: A grande virada não foi um evento externo — foi uma mudança interna. Eu parei de esperar reconhecimento e comecei a construir autoridade. Organizei minha comunicação, investi em qualificação contínua, desenvolvi método próprio e passei a precificar com base em valor, não em medo. Quando você muda sua postura, o mercado percebe. As oportunidades começaram a surgir de forma mais qualificada, e eu passei a ser escolhida não pelo menor preço, mas pela experiência que entregava.

5. Por que tantos guias têm medo de cobrar o valor justo?

LP: Porque fomos condicionados a competir por preço. Existe um medo silencioso de perder clientes. Mas o que muitos não percebem é que quem negocia apenas preço sempre será substituível. Valor não é arrogância, é consciência profissional. Quando o guia entende que ele é responsável pela experiência, pela segurança, pela narrativa e pela memória afetiva do cliente, ele começa a perceber que seu trabalho não é custo, é investimento.

6. Se você resumisse seu e-book em uma única frase impactante?

LP: Meu e-book é um convite para o guia assumir o protagonismo da própria carreira. Se eu tivesse que resumir em uma frase, diria: “Quem entende o próprio valor deixa de implorar por oportunidade e passa a ser escolhido pela autoridade que constrói.”



“Indicação não acontece por sorte. Acontece porque o cliente se sentiu cuidado.”



7. O que diferencia um guia informativo de um guia memorável?

LP: O guia informativo transmite dados históricos, datas e curiosidades. O guia memorável cria conexão emocional. Ele observa o grupo, adapta a linguagem, transforma fatos em histórias e envolve as pessoas na narrativa. As pessoas podem esquecer números e estatísticas, mas nunca esquecem o que sentiram. Experiência memorável é sobre emoção, não apenas informação

8. Como o storytelling impactou sua forma de conduzir grupos?

LP: O storytelling transformou completamente minha condução. Eu passei a entender que cada destino tem alma, cada monumento tem contexto e cada rua tem uma história que merece ser contada com intenção. Quando você narra com emoção e estrutura, o turista deixa de ser espectador e se torna parte da experiência. Isso aumenta engajamento, satisfação e, naturalmente, gera mais indicações e reconhecimento.

9. Marca pessoal realmente influencia no quanto um guia pode cobrar?

LP: Influencia diretamente. Marca pessoal é reputação construída de forma estratégica. Quando você comunica com clareza quem você é, o que entrega e qual é o seu diferencial, você deixa de ser comparado apenas por preço. A marca pessoal posiciona você no mercado. E posicionamento define percepção de valor.

**“O TURISMO NÃO É APENAS
DESLOCAMENTO GEOGRÁFICO
. É TRANSFORMAÇÃO
HUMANA.”**



10. O que diferencia um guia informativo de um guia memorável?

LP: É entender que turismo não é improviso. É planejamento, postura, ética, estudo constante e visão de negócio. É cumprir horários, cuidar da imagem, investir em atualização, entender comportamento do cliente e acompanhar tendências. Quem trata como hobby terá resultados de hobby. Quem trata como carreira constrói legado

11. Qual é o maior erro que impede guias talentosos de crescer financeiramente?

LP: O maior erro é acreditar que talento fala sozinho. Não fala. Se você não comunica seu diferencial, ninguém percebe. Muitos profissionais incríveis permanecem invisíveis porque não trabalham posicionamento. Crescimento financeiro está diretamente ligado à percepção de valor.

12. Como transformar clientes satisfeitos em promotores da sua marca?

LP: Encantamento precisa ser intencional. Eu sempre busco entregar algo além do esperado — pode ser uma curiosidade exclusiva, um cuidado especial com o grupo, uma atenção personalizada. Depois da experiência, mantenho relacionamento. Indicação não acontece por sorte. Acontece porque o cliente se sentiu cuidado e valorizado.

“QUANDO VOCÊ ENTENDE SEU VALOR, DEIXA DE CORRER ATRÁS E PASSA A ATRAIR.”

13. Você acredita que o turismo pode transformar vidas?

LP: Acredito profundamente. O turismo amplia horizontes, gera conhecimento, desperta empatia e cria memórias afetivas que permanecem para sempre. Eu já presenciei pessoas se reconectando com sua própria história durante um passeio. O turismo é educação emocional e cultural. Ele transforma tanto quem vivencia quanto quem conduz.

14. Se você pudesse dar um único conselho para quem quer viver do turismo com reconhecimento e alta remuneração?

LP: Pare de buscar validação externa antes de validar a si mesmo. Invista em conhecimento, postura, comunicação e posicionamento. O mercado não paga apenas pelo serviço — paga pela segurança, pela experiência e pela autoridade que você transmite. Quando você entende isso, deixa de correr atrás de oportunidades e passa a atrair. ©

PESSOAS

um novo olhar sobre a

SAÚDE

nas organizações

Por Ane Cristine Moreira

NR 1 e os riscos psicossociais.

