

+ ECONOMIA**MARTA SFREDO**

marta.sfredo@zerohora.com.br

Com Mathias Boni | mathias.boni@zerohora.com.br

Agora, é preciso mostrar incentivos

Até 2021, havia uma regra que impedia expressamente a publicação de informação sobre quanto cada empresa recebe de incentivo fiscal. No entanto, a lei complementar 187/2021, de 17 de dezembro, alterou o artigo 198 do Código Tributário Nacional (CTN) e extinguiu essa vedação.

Então, depois de ouvir várias versões, a coluna pode resumir da seguinte forma: não, não existe mais sigilo obrigatório sobre quanto dinheiro público é dedicado a apoiar negócios privados. E não só não há mais proibição, como existe recomendação: a Associação dos Membros dos Tribunais de Contas do Brasil (Atricon) fez, ainda no início do ano, uma nota nesse sentido para os órgãos fiscalizadores.

Nas justificativas para a “nota recomendatória” – que não tem poder legal, mas aponta uma prática ideal –, a entidade cita “a edição da Lei Complementar nº 187, de 16 de dezembro de 2021, que, alterando a Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966, (Código Tributário Nacional), passou a excepcionar incentivo, renúncia, benefício ou imunidade de natureza tributária cujo beneficiário seja pessoa jurídica das informações protegidas pelo sigilo fiscal”.

A Atricon orienta os tribunais de contas a “estimulem que os gestores públicos publiquem dados sobre os gastos tributários, como as desonerações fiscais concedidas, suas justificativas, os valores renunciados, os beneficiários e as contrapartidas e impactos estimados e gerados”.

A entidade lembra que “a renúncia de receita também é chamada de gastos indiretos, já que o Estado deixa de arrecadar ao conceder benefícios tributários a atores privados para incentivar a economia de determinados setores ou visando a beneficiar populações vulneráveis”.

E seu presidente, o gaúcho César Miola, sustenta que a divulgação dos dados é essencial para permitir verificar se os incentivos fiscais resultaram, ou não, em efetivos benefícios à sociedade. A orientação da associação inclui até a forma de disponibilização dos dados: em “linguagem didática, em formato de dados abertos e que permitam o download”.

Nas justificativas, a entidade cita também a emenda constitucional 109, de 15 de março de 2021 – portanto, do governo do ex-presidente Jair Messias Bolsonaro –, que prevê “a redução gradual de benefícios fiscais e a vedação a novas medidas de renúncia fiscal”. Então, o Palácio Piratini pode até argumentar que, assim como garfou o ICMS, o governo federal anterior já determinou que os incentivos deveriam ser reduzidos, e novas concessões evitadas.

Ou seja, o próximo passo do Piratini para dar mais transparência a suas propostas de recomposição de receita com corte de gasto tributário tem de passar pela liberação da lista de incentivos fiscais por empresa. Até para não alimentar a especulação simplista de que existe favorecimento sem mérito nem resultado.

O ESPÍRITO SANTO DECIDIU REVOGAR O AUMENTO DA ALÍQUOTA MODAL DE ICMS QUE VALERIA EM ABRIL DE 2024. A JUSTIFICATIVA FOI A MUDANÇA DA REGRA DA REFORMA TRIBUTÁRIA QUE CONSIDERAVA O PERÍODO DE 2024 A 2028 COMO BASE PARA DIVISÃO DO NOVO IMPOSTO.

0,06%

foi a contração em outubro ante o mês anterior do Índice de Atividade Econômica (IBC-Br) do Banco Central. Em agosto, teve baixa de 0,71% e, em setembro, recuo de 0,05%.

Gigante compra empresa do RS

Terceira maior indústria farmacêutica do Brasil em volume de vendas, a Cimed comprou a R2M, empresa para produtos de higiene e cuidado pessoal fundada e com operação administrativa em Passo Fundo, e polos fabris em Chapecó (SC) e Santa Rita do Sapucaí (MG).

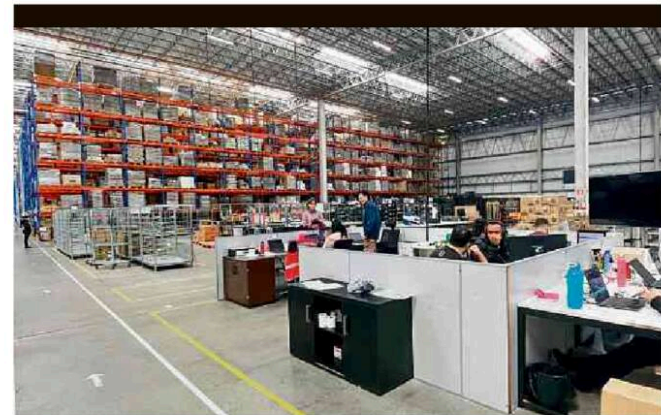
A R2M é dona das marcas Bebê Limpinho e Snow Baby, vendidas em farmácias e supermercados. O valor da transação não foi revelado. A empresa gaúcha faturou R\$ 180 milhões no ano passado, com proporção de lucro operacional em relação a receita líquida (margem ebitda) de 18% – um nível considerado elevado no segmento.

