

OPINIÃO

Reforma tributária deve impulsionar digitalização das empresas

Paulo Zirnberger de Castro (*)

A reforma tributária, um dos carros-chefes do Governo Federal, deve ser votada pelo Congresso Nacional no início de 2021

É pode trazer mais dificuldades do que soluções para as empresas em um primeiro momento. O projeto em tramitação prevê a simplificação do pagamento de taxas e impostos federais por meio da unificação de tributos como o PIS e CO-FINS. Independente de qual seja a proposta aprovada, as mudanças deverão ser gradativas e podem ocasionar uma sobreposição temporária de leis e diretrizes tributárias, conhecida por paralelismo fiscal.

Haverá um período onde as empresas estarão em fase de adaptação às novas regras e continuarão atendendo a todos impostos vigentes. Ou seja, as coisas podem se complicar ainda mais durante a transição que deve durar até 3 anos. Nos últimos 20 anos, o Brasil alterou, em média, 30 normas tributárias por dia, totalizando impressionantes mais de 260 mil mudanças desde 1988, quando a carga tributária representava 22,8% do PIB brasileiro – hoje está na casa de 33%.

Isso sem contabilizar os tributos individuais em escala estadual e municipal, como o ICMS e o ISS. Foi desta forma que o país conquistou o topo do ranking de maior complexidade fiscal do mundo, apelidado de “manicômio tributário” pelo Ministro da Economia, Paulo Guedes. Nem mesmo todas essas mudanças foram suficientes para resolver a questão fiscal no Brasil.

Nossa história recente mostra uma carência de diretrizes, planejamento e até mesmo de objetivos, que somada à complexidade do atual processo tributário brasileiro, expõe o país a uma renúncia de impostos na casa de R\$ 500 bilhões, uma sonogação de outros US\$ 500 bilhões e um contencioso tributário de cerca de US\$ 8 trilhões ao ano.

Por isso, a reforma tributária será imprescindível para a saúde econômica do país. Existe uma intenção política de não aumentar a carga tributária e tirar sobretaxas de alguns setores para que as empresas retomem a expansão, visto que

nos últimos 10 anos, o Brasil teve uma taxa de crescimento de 2,2%, enquanto o PIB mundial alcançou cerca de 19%. Diante disso, ampliar a base de contribuintes que pagarão valores menores, sem aumentar os impostos, é um bom caminho.

Uma mudança substancial na pauta da Reforma foi deflagrada pela pandemia da Covid-19, que colocou no radar mais 65 milhões de beneficiários do Auxílio Emergencial, até então “excluídos” da economia formal. Com o crescimento do e-commerce durante o período, um novo imposto para transações digitais ganha espaço nas discussões uma vez que atuaria diretamente sobre todas as atividades de comércio eletrônico, o que aumentaria a arrecadação e eliminaria um gap não previsto em nossa antiga estrutura fiscal.

O cenário alarmista para os primeiros anos da reforma tributária pode ser mitigado desde já por meio da digitalização e automação do pagamento de tributos. Anualmente, os prejuízos por não estar em conformidade fiscal giram em torno de R\$ 170 bilhões por ano para as empresas no Brasil. Em meio a essa tempestade de mudanças, mais do que nunca, as empresas que não se mantiverem atualizadas estarão sujeitas a erros que vão gerar penalidades fiscais e um alto custo. Já as que contarem com um parceiro especialista em tributação, correrão menores riscos e poderão economizar entre 2 e 5% da carga de impostos.

A digitalização será uma grande aliada das empresas em um momento muito próximo, devido às alterações de impostos que foram modificadas por conta da Covid mas que estão próximas de voltarem. Sabendo que mais de 500 cobranças de impostos foram postergadas para o pós-pandemia, a conta dos gastos adicionais do Governo para conter a crise vai chegar. Por isso, muito em breve, haverá um aumento na fiscalização para coletar os impostos e, assim, as empresas precisam estar preparadas para não serem engolidas.

A saída é a digitalização dos processos fiscais, eliminando de vez os procedimentos manuais, que são altamente sujeitos a erros.