UM NOVO OLHAR SOBRE A SAÚDE NAS ORGANIZAÇÕES



Em agosto de 2024, o Ministério do Trabalho e Emprego atualizou a NR-1 e trouxe uma mudança significativa para o cenário corporativo brasileiro: a obrigatoriedade da inclusão dos riscos psicossociais na gestão de Segurança e Saúde no Trabalho (SST), com vigência a partir de 26 de maio de 2026.

Mais do que uma alteração normativa, essa atualização representa uma evolução na forma como enxergamos o ambiente de trabalho. Durante muitos anos, a segurança ocupacional esteve associada principalmente aos riscos físicos, químicos e ergonômicos. Agora, reconhece-se oficialmente que fatores como pressão excessiva, conflitos interpessoais, sobrecarga, falta de clareza nas funções e ambientes emocionalmente inseguros também impactam diretamente a saúde do trabalhador — e, conseqüentemente, os resultados das empresas.

Como autora e profissional que acompanha de perto a realidade corporativa, vejo essa mudança como um divisor de águas. A saúde mental deixa de ser um tema secundário para ocupar o centro das discussões estratégicas. A gestão de riscos passa a incluir aquilo que, por muito tempo, foi silenciado: o sofrimento emocional no ambiente profissional.

A nova NR-1 exige que as empresas identifiquem, avaliem, monitorem e implementem medidas preventivas relacionadas aos riscos psicossociais dentro do Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR). Isso significa atuar de forma estruturada e contínua, com diagnóstico técnico, documentação adequada e ações efetivas de prevenção.

Mas é importante dizer: não se trata apenas de cumprir uma obrigação legal. Trata-se de responsabilidade social, ética e humana.

A NR-1 NÃO MUDOU APENAS UMA REGRA — MUDOU A CONSCIÊNCIA CORPORATIVA.

A nova NR-1 torna obrigatória a avaliação de riscos psicossociais. A About Brasil se antecipou, certificou seu time e reforça seu compromisso com saúde mental e gestão responsável.



Empresas que compreendem essa dimensão percebem rapidamente os impactos positivos: redução de afastamentos, melhora no clima organizacional, aumento de produtividade, retenção de talentos e fortalecimento da cultura interna. O cuidado com pessoas não é custo — é estratégia. Foi exatamente com essa visão que a About Brasil abraçou esse projeto.

Antes mesmo da obrigatoriedade entrar em vigor, a About Brasil decidiu se preparar de forma sólida e responsável. Todo o time foi certificado para atender às novas exigências da NR-1, garantindo conhecimento técnico atualizado e capacidade de atuação alinhada às diretrizes do Ministério do Trabalho e Emprego.

Essa decisão não foi movida apenas pela necessidade de adequação normativa, mas por um propósito maior: contribuir para a construção de ambientes corporativos mais saudáveis, conscientes e sustentáveis.

Acreditamos que cada colaborador é mais do que um número ou uma função. É um ser humano que carrega histórias, desafios e emoções. Ignorar isso é comprometer não apenas a saúde das pessoas, mas a longevidade das organizações.

A atualização da NR-1 nos convida a uma mudança de mentalidade. Ela nos lembra que segurança também é escuta, que prevenção também é cultura, e que liderança também é responsabilidade emocional.

Estamos diante de um novo capítulo na gestão empresarial brasileira. E a pergunta que fica é: sua empresa vai apenas se adequar à norma ou vai aproveitar essa oportunidade para transformar sua cultura?



Ane Cristine Moreira
Diretora RH About Brazil - Pesquisa de Mercado

**Liderar é assumir
responsabilidade pelo
impacto emocional
das decisões.**

14,29

15,54

TRANSFORME DADOS EM DECISÕES ESTRATÉGICAS

About Brazil - Sua empresa de Pesquisa de Dados

Quero contratar

www.aboutbrazilmr.com

Por que o Planejamento é a Ponte para a sua Vida Ideal

Por Márcia Bastos



No cenário frenético em que vivemos, onde a urgência muitas vezes atropela a importância, o planejamento deixou de ser um "luxo organizacional" para se tornar um ato de liberdade. Planejar não é sobre preencher planilhas com tarefas áridas, mas sobre desenhar o mapa que leva ao destino mais valioso de todos: a construção de uma vida que realmente faça sentido para quem a vive.

Um dos grandes equívocos da produtividade moderna é acreditar que a vida pessoal e a profissional habitam universos paralelos. A verdade é que o "CPF" e o "CNPJ" são vasos comunicantes. Se a engrenagem pessoal está travada por hábitos nocivos, falta de clareza ou negligência com o autocuidado, o negócio, por mais lucrativo que seja, eventualmente cobrará seu preço em forma de exaustão ou estagnação.

