SOMA

EDIÇÃO 01

NEGÓCIOS | GESTÃO | ESTRATÉGIA



HEBERT RIBEIRO

ESTRATÉGIA QUE GERA RESULTADO

BPO FINANCEIRO

MAIS CONTROLE PARA CRESCER

LIDERANÇA FEMININA

MAIS MULHERES EM GRANDES RESULTADOS

O lucro invisível

Como empresas perdem resultado no caixa, nos tributos e nas decisões — sem perceber a tempo.

CARTA AO LEITOR

Resultado não desaparece de uma vez. Ele vaza.

Ele vaza em descontos que ninguém calculou até o fim. Em estoque que gira devagar. Em prazos comerciais que parecem bons para vender, mas ruins para financiar. Em impostos que entram tarde na precificação. Em uma expansão anunciada antes de a empresa saber quanto capital de giro será necessário.

Esta revista nasce para aproximar o empresário desse tipo de pergunta. Não é uma publicação sobre "contabilidade por obrigação". É sobre usar informação contábil, financeira e comercial para decidir melhor — antes que o problema apareça no caixa.

> *Uma boa contabilidade não prevê o futuro. Ela reduz a quantidade de decisões que precisam ser tomadas no escuro.*

GRUPO SOMA CONTABILIDADE

Edição 01 • Outubro 2026

EXPEDIENTE

Publicação digital periódica
Grupo Soma Contabilidade
Negócios • Gestão • Estratégia

CONTATO

www.somacontabilidades.com.br
Fixo: (62) 3942-4472
WhatsApp: (62) 98602-0288

ENDEREÇO

Rua T-31 com Rua Campinas, nº 830
Setor Sol Nascente • Goiânia – GO
CEP 74210-124

CNPJ OPERACIONAL*

48.165.562/0001-11

*Somar Serviços Contábeis S/S. Dado cadastral público consultado em setembro de 2026. Confirme a razão social fiscal no documento de contratação.

CRITÉRIO EDITORIAL

Exemplos financeiros desta edição são didáticos, salvo quando identificados como dados institucionais ou fontes públicas. Nenhuma simulação substitui análise individual.

Fontes externas: Receita Federal, SEC, Reuters, Harvard Business School, LEGO Annual Report e canais oficiais citados.

Endereço e contatos conforme site oficial do Grupo Soma. CNPJ operacional conforme base cadastral pública consultada em 09/2026.

SUMÁRIO

Uma edição para abrir a cabeça antes de abrir a próxima unidade, conceder o próximo desconto ou assumir o próximo custo fixo.

DECISÃO & RESULTADO

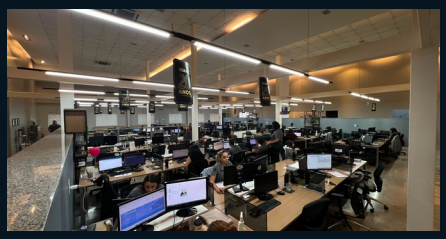
04 O lucro invisível
05 Vender mais pode apertar o caixa
06 Os números que ajudam a decidir
07 Comercial + Financeiro + Contábil
08 O custo real do desconto
09 Expansão e ponto de equilíbrio
10 Hebert Ribeiro
11 Cinco respostas antes de crescer

ESTRUTURA & ADAPTAÇÃO

12 Efeito Kodak
13 O case: inovação sem migração
14 Blockbuster: quando a estrutura prende
15 LEGO: foco para sobreviver
16 Sete sinais de alerta

PESSOAS & EXECUÇÃO

17 Ludmilla Guimarães
18 Liderança que cria espaço
19 Anjos Grupo Soma
20 Impacto social e presença
21 Forma+
22 ENVOLLVE
23 Pessoas também aparecem no resultado
24 BPO Financeiro
25 BPO na prática
26 Reforma Tributária
27 Plano de 90 dias
28 Diagnóstico executivo







ESPECIAL • RESULTADO, CAIXA E DECISÃO

O lucro invisível

Uma empresa pode vender mais, contratar mais e até apresentar lucro — e ainda assim perder fôlego financeiro. O problema aparece quando faturamento, margem e caixa são tratados como se fossem a mesma coisa.

> *Crescimento sem leitura financeira pode transformar uma boa notícia em pressão de caixa.*



HEBERT RIBEIRO

CEO • GRUPO SOMA CONTABILIDADE

A PERGUNTA DESTA MATÉRIA

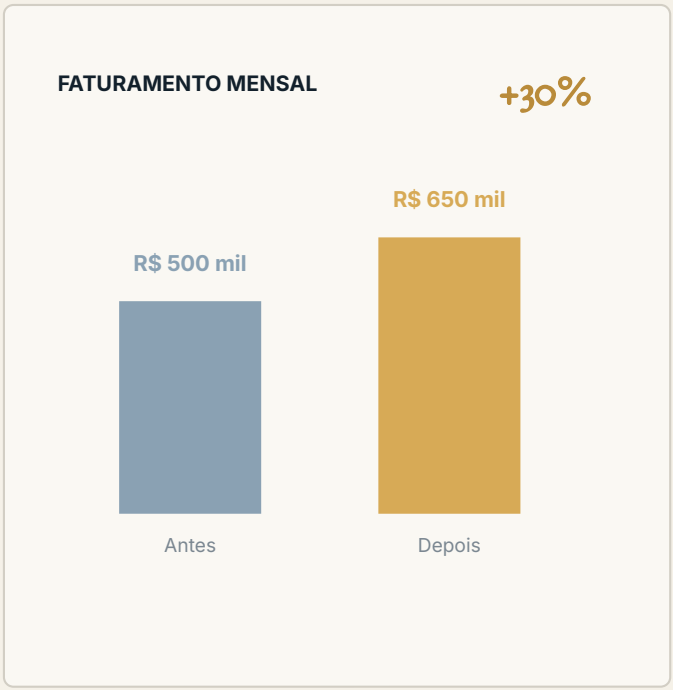
Se as vendas crescerem 30% amanhã, a empresa terá caixa para sustentar esse crescimento?

