

OPINIÃO

O lado sombrio do IPI

Allan Augusto Gallo Antonio (*)

Falar da natureza confiscatória dos tributos no Brasil não é novidade.

Para se ter uma ideia, a nossa complexa legislação tributária chegou a ser compilada em um único volume, anos atrás, pelo advogado Vinícius Leônico. A monstruosa obra possuía 41,2 mil páginas, pesava 7,5 toneladas e media cerca de 2,10 metros de altura. Passados alguns anos, desde a hercúlea empreitada do tributarista, é de se supor que a legislação tenha crescido ainda mais.

Ao todo, entre tributos federais, estaduais e municipais, taxas e contribuições, o Brasil possui 92 tributos vigentes. Como se não bastassem as próprias obrigações tributárias, ainda existe muita controvérsia sobre a incidência desses tributos no caso a caso e muitas dúvidas sobre o processo de recolhimento, que muitas vezes não é claro nem para o próprio servidor público.

Tentar desvendar esse emaranhado de informações de uma única vez seria pouco produtivo, mas é fundamental o esforço de familiarizar o cidadão comum pelo menos com as linhas gerais do monstro. Nesse sentido, fizemos um esforço para explicar de forma simples o que é o Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI - e como ele afeta a vida de todos.

O IPI incide sobre itens nacionais e importados que passaram por algum processo de industrialização. É um tributo de competência federal, isto quer dizer, que somente o Governo Federal pode definir sua alíquota e recebê-lo. Diferente da maioria dos outros tributos, o IPI possui natureza extrafiscal, uma palavra complicada para dizer que ele é orientado por interesses políticos, econômicos, sociais ou ambientais.

A previsão Constitucional do IPI encontra-se no art. 153, inciso IV, da Constituição Federal e a regulamentação de sua cobrança está prevista no Decreto nº 7.212, de 15 de junho de 2010. O órgão responsável pela alteração da alíquota do imposto é a presidência da República, que pode alterá-la por meio de decreto. Invariavelmente, todas as vezes que um produto sai de uma fábrica no Brasil ou chega do exterior e é recebido na alfândega, o IPI é cobrado. Não existe uma alíquota única para o

imposto, mas ao contrário, o valor varia de acordo com cada produto.

Todas, alíquotas estão presentes na Tabela de incidência do Imposto sobre produtos industrializados - TIPI. Embora todo tributo tenha uma natureza confiscatória, o IPI possui um lado sombrio adicional, que afeta negativamente o brasileiro de pelo menos duas formas diferentes. Primeiro, por ser um tributo de natureza extrafiscal, como já explicamos inicialmente, o governo da vez pode livremente decidir suas alíquotas, fazendo com que se estimule ou refreie o consumo de determinados produtos.

Por trás do discurso de proteção da indústria nacional está, na verdade, a pretensão de conhecimento dos agentes públicos, em achar que podem determinar o que é ou não importante para as pessoas. Há que se mencionar também, que a alteração das alíquotas pode atender a interesses políticos e econômicos do momento, o que na verdade constitui uma ferramenta eficaz de controle social.

Em segundo lugar, o IPI afeta a vida de todos, pois embora ele seja pago pela indústria que produz ou importa o produto, o valor acaba sendo repassado ao consumidor brasileiro, que acaba tendo menos acesso a os produtos ou acesso apenas a os produtos de menor qualidade. Bens como carros, motocicletas, smartphones, videogames, eletrônicos, perfumes, tabaco, armas de fogo e produtos importados diversos, chegam a ter alíquotas de até 80% de seu valor. Não há nada que justifique tal alíquota confiscatória.

Nos últimos meses, muito tem se falado sobre a necessidade de uma reforma tributária, mas nenhuma proposta que vise a redução substancial das alíquotas e consequentemente da arrecadação foi apresentada. Parece ser o momento de o governo entender que o consumidor não quer subsidiar e nem proteger a indústria nacional, mas deseja ter acesso a mais e melhores produtos por um valor menor.

A ideia de um governo verdadeiramente reformista passa, indubitavelmente, pela diminuição drástica do peso dos tributos que fustigam a população.

(*) - Formado em Direito e mestrando em Economia e Mercados, é analista do Centro Mackenzie de Liberdade Econômica.