O planejamento pessoal é o alicerce. É nele que definimos nossos valores fundamentais, nossos rituais de renovação e a nossa visão de longo prazo. Quando há clareza sobre onde se quer chegar no âmbito individual, o planejamento empresarial deixa de ser uma pressão externa e passa a ser a ferramenta que viabiliza esse estilo de vida. A elegância da verdadeira produtividade reside na constância estratégica, e não na intensidade desenfreada.

No âmbito empresarial, planejar é antecipar o caos para criar espaço para a criatividade e para a vida fora do escritório. Um negócio sem processos e metas claras é apenas um trabalho autônomo exaustivo que consome o tempo que deveria ser dedicado ao lazer e à família.

PLANO

*PLANEJAR É UM ATO DE
LIBERDADE, NÃO DE BUROCRACIA.*

Para alcançar um modelo de gestão que sustente uma "Vida Ideal", é preciso focar em três pilares:

- **Clareza Estratégica:** Entender o propósito real por trás de cada ação ou serviço oferecido.
- **Sustentabilidade Operacional:** Criar sistemas que permitam ao negócio prosperar sem depender da presença física e mental do gestor 24 horas por dia.
- **Alinhamento de Expectativas:** Garantir que o crescimento da empresa impulse, e nunca sufoque, os sonhos pessoais.

A organização deve ser encarada como uma forma de autoestima. Planejar a semana, estruturar o fluxo de trabalho e definir prioridades são formas de declarar que o seu tempo é precioso demais para ser desperdiçado com indecisões.

A vida ideal não é um estado de perfeição estática que se alcança e se estaciona, mas um processo contínuo de ajustes finos. É o equilíbrio delicado entre a disciplina que liberta e a flexibilidade que acolhe o imprevisto. Sem planejamento, somos reféns das circunstâncias e das agendas alheias; com ele, assumimos o papel de arquitetos da nossa própria realidade, garantindo que o trabalho sirva à vida, e não o contrário. ©

COMUNICAÇÃO

FONOAUDIOLOGIA

A VOZ QUE POSICIONA VOCÊ

Por Ivan Alexandre



COMO EMPREENDEDORES ELEVAM AUTORIDADE COM ORATÓRIA ESTRATÉGICA E COMUNICAÇÃO AUTÊNTICA

A Voz é um dos primeiros elementos que influenciam a forma como alguém percebe você. É o seu cartão de visita sonoro. Antes mesmo de analisar dados ou estratégias, as pessoas captam a clareza, a intenção e a postura emocional que sua Voz transmite.

No ambiente empresarial, muitos profissionais percebem desafios recorrentes na comunicação: dificuldade em sustentar segurança em momentos decisivos, apresentação de ideias que não ganham adesão, mensagens que perdem força no caminho, reuniões improdutivas, falas que não refletem o nível profissional já alcançado e negociações que não evoluem como poderiam. Em grande parte, isso não está ligado ao conteúdo, mas ao posicionamento vocal e emocional que sustenta cada palavra.

**Antes de entender sua
estratégia, as pessoas sentem
sua presença.**

Quando a Voz está tensa, acelerada ou desconectada do corpo, a mensagem perde potência. A liderança fica menos inspiradora, a equipe menos engajada, as vendas menos fluidas e as decisões mais lentas. Mas quando a Voz se alinha ao corpo, à intenção e ao estado interno, a comunicação se transforma. A presença ganha força, a clareza se amplia e as relações profissionais se tornam mais consistentes. A mesma ideia, dita com uma Voz alinhada, tem impacto completamente diferente: gera confiança, conexão e avanço.

Sua voz é o seu cartão de visita sonoro.




Ivan Alexandre
Fonoaudiólogo | Especialista em voz autêntica

 @ivanalexandrevoz

A presença ganha força, a clareza se amplia e as relações profissionais se tornam mais consistentes. A mesma ideia, dita com uma Voz alinhada, tem impacto completamente diferente: gera confiança, conexão e avanço.

Esse alinhamento vocal não beneficia apenas o indivíduo. Ele fortalece também a força da empresa. Cada colaborador expressa a imagem vocal da organização e, quando a equipe aprende a se posicionar com autenticidade, a comunicação interna melhora, o atendimento se torna mais humano, as vendas ganham precisão, o clima organizacional se fortalece e os resultados financeiros acompanham essa expansão.

A reflexão que fica é simples: sua Voz está representando o nível de profissional, líder e empreendedor que você deseja manifestar, ou ainda reflete padrões que não traduzem seu verdadeiro potencial?

Posicione sua Voz Autêntica, comunique quem você realmente é e eleve a autoridade, a clareza e os resultados da sua comunicação e da sua empresa. 

