

Reforma tributária: 18 profissões liberais terão alíquota reduzida

Um total de 18 profissões liberais poderão pagar os tributos com redução de 30% da alíquota a partir da vigência da reforma tributária

A redução dos tributos alcançará a Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS), tributo federal sobre o consumo, e o Imposto sobre Bens e Serviços (IBS), imposto estadual e municipal. Os serviços referentes a essas atividades se beneficiarão, independentemente se for prestado por pessoas físicas ou jurídicas.



e urbanistas; assistentes sociais; bibliotecários; biólogos; contabilistas; economistas; economistas domésticos; profissionais de educação física; engenheiros e agrônomos; estatísticos; médicos veterinários e zootecnistas; museólogos; químicos; profissionais de relações-públicas; técnicos industriais e técnicos agrícolas.

Em relação aos serviços de pessoas jurídicas, no entanto, o escritório ou a empresa que contratou o profissional liberal não poderá ter como sócio outra pessoa jurídica ou que preste serviços fora da lista das 18 atividades. Os sócios deverão realizar a atividade fim, beneficiando escritórios de advocacia, uma das principais categorias a defender a desoneração para os profissionais liberais no ano passado.

As profissões contempladas são administradores; advogados; arquitetos

Na avaliação do diretor legislativo da FENACON, Diogo Chamun, o motivo dessa redução é pela one-

ração do setor de serviços que a reforma tributária trará. "Não soluciona o problema, mas é uma melhoria que ameniza, porém, ainda distante do que é hoje, antes da reforma. Temos uma falsa ilusão de que melhorou para essas categorias, mas o fato é que melhorou em relação ao texto original, mas não ao que é hoje", disse.

É uma conquista, mas ainda é muito paliativo. "A reforma tributária sobre consumo é estruturada em um sistema não cumu-

lativo, ou seja, o imposto é calculado por débitos e créditos, além de adotar uma alíquota única, excetuados os regimes diferenciados. Sendo assim, a indústria, por exemplo, tem uma série de possibilidade de créditos, como matéria-prima, insumos, beneficiamento, frente a outras tantas despesas que fazem parte da cadeia produtiva, o que reduz o imposto a pagar.

Já no setor de serviço, a possibilidade de créditos é muito restrita, o que traz como consequência, o forte aumento da carga tributária. Assim, a redução de 30% na alíquota é um movimento importante, mas ainda pequeno. É pouco porque se estima um aumento bem mais elevado no setor de serviços. Outra situação, é que as empresas do Simples Nacional não entram nessa redução porque tem a opção de permanecer como é hoje". - Fonte: (<https://fenacon.org.br/>).

Dados: equilibrando análises e empatia para nutrir a criatividade

Caio Machado (*)

Na era digital, o gerenciamento de relacionamento dos dados de maneira efetiva para construir estratégias de CRM e alimentar decisões mais eficientes de mídia emergiram como uma ferramenta indispensável para empresas que buscam entender e antecipar as necessidades de seus clientes

Esse cenário pode não apenas sufocar a expressão criativa, mas também pode impedir que as marcas se conectem com seu público de maneiras verdadeiramente significativas e humanas.

3) A Importância da Empatia - O ponto crítico para manter a relevância da marca é a empatia. Os dados podem dizer o que os clientes fizeram, mas não necessariamente porque eles fizeram isso ou como se sentiram ao fazê-lo. Compreender essas nuances emocionais e psicológicas é essencial para criar campanhas que ressoem em um nível pessoal.

A empatia surge da capacidade de se colocar no lugar do outro, algo que os dados sozinhos não podem alcançar.

Embora o CRM e a mídia digital forneçam uma rica mina de dados que pode transformar estratégias de marketing e vendas, existe um debate crescente sobre como esses dados devem ser utilizados. A questão central é: até que ponto a dependência de dados pode influenciar ou mesmo limitar a criatividade na comunicação de marketing.

1) Dados como ferramenta, não como jaula - Dados coletados por sistemas de CRM e mídia oferecem insights valiosos sobre o comportamento, preferências e histórico de compras do consumidor. Essa informação é crucial para personalizar as interações e melhorar a satisfação do cliente.

4) Casos de sucesso - dados informados, criatividade conduzida - Empresas como Apple e a Coca-Cola exemplificam como os dados podem ser utilizados para informar a criatividade, sem suprimi-la. Essas marcas usam insights de dados para entender melhor seus clientes, mas a tomada de decisão final muitas vezes incorpora uma forte dose de intuição criativa e compreensão humana.