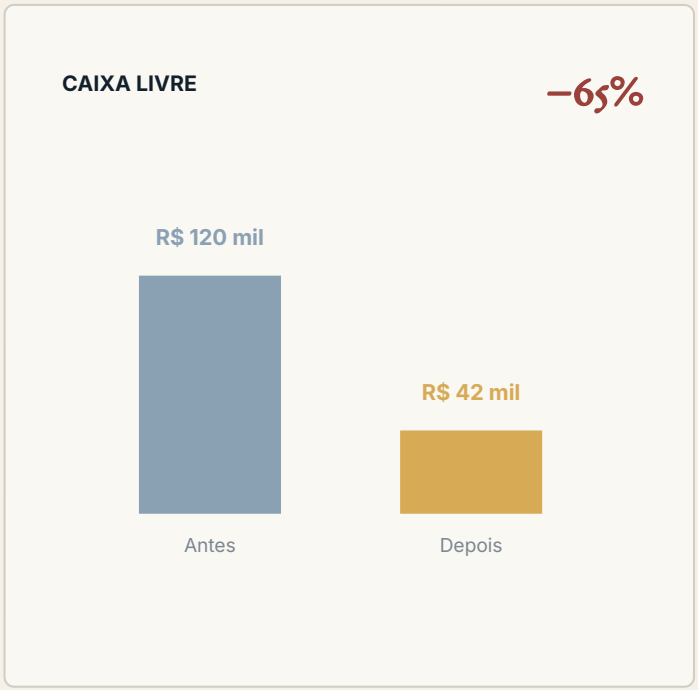
Nas próximas páginas, usamos exemplos didáticos para mostrar onde o resultado se perde — e como a contabilidade consultiva ajuda a antecipar a decisão.

EXEMPLO DIDÁTICO

Quando vender mais aperta o caixa

O faturamento cresce, mas o dinheiro não acompanha no mesmo ritmo. A venda adicional exige estoque, comissão, tributo, folha e, muitas vezes, prazos maiores antes do recebimento.





O que puxou o caixa para baixo?

01 Mais estoque para sustentar vendas

02 Tributos e comissões maiores

03 Prazos de recebimento mais longos

04 Custos crescem antes do dinheiro entrar

Onde entra a contabilidade consultiva?

01 Projeta o fluxo antes da decisão

02 Simula metas comerciais com impacto financeiro

03 Recalcula margem e preço com visão tributária

04 Mostra o capital de giro necessário para crescer

Exemplo ilustrativo. Valores variam conforme operação, prazos, margem, estoque e tributação.

INFORMAÇÃO PARA DECISÃO

Os números que ajudam a decidir

Quando contábil, financeiro e comercial trabalham sobre a mesma leitura, a empresa deixa de reagir ao fechamento e começa a comparar cenários antes de agir.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

38% → 44%

Mostra quanto cada venda realmente contribui para o resultado.

PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO

52 → 39 dias

Quanto menor o prazo, menor o fôlego de caixa necessário.

INADIMPLÊNCIA

4,8% → 2,1%

Menos atraso significa mais previsibilidade de caixa.

ESTOQUE PARADO

17% → 9%

Menos capital imobilizado sem giro.

FLUXO DE CAIXA PROJETADO • 90 DIAS



Com informação integrada, a empresa antecipa cenários e protege o caixa antes do compromisso.

COMO ISSO MUDA A DECISÃO

01 **Campanha com desconto?**

Só se a margem mínima estiver protegida.

02 **Hora de contratar?**

Só com caixa projetado e meta sustentável.

03 **Ampliar prazo ao cliente?**

Apenas com o impacto financeiro calculado.

Quem decide com números claros reduz risco, preserva margem e cresce com mais segurança.

Indicadores acima são exemplos didáticos de leitura gerencial, não resultados de clientes específicos.

A MESMA DECISÃO, TRÊS LEITURAS

Comercial, financeiro e contábil precisam conversar antes do “sim”.

Uma meta comercial isolada pode vender mais e destruir margem. Um financeiro isolado pode proteger caixa e travar crescimento. Uma contabilidade isolada pode explicar o passado. O valor aparece quando os três lados compartilham premissas e decisão.



DECISÃO INTEGRADA

Não é “vender ou não vender”. É vender com regra de margem, prazo e caixa.

Exemplo de ajuste: reduzir desconto, exigir entrada, segmentar prazo por cliente e aprovar a campanha somente se a contribuição total e o capital de giro permanecerem dentro do limite definido pela diretoria.

> *“Estratégia é quando a meta comercial já nasce com consequência financeira e tributária calculada.*

Exemplo conceitual. O desenho real depende de margem, ciclo financeiro, perfil de cliente e regime tributário.

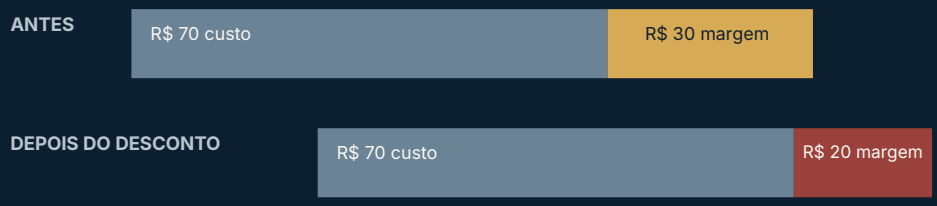
MARGEM • PREÇO • VOLUME

Desconto vende. Mas quanto ele custa?