MUITA VOZ)))



Jogos estratégicos

Jogos voltados para o desenvolvimento humano, entretenimento e terapias

Reforma Tributária: O que o Empreendedor Brasileiro Precisa Saber para Prosperar na Transição



1. Introdução: O Novo Horizonte do Sistema Tributário Nacional

A promulgação da Emenda Constitucional nº 132/2023 não é apenas uma mudança legislativa; é o redesenho mais profundo da arquitetura de negócios no Brasil em meio século. O sistema fragmentado e arcaico cede lugar a um modelo fundamentado na neutralidade (Art. 2º da Lcp 214/2025), cuja meta é extinguir as distorções que historicamente puniram a eficiência operacional. Para o empresário de alto nível, a maior transformação reside na previsibilidade. Ao transitar para o princípio do destino e encerrar o efeito cascata ("tributo sobre tributo"), a reforma força uma mudança de competitividade: o sucesso deixará de depender de incentivos fiscais regionais — que perdem o sentido no novo sistema — e passará a ser decidido pela eficiência real e gestão de caixa. Ignorar essa simbiose entre tributação e operação é aceitar um risco sistêmico que pode inviabilizar margens de lucro durante a complexa transição que se inicia.

2. A Revolução no Consumo: Do Caos ao Modelo IVA (IBS e CBS)

A simplificação do consumo através do Imposto sobre Bens e Serviços (IBS) e da Contribuição Social sobre Bens e Serviços (CBS) é a viga mestra da reforma. Contudo, essa simplicidade esconde mecanismos operacionais que exigem atenção imediata.

O Mecanismo de Não Cumulatividade Plena e o "Split Payment"

A nova regra estabelece a não cumulatividade plena (Art. 47 da Lcp 214), mas com uma trava de segurança estatal rigorosa: sob o mecanismo de Split Payment (Arts. 31 a 35 da Lcp 214), o imposto é segregado e recolhido no exato momento da liquidação financeira da transação.



“O EMPRESÁRIO QUE NÃO PLANEJAR A TRANSIÇÃO TRIBUTÁRIA HOJE PODE COMPROMETER A LUCRATIVIDADE DE AMANHÃ.”

O Insight Estratégico: Diferente do regime atual, o direito ao crédito agora está vinculado à verificação do efetivo recolhimento do tributo (Art. 47, § 2º, I). Se o seu fornecedor não pagar o imposto, você não terá o crédito, a menos que a transação utilize o Split Payment. Isso gera uma necessidade imediata de maior capital de giro, pois o fluxo de caixa passará a ser tributado em tempo real, eliminando o usufruto financeiro do imposto retido.

Comparativo de Tributos e o Calendário de Planejamento (2026-2033)

O empresário deve preparar-se para o "custo do sistema dual". Durante anos, sua operação terá que conviver com as regras antigas e as novas simultaneamente.

- Tributos Extintos: PIS, COFINS, IPI, ICMS e ISS.
- Novos Tributos: CBS (Federal), IBS (Estadual/Municipal) e Imposto Seletivo (IS - "Sin Tax").

Cronograma Crítico de Transição:

- 2026: Fase de teste. Alíquotas simbólicas (0,1% IBS e 0,9% CBS), compensáveis com tributos atuais.
- 2027: A extinção do PIS e da COFINS. Entrada plena da CBS e do Imposto Seletivo. O IPI será reduzido a zero (exceto para itens com industrialização na Zona Franca de Manaus).
- 2029 a 2032: Redução gradual e proporcional (fade-out) do ICMS e ISS (9/10 em 2029 até 6/10 em 2032).
- 2033: Extinção definitiva do ICMS/ISS e vigência integral do IBS.

3. Reforma da Renda: Expectativas e a "Segunda Onda" Legislativa

A reforma do consumo é apenas o primeiro movimento. A EC 132 (Art. 18) estabelece um mandato constitucional para a reforma da tributação sobre a renda e a folha de salários. O empresário deve antecipar que a diretriz estratégica da União é a simbiose arrecadatória: qualquer ganho adicional na tributação da renda será utilizado para desonerar a folha de pagamentos e o consumo. No entanto, o "outro lado da moeda" é o risco iminente sobre a tributação de dividendos e o fim de mecanismos como os Juros sobre Capital Próprio (JCP). Manter uma estrutura societária estática neste momento é um erro de planejamento que pode custar caro à distribuição de lucros futura.



4. Reforma do Patrimônio: Progressividade e Novas Incidências

O Estado passará a tributar o estoque de valor com maior agressividade, sob o manto da "justiça tributária" (§ 3º do Art. 145 da CF). ITCMD (Heranças e Doações)

A progressividade do ITCMD em razão do valor do quinhão ou doação tornou-se obrigatória (Art. 155, § 1º, VI). Além disso, a EC 132 (Art. 16) solucionou a lacuna sobre bens no exterior: agora, o imposto compete ao Estado onde reside o sucessor ou legatário, fechando o cerco sobre planejamentos sucessórios internacionais não declarados.