No entanto, existe o risco de que uma dependência excessiva em dados possa levar as equipes de marketing a operar dentro de uma "bolha de dados", onde cada decisão é amplamente debatida sendo tomada com pouca agilidade e ousadia.

5) Conclusão - encontrando o equilíbrio - Na nova era da mídia digital e CRM, o desafio não é se devemos usar dados, mas como os usamos. Os profissionais de marketing devem aspirar a equilibrar as análises detalhadas com um compromisso inabalável com a criatividade e a empatia humana.

2) Criatividade e inovação sob o microscópio de dados - A criatividade, por sua natureza, envolve explorar o desconhecido e correr riscos. Uma abordagem excessivamente data-driven pode desencorajar a inovação, limitando os profissionais de marketing a seguir apenas o que os dados sugerem ser o "caminho seguro".

(*) - É Diretor Executivo da Curious (<https://www.curious.ag/>)

Rotulagem ambiental promove consumo consciente

A rotulagem ambiental é um dos fatores que mais pesam na hora do consumidor escolher os produtos nas gôndolas.

Na Europa, 41% da população trocou de marca por causa da embalagem, que não tinha atributos de sustentabilidade, de acordo com dados apresentados pela Pro Carton - The Association of Carton and Cartonboard Manufacturers, durante a segunda edição do Pack Trend. A identificação correta dos materiais de embalagem possibilita um processo de reciclagem mais eficiente e reduz o impacto ambiental.

Para que o descarte seja correto ou reutilizável, é importante que o consumidor se conscientize sobre simbologia, rotulagem e certificações ambientais dos materiais. Os símbolos nas embalagens e rótulos educam os consumidores sobre a importância da separação dos resíduos e do reaproveitamento dos materiais. Eles promovem o consumo consciente, incentivando-os a aprender mais sobre o impacto ambiental de suas escolhas no ponto de venda.

Para a diretora do Instituto de Embalagens, Assunta Napolitano Camilo, a identificação correta dos materiais de embalagem possibilita um processo de reciclagem mais eficiente e reduz o impacto ambiental. "A rotulagem ambiental fornece aos consumidores informações transparentes sobre o impacto ambiental de um produto ao longo de seu ciclo de vida, desde a produção até o descarte. Isso permite que os consumidores tomem decisões mais informadas e conscientes ao escolherem produtos", disse.

As certificações ambientais são fundamentais no esforço das empresas em buscar a sustentabilidade em suas cadeias de fornecimento. Para que o produtor tenha o selo de reciclado, é necessário comprovar que esses materiais são efetivamente recuperados e que contêm, por exemplo, pelo menos 50% desse insumo, que pode ser pré ou pós-consumo.

Afirmções falsas ou enganosas sobre um produto se enquadram na prática de greenwashing. Regulamentações



rigorosas, padrões transparentes e a educação contínua do consumidor são cruciais para mitigar esses desafios. E caso o consumidor seja lesado, o Código de Defesa do Consumidor diz que é expressamente proibida a promoção de produtos ou serviços que estejam em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes, que não sejam reconhecidos.

"Evitar o greenwashing nas embalagens é essencial para garantir a transparência e a integridade das informações ambientais fornecidas aos consumidores", afirmou Assunta. A lata de Nescau da Nestlé escolheu, através da rotulagem, informar todos os diferentes tipos de materiais presentes. Através da campanha 'Vamos Reduzir', iniciativa da própria marca, buscou-se uma forma de falar de sustentabilidade, de mostrar transparência e no que está por vir.

Na Alemanha, houve evolução da conscientização do consumo em relação à educação ambiental. No país, por exemplo, há uma correta prática de descarte de garrafas: eles separam a garrafa da tampa, sem necessidade de comunicar e solicitar aos consumidores - Fonte e mais informações: (<https://institutodeembalagens.com.br/>).

Registro Civil de Pessoas

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL
3º Subdistrito - Penha de França
Dr. Mario Luiz Migotto - Oficial Interino

Faço público a saber que: **AMANDA RODRIGUES DUARTE**, nascida em São Paulo, SP, em 18/12/1992, filha de Osny Alvaro Duarte e de Eliana Bernarda Rodrigues Duarte, nos termos do artigo 56 da Lei 6015/73 alterada pela Lei Federal 14.382/2022 promoveu a alteração do seu nome para: **AMANDA MARIA CAPITOLINA RODRIGUES DUARTE**.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local
Jornal Empresas & Negócios

