

As alterações do ICMS sobre combustíveis impactam o consumidor

Frederico Amaral (*)

Com o objetivo de reduzir a carga tributária suportada pelos consumidores e simplificar a sistemática de arrecadação do ICMS sobre combustíveis, foi sancionada a Lei Complementar nº 192, de 11 de março de 2022, definindo que, sobre gasolina, etanol anidro combustível, diesel, biodiesel e gás liquefeito de petróleo, incidirá uma única vez o ICMS, ainda que as operações se iniciem no exterior

Isso significa que a substituição tributária aplicável aos combustíveis foi extinta, dando lugar a uma tributação monofásica do ICMS. Os contribuintes do imposto passam a ser o produtor e o importador dos combustíveis, e o fato gerador passa a ocorrer no momento da saída do estabelecimento (nas operações ocorridas no território nacional), e no momento do desembaraço aduaneiro (nas operações de importação).

Outra mudança importante é que as alíquotas do ICMS deverão ser uniformes em todo o território nacional, podendo ser diferenciadas por produto (diesel, gasolina, etanol, etc.) e serão específicas por unidade de medida (litros), e não mais sobre o preço médio ponderado ao consumidor final - PMPF. Além disso, as alíquotas poderão ser reduzidas e restabelecidas no mesmo exercício financeiro, respeitada a anterioridade nonagesimal prevista na alínea c do inciso III do caput do art. 150 da Constituição Federal.

A Lei ainda estabelece que, nas operações com os combustíveis derivados de petróleo, o imposto caberá ao Estado onde ocorrer o consumo, preservando o princípio de favorecimento do Estado de destino, já consolidado pelo STF desde o julgamento do RE nº

198.088-SP, ocorrido em 17 de maio de 2000. Já para os combustíveis não derivados de petróleo, o imposto será repartido entre os Estados de origem e de destino, mantendo-se a mesma proporcionalidade que ocorre nas operações com as demais mercadorias - exceto se forem destinados a não contribuinte, hipótese em que o ICMS caberá ao Estado de origem.

Por fim, as alíquotas do PIS/Pasep, PIS/Pasep-Importação, Cofins e Cofins-Importação incidentes sobre óleo diesel e suas correntes, biodiesel, gás liquefeito de petróleo - GLP, derivado de petróleo e de gás natural e querose de aviação ficam reduzidas a 0 (zero) até 31 de dezembro de 2022, garantida às pessoas jurídicas da cadeia, incluído o adquirente final, a manutenção dos créditos vinculados.

Há os que defendam que, apesar da intenção do legislador, a instituição do regime monofásico do ICMS pode não trazer todos os benefícios pretendidos ao consumidor final, uma vez que enfrentamos um momento de alta volatilidade no mercado mundial, motivada por fatores como a pandemia por Covid-19 e a invasão russa no território ucraniano. Além disso, não há garantia de que o CONFAZ irá reduzir substancialmente as alíquotas sobre os combustíveis.

Por outro lado, é inegável que a incidência única do ICMS na cadeia produtiva irá simplificar e facilitar a fiscalização tributária, permitindo a redução da sonegação e o consequente incremento da arrecadação, fato que tende a cobrir as perdas anunciadas pelos Estados. Para os consumidores, a LC 192/2022 pode ser um instrumento para tornar mais transparente e reduzir a volatilidade dos preços dos combustíveis, algo extremamente importante para estimular os negócios no Brasil.

(*) - É CEO da e-Auditoria, empresa de tecnologia especializada em auditoria digital.

Linguagem não verbal: o impacto visual na hora das vendas

Bianca Ladeia (*)

Quando um cliente chega até você interessado em adquirir um serviço ou produto, o seu poder de persuasão - por meio da associação de bons argumentos à demonstração da real vantagem de adquirir aquilo - é o que o fará fechar a venda. No entanto, tem um elemento que pode ser um facilitador nesse processo: a linguagem não verbal. Esse tipo de comunicação diz respeito à linguagem corporal, ou seja, a forma de expressão que não se prende apenas à voz, abrange também a postura e o visual.

Ao argumentar com um cliente para uma possível venda, ele não estará prestando atenção apenas no que está sendo dito pelo vendedor, mas na maneira como está sendo falado, nos gestos que estão sendo feitos, na expressão facial e inclusive na roupa e no cabelo desse profissional. Todo esse conjunto de elementos passam impressões para o cliente, que serão pontos decisórios para sua compra ou não.