Sete passos essenciais para o sucesso da cultura DevOps nas empresas

Cultura proporciona agilidade, escalabilidade e geração de valor para as empresas, sendo fundamental para a transformação digital

Com a evolução tecnológica a todo vapor, as grandes empresas veem a necessidade de buscar constantemente por ferramentas e práticas que agreguem agilidade para proporcionar uma tomada de decisões mais estratégica e assertiva. Dentre as alternativas encontradas, está a cultura de DevOps, que alinha as frentes de desenvolvimento (Dev) e operações (Ops) em projetos ágeis, estruturados e simplificados. Uma pesquisa publicada pela Puppet Labs, confirma isso, inclusive. O levantamento afirma que 63% dos entrevistados que adotaram o DevOps em suas respectivas empresas conseguem entregar a demanda 30 vezes mais rápido e com melhor eficiência no resultado final.

Entretanto, André Rentes, sócio e Director of Services da Iteris, consultoria brasileira de serviços de TI, explica que implementar a cultura DevOps vai muito além da união dos times de desenvolvimento e operação ou da adoção de sistemas de automação. Mas sim, um fluxo contínuo de colaboração e adaptação. "O foco deve estar centralizado na melhoria dos processos e na transformação dos negócios, que requer análise de cenário e infraestrutura de cada empresa", completa.

A pesquisa, produzida pela Puppet, também apontou que após a implementação da cultura, as empresas obtiveram seis vezes mais sucesso em seus software desenvolvidos, comparado a empresas com processos convencionais para o desenvolvimento de sistemas. Embora pareça simples na teoria, essa jornada no dia a dia requer um forte apoio da organização, e em muitos casos, uma mudança drástica na cultura empresarial. "Não há uma receita pronta para a implantação do DevOps, mas algumas práticas são capazes de nortear a experiência e agregar em resultados vantajosos", ressalta André Rentes.

E para que as empresas implementem a cultura DevOps de maneira eficiente, Rentes destacou sete principais passos que podem auxiliar neste processo. Confira:

Entenda o momento em que a empresa está. O primeiro passo é identificar o



grau de maturidade da empresa para implantar a cultura DevOps. Nessa etapa, é preciso responder a algumas questões para começar a planejar o processo e as ferramentas que farão parte da operação, por exemplo: como é o processo atual e qual a cultura da empresa?

Defina como será o processo e os responsáveis pela operação. Encontrar e nomear os líderes que serão responsáveis pelas frentes de Desenvolvimento e Operação e quais os principais indicadores que nortearão o projeto é essencial para o sucesso do DevOps.

Espelhe os ambientes de produção e desenvolvimento. Ter acesso a ambientes de desenvolvimento idênticos aos de produção, criados com base em scripts da equipe de operações, oferece aos desenvolvedores um local real para que eles possam experimentar. Isso significa que a empresa cria um ambiente de testes contínuos, além de oferecer visibilidade aos desenvolvedores de como os servidores são provisionados e da arquitetura dos sistemas.

Utilize ferramentas adequadas para criar os primeiros pipelines. O DevOps tem como principal objetivo criar uma esteira (pipeline), no qual o código "passa" entre os ambientes de forma automatizada. Para essa criação, é ideal a utilização de ferramentas, como: Azure DevOps, GitLab, Jenkins, entre

outras. Dessa forma, assegura-se que em todos os "passos" da esteira o código seja implantado no ambiente de forma automática, além de ser também testado.

Foque ao máximo na automação. Esse é um elemento central do DevOps: A automatização dos processos em todo o ciclo de desenvolvimento de softwares. É justamente ela que permitirá ganhos importantes de agilidade.

Uma vez que os pipelines começam a rodar, defina as regularidades para revisões do processo, como code review com o time de operações. Code review é um processo no qual os desenvolvedores revisam o código escrito, buscando padronizar e otimizar o trabalho de todos. O interessante aqui em relação ao DevOps é, além de otimizar as entregas, trazer o time de operação para analisar os impactos e aprimorar o processo de automação da esteira, por exemplo.

Invista em monitoramento e seja flexível. O que dá sustentação a uma implementação eficiente de DevOps é a capacidade de acompanhar e monitorar os ambientes e indicadores, com foco na melhoria contínua. Assim, é possível observar, aprender e se adaptar para alcançar os objetivos e proporcionar uma verdadeira transformação organizacional.