O erro mais comum é olhar para o desconto como uma redução de 10% no preço. Em negócios de margem apertada, o efeito sobre a contribuição pode ser muito maior.

EXEMPLO DIDÁTICO: PRODUTO A

PREÇO	CUSTO VARIÁVEL	CONTRIBUIÇÃO	DESCONTO
R$ 100	R$ 70	R$ 30	10%
Preço de tabela	Produto + comissão + impostos variáveis	Valor disponível para pagar fixos e lucro	Novo preço: R$ 90



Para gerar os mesmos R$ 30 de contribuição, a empresa precisa vender 50% mais unidades.

> *O desconto de 10% não reduziu a margem em 10%. Ele derrubou a contribuição unitária em 33%.*

É por isso que política comercial sem contabilidade de margem é uma das formas mais rápidas de "comprar faturamento" e vender resultado.

Exemplo didático: preço R$100, custo variável R$70. Não representa margem média de nenhum cliente.

EXPANSÃO

A nova unidade pode ser boa. O caixa precisa chegar antes dela.

Ponto de equilíbrio não é a única pergunta. É preciso saber quanto tempo a nova operação levará para chegar lá e quem financia o caminho até esse ponto.

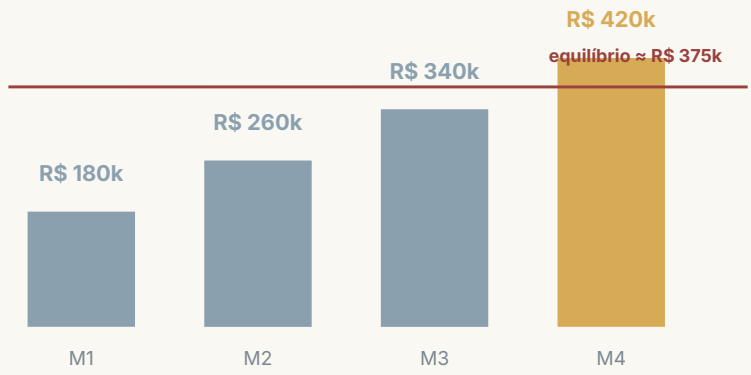
CUSTO FIXO MENSAL
R$ 120 mil
Nova unidade

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO
32%
Hipótese didática

PONTO DE EQUILÍBRIO
R$ 375 mil
Receita mensal necessária

INVESTIMENTO INICIAL
R$ 450 mil
Obra, equipamentos e implantação

RAMPA DE FATURAMENTO



Nos três primeiros meses, a unidade ainda consome caixa mesmo com vendas crescendo.

CAIXA NECESSÁRIO ANTES DA ABERTURA

R$ 450 mil
investimento inicial

+ perdas da rampa
+ reserva de segurança
+ capital de giro

A pergunta deixa de ser "a unidade dá lucro?" e passa a ser "quanto caixa precisamos para chegar ao lucro sem estrangular a empresa atual?"

Exemplo didático. Hipóteses simplificadas para demonstrar ponto de equilíbrio, rampa e capital de giro.



PERFIL

Hebert Ribeiro

CEO • ESTRATÉGIA CONTÁBIL • PERFORMANCE

Hebert Ribeiro lidera o Grupo Soma com uma visão que trata contabilidade, tributário, financeiro e operação como partes da mesma decisão. A tese é simples: números que chegam tarde servem para explicar; números organizados antes servem para escolher.

Sua formação e capacitações passam por contabilidade e tributação imobiliária, construção civil, IRPJ e CSLL, Lucro Real e Presumido, SPED Fiscal, ICMS/IPI e EFD PIS/COFINS. Esse repertório técnico ganhou uma camada empresarial: ler onde a operação pressiona margem, caixa, contrato e capacidade de crescer.

No Grupo Soma, essa lógica aparece no DPR — Performance e Resultado — e na proposta de levar indicadores e cenários para a diretoria, em vez de restringir a relação contábil ao fechamento mensal.

> *“Sua empresa não precisa de mais um relatório. Precisa de uma leitura que ajude a decidir.*

20+ anos de trajetória do Grupo Soma • atuação em diferentes estados • foco em margem, caixa, tributário e gestão.

Fonte: perfil oficial de Hebert Ribeiro no Grupo Soma, consultado em 01/10/2026.

ANTES DE CRESCER 20%

Cinco respostas que precisam existir antes do próximo passo

A expansão saudável não começa com entusiasmo. Começa com premissas que a diretoria consegue defender com dados.

01 **Qual é a margem de contribuição real por produto, canal ou unidade?**

Sem isso, a empresa pode acelerar exatamente o que menos deixa resultado.

02 **Quanto capital de giro o crescimento exige?**

Mais vendas podem consumir caixa antes de gerar liquidez.

03 **Qual prazo comercial a empresa consegue financiar?**

Prazo de venda é decisão financeira, não apenas argumento comercial.

04 **O preço já carrega o efeito tributário e o custo de servir?**

Preço sem custo completo é percepção, não gestão.

05 **Qual indicador fará a diretoria parar, corrigir ou acelerar?**

Sem gatilho de decisão, dashboard vira decoração.



> *Decisão boa não é a que parece segura. É a que conhece o risco e escolhe conscientemente.*



EFEITO KODAK

O risco mais caro é continuar eficiente no modelo que o mercado está deixando para trás.

A mudança raramente chega avisando que vai destruir a estrutura antiga. Primeiro ela parece pequena, menos rentável e até imperfeita. É exatamente por isso que empresas fortes também ficam vulneráveis.

A seguir: o que Kodak, Blockbuster e LEGO ensinam sobre estrutura, decisão e capacidade de mudar.

