

OPINIÃO

# Covid 19 e a reforma tributária: qual a lição?

Bruce Bastos Martins (\*)

As políticas fiscais são instrumentos de enorme eficiência no aumento da renda do trabalho.

Mas, se é certo que a desigualdade social agrava-se quando o crescimento da renda do capital é maior do que o crescimento da economia, então o deslocamento da pressão fiscal para que se concentre sobre outras riquezas, como elevadas rendas, heranças e ganhos de capital, é a forma pela qual, no Brasil, poderíamos elevar o poder de compra das famílias, na sua maioria dependentes da renda do trabalho, cujo ato de consumo representa 63% do PIB.

A fim de compreender melhor os efeitos negativos provocados pela elevada pressão fiscal sobre o consumo, tomemos o exemplo da renda básica emergencial de R\$ 600,00 para socorrer trabalhadores informais e autônomos isolados do mercado de trabalho por causa do vírus. Um recente estudo da FGV EAESP concluiu que este programa por três meses geraria 7,1 milhões empregos, bem como injetaria R\$ 32,6 bilhões ao mês na economia, o que representa 1,3% do PIB brasileiro.

Isto porque praticamente todo recurso disponibilizado aos trabalhadores converte-se imediatamente em consumo de bens e serviços na economia. Para a maioria dos cidadãos brasileiros, consumir em vez de poupar é uma questão concreta de sobrevivência da sua família, e não de abrir mão de um sonho empreendedor. Em média 49% dos gastos com consumo são tributos. Então dos R\$ 600,00 oferecidos, aproximadamente R\$ 300,00 retornará aos cofres públicos na forma de PIS, COFINS, ICMS, IPI e ISS, todos tributos embutidos nos preços na forma de tributos indiretos.

Ou seja, ao invés de seguir circulando na economia gerando emprego e lucro, metade da renda emergencial

dada com uma mão será retirado com a outra. Viver sob este cenário fiscal é prova de uma certa alienação da nossa cidadania, quando se sabe que para essas pessoas não ter R\$ 300,00 para o consumo significa a falta de comida ou remédio no final do mês. O problema estrutural aqui é um baixo nível de renda para os cidadãos, o que causa a falta de demanda no mercado nacional.

O nível insustentável de endividamento das famílias, por exemplo, só é um sintoma da necessidade de crédito para complementar o salário corroído por nosso sistema tributário. Segundo dados da Tendências Consultoria, o endividamento do brasileiro chegou, no mês de fevereiro, ao equivalente a 55% da renda, enquanto o comprometimento da renda com dívidas bancárias foi de 29,2%.

Então, essa é uma lição que se deve aprender: a reforma tributária deve ser comprometida com o deslocamento da enorme pressão fiscal em cima do consumo para outras riquezas concentradas nas classes sociais mais ricas, visto que é inviável para a curva de demanda deste país um sistema que tribute mais os que menos ganham, embora sejam os que mais precisam consumir.

Trata-se de uma necessidade real do crescimento da economia brasileira. Manter estes vínculos insustentáveis de corrosão do poder de compra dos cidadãos, sobretudo neste momento no qual cada R\$ 1,00 conta, é passar pela pena sem ter compreendido o delito.

Nossas obrigações fiscais vão na contramão da propensão ao consumo, o que aliado à concentração dos meios de produzir renda apenas aprofunda de forma inadmissível aos olhos do princípio da capacidade contributiva o fenômeno da desigualdade social.

(\*) - É Advogado da Lobo & Vaz/BI Tax Consultoria, doutorando e mestre em Direito Tributário pela PUC/SP e Conselheiro do Tribunal Administrativo Tributário (TAT) de Florianópolis.

## Whatsapp Web com opção de videoconferência com até 50 participantes

O Whatsapp Web vai oferecer uma nova opção para usuários realizarem videoconferências com até 50 participantes. De acordo com o site especializado WABetaInfo, a plataforma deve integrar o serviço Messenger Rooms, anunciado no final de abril pelo Facebook.

A iniciativa é uma proposta da empresa para competir com outros apps de videochamadas, como o Zoom e o Microsoft Teams, que ganharam relevância diante da pandemia do novo coronavírus e a necessidade do distanciamento social.

“É uma tendência do mercado global. Tudo indica que a quarentena vai se estender em alguns estados até agosto. Diante desse cenário, para empresas é mais oportunidade para tornar a comunicação mais eficaz. Empresas de grande, médio e pequeno portes, por exemplo, podem se comunicar com mais facilidade. Vejo como uma cartada de mestre

do Whatsapp”, avalia Helton Magalhães da Cruz, professor de marketing digital, da Academia Digital.