A neurociência nas empresas

O principal propósito da neurociência é ajudar a esclarecer o que acontece no cérebro humano. Com isso, o neurocientista Fabiano de Abreu conta que a neurociência está por trás de muita coisa que as pessoas não sabem, como por exemplo, o uso viciante das redes sociais.

"O próprio Facebook já revelou que utiliza a neurociência para que as pessoas fiquem cada vez mais conectadas nas redes sociais e, isso vem crescendo", fala Abreu.

Segundo Fabiano, mais do que nunca as empresas estão precisando de um direcionamento correto sobre o comportamento do cérebro humano. "Uma propaganda de cerveja na pandemia, por exemplo, onde o público está dividido; filmamos pessoas no bar quando se pede para ficar em casa, ou em casa quando alguns pedem para irmos às ruas. O comercial do Burger King por exemplo, faz-se um comercial pensando num intuito, mas as consequências importam? Mas quais consequências importam? É relativo à mensagem que quer passar, ao público que quer atingir e às consequências que vai enfrentar. Tem que ser feito um estudo antes. Não estou aqui dizendo se estão certos ou errados, estou apenas contando como funciona o processo", explica o neurocientista.



Fabiano de Abreu

O que é ser um neurocientista?

"Um neurocientista não é quem tem uma pós-graduação em neurociência apenas. Para ser considerado um neurocientista mediante às exigências internacionais, a pessoa precisa ter uma graduação equivalente; médico, psicólogo, biólogo, graduações que deem toda a base para o aprofundamento necessário. E não somente isso, um neurocientista é quem tem artigos científicos aprovados e publicados em revistas científicas válidas, não apenas estudos comprovados, como também descobertas, experimentos, pesquisas, entre outras exigências e registros para ser considerado um neurocientista. Precisa estar ativo, vinculado a uma universidade com permissão de pesquisas ou a um Centro de Pesquisas."

O que é esse serviço de propaganda e neurociência?

"A produtora me contrata para que, com os meus conhecimentos como neurocientista,

possa dizer o melhor caminho para ser tomado, para que chame atenção das pessoas. Principalmente na pandemia e em um país que está muito dividido. É muito difícil para a publicidade saber o que colocar em uma campanha, propaganda ou anúncio, porque se preocupa se vai ofender um público ou o outro e querem agradar a maior parte possível, ou, quer agradar àquele tipo de público que interessa", diz o pesquisador.

Conforme Abreu, o Burger King é um ótimo exemplo para se mencionar, já que agradou uma parte e desagradou a outra, são cuidados que a propaganda deve ter nos dias de hoje.

"Mas tenho que enfatizar que não é a neurociência de qualquer neurocientista que pode trabalhar e contribuir com as nuances que as produtoras estão vivendo, e sim doutores neurocientistas em que a formação básica é medicina, biologia ou psicologia e tem que estar a frente de linhas de pesquisas que é o que configura um verdadeiro neurocientista", esclarece Fabiano.

De acordo com o pesquisador, ele é contratado para dar consultoria de projetos que podem oferecer o melhor caminho. "Mais do que nunca a neurociência se tornou quase obrigatória nas empresas de publicidade, para então saber qual o melhor caminho a se traçar", finaliza.

News @TI

Memed anuncia primeiro Programa de Estágio com vagas para todo o Brasil

@A Memed, empresa líder no mercado de receita médica digital, acaba de anunciar o seu primeiro Programa de Estágio com a abertura de dez vagas para todo o Brasil. As oportunidades contemplam diversas áreas da companhia como Customer Experience, Legal & Policy, Farmácia, Data Analytics, Gente e Gestão, entre outras. O limite para inscrições é até o dia 15 de agosto e a expectativa é que as vagas sejam preenchidas até setembro de 2021. De acordo com a Head de Recursos Humanos da Memed, Mara Nere, com o crescimento da empresa, a companhia pretende contribuir ainda mais na formação de jovens talentos e na consequente formação de futuros líderes. "Os estudantes podem acrescentar muito em diversas áreas da Memed, como na criação de novos produtos, ou, até mesmo, na troca de experiências entre ensinamentos da sala de aula e a vivência de mercado dos colegas", explica (https://memed.gupy.io/?utm_source=epr+&utm_medium=PR&utm_campaign=memed_home_estagios&utm_content=memed_home_estagios).