EFEITO KODAK

Inovar não basta quando o modelo de negócio não consegue migrar.

O clichê diz que a Kodak "não viu o digital". A história é mais útil quando contada com nuance: a empresa participou cedo da tecnologia, mas seu enorme motor econômico continuava ligado ao filme, à revelação e à impressão.

1975

O engenheiro Steve Sasson desenvolveu na Kodak um protótipo de câmera digital portátil.

2012

A Eastman Kodak entrou em Chapter 11, após anos de pressão da transição digital e queda do negócio tradicional.

2013

Saiu da recuperação como empresa menor, reposicionada em imaging digital B2B e impressão comercial.

A LIÇÃO PARA O EMPRESÁRIO

A ameaça não é a nova tecnologia. É a estrutura que não consegue abandonar a lógica antiga.

1. Receita atual pode financiar a transição — ou impedir que ela aconteça.
2. Incentivos internos podem proteger o produto que paga as contas, mesmo quando o mercado já mudou.
3. Um dashboard que mede só o negócio atual pode provar que "está tudo bem" até tarde demais.
4. A diretoria precisa olhar margem atual e capacidade futura ao mesmo tempo.

Fontes: Harvard Business School, "The Reinvention of Kodak"; registros históricos sobre Steve Sasson; Chapter 11 de 2012.



BLOCKBUSTER

Quando a estrutura que criou escala passa a impedir a mudança.

Em 2005, a Blockbuster ainda reportava mais de 9 mil lojas. Em janeiro de 2007, a Netflix lançou o "instant watching" para PCs. Em setembro de 2010, a Blockbuster pediu proteção contra falência. O ponto não é "loja física é ruim". É entender quando aluguel, estoque, logística, dívida e processos passam a defender um comportamento do cliente que já está mudando.

ESCALA

O ativo que acelerou o crescimento virou custo fixo difícil de mover.

TEMPO

A resposta existiu, mas chegou quando a vantagem do concorrente já tinha composto anos.

MODELO

A discussão não era só DVD vs. streaming; era conveniência, assinatura, dados e distribuição.

> *Estrutura é vantagem enquanto acompanha o comportamento do cliente. Depois disso, pode virar peso.*

Fontes: Blockbuster Form 10-K (SEC, 2005); Netflix Form 10-K (SEC, 2007); Reuters, 23/09/2010.



LEGO • 2004

Crescer em tudo pode destruir foco. Voltar ao essencial também é estratégia.

O relatório anual de 2004 da LEGO foi direto: o grupo precisava "mudar fundamentalmente a forma de fazer negócios" para sobreviver como empresa independente. O plano concentrou a companhia novamente nos produtos clássicos, reduziu risco, custos, ativos e complexidade.

O que mudou naquele plano

01

Direção clara

Voltar ao core e deixar projetos periféricos para parceiros.

02

Custo e risco

Adequar base de custos e ativos a uma receita mais realista.

03

Indicadores e execução

Metas individuais ligadas aos objetivos do grupo e acompanhamento mais transparente.

04

Cliente e rentabilidade

Olhar não só volume, mas rentabilidade do cliente e velocidade de desenvolvimento.

Fonte: LEGO Group Annual Report 2004, pp. 5–10 e 15. O relatório descreve mudança de estratégia, redução de risco, foco no core e gestão por indicadores.

DO CASE PARA A SUA EMPRESA

Sete sinais de que a estrutura começou a chegar atrasada.

Nenhum deles prova uma crise sozinho. Juntos, eles mostram que a empresa está ficando mais complexa do que a informação usada para administrá-la.

01 Faturamento sobe e o caixa encolhe.

02 A margem "média" é conhecida, mas ninguém sabe por produto ou canal.

03 Desconto comercial depende mais de pressão do que de regra.

04 Fechamento chega depois de a diretoria já ter decidido.

05 Processos críticos dependem de uma pessoa específica.

06 Novo custo fixo entra sem cenário de ponto de equilíbrio e capital de giro.

07 Cliente, tecnologia ou legislação mudam mais rápido do que a empresa revisa preço, processo e modelo.

> *"Urgência não é correr sem dados. É reduzir o tempo entre perceber a mudança e tomar a decisão.*

A contabilidade consultiva ganha valor exatamente nesse intervalo.

Síntese editorial inspirada nos cases Kodak, Blockbuster e LEGO apresentados nesta edição.



LUDMILLA GUIMARÃES

Liderança também é criar espaço para crescer.

Empresária • Diretora • Liderança Grupo Soma • Fundadora e presidente do Anjos Grupo Soma

Ludmilla Guimarães atua na dimensão humana e organizacional do crescimento. Sua trajetória no ecossistema Soma conecta gestão, cultura, relacionamento, desenvolvimento de pessoas e visão de longo prazo. É uma liderança que não separa estratégia de execução: uma empresa só cresce de forma consistente quando as pessoas entendem direção, papel, responsabilidade e espaço para decidir.

No debate sobre liderança feminina, o ponto não é transformar "ser mulher" em argumento decorativo. O avanço real está em ocupar espaços de decisão e em construir um ambiente onde outras mulheres também possam crescer com autonomia, reconhecimento, preparo e confiança. Isso amplia repertórios, melhora a qualidade das conversas e evita que a organização desperdice talento por barreiras que não têm relação com competência.

> *"Uma liderança forte não cresce sozinha. Ela cria condições para que outras pessoas cresçam com ela.*

Fonte: perfil oficial de Ludmilla Guimarães no Grupo Soma; Anjos Grupo Soma.

EMPODERAMENTO COMO AMBIENTE

Não basta abrir a porta. É preciso permitir que a liderança amadureça.