IPVA (Veículos de Luxo e Setoriais)

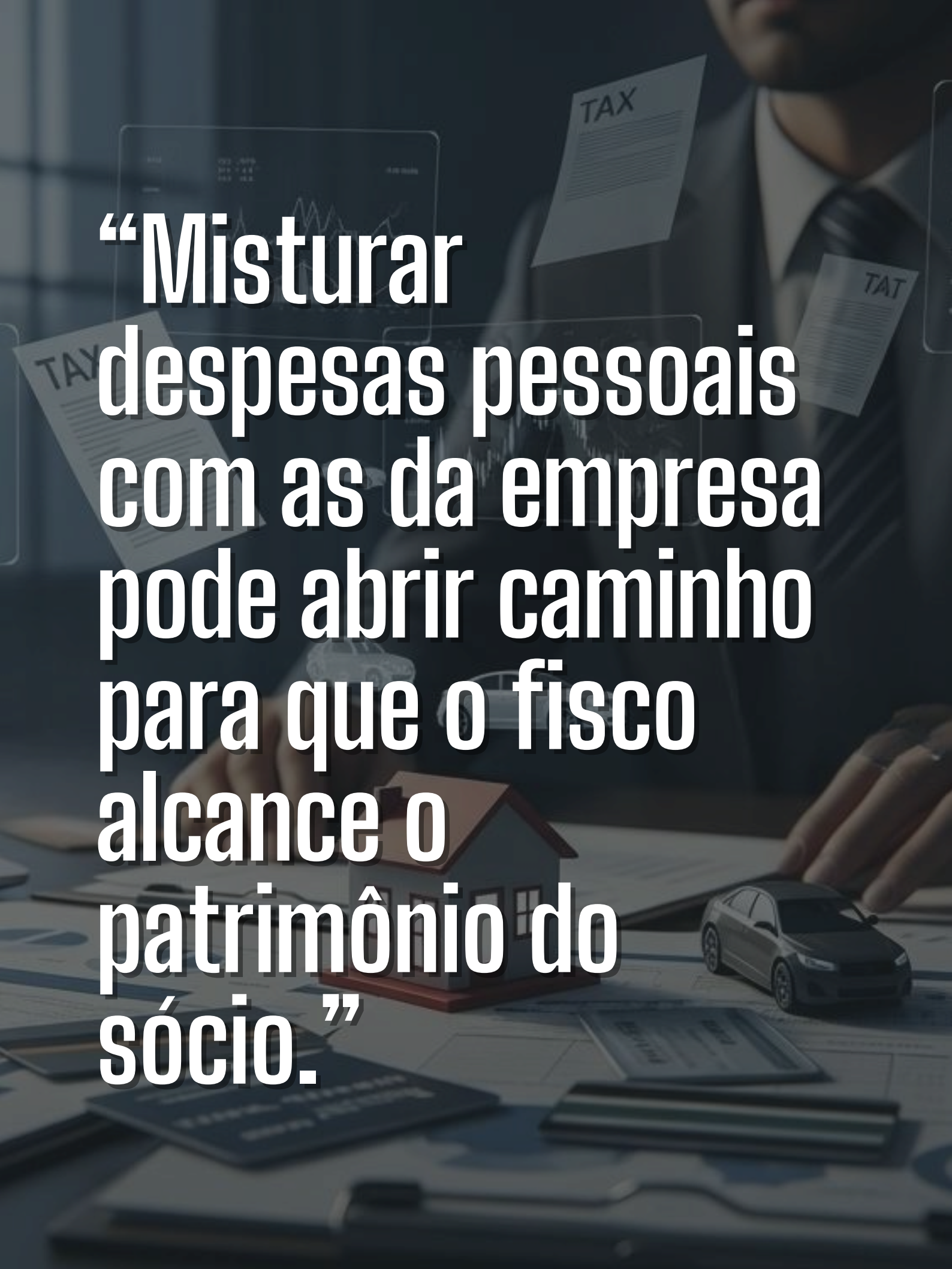
A incidência foi expandida para veículos aquáticos e aéreos (Art. 155, § 6º, III). No entanto, o consultor deve destacar as exceções estratégicas para evitar pagamentos indevidos:

- Aeronaves agrícolas e de operadores certificados para prestar serviços a terceiros (aviação executiva de serviço) estão isentas.
- Embarcações de transporte coletivo, pesca industrial ou de exploração econômica (plataformas) também permanecem fora da incidência.