A ferramenta do Whatsapp Web funciona de forma similar às concorrentes: a pessoa faz a chamada cria uma sala e compartilha o link ou o código de acesso com os demais participantes para que eles possam entrar na sessão. O recurso permite a participação de usuários que não possuem contas criadas nas plataformas do Facebook. “Com o crescente aumento do serviço em home office e, estudos que mostram que no Brasil quem tem celular também tem o aplicativo instalado em seus aparelhos, será possível abrange todos os nichos de mercado”, ressalta Helton.

Atualmente, usuários do Whatsapp podem realizar videochamadas em grupo com até oito participantes pelo aplicativo móvel para celular.

# A luz no fim do túnel através do marketing digital

O momento é importante para abrir os horizontes e inovar

Sabrina Brito (\*)

Desde que a pandemia do Coronavírus se instalou no mundo deixando tudo incerto, muitas pessoas estão preocupadas e se perguntando o que fazer para que seus negócios não acabem sucumbindo devido ao isolamento que se fez necessário para preservar a nossa saúde e evitar o avanço da COVID19. Algumas dicas podem ser a luz no fim do túnel para muitas empresas e profissionais autônomos.

Se você é um comerciante e seus produtos são vendidos em lojas físicas, você precisa urgentemente partir para um canal de vendas on-line e começar a investir em marketing digital para atrair clientes. Agora o que muitas pessoas não sabem é que é totalmente possível fazer isso da noite pro dia! Como? Criando sua loja online num Marketplace. Existem vários como por exemplo o mercado livre, o TanLup, e em meio a essa pandemia, as Lojas Americanas também lançaram um. Depois de escolhida a plataforma, você vai criar a sua loja dentro da categoria que ela pertence e inserir seus produtos, informações e pronto! Sua loja está não só aberta, mas pronta para atender a crescente demanda de compras pela internet, que vale ressaltar é o setor que mais cresce nesse momento. Por que sua loja vai ficar à míngua e não se preparar para fazer parte do setor de comércio eletrônico que cresceu já 50% desde que tudo isso começou, em março deste ano?

Não faz sentido né? Então vamos lá... Depois de criada a lojinha, é hora de divulgar! Como você vai fazer isso? De forma enxuta e eficiente, sugiro um mix essencial para e-commerces: posts e anúncios pagos nas principais redes sociais mais campanhas de links patrocinados, display e remarketing no Google Ads.

Agora vamos analisar outra situação: sua empresa é de produtos ou serviços, mas sua forma de fechar novos negócios envolve reuniões presenciais. Bem, para você eu tenho uma má notícia: sua empresa é considerada uma em-



presa zumbi, independente até desta pandemia.

O mundo globalizado e a transformação digital já ditaram suas regras e uma empresa, seja ela qual for ou do que for, precisa estar preparada para se apresentar e se vender no meio digital. Como? Site bem feito com o máximo de informações sobre seu negócio e sua área de atuação (blog), apresentação bacana pronta pra mandar por e-mail, filmes institucionais e demonstrativos. Agora como se divulgar? De imediato, Google Ads porque pagou, apareceu! Logo, quando seus possíveis clientes buscarem por palavras que remetam a seus produtos e/ou serviços seu site resulta na primeira página. Outra excelente estratégia para empresas é o inbound marketing, através do blog e redes sociais sua marca dissemina um conteúdo útil, interessante e que minimiza as dores da(s) sua(s) persona(s), o que aumenta a reputação da marca, gera credibilidade para seu negócios e esses conteúdos na verdade são iscas para atração de novos clientes.

E para fechar agora vamos falar dos profissionais autônomos! Médicos, psicólogos, personal trainers etc. o ideal para esse time é utilizar o marketing de conteúdo e se transformar num influenciador digital. Como? Abrindo

seu canal no Instagram ou YouTube e compartilhando seu saber com quem busca informações sobre assuntos relacionados à sua área de atuação.

Quanto melhor for o seu conteúdo, certamente maior será sua reputação, e isso irá resultar naturalmente na atração de novos clientes para você! Para atender os clientes uma ferramenta de conference call como o Zoom, Webex, ou até o próprio WhatsApp resolve!

“Quanto melhor for o seu conteúdo, certamente maior será sua reputação, e isso irá resultar naturalmente na atração de novos clientes para você!”

Para a classe médica temos uma ótima notícia: o setor de telemedicina, por exemplo, não só cresceu como foi publicada em abril a Lei 13.989/20 que reforça que o atendimento médico a distância é mais um aliado no combate à pandemia!

Como vimos, nem tudo está perdido! Neste momento é importante abrir os horizontes e inovar. Até mesmo porque seu negócio só tende a ganhar. Vai passar a pandemia, mas suas ações ficarão e se tudo for bem feitinho, sua empresa tenderá a CRESCER. Afinal, as crises são na verdade oportunidades disfarçadas, basta focarmos em vencê-las. E sabendo como fazer, agora é ir à luta!

(\*) É CEO da Simples Agência e especialista em marketing digital e comunicação estratégica.