O crescimento saudável da liderança feminina acontece quando a empresa combina oportunidade real com condições de desenvolvimento. O resultado não vem de um estereótipo de "mulher mais sensível"; vem de ampliar vozes, perspectivas e capacidade de liderança dentro da organização.

1

ESPAÇO

Participar das conversas em que decisões são construídas — não apenas executadas.

2

AUTONOMIA

Ter clareza de responsabilidade e liberdade para decidir dentro de limites definidos.

3

DESENVOLVIMENTO

Receber desafio, feedback, exposição e preparação para assumir posições maiores.

4

SEGURANÇA

Poder discordar, aprender e liderar sem precisar caber em um único modelo de comportamento.

O efeito empresarial

Ambientes que formam mais lideranças reduzem dependência de poucas pessoas, aumentam capacidade de sucessão, melhoram a circulação de informação e ampliam a qualidade das decisões. Esse é o ponto de conexão entre empoderamento e alavancagem: a empresa deixa de desperdiçar potencial humano.

> *"Empoderamento é quando competência encontra espaço, voz, responsabilidade e continuidade.*

Abordagem editorial: liderança feminina como construção de ambiente e capacidade organizacional, não como peça isolada de comunicação.



ANJOS GRUPO SOMA

Quando alguém precisa, presença faz diferença.

O Anjos Grupo Soma é uma associação sem fins lucrativos sediada em Goiânia. Nasceu em 2012 a partir de um movimento de solidariedade liderado por Ludmilla Guimarães e foi formalizado como associação em 2020. Sua missão é social: mobilizar pessoas, voluntários, empresas e parceiros para levar cuidado, assistência, formação e oportunidade a crianças, famílias, pessoas idosas e comunidades em situação de vulnerabilidade.

> *"O Grupo Soma faz parte da história do Anjos. A missão do Anjos é própria: cuidar de pessoas.*

Associação Anjos Grupo Soma • CNPJ 39.966.365/0001-00 • anjos.org.br

Goiânia – GO • contato@anjos.org.br • (62) 99610-8160

Fonte: site oficial Anjos Grupo Soma, consultado em 01/10/2026.

IMPACTO QUE TEM ROSTO

Por trás de cada número, existe uma história que não cabe no balanço.

Indicadores ajudam a mostrar escala. Histórias mostram por que cada entrega importa. O Anjos reúne os dois para acompanhar suas ações com responsabilidade e dar visibilidade ao que foi realizado.

VOLUNTÁRIOS

100+

Rede atuante divulgada pelo Anjos.

BRINQUEDOS DOADOS

5.000+

Ações e campanhas registradas.

FORMA+

550+

Certificados divulgados pela associação.

ORIGEM

2012

Movimento que depois ganhou estrutura própria.



A lógica do cuidado

01 **Identificar**

Entender a necessidade e o contexto antes da ação.

02 **Mobilizar**

Unir voluntários, parceiros, empresas e recursos.

03 **Realizar**

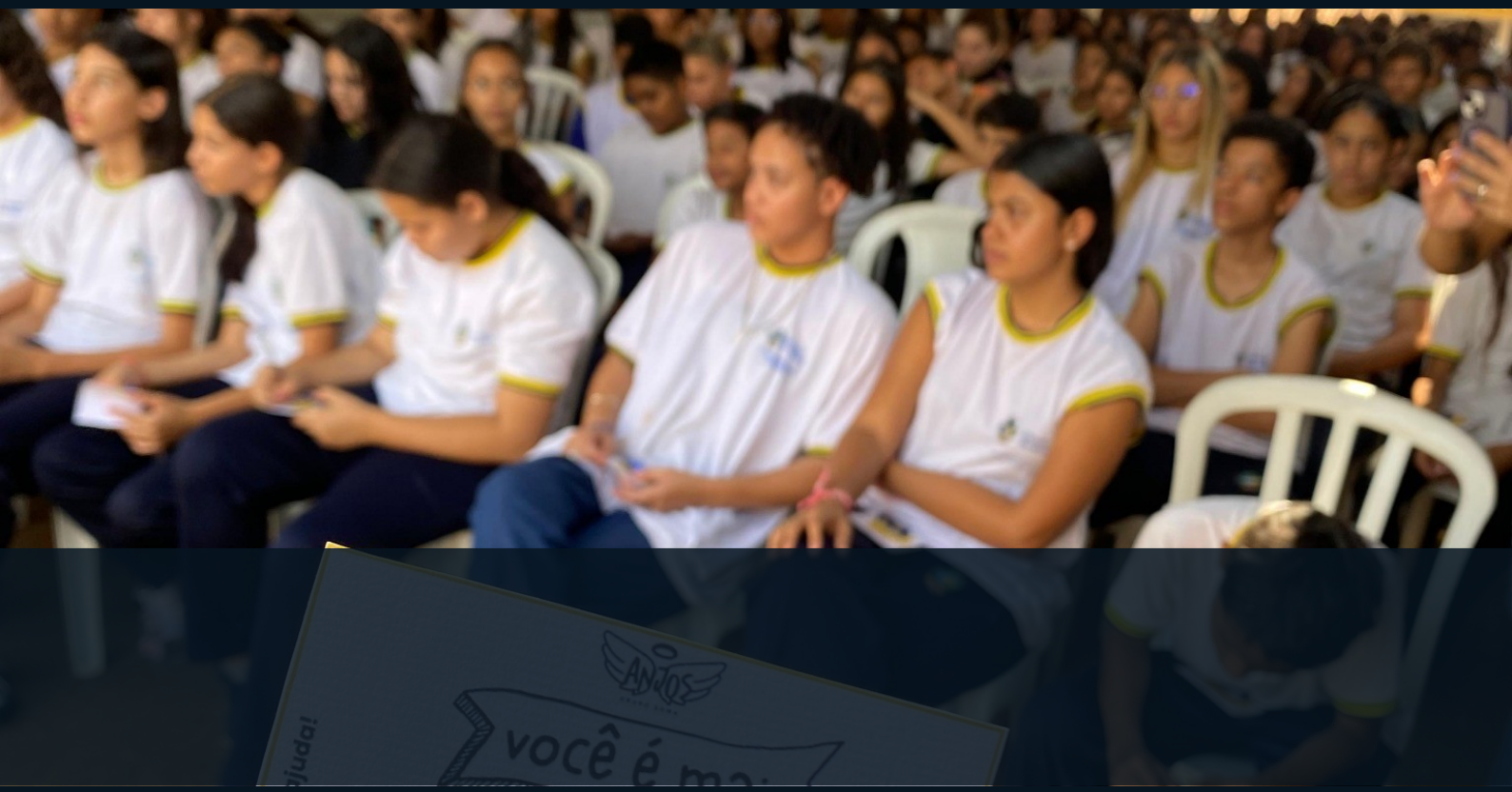
Transformar planejamento em presença concreta.