IPVA (Veículos de Luxo e Setoriais)

A incidência foi expandida para veículos aquáticos e aéreos (Art. 155, § 6º, III). No entanto, o consultor deve destacar as exceções estratégicas para evitar pagamentos indevidos:

- Aeronaves agrícolas e de operadores certificados para prestar serviços a terceiros (aviação executiva de serviço) estão isentas.
- Embarcações de transporte coletivo, pesca industrial ou de exploração econômica (plataformas) também permanecem fora da incidência



**“Misturar
despesas pessoais
com as da empresa
pode abrir caminho
para que o fisco
alcance o
patrimônio do
sócio.”**



IPTU (Atualização Municipal)

O Poder Executivo municipal agora possui autorização expressa para atualizar a base de cálculo por decreto, desde que siga critérios em lei local (Art. 156, § 1º, III), o que resultará em aumentos mais ágeis e frequentes do imposto.

5. Plano de Ação para o Empresário: Blindagem e Gestão Crítica

A transição exige que a contabilidade abandone o papel passivo. O empresário deve adotar as seguintes diretrizes de preservação de patrimônio:

Auditoria do Princípio da Entidade e Solidariedade.

A separação entre pessoa física e jurídica é agora uma barreira de defesa legal. A Lcp 214 (Art. 24, V, 'b') é taxativa: o abuso da personalidade jurídica (confusão patrimonial ou desvio de finalidade) aciona a responsabilidade solidária imediata. Misturar despesas pessoais com as da empresa é, sob o novo regime, um convite para que o fisco desconsidere a proteção societária e alcance o patrimônio do sócio para quitar débitos de IBS/CBS.

A Ditadura do Documento Fiscal Eletrônico (DF-e)

O crédito tributário tornou-se um ativo digital volátil. Pelo Art. 47 (§ 1º, II) da Lcp 214, a apropriação de créditos depende exclusivamente de um DF-e idôneo. Sem a precisão absoluta na emissão e recepção desses documentos, o direito ao crédito se perde, transformando o imposto pago em custo direto e reduzindo sua margem de lucro.

Alerta para Family Offices e Gestão Patrimonial

Cuidado com as estruturas de gestão de bens. O Art. 57, § 2º da Lcp 214 estabelece que, se uma sociedade (family office) for dedicada apenas à gestão de bens e ativos financeiros de pessoas físicas vinculadas, os serviços e entradas não geram créditos. O consumo pessoal nessas estruturas será tributado sem possibilidade de recuperação, exigindo uma revisão urgente dos modelos de holding de puro usufruto.

6. Conclusão e Parceria Estratégica: Contabinvest no Apoio à Transição

Navegar pela transição tributária entre 2026 e 2033 exige uma consultoria que entenda que a contabilidade é, hoje, o pilar mais importante da estratégia financeira. A complexidade do Split Payment e a nova progressividade patrimonial podem ser ameaças ou oportunidades, dependendo da velocidade da sua adaptação.

A Contabinvest possui o know-how técnico para garantir que sua empresa e seu patrimônio pessoal atravessem esse período com segurança jurídica e eficiência financeira. Atuamos em frentes essenciais como:

- Planejamento Sucessório e Patrimonial: Adequação às novas regras de ITCMD, ITBI e IRPF.
- Consultoria Financeira e Organizacional: Implementação de processos e gestão financeira para garantir a apropriação integral de IBS/CBS via DF-e e eliminar ralos e otimizar os recursos financeiros.
- Reestruturação Societária: Mitigação de riscos de solidariedade e otimização da carga tributária sobre a renda. Garanta seu lugar na nova ordem fiscal brasileira. Entre em contato com os especialistas da Contabinvest e transforme a transição tributária em uma vantagem competitiva para o seu negócio. ©

Juliana Mateusa

Contadora, perita tributária e contábil especializada em estruturação de negócios patrimoniais (holdings) e tributação da renda e patrimônio da pessoa física.

 @contabinvest_assessoria





LANÇAMENTO



Histórias que se Tornam Legado: o Movimento Bem Sucedidas e o Poder do Protagonismo Feminino



PROTAGONISMO

Em um cenário onde cada vez mais mulheres assumem o protagonismo de suas histórias, iniciativas que incentivam a troca, o crescimento coletivo e a construção de autoridade ganham ainda mais relevância. Foi nesse espírito que o Bem Sucedidas celebrou o lançamento de mais uma edição de seu livro, reunindo coautoras que representam a essência do clube: mulheres reais, com histórias reais, que decidiram crescer, se posicionar e construir seus próprios caminhos.

A obra foi realizada em parceria com a Editora Suardi, sob a condução de Gisele Suardi, cuja experiência editorial foi essencial para a concretização do projeto. Com profissionalismo, cuidado e excelência na produção, a editora garantiu a estrutura necessária para transformar histórias de vida em um livro que carrega propósito e impacto. A união entre o movimento Bem Sucedidas e a expertise da editora resultou em uma publicação que vai além das páginas: ela representa voz, visibilidade e reconhecimento.

Mais do que um livro, a obra simboliza um movimento de fortalecimento feminino. Ela nasce da convicção de que nenhuma mulher precisa caminhar sozinha. Quando histórias são compartilhadas, surgem conexões, aprendizados e novas perspectivas. A escuta gera clareza, a troca fortalece e dividir a própria trajetória também se torna um ato de liderança.


