

Pessoa física versus jurídica: os riscos de misturar patrimônio pessoal com o caixa

Essa prática pode acarretar sérios prejuízos financeiros e jurídicos e deve ser evitada

Cerca de 60% dos micro e pequenos empresários brasileiros admitem misturar recursos pessoais com o caixa da empresa, de acordo com uma pesquisa realizada pelo Sebrae. A prática, conhecida como confusão patrimonial, embora pareça inofensiva, pode gerar uma série de implicações fiscais, legais e administrativas que comprometem a organização e a sustentabilidade financeira do negócio.



cimento sobre as obrigações da pessoa jurídica e a informalidade na gestão fazem com que a confusão patrimonial ocorra e comprometa a apuração correta dos tributos e a gestão financeira. Isso pode interferir em auditorias ou fiscalizações, uma vez que dificulta a distinção entre o que pertence à empresa e o que é de responsabilidade pessoal dos donos e sócios.

No campo legal, o maior risco é a desconsideração da personalidade jurídica, um instrumento previsto no Código Civil que permite responsabilizar diretamente os proprietários por dívidas da empresa em caso de confusão entre os patrimô-

nios. “Já no campo fiscal, essa mistura pode gerar duplicidade na incidência de tributos, inconsistências nas obrigações acessórias e exposição à autuação por parte da Receita Federal e demais órgãos fiscalizadores”, alerta o especialista.

Além dos aspectos legais, há também consequências para a saúde financeira do negócio. Silvio Costa reforça que a ausência de separação clara entre as finanças compromete a análise de indicadores contábeis, dificulta a tomada de decisões e pode gerar distorções na precificação de produtos ou serviços. “Quando a empresa não sabe o que de fato é

despesa operacional e o que é retirada dos sócios, perde-se a capacidade de planejar, investir e crescer com segurança”.

A boa notícia é que esse cenário pode ser evitado com medidas simples de organização e acompanhamento. Entre as principais recomendações do especialista estão: manter contas bancárias separadas para pessoa física e jurídica, definir um pró-labore fixo e compatível com a realidade do negócio, registrar adequadamente as movimentações financeiras e manter uma contabilidade atualizada e transparente.

O uso de tecnologias de gestão também pode contribuir nesse processo. Ferramentas como sistemas ERP, softwares contábeis ou mesmo planilhas estruturadas ajudam a organizar o controle das entradas e saídas, e facilitam a geração de relatórios consistentes. “Mais do que atender à legislação, é uma forma de profissionalizar a gestão e garantir que a empresa tenha clareza sobre sua real situação financeira”, conclui Silvio Costa.

Quando a empresa impede o cliente de comprar... como fica a reputação?

Victor Olszenski (*)

Imagine a cena (ela é real). Um de nossos sócios quis comprar pneus recentemente. Acessou a empresa revendedora, mas teve tantas dificuldades no processo, como não conseguir saber o preço ou agendar horário compatível com sua agenda, que acabou desistindo – e foi procurar um concorrente.

Outro de nossos consultores assistiu no Instagram outro vídeo exemplar. A dona do perfil exibiu sua tentativa de aquisição de um plano de uma clínica de estética. O interesse estava estabelecido e ela gostaria de saber o custo do procedimento. Entretanto, a bem treinada atendente insistiu em não fornecer o preço e cumprir o roteiro completo para exaltar as qualidades do serviço oferecido. Até que a cliente desistiu.

Foi então que começou um diálogo bizarro. Ao invés de buscar a recuperação da possível compradora com pragmatismo – fornecendo a informação solicitada – a atendente insistiu no protocolo, com frases como “vai perder a oportunidade de se sentir cada vez melhor consigo mesma?” e outras no mesmo teor. Suficientes para a ex-cliente potencial por a boca no trombone (ou na internet), com mais de 200 mil visualizações e replicação em outros canais.

OK, todo mundo tem seus processos de venda desenhados, com argumentos bem construídos para atrair os mais incertos e desmontar objeções. Mas eles não podem ser tão mandatórios a ponto de levar um cliente propenso à compra a mudar de ideia.

O engessamento em torno de protocolos pode ser antipático e contraproducente. Levar autonomia à linha de frente, porém, exige um

pouco mais de esforço.

Isso porque, neste caso, se trata de deixar o atendente na ponta com mais poder de decisão. Para tanto, é necessário treinamento bem mais refinado do que “este é o roteiro, é só seguir e ponto”. Porque uma relação transacional, qualquer uma, se dá (pelo menos por enquanto) com envolvimento humano. E o comportamento humano é levado, muitas vezes, pelo imponderável.

Isso vale tanto para atendimento humano por si quanto para atendimento automatizado, muitas vezes esbarrando em becos sem saída – literalmente, sem saída para conversas com gente de carne e osso, o que pode frustrar e afastar o cliente em perspectiva.