04 **Acompanhar**

Registrar evidências, resultados e prestação de contas.

> *Solidariedade não precisa de propaganda para existir. Precisa de organização para chegar.*

Dados institucionais divulgados no site oficial Anjos Grupo Soma em 2026.



FORMA+ • ANJOS GRUPO SOMA

A primeira oportunidade pode mudar mais do que um currículo.

O Forma+ é a frente de qualificação profissional do Anjos Grupo Soma. A proposta é ampliar conhecimento, empregabilidade e autonomia para pessoas em situação de vulnerabilidade — conectando formação técnica, comportamento profissional e novas perspectivas.

01 APRENDER

Conhecimento prático e preparação para o mundo do trabalho.

02 PRATICAR

Comportamento, comunicação e rotina profissional.

03 AVANÇAR

Mais repertório para buscar emprego, renda e autonomia.

550+ certificados divulgados pela associação

Formação não resolve sozinha a vulnerabilidade. Mas pode abrir uma porta que antes não existia.

Fonte: Anjos Grupo Soma • Forma+ • indicadores institucionais divulgados em 2026.

ENVOLLVE • RAFAELLA BESSA

Pessoas desenvolvidas. Cultura fortalecida. Resultados que permanecem.

O desafio não é fazer mais treinamentos. É fazer o desenvolvimento continuar funcionando quando o encontro termina.

14+ anos de atuação corporativa em Gestão de Pessoas, RH, Liderança e Desenvolvimento Humano.



UM CICLO, NÃO UMA AÇÃO PONTUAL



O método entra para potencializar o RH, não para substituí-lo. Prioridades reais do negócio viram jornadas de desenvolvimento, aplicação na rotina, reforço interno e leitura do que mudou.

> *“Desenvolver pessoas é construir capacidade dentro da empresa.*

Fonte: site oficial do Método ENVOLLVE, criado por Rafaella Bessa, consultado em 01/10/2026.

PESSOAS TAMBÉM APARECEM NO RESULTADO

O que não se mede vira opinião. O que se mede sem contexto vira ruído.

Turnover, eNPS, clima, PDI e engajamento só ganham valor quando ajudam a responder uma pergunta de gestão: onde a empresa está perdendo capacidade de executar?

TURNOVER	Quem sai? de onde? por quê? em quanto tempo?
eNPS	O que explica a recomendação — e o que deteriora a experiência?
LIDERANÇA	Quais comportamentos precisam ser visíveis na rotina?
PDI	O desenvolvimento saiu do papel e virou aplicação?
CLIMA	Quais temas têm maior impacto sobre confiança e execução?

MATURIDADE DE PESSOAS & CULTURA



O diagnóstico não precisa provar que "pessoas dão lucro". Ele precisa mostrar onde liderança, cultura e desenvolvimento estão ajudando ou atrapalhando a execução da estratégia.

> *A empresa não precisa prometer uma redução universal de turnover. Precisa saber qual comportamento quer mudar e como vai acompanhar.*

Indicadores e percentuais do painel são meramente ilustrativos. Referência conceitual: Método ENVOLLVE.



BPO FINANCEIRO

O financeiro precisa funcionar mesmo quando o dono não está olhando.

BPO não é "terceirizar boletos". É transformar rotina financeira em processo documentado, visível e integrado à contabilidade. A empresa ganha disciplina para pagar, receber, conciliar, aprovar, projetar e explicar seus números.

1	**Contas a pagar**	Agenda, aprovação e rastreabilidade
2	**Contas a receber**	Cobrança, aging e previsão de entrada
3	**Conciliação**	Banco, ERP, documentos e divergências
4	**Fluxo de caixa**	Projeção de curto e médio prazo
5	**Indicadores**	Rotina de leitura para a gestão

BPO pode atuar junto à equipe interna e à contabilidade existente, conforme escopo contratado.

NA PRÁTICA

Quando o financeiro vira processo, a empresa ganha credibilidade.

Transparência financeira e documentação correta não servem apenas para controle interno. Elas afetam capacidade de financiamento, diligência de investidores, negociação com fornecedores e qualidade da informação que chega ao contador.

BANCO

ANTES

Antes: planilhas divergentes, extratos sem conciliação, projeção feita às pressas.

DEPOIS

Depois: posição diária, histórico organizado e projeção de caixa defensável.

INVESTIDOR / COMPRADOR

ANTES

Antes: números dependem de explicação verbal do dono.

DEPOIS

Depois: documentos, premissas e histórico reduzem ruído na diligência.