## News @TI

ricardosouza@netjen.com.br

### Simulador de vendas online facilita compra de imóveis

Alto padrão ao alcance de todos é uma das apostas da Planet Smart City, idealizadora da primeira cidade social inteligente do Brasil. Um dos diferenciais do Grupo é o simulador de vendas online (https://www.planetidea.it/simulador/), que permite, realizar cotações e saber previamente o valor de entrada e parcelas de cada lote do empreendimento, bem como obter atendimento por meio de um formulário.

### Mercedes-Benz lança plataforma com conteúdo exclusivo para empreendedores

A Mercedes-Benz lançou uma plataforma com conteúdos exclusivos para orientar empreendedores de todo o Brasil. O blog traz o título “Negócios com sua Van” e está alinhado aos temas abordados nas redes sociais da marca, além de apresentar novas informações, dicas e artigos sobre negócios, entretenimento, manutenção de veículos e saúde. A ação é uma curadoria realizada pela equipe de Vans da Mercedes-Benz e pela agência Moma (https://negocioscomsuavan.com.br/).

### Plataforma para empreendedores do setor ótico

A CECOP criou o “CECOP com Você”. O canal tem como objetivo estreitar o contato com os associados, tirando possíveis dúvidas, orientando-os quanto aos negócios e levando informações sobre as temáticas tributária, legal e trabalhista – permitindo, assim, que as óticas saibam como aplicar as medidas que os governos estão divulgando. Além disso, outro espaço na plataforma concentrará comunicados oficiais de parceiros e fornecedores. Em meio à crise global, o cuidado com as PMEs cresce exponencialmente, sendo que é fundamental reforçar a importância da gestão, estratégia e planos de ação para ultrapassar este período de incertezas com sustentabilidade. A nova plataforma está no ar, acesse: www.cecop.com.br/blog.

### eBay investirá R\$ 600 mil para apoiar empresas no Brasil

O eBay lançou o “Meu Negócio 24/7 no eBay – Sempre disponível”, um programa de aceleração que permitirá aos pequenos negócios brasileiros abrirem uma loja na plataforma de forma gratuita e com benefícios exclusivos para começar a exportar seus produtos para diferentes partes do mundo. Os negócios brasileiros que tenham interesse em fazer parte do programa “Meu Negócio 24/7 no eBay” deverão acessar o site

do programa e preencher o formulário de inscrição que ficará disponível até dia 31 de julho de 2020 (https://export.ebay.com/new-sellers-pt).

### SQUID apoia professores de idiomas em ensino online

Equipe de professores do App SQUID apoia educadores de idiomas em ensino online oferecendo o programa gratuito SQUID Learning English. Nas últimas semanas, professores de todo o mundo enfrentam um desafio inesperado de ter que mudar seu trabalho de offline para online. O SQUID App agora fornece materiais educacionais com base nas últimas notícias para professores de idiomas - feitas por professores de idiomas. A newsletter semanal de aprendizado de inglês do SQUID contém ideias e dicas para atividades de aula online. Além de usar o SQUID, os exercícios foram projetados para fazer uso de outras ferramentas de software fáceis de usar, gratuitas e amplamente conhecidas, como Google Docs ou Skype. Os artigos nas planilhas em PDF abrangem uma gama bem equilibrada de tópicos atualizados, incluindo a COVID-19, bem como uma variedade de outras histórias, permitindo que os professores de inglês planejem lições que melhor atendam às necessidades e interesses de seus alunos (https://squidapp.co/squinglish/sample/bill-gates-predicts-covid.pdf).

### Claudio Sasaki, cofundador da Geekie, debate Ensino Híbrido em live da FIA

O relatório conduzido pelo Fórum Econômico Mundial sobre os possíveis impactos da pandemia na educação revela uma mudança imediata: milhões de pessoas no planeta estão sendo educadas graças à brecha digital que permitiu novas abordagens pedagógicas com o uso de tecnologias. Essa situação atípica trouxe inovação educacional a um setor tradicional que sempre privilegiou o modelo de aulas expositivas. No mundo sem Covid-19, a análise aponta que a tendência será um maior número de escolas adotando o Ensino Híbrido – modalidade que integra as melhores práticas educacionais off-line e online. Essa será uma das análises que Claudio Sasaki, mestre em Educação pela Universidade de Stanford e cofundador da Geekie, levará para o centro do debate Aceleração de mudanças no comportamento do consumidor pós-Covid19. A live conduzida pela Fundação Instituto de Administração (FIA) acontece amanhã (21), a partir das 19 horas, e contará com as participações dos professores Alexandre Borba Salvador e Andres Rodriguez Veloso; e de Jannos Artusi, head de E-commerce Channel Marketing da Samsung (https://fia.com.br/palestras/aceleracao-de-mudancas-no-comportamento-do-consumidor-pos-covid-19/).