Com o movimento, a Cimed pretende expandir sua atuação na categoria de consumo, de olho no mercado de higiene infantil. A farmacêutica projeta alcançar faturamento recorde de R\$ 3 bilhões em 2023, e chegar a R\$ 4 bilhões em 2024.

GZH

Leia outras colunas em gzh.com.br/martasfredo

Mais uma gaúcha em SP



Ao completar 31 anos em 2023, a Selecionados Uniagro, com sede em Porto Alegre, abriu um centro de distribuição em Cajamar (SP), a cerca de 60 quilômetros da capital paulista.

– Percebemos que, para ser forte no Sudeste e enfrentar a concorrência, precisaríamos ter um posto avançado na região, para reduzir o tempo de abastecimento para os clientes e o prazo de entrega dos pedidos para os varejistas e restaurantes. Seguindo o caminho de outras empresas gaúchas que tiveram êxito no mercado paulista, abrimos esse centro de distribuição com um parceiro local, que é um operador logístico especializado – conta o diretor comercial Pedro Calazans.

Depois de seis meses de funcionamento, a operação de distribuição já representa 10% do faturamento da empresa, relata Calazans. Apontando desafios nos mercados interno e externo, o diretor relata que a empresa cresceu 10% neste ano, ante projeção inicial de 15%.

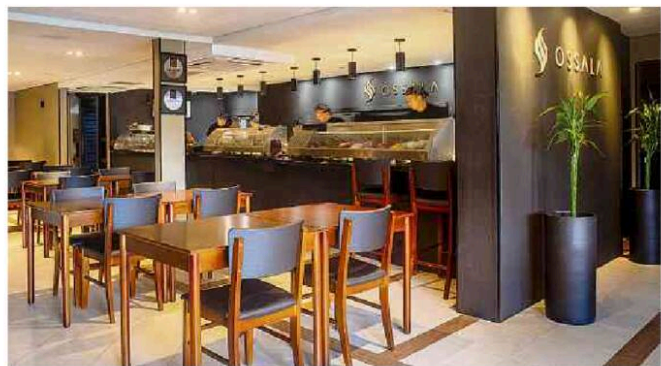
– Este foi um ano de desafios, com muitas mudanças nacionais e globais, guerras, variações econômicas, eleições em outros países, Brasil com um novo governo, inflação elevada. Isso afetou o varejo, sentimos o mercado mais retraído, exigindo que fizessemos esforço maior, como o investimento em São Paulo. Conseguimos crescer 10%. O objetivo era um pouco maior, mas dado o contexto, não podemos reclamar – afirma.

Um clássico do sushi muda de nome e de ambiente

Inaugurado em 2000, o Sushi by Cleber agora se chama Ossala, mantendo a mesma gestão da família que comanda a operação desde o início. O novo nome é uma combinação de uma parte de Salatino, sobrenome dos irmãos Wendel, Alan e Alex, fundadores do restaurante, com o termo japonês “oss”, cumprimento das artes marciais. E desvincula a marca de um dos sócios-fundadores que vendeu sua parte no ano passado, o Cleber.

– A expectativa é reforçar a cultura e os valores de nossa família, respeitando a gastronomia que sempre oferecemos aos nossos clientes, amigos, colaboradores e parceiros – afirma Alex Salatino, líder do sushi bar do restaurante.

Os irmãos Salatino desenvolveram um menu com mais de cem opções de



entradas, pratos, drinks e sobremesas autorais. O cardápio vai além da gastronomia japonesa, incluindo pratos contemporâneos com influência das culinárias peruana, espanhola e italiana.

– Temos uma cultura de liberdade criativa. A gastronomia do Ossala seguirá disruptiva – detalha o chef Alan Salatino.

O espaço do restaurante

também passa por remodelação, com projeto assinado pelo Studio Cinque Arquitetura & Design. O novo ambiente foi produzido com materiais que misturam madeira, aço e elementos naturais, como água e folhagens. O estilo japonês será mantido, com tatames para até oito pessoas, e espaço para eventos de até 25 pessoas.