Até que ponto esse comportamento impacta na reputação?

Quando o exemplo ganha as redes sociais o impacto é claro e multiplicado não só pelo número de vezes em que é acessado, mas pelos comentários em torno do assunto. Mesmo quando não é o caso, a difusão além do indivíduo envolvido é praticamente certa – difícil não contar para alguém, nem que seja o círculo mais íntimo, a decepção com a impossibilidade de comprar algo a que já se estava disposto. Reputação machucada e possível eliminação da marca do rol de interesse do envolvido.

Como gostamos de frisar, reputação tem impacto direto em vendas. Nos exemplos apresentados, são clientes perdidos, apesar de sua predisposição para a compra. Reconhecer gargalos como esses e atuar sobre eles é um passo estruturante no caminho da construção – e manutenção – da boa reputação.

(*) Especialista em reputação de marca e sócio da Percepta Reputação Empresarial.

Data centers e nuvem: aliados estratégicos

Vicente Neto (*)

Muita gente ainda pensa que data centers e computação em nuvem são tecnologias distantes, acessíveis apenas a grandes corporações com estruturas altamente complexas, mas a realidade é bem diferente. Hoje, essas soluções já fazem parte do nosso dia a dia e da rotina de pequenas e médias empresas. Sempre que você acessa um sistema no trabalho, consulta uma agenda online ou escuta música por streaming, está se conectando a um data center. Ou seja: estamos falando de algo essencial para o funcionamento de praticamente qualquer negócio moderno.

O que é um data center e por que ele é tão importante?

Na prática, o data center é o “cérebro digital” das operações. É o local onde ficam os equipamentos responsáveis por armazenar, processar e distribuir dados, o que garante que seus sistemas estejam disponíveis e funcionando corretamente.

Apesar de parecer algo distante da realidade de empresas menores, esse cenário mudou. Com o avanço da conectividade e a popularização dos serviços em nuvem, os data centers se tornaram mais acessíveis, especialmente por meio dos chamados data centers virtuais.

Como funcionam os data centers e por que são tão seguros

Os data centers podem ser físicos ou virtuais, internos à empresa (on-premise) ou fornecidos por provedores especializados. Mas independentemente do modelo, todos compartilham três requisitos essenciais: confiabilidade, estabilidade e segurança. Afinal, qualquer falha pode comprometer dados críticos, paralisar operações e afetar diretamente a experiência do cliente.

A infraestrutura de um data center é muito mais robusta do que a de um escritório tradicional. Ela inclui servidores de alta performance, sistemas de refrigeração para evitar superaquecimento, fontes de energia redundantes que mantêm tudo funcionando mesmo em caso de apagão e redes de conexão extremamente estáveis, geralmente via fibra óptica.

A segurança também é prioridade, com múltiplas camadas de proteção digital, como firewalls, criptografia e monitoramento 24/7, e controles físicos rigorosos, como acesso restrito, sensores contra incêndio e planos de contingência para desastres naturais.

A confiabilidade dessas estruturas é medida por classificações chamadas Tier, que vão de 1 a 4 e indicam o nível



de disponibilidade e redundância. Um data center Tier 3, por exemplo, garante altíssima disponibilidade, com no máximo 1,6 hora de inatividade por ano.

Data center virtual: eficiência, economia e foco no que importa

Para muitas empresas, montar um data center físico ainda pode ser inviável, mas os data centers virtuais oferecem uma alternativa prática, econômica e altamente eficiente. Nessa modalidade, a empresa não precisa comprar servidores, nem lidar com manutenção, energia ou refrigeração. Basta contratar a estrutura de um provedor confiável, como alugar um espaço digital para rodar seus sistemas e armazenar seus dados.

A grande vantagem aqui é a flexibilidade. É possível começar com uma solução mais enxuta e expandir conforme a demanda cresce, sem desperdício de recursos ou altos investimentos. O custo também é mais competitivo, já que a infraestrutura é compartilhada entre vários clientes. Além disso, o provedor garante acesso às tecnologias mais modernas, mantendo tudo sempre atualizado. E o mais importante: sobra mais tempo e energia para focar no core business, sem se preocupar com questões técnicas complexas.

Para quem está avaliando migrar para a nuvem ou precisa modernizar sua operação, vale a pena analisar com cuidado o provedor escolhido. É importante verificar o nível de segurança, os planos disponíveis, as certificações e até mesmo buscar referências com outros clientes. Um bom data center virtual precisa oferecer desempenho, proteção, suporte e, claro, a capacidade de crescer junto com o seu negócio.

(*) co-CEO da EVEO, empresa brasileira de tecnologia especializada em soluções de nuvem e data center com mais de 25 anos de experiência em serviços de internet. E-mail: eveo@nbpress.com.br