(*) - É Country Manager da Sovos (www.sovos.com)

Eventos para incentivar divulgação científica

A PUC-Campinas realiza, de 28 a 30 de setembro, dois eventos voltados à divulgação da ciência e da tecnologia. O II Postgraduate Meeting será realizado do dia 28 ao dia 30, e o XXV Encontro de Iniciação Científica e X Encontro de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação ocorrerão dias 29 e 30 deste mês. Os dois eventos serão online, com transmissões pelas redes

sociais da Universidade. A TV PUC-Campinas pode ser acessada pelo endereço www.youtube.com/typuc-campinas. Para a abertura do Postgraduate Meeting, no dia 28, às 18h, será realizada a palestra “A Ciência entre a Desinformação e o Excesso de Informação”, com o físico, professor e Secretário de Comunicação da Unicamp, Prof. Dr. Peter Alexander Bleinroth Schulz.

Um pouco de história: tecnologia e conteúdo

Neste momento em que se fala tanto em empreendedorismo e em que vivemos num ambiente de mudanças tecnológicas constantes, é oportuno lembrar um pioneiro que viveu em tempos semelhantes e que, embora a palavra empreendedorismo ainda não existisse, aproveitou tecnologia que surgia para revolucionar a mídia e a vida cotidiana das pessoas.

Vivaldo José Breternitz (*)

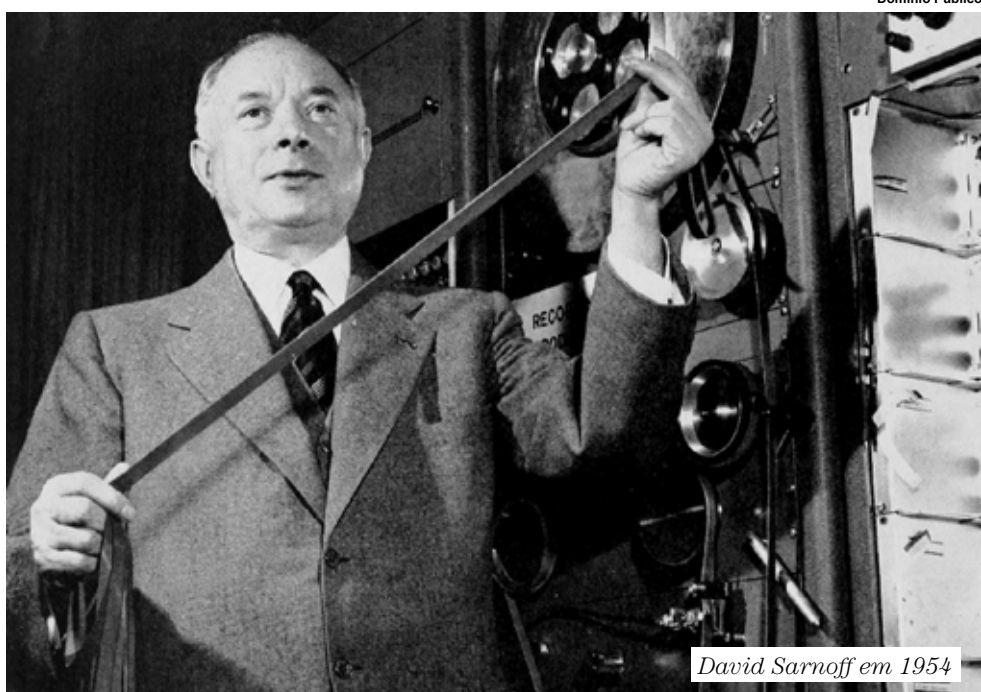
David Sarnoff nasceu na Rússia em 1891, tendo sua família logo imigrado para os Estados Unidos. Órfão de pai começou a trabalhar muito cedo, como jornaleiro, para ajudar a sustentar sua família. Aos 15 anos aprendeu o código Morse, o que o ajudou a ser contratado como contínuo pela Marconi Wireless Telegraph Co., talvez a maior empresa de telecomunicações da época.

Foi promovido a telegrafista em 1908 – os telegrafistas eram profissionais de elite, mas que se tornaram obsoletos pelo avanço tecnológico: equipamentos de rádio seguidos por telex e outras tecnologias praticamente eliminaram sua necessidade.