Sabendo disso, é estratégico por parte do vendedor alinhar esses aspectos antes de realizar a abordagem com o possível cliente. O impacto visual na hora das vendas é tão grande e faz tamanha diferença porque somos seres visuais, captamos o mundo pelos olhos e criamos

conclusões no nosso subconsciente a todo momento. E, sendo assim, para ter sucesso na negociação, o vendedor precisará então garantir que sejam captadas as conclusões certas, e os elementos visuais adequados podem ajudá-lo nisso.

Um cliente, ao ver o vendedor com um visual alinhado, que demonstra cuidado e atenção com sua própria imagem, e com uma postura aberta e receptiva - na qual realmente aparenta estar ouvindo e prestando atenção nos sinais que o cliente está emitindo através de gestos e expressões ao longo do diálogo - se sentirá muito mais aberto para ouvir o que o vendedor tem a dizer e fazer negócio com ele. Diferente se o profissional estiver com roupas e cabelos desleixados e mal olhando para os olhos do cliente enquanto conversam.

Parecem detalhes, mas não são. Ter esse cuidado pode ser o diferencial para um vendedor começar a aumentar seu número de vendas e alcançar novos clientes. Por isso, aprender a usar a linguagem não verbal e se atentar à própria imagem é tão importante e o ponto de ajuste que pode estar faltando para alavancar a carreira de vez.

(*) - Especialista em Gestão de Marca Pessoal e Comportamento, é responsável pela transformação de uma série de executivos e empreendedores de sucesso.

As empresas devem se preocupar com acessibilidade digital

Você já pensou em como as pessoas com deficiência visual, auditiva, motora ou intelectual acessam a internet?

Provavelmente não, pois a maioria das pessoas que não possuem essas necessidades sequer refletem sobre essa realidade. No entanto, esse é um tema que tem gerado debates interessantes e que vem ampliando aos poucos a conscientização social.

Contudo, para aqueles que não estão familiarizados com o assunto, é importante saber que acessibilidade digital é quando utilizamos recursos que diminuam as barreiras para gerar uma melhor usabilidade das pessoas, seja para navegação ou uso de aplicativos. Essa necessidade faz com que a experiência de todos seja melhorada, trazendo ao mercado soluções com maior aceitabilidade do público pela facilidade de utilização.

• Acessibilidade como uma prática estratégica e estrutural - Para tratar de acessibilidade digital com responsabilidade é preciso pensar de maneira estratégica e estrutural, especialmente quando consideramos que segundo dados do Censo 2010 um em cada quatro brasileiros não possui o mesmo grau de acessibilidade.

Algumas empresas já estão se movimentando com relação a essa questão, uma delas é a keeggo, parceira de empresas e startups na transformação digital das organizações. De acordo com o Jefté



Os desenvolvedores são orientados para a criação de aplicativos que incluam os conceitos de acessibilidade.

Macedo, UX Researcher Sr. na keeggo, todos os desenvolvedores são orientados para a criação de aplicativos e websites que incluam os conceitos de acessibilidade, para atender às necessidades específicas e oferecer a melhor experiência ao usuário. "Como o nosso time também é formado por pessoas com corpos e habilidades diversas, temos uma perspectiva diferenciada sobre o tema e lidamos com as necessidades de acessibilidade diariamente", conta. Outro ponto a ser destacado é o fato da keeggo ser uma empresa de consultoria tecnológica que também incorpora os recursos de acessibilidade digital em sites e aplicativos de empresas parceiras, para que todas as pessoas possam aproveitar o potencial da tecnologia.

• O digital em transformação - Precisamos entender que a digitalização das relações humanas é uma realidade. Quase todas as empresas privadas e órgãos públicos migraram para o digital pela facilidade na comunicação e a oferta de produtos e serviços, com isso, os recursos de acessibilidade digital ganharam maior foco, pela necessidade de inclusão desses espaços agora majoritariamente digitais. Porém, acessibilidade ainda é uma realidade distante, pois, embora 45 milhões de brasileiros sejam pessoas com deficiência visual, auditiva, intelectual ou motora, apenas 0,8% dos sites brasileiros oferecem recursos de acessibilidade digital, de acordo com dados do Movimento Web para Todos. Isso mostra que, embora ex-

tremamente necessária, a maioria das ofertas disponíveis aos usuários não possui usabilidade eficiente.