NOVO CAPÍTULO

Cada capítulo traz experiências autênticas, relatos de superação, aprendizados construídos ao longo da jornada e conquistas alcançadas com coragem. São narrativas que inspiram justamente por sua verdade — histórias de mulheres que transformaram desafios em oportunidades e suas vivências em legado.

O evento de lançamento foi marcado por emoção, celebração e conexão entre as participantes. Para muitas coautoras, fazer parte do livro representou um marco importante em suas trajetórias profissionais. Além de registrar suas histórias, a participação fortaleceu o posicionamento de cada uma no mercado, ampliando autoridade e visibilidade em suas áreas de atuação.

E o movimento continua crescendo.

A 3ª edição do livro do Bem Sucedidas já está com vagas abertas para novas coautoras. O projeto segue como uma plataforma de protagonismo feminino, oferecendo às participantes a oportunidade de registrar suas histórias, fortalecer sua marca pessoal e impactar outras mulheres por meio de suas experiências.

Porque no Bem Sucedidas, histórias não ficam apenas na memória — elas se transformam em legado. 



POSTES E GALPÕES NORDESTE. EXCELÊNCIA EM PRÉ-FABRICADOS DE CONCRETO.



A Postes Nordeste produz uma ampla linha de pré-fabricados de concreto, voltados especialmente para o segmento de eletrificação, além de estruturas para edificações industriais, comerciais e residenciais.

Ao longo de mais de 50 anos, vem mantendo seu compromisso com a excelência, investindo continuamente em gestão, capacitação técnica e

nos processos de produção e controle de qualidade, sem perder de vista a sua responsabilidade social.

O grupo empresarial possui uma marca forte, fornecendo para as principais concessionárias de energia do Brasil e ocupando uma posição de destaque no segmento de pré-fabricados de concreto, gerando emprego e renda e contribuindo para o desenvolvimento regional.

NOSSOS PRODUTOS

- POSTES, CRUZETAS E ESTRUTURAS PARA REDES DE DISTRIBUIÇÃO, LINHAS DE TRANSMISSÃO E SUBESTAÇÃO;
- GALPÕES E ESTRUTURAS PRÉ-FABRICADAS PARA EDIFICAÇÕES EM GERAL;
- PRÉ-FABRICADOS RURAIS: ESTÁBULOS, COCHOS, ENTRE OUTROS.



Matriz: Simões Filho/BA, Via Centro, 3.600, CIA **Filiais:** Itabuna/BA, Seabra/BA, Moreno/PE e Lagoa do Piauí/PI
(71) 3413-8422 / 98114-2383 www.postesnordeste.com.br

PATRIMÔNIO



MARCA É
PATRIMÔNIO

Por Euler Costa



Marca é Patrimônio:

POR QUE REGISTRAR SUA MARCA É UMA DECISÃO ESTRATÉGICA?

Em um mercado cada vez mais competitivo, construir uma marca forte deixou de ser apenas uma questão de marketing. Hoje, marca é patrimônio. Ela representa reputação, confiança, posicionamento e valor percebido no mercado. No entanto, muitos empreendedores ainda cometem um erro estratégico: investem anos na construção de uma marca sem garantir sua proteção legal.

Registrar uma marca não é apenas uma formalidade jurídica. É uma decisão estratégica que protege o negócio, preserva investimentos e garante exclusividade no uso do nome ou identidade visual dentro do seu segmento de atuação.

O que significa registrar uma marca

O registro de marca garante ao titular o direito exclusivo de uso em todo o território nacional dentro da sua classe de atividade. No Brasil, essa proteção é concedida pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), órgão responsável por regulamentar e conceder registros de propriedade intelectual.

Sem esse registro, qualquer empresa ou pessoa pode solicitar a marca antes e obter os direitos legais sobre ela. Isso significa que um empreendedor pode investir em marketing, posicionamento e reputação durante anos e, ainda assim, correr o risco de perder o direito de usar o próprio nome no mercado.



MARCA É PODER

O risco de construir uma marca sem proteção.

Muitos empresários acreditam que ter um CNPJ, um domínio na internet ou perfis nas redes sociais garante a posse da marca. Na prática, isso não garante proteção legal. Sem o registro formal, podem surgir situações como:

- impedimento de uso do nome da empresa
- processos judiciais por uso indevido de marca
- necessidade de mudar identidade, logotipo e comunicação
- perda de autoridade construída no mercado

Além do impacto jurídico, há também o impacto financeiro e reputacional, que pode ser significativo.

Marca registrada também gera valor para o negócio

Uma marca protegida não é apenas um mecanismo de defesa. Ela também se torna um ativo estratégico da empresa.

