

**SOCIEDADE EDUCACIONAL GARDINGO – LTDA.
FACULDADE VÉRTIX TRIRRIENSE – UNIVÉRTIX**

**TRABALHOS DE CONCLUSÃO DE CURSO
CIÊNCIAS CONTÁBEIS – 2022/2**



CRC: 25 7030367/O-8

**COORDENAÇÃO DE CURSO: PROFA. ESP. CRISTIABEL HELENA DA SILVA
VILLELA**

**PROFESSORA RESPONSÁVEL: PROAFA. M.SC. RENATA APARECIDA
FONTES**

TRÊS RIOS, 2022

TRABALHOS NESTE VOLUME

CONTABILIDADE TRIBUTÁRIA: ESTUDO DE CASO SOBRE A IMPORTÂNCIA DA RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO TRIBUTÁRIO PARA AS EMPRESAS DO RAMO DO COMERCIO VAREJISTA

EMPREENDEDORISMO E CONTABILIDADE: UMA ANÁLISE SOBRE GESTÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO MUNICÍPIO DE TRÊS RIOS/RJ

ESTRATÉGIA OMNICHANNEL E AS DIFICULDADES EM RELAÇÃO AO ICMS: RELATO DE CASO DE UMA EMPRESA VAREJISTA DO RAMO DE ELETRODOMÉSTICOS E ELETROELETRÔNICOS

O IMPACTO DO BENEFÍCIO FISCAL INSTITUÍDO PELA LEI No 6.979/2015 PARA O ESTADO DO RIO DE JANEIRO

RELATO DE CASO SOBRE O IMPACTO DO BUSINESS INTELLIGENCE NA CONTABILIDADE GERENCIAL DE UMA EMPRESA DE RAMO DE COMÉRCIO ATACADISTA DE FERRAGENS E FERRAMENTAS NA CIDADE DE TRÊS RIOS

CONTABILIDADE TRIBUTÁRIA: ESTUDO DE CASO SOBRE A IMPORTÂNCIA DA RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO TRIBUTÁRIO PARA AS EMPRESAS DO RAMO DO COMERCIO VAREJISTA

Acadêmicos: Fabio dos Santos Moreira e Richard de Carvalho Cabral

Orientador: Abuaré de Almeida Machado Junior

Linha de Pesquisa: Contabilidade e Mercado Financeiro

RESUMO

Este estudo discute sobre a influência da recuperação de crédito tributário para a saúde das empresas do ramo comércio, destacando-se os impactos positivos que a recuperação de tais tributos pagos indevidamente podem trazer para a empresa que assim desejar fazer a recuperação. O principal objetivo da pesquisa foi buscar o entendimento sobre a importância da recuperação de crédito tributário nas empresas de forma administrativa e judicial, analisando os impostos pagos a maior ou indevidamente. Para tanto, procurou-se investigar de que forma as empresas usam a recuperação de crédito a seu favor e como ela pode ser benéfica neste período pós-pandêmico. A metodologia adotada foi uma pesquisa de natureza exploratória através de um estudo de caso com dados públicos divulgados e obtidos através de sites oficiais na internet de uma empresa não identificada do ramo do comércio de vestuário com filial localizada na cidade de Três Rios/RJ. Sendo assim, a contribuição deste estudo, além de ser de ordem intelectual, é também prática e sugere um esforço maior entre o profissional contábil e as empresas na busca pelo gerenciamento dos tributos com a utilização de recuperação de créditos tributários como forma de economia fiscal e foco no desenvolvimento local. Observar que os dados apresentados dizem respeito à empresa participante deste estudo, portanto, não deve ser considerado uma realidade para todas as empresas.

PALAVRAS-CHAVE: Desenvolvimento, Empreendedorismo, Microempreendedor, Recuperação De Crédito, Tributos.

INTRODUÇÃO

As empresas brasileiras, sem exceção, estão obrigadas a contabilizar e pagar tributos, independentemente de seu porte. A contabilidade fiscal