CONTABILIDADE

ANTES

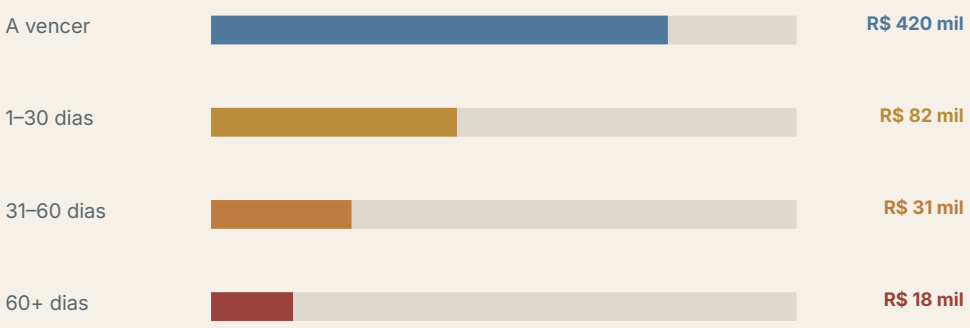
Antes: documentos chegam tarde e o fechamento explica o passado.

DEPOIS

Depois: integração melhora classificação, conciliação e leitura gerencial.

UM PAINEL QUE MUDA A CONVERSA

Recebíveis por vencimento



> *BPO bem estruturado não substitui gestão. Ele produz a base para que a gestão pare de improvisar.*

Painel ilustrativo. Escopo e indicadores dependem da operação e dos sistemas da empresa.

2027 COMEÇA NO PREÇO DE HOJE

Reforma Tributária: o risco não é só pagar imposto errado. É descobrir tarde que a margem mudou.

A transição do novo sistema de tributação sobre consumo já exige preparação operacional. Preço, créditos, contratos, cadastro, documentos fiscais, ERP e capital de giro precisam conversar. A empresa que deixa esse debate para o fiscal corre o risco de ajustar depois que o mercado já percebeu a diferença.

01

PREÇO & MARGEM

Simular impacto por produto, canal, cliente e região.

02

CRÉDITOS

Entender o que gera crédito, onde ele se perde e como entra na precificação.

03

CONTRATOS

Rever cláusulas, repasses, prazo, responsabilidade e reajuste.

04

SISTEMAS & DADOS

Garantir cadastro, documento fiscal e ERP preparados para a nova lógica.

A TRANSIÇÃO JÁ É DECISÃO DE DIRETORIA

2026

Preparação, pilotos, cadastros, cenários e decisões de regime.

2027

Nova lógica começa a afetar operação e escolha tributária de forma mais concreta.

ATÉ 2033

Transição gradual exige acompanhamento de preço, crédito e sistemas.

> *O melhor momento para descobrir que a reforma muda sua margem é antes de o novo preço chegar ao cliente.*

Referências: Receita Federal / Portal Gov.br / Comitê Gestor do IBS, consultas atualizadas em 2026.

PRÓXIMOS 90 DIAS

Uma agenda simples para tirar a estratégia do discurso.

Não é preciso transformar tudo ao mesmo tempo. É preciso começar pelo que mais pressiona o resultado e construir uma cadência de decisão.

DIAS 1–30

VER

Organizar base e linha de referência

1. Fluxo de caixa de 13 semanas
2. Margem por produto/canal/unidade
3. Prazo médio de recebimento e pagamento
4. Mapa tributário e riscos imediatos
5. Indicadores de pessoas prioritários

DIAS 31–60

DECIDIR

Simular cenários e definir regras

1. Política de desconto e margem mínima
2. Limites de prazo comercial
3. Critérios para contratação e expansão
4. Plano de reforma tributária
5. Responsáveis e rituais de acompanhamento

DIAS 61–90

EXECUTAR

Colocar a rotina para funcionar

1. Painel mensal da diretoria
2. Reunião contábil-financeiro-comercial
3. Plano de correção de desvios
4. Documentação do BPO/financeiro
5. Revisão do próximo ciclo de 90 dias

> *Disciplina de gestão é repetir a pergunta certa antes que o problema fique caro.*

Plano editorial indicativo. Prioridades devem ser adaptadas à realidade da empresa.

DIAGNÓSTICO EXECUTIVO

Quanto da sua empresa já é administrado por informação?

Marque 0, 1, 2 ou 3 para cada frase: 0 = não existe; 1 = reativo; 2 = acompanhado; 3 = integrado à decisão.

01	Projetamos o caixa com pelo menos 13 semanas de antecedência.	○ 0 ○ 1 ○ 2 ○ 3
02	Conhecemos margem por produto, canal ou unidade.	○ 0 ○ 1 ○ 2 ○ 3
03	Desconto comercial tem regra mínima de contribuição.	○ 0 ○ 1 ○ 2 ○ 3
04	Prazo de venda é aprovado com impacto financeiro calculado.	○ 0 ○ 1 ○ 2 ○ 3
05	Expansão tem ponto de equilíbrio e capital de giro estimados.	○ 0 ○ 1 ○ 2 ○ 3
06	A diretoria recebe indicadores antes de decisões relevantes.	○ 0 ○ 1 ○ 2 ○ 3
07	Financeiro funciona por processo, não pela memória de uma pessoa.	○ 0 ○ 1 ○ 2 ○ 3
08	Contábil, financeiro e comercial usam premissas compartilhadas.	○ 0 ○ 1 ○ 2 ○ 3
09	Pessoas e liderança têm indicadores ligados à execução.	○ 0 ○ 1 ○ 2 ○ 3
10	A Reforma Tributária já entrou nas simulações de preço e contrato.	○ 0 ○ 1 ○ 2 ○ 3