Marcas registradas podem:

- valorizar a empresa em processos de investimento ou venda
- permitir licenciamento e franquias
- fortalecer a credibilidade no mercado
- proteger a identidade e o posicionamento do negócio

Grandes empresas entendem que suas marcas são um dos seus maiores patrimônios. E essa mesma lógica vale para negócios de qualquer porte.

Proteção de marca é visão de futuro

Empreendedores que pensam a longo prazo entendem que construir uma marca exige tempo, investimento e estratégia. Proteger essa marca é, portanto, uma etapa fundamental da construção de um negócio sólido.

Registrar a marca significa garantir que todo o valor construído ao longo dos anos — reputação, reconhecimento e confiança — esteja juridicamente protegido.

No mundo empresarial atual, onde a concorrência cresce a cada dia, quem protege sua marca protege também o futuro do seu negócio. ©

 @agilitymarcasepatentes

Resolvemos os seus problemas
contábeis de forma

**transparente
e segura.**

Conte com especialistas e simplifique
a burocracia da sua empresa.

Experimente o

**AGILIZE
UNIQUE**


e tenha acesso a um gerente
de conta exclusivo e disponível
no Whatsapp, facilitamos a:

- ✓ Emissão de notas fiscais;
- ✓ Conciliação financeira;
- ✓ Pagamento dos seus impostos e muito mais.

 **agilize**

Solicite uma proposta

 agilize.com.br

 4020-8283



BRANDING



COMUNIDADE VISION CLUB:

**quando posicionamento se torna
ambiente**

Por Gabriela Crê e Paula Marques

VISION EXPERIENCE

Em um mercado saturado por promessas rápidas, fórmulas genéricas e exposição sem direção, a Comunidade Vision Club nasce como um contraponto claro.

Não como mais um produto digital, mas como um posicionamento firme sobre como mulheres crescem, se comunicam e ocupam espaços com intenção.

A Vision parte de um princípio inegociável: mulheres bem posicionadas não crescem sozinhas.

Elas escolhem ambientes à altura da visão que carregam, elevam o nível das conversas, amadurecem decisões e constroem referências sólidas. Esse movimento muda tudo. Inclusive os resultados.

Fundada por Gabriela Crês, especialista em Posicionamento de Vida e Digital, e Paula Marques, especialista em Posicionamento de Marca e Imagem Estratégica, a Comunidade Vision surge da convergência entre duas frentes essenciais: vida como base do posicionamento e marca como consequência de escolhas conscientes.

Desde 2019, **Gabriela orienta mulheres a se posicionarem a partir da estrutura interna** – comportamento, decisões, disciplina emocional, comunicação e consciência de imagem. Seu trabalho é sustentado por uma visão clara: não existe posicionamento digital consistente quando a vida opera no improviso. A forma como uma mulher vive determina como ela aparece, se comunica e é percebida.

Paula Marques construiu sua trajetória desenvolvendo marcas que não buscam visibilidade vazia, mas respeito, clareza e autoridade. Para ela, imagem não é estética isolada – é estratégia. Seu trabalho integra branding, narrativa e percepção para transformar marcas pessoais em referências consistentes, reconhecidas e desejadas.



*Mulheres bem posicionadas não
crescem sozinhas.
Elas escolhem ambientes à
altura da visão que carregam.*

**VISION
EXPERIENCE**

A Comunidade Vision nasce exatamente desse encontro entre vida bem governada e marca bem posicionada. Mais do que um espaço de aprendizado, é um ambiente de crescimento, onde mulheres não consomem conteúdo passivamente – assumem responsabilidade pela própria mensagem, abandonam o vitimismo travestido de autenticidade e rompem com o ciclo de comparação que paralisa decisões.

A Vision se posiciona contra comunicação rasa, fórmulas mágicas e a confusão entre exposição e autoridade. Em seu lugar, sustenta valores claros: posicionamento estratégico, consciência de imagem, maturidade emocional e decisão.

Porque crescimento não acontece por acaso. Crescimento acontece quando há ambiente, direção e posicionamento alinhados.

Dentro da comunidade, mulheres participam de mentorias, encontros presenciais, experiências de ambiência, espaços de visibilidade e conversas estratégicas que estimulam não apenas presença, mas evolução real. A proposta é objetiva: mudar o ambiente para elevar o nível das decisões.

A Comunidade Vision não forma criadoras de conteúdo. Forma mulheres que sabem quem são, o que entregam e por que são escolhidas.

Porque quando uma mulher governa o próprio posicionamento, ela não apenas transforma o próprio caminho. Ela redefine o espaço que ocupa no mundo.

 @comunidadevision

VISION



PODCAST

EMPREENDEDORES
do Brasil

Com Fátima Reis

CONEXÕES PODEROSAS, MARCAS MEMORÁVEIS.



Venha compartilhar sua
história de sucesso com
a gente!



www.empreendedoresdobrasil.com