• Recursos de acessibilidade digital - Para que um site seja considerado inclusivo é preciso que o endereço virtual seja perceptível, ou seja, as imagens precisam ser descritas, os vídeos legendados e o conteúdo interpretado para a Língua Brasileira de Sinais. Também é importante que esse site seja operável, com uma velocidade satisfatória que evite o uso de recursos que possam causar crises epiléticas, como excesso de cores vibrantes, luzes intermitentes ou recursos como múltiplos pop-ups.

As informações contidas também devem ser compreensíveis, ou seja, apresentar sentenças claras e objetivas e fontes de fácil leitura, para não dificultar a compreensão de quem possui deficiência intelectual, dislexia ou baixo letramento.

O site também precisa ser programado de uma maneira em que seja possível executar os recursos de acessibilidade digital e permitir a navegação pelo teclado para incluir as pessoas com deficiência motora.

Essas são apenas algumas das necessidades para se obter um site acessível. - Fonte e outras informações: (https://keeggo.com/).

Saiba quais são os cinco erros comuns na compra de um imóvel

Comprar o primeiro imóvel é o sonho de muitas pessoas. Seja para investir ou morar, algumas especificações das operações imobiliárias podem facilitar muito na hora de adquirir seu novo lar - ou novo investimento. Para impulsionar essa jornada, Magno Baruk, especialista em aquisição do primeiro imóvel, apontou os principais erros que você não pode cometer ao adquirir sua propriedade.

1) Comprar um imóvel sem se planejar - O erro mais cometido se refere a uma das práticas mais importantes: planejamento. É essencial ter um controle de gastos e uma reserva extra para emergências. Apesar do imóvel ser um grande investimento, a falta de organização reflete em inúmeros agravantes na compra. O planejamento é o alicerce da sua compra.

2) Desconhecer o processo de aquisição - Muitas pessoas vão aos estandes de venda ou às imobiliárias sem conhecer de fato o processo de aquisição. As etapas são complexas, principalmente nos casos que envolvem financiamento, e quando o comprador não as conhece com afinco acaba ficando "nas mãos" das outras pessoas envolvidas na transação. Existe uma infinidade de conteúdos disponíveis para todos de forma acessível e, mesmo assim, muitos compradores não acessam. Minha dica é sempre pesquisar bastante em sites de confiança e, se possível, procurar um especialista em aquisição.

3) Não entender sua real necessidade antes da compra - A visita aos imóveis e uma boa conversa de mesa podem fazer com que o lado emocional se sobressaia ao racional. É importante, nesse caso, ter em mente quais são as suas necessidades - de tamanho, de localização, de tipo de imóvel, de acessibilidade e de valor - para conseguir manter-se focado até encontrar uma opção assertiva. O mundo está cada vez mais dinâmico, e nossas decisões precisam acompanhar. Foi-se o tempo em que a compra do imóvel era embasada em um ou dois fatores. Para entender sua necessidade, é necessário projetar o seu futuro.

4) Não saber explorar as opções disponíveis no mercado - A ilusão dos decorados ou das boas



É importante que, mesmo com a pressão dos vendedores, o comprador tenha calma para não fazer um mau negócio.

apresentações encanta muita gente. Entretanto, o leque de procura deve ser grande para encontrar as melhores oportunidades.

Além disso, o especialista indica que, após afunilar as opções, o comprador visite o local em horários diferentes para se atentar a detalhes como incidência do sol, barulho da região, entre outros.

É comum o comprador se apaixonar nas primeiras visitas, devido à expectativa de comprar logo - mas a pressa é inimiga da perfeição. Quanto mais opções visitar, maior a chance de encontrar o lugar ideal.

5) Não saber negociar - No meio dos imóveis, a negociação é a base de qualquer transação. Muita coisa é negociável e o cliente pode - e deve - usar isso a seu favor. Existem algumas formas de oferecer uma entrada ou de negociar os prazos para pagamento, e o cliente não sabe valorizar o valor de entrada ou seu fundo de garantia.

Um valor de entrada considerado baixo pelo comprador pode ter muita relevância na hora da negociação. É importante que, mesmo com a pressão dos vendedores, o comprador tenha calma para não fazer um mau negócio. - Fonte e outras informações: (https://www.youtube.com/c/MagnoBaruk).

Empresas & Negócios

Para veiculação de seus Balanços, Atas, Editais e Leilões neste jornal, consulte sua agência de confiança, ou ligue para

www.netjen.com.br **3106-4171**