Como acontece às vezes, Sarnoff estava no local certo e na hora certa: na noite de 14 de abril de 1912 estava de plantão e recebeu uma mensagem que se tornou famosa: “SS Titanic ran into iceberg, sinking fast” (SS Titanic bateu em iceberg, afundando rápido). Sarnoff permaneceu em seu posto pelas próximas 72 horas, transmitindo para o mundo as mensagens que chegavam dos navios de socorro.

As habilidades e a capacidade de empreender de Sarnoff fizeram-no subir rapidamente: em 1915 ele sugeriu a Marconi a criação dos antecessores dos atuais aparelhos domésticos de rádio – à época, rádio era assunto principalmente para militares, marinheiros e amadores entusiasmados. Sua ideia foi considerada inviável do ponto de vista comercial – consta que executivos da empresa teriam dito: “a caixa de música sem fio não tem nenhum valor comercial. Quem pagaria para ouvir uma mensagem enviada a ninguém em particular?”.

Mas, ele teve outra oportunidade. Em 1919, a General Electric comprou a Marconi e formou a RCA (Radio Corporation of América) e Sarnoff foi à luta: para criar uma massa crítica de ouvintes dispostos a comprar seus rádios, era necessário criar estações comerciais, que veiculassem música, notícias e esporte; em 1921, ele conseguiu transmitir a luta Jack Dempsey versus Georges Carpentier, pelo título mundial de boxe – os rádios da RCA fizeram sucesso: 300.000 pessoas ouviram a transmissão e em três anos mais de



David Sarnoff em 1954

um milhão de aparelhos foram vendidos com o nome comercial de “Radiola”.

Mas era preciso mais: em 1926, já como um dos principais executivos da RCA, formou a NBC (National Broadcasting Co.), uma subsidiária que criaria a primeira grande rede de emissoras comerciais, gerando ainda mais compradores para os aparelhos.

Outra amostra de sua genialidade: os gramofones estavam sendo substituídos, desde 1906, por equipamentos com alto-falantes internos, fabricados pela Victor Talking Machine Co. e comercializados sob a marca “Victrola”. Sarnoff promoveu a fusão das empresas, fazendo surgir a RCA-Victor, e das tecnologias, juntando o rádio e o toca-discos num só móvel e criando os antepassados dos atuais aparelhos de áudio. Ficou famoso o logo da companhia, mostrando um cachorrinho ouvindo a voz de seu dono vindo de um gramofone – “A Voz do Dono” (His Master's Voice) tornou-se popular também no Brasil.

O sucesso das medidas de Sarnoff levou os investidores à loucura: as ações de RCA chegaram a valer US\$ 573,75 cada, até que em 1929 o “crash” da bolsa de New York levou seu preço a US\$ 2,25.

Mas o crash não desanimou Sarnoff, que se tornou presidente da RCA em 1930, incentivando pesquisas acerca de televisão, tecnologia que ele já propusera em 1923. Em 1939, quando da inauguração da Feira Mundial de New York, a abertura do “stand” da RCA foi

televisada – era uma nova era que se iniciava, com Sarnoff dizendo que a tecnologia ali mostrada era provisória, que cores, gravação em vídeo etc., chegariam em breve.

A 2a. Guerra Mundial, da qual Sarnoff participou atuando na área de comunicações, chegando a general do exército americano, só permitiu que comesçassem a ser vendidos aparelhos domésticos de TV em 1946; em 1951, a NBC começou a transmitir programas em rede nacional.

Enquanto Sarnoff era extraordinário quanto ao entendimento e aplicação da tecnologia, seu grande rival, William Payle, da CBS (Columbia Broadcasting System) era imbatível no que hoje chamamos “conteúdo”; Sarnoff focava na tecnologia, Pauley na programação – e na medida em que tecnologia se tornava uma “commodity”, algo que se pode obter pagando e não investindo em criação, a maior habilidade da CBS em atrair e reter talentos levou-a à vitória no longo prazo: em 1986, cinco anos após a morte de Sarnoff, a General Electric assumiu o controle do grupo RCA, que àquela altura já havia perdido boa parte de seu brilho e que depois praticamente desapareceu.