0–10	gestão reativa	11–20	estrutura em formação	21–30	decisão integrada

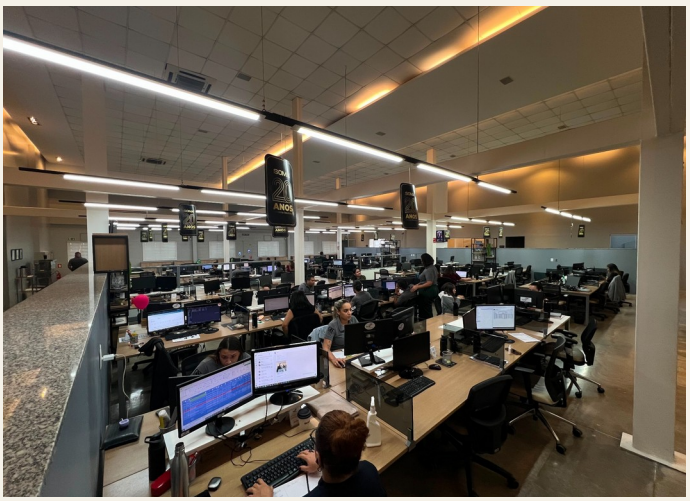
Instrumento editorial indicativo; não substitui diagnóstico contábil, financeiro, tributário ou de gestão.

ESTRUTURA & PRESENÇA

Uma estrutura feita para empresas que cresceram em complexidade.

O Grupo Soma se posiciona na interseção entre contabilidade, inteligência tributária, gestão financeira, dados e estratégia empresarial — com sede em Goiânia e atuação em diferentes estados.





TRAJETÓRIA

20+ anos

Histórico de relações empresariais.

EMPRESAS

1.000+

Atendidas, segundo comunicação institucional.

ESTADOS

14

Presença informada pela organização.

SOB ACOMPANHAMENTO

R$ 6,1 bi

Volume declarado institucionalmente.

SOLUÇÕES

Contabilidade consultiva • Planejamento tributário • BPO financeiro • Reforma Tributária • Recuperação de créditos • Patrimônio & sucessão • Soma Agro • DPR — Performance e Resultado

CONTATO

www.somacontabilidades.com.br
(62) 3942-4472 • WhatsApp (62) 98602-0288
Rua T-31 com Rua Campinas, nº 830
Setor Sol Nascente • Goiânia – GO • 74210-124
CNPJ operacional*: 48.165.562/0001-11

*CNPJ operacional conforme base cadastral pública consultada em setembro de 2026.

SITE

Dados institucionais conforme site oficial do Grupo Soma em 01/10/2026. Números apresentados como declarações da organização.

SOMA

PRÓXIMO PASSO

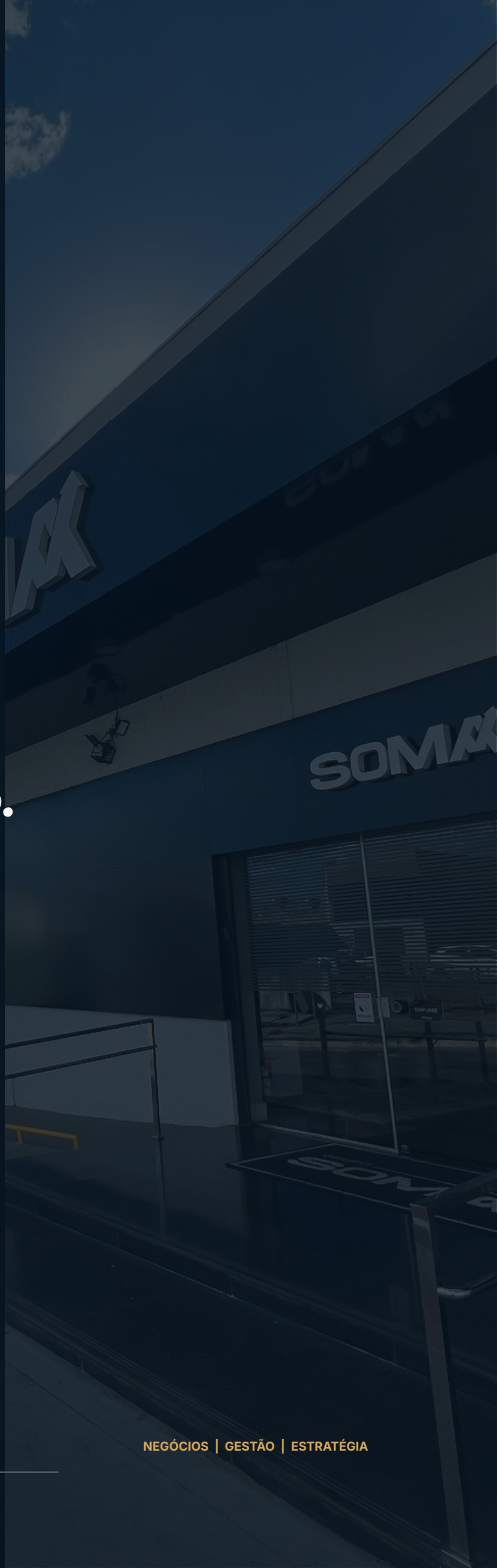
Antes que o resultado vire problema, transforme informação em decisão.

Leve para uma conversa executiva o ponto que hoje mais pressiona sua empresa: margem, caixa, tributário, financeiro, expansão, pessoas ou estrutura de gestão.

SOLICITAR DIAGNÓSTICO EXECUTIVO

WhatsApp (62) 98602-0288
www.somacontabilidades.com.br

APONTE A CÂMERA E FALE COM A SOMA



Rua T-31 com Rua Campinas, nº 830 • Goiânia – GO

NEGÓCIOS | GESTÃO | ESTRATÉGIA

ESTRATÉGIA DIGITAL E MARKETING Walace Graça • IdealizeWeb