AK - Empreendimentos e Participações S/A

CNPJ nº 05.248.120/0001-26 - NIRE nº 35300352688
Ata da Assembleia Geral Ordinária
Realizada em: Data: 15/04/2024. Horário: 14:00 horas. Local: Sede Social na Alameda Santos nº 960 - 19º andar, Cj. 1.907, nesta Capital. **Presença:** Acionistas representando a totalidade do Capital Social, conforme se comprova por suas assinaturas lançadas no livro de presença. Com as declarações exigidas por lei, assumiu a Presidência da Mesa, na forma dos Estatutos Sociais, o Sr. **André Kissajikian**, Presidente do Conselho de Administração, que convidou a mim, **Carlos de Gioia**, para Secretário. Iniciando-se os trabalhos, informo o Sr. Presidente que o Edital de Convocação para a Assembleia deixou de ser publicado de conformidade com o disposto no Parágrafo Quarto (§4º) do artigo 124 da Lei 6.404, de 15 de dezembro de 1976 ("Lei de Sociedades Anônimas"). Em seguida, foram colocados em discussão e votação os assuntos constantes da "Ordem do Dia", tendo, no final, sido deliberado pelos acionistas presentes, por unanimidade de votos e observadas às abstenções legais, o seguinte: **Deliberações:** Foram aprovados, por unanimidade e sem quaisquer ressalvas, o Relatório da Administração, as contas da Diretoria, o Balanço Patrimonial e as demais Demonstrações Financeiras, referentes ao exercício social findo em 31 de dezembro de 2023, documentos esses devidamente publicados no Jornal "Empresas & Negócios" (impresso), na edição de 21/03/2024, pág.07, (digital/internet), na edição de 21/03/2024, conforme código para verificação: "ED5C-9595-5208-05B9", tendo sido dispensado o aviso aos acionistas, face ao que trata o parágrafo quarto (§ 4º) do artigo 133, da Lei 6.404/76. Nada mais havendo a ser tratado, foi oferecida a palavra a quem dela quisesse fazer uso. Finalmente, como ninguém se manifestasse, determino o Sr. Presidente a suspensão dos trabalhos pelo tempo necessário à lavratura da presente ata, em livro próprio, a qual, depois de lida e achada conforme, foi assinada por todos os presentes, dando o Sr. Presidente por encerrada a Assembleia. São Paulo, 15 de abril de 2024. André Kissajikian - Presidente da Mesa. Carlos de Gioia - Secretário. Acionistas: André Kissajikian, Vanda Kissajikian Mordjikian e Suelly Kissajikian da Silveira. A presente é cópia fiel da ata lavrada em livro próprio. Mesa: André Kissajikian - Presidente. Carlos de Gioia - Secretário. JUCESP - Certifico o Registro sob o nº 188.002/24-8, em 23/04/2024. Maria Cristina Frei - Secretária Geral.

CONDOMÍNIO EDIFÍCIO ADOLPHO DROGHETTI

Edital de Convocação - Assembleia Geral Extraordinária - Na qualidade de administradores e por determinação da Sra. Sínica, vimos pela presente convidar os senhores proprietários a participar da Assembleia Geral Ordinária do Condomínio Edifício Adolpho Droghetti a ser realizada na Avenida Senador Queiros, 279 sala 81, no dia 17 de maio de 2024, às 14:30 horas em primeira chamada com número regulamentar e legal de presentes ou às 15:00 horas em segunda e última chamada, com qualquer número de participantes, a fim de deliberarem sobre os seguintes assuntos: **Composição da mesa que dirigirá os trabalhos, formada pelo presidente e pelo secretário;** **1- Discussão/Aprovação de orçamento para a instalação de escada pressurizada, conforme exigência do Corpo de Bombeiros;** **2- Discussão/Aprovação de orçamento para troca das caixas.** Contando com a presença de todos, pois a omissão implica na concordância com as decisões dos presentes. Atenciosamente, A administração



PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi proposto para assinatura digital na plataforma IziSign. Para verificar as assinaturas clique no link: <https://izisign.com.br/Verificar/CC3C-F244-CC88-7E13> ou vá até o site <https://izisign.com.br:443> e utilize o código abaixo para verificar se este documento é válido.

Código para verificação: CC3C-F244-CC88-7E13



Hash do Documento

AC93EFC2F35993FCBE12A977F556599BB19693C2AAB81C8246E3BCCD26A824C7

O(s) nome(s) indicado(s) para assinatura, bem como seu(s) status em 06/05/2024 é(são) :

- Lilian Regina Mancuso - 008.007.358-11 em 06/05/2024 19:39
UTC-03:00
Tipo: Certificado Digital - JORNAL EMPRESAS E NEGOCIOS
LTDA - 05.687.343/0001-90