A CBS e a NBC ainda são grandes empresas, mas essa já é outra história; o importante é lembrar que talento e dedicação são fundamentais e que a tecnologia, sozinha, não tem grande utilidade.

(*) É Doutor em Ciências pela USP, é professor da Faculdade de Computação e Informática da Universidade Presbiteriana Mackenzie.



News @TI

ricardosouza@netjen.com.br

Systax e BotCity anunciam parceria

Facilitando a integração entre as soluções tributárias ofertadas pela Systax com os ERPs, sistemas de gestão empresarial, dos clientes, a BotCity passa a fornecer robôs que trarão economia, qualidade e agilidade aos clientes. Dessa forma, o processo se torna inteiramente automatizado, utilizando todo o know-how consolidado da Systax nas operações fiscais, levando em conta, principalmente, o cenário de alterações tributárias vivido no Brasil e a importância de sistemas especializados em garantir o compliance fiscal, evitando que a empresa seja vítima de fraudes, por exemplo, com os documentos fiscais que recebe (<http://www.systax.com.br/>) (<https://botcity.com.br/>).

Huawei promove curso online focado em Cloud Computing

A Huawei, líder global em soluções de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), promove a segunda edição do Open Class – série de cursos online gratuitos para estudantes e profissionais do setor de tecnologia. A Cloud Computing (Computação na Nuvem) será o tema desta quinta-feira, 24 de setembro, apresentado pelo Arquiteto Sênior de Cloud Solution da Huawei no Brasil, Fábio Oliveira, que desenvolve soluções e aconselha empresas de pequeno, médio e grande porte. As vagas são limitadas e as inscrições podem ser feitas pelo link: <https://event.webinarjam.com/register/89/gqxlgbz1>. Quem se inscrever ganha um voucher para fazer a prova do certificado oficial de Cloud Computing da Huawei.

App lança contact tracing para rastrear e conter Covid-19 no trabalho

O contact tracing (rastreamento de contatos), usado na China e na Coreia do Sul para monitorar a Covid-19 e, recentemente, pela

Espanha, Alemanha e França para evitar uma nova quarentena, é a nova função do aplicativo de gestão de times FieldLink (www.fieldlink.me) para evitar o contágio do Coronavírus em ambiente empresarial. Uma vez que o celular é o ponto de contato dos colaboradores com as companhias, com os dados e instrumentos necessários ao serviço, os usuários são acostumados a usar o app durante todo o expediente. “Consequimos, então, acompanhar suas jornadas durante o horário de trabalho, cruzar informações do histórico dele com outros para detectar a proximidade física e emitir um relatório específico, desde que os requisitos de privacidade sejam respeitados”, conta Diego Cueva, CEO do sistema. Assim, é possível identificar rotas de disseminação nos últimos 30 dias, isolar quem pode ter se contagiado e garantir a saúde da equipe.

Mercado Eletrônico tem vagas abertas para profissionais de vendas e tecnologia

O Mercado Eletrônico, líder em soluções de comércio eletrônico B2B e eleito pelo Great Place to Work uma das 150 melhores empresas para trabalhar em 2019, anuncia novas vagas para seu escritório no Brasil. Com nota de 94% de satisfação na pesquisa feita com colaboradores durante a pandemia, a empresa se destaca no cenário brasileiro e reforça seu valor “Pessoas em Primeiro Lugar”. “Além de buscar por profissionais com as qualidades técnicas necessárias para as vagas, queremos ter em nosso time colaboradores que tenham interesse genuíno por tecnologia e, principalmente, possam contribuir para um ambiente de transformação e crescimento”, explica Adriana. O processo seletivo da empresa é feito em três etapas: análise dos currículos inscritos, seguida por avaliação pela área de Recrutamento e Seleção e, por último, da área requisitante, Adriana Oliveira, diretora de Recursos Humanos do Mercado Eletrônico. São dez oportunidades de diferentes perfis técnicos para trabalhar com o time de tecnologia e comercial em São Paulo (SP), no bairro da Vila Olímpia. Os interessados devem se inscrever pelo email: selecao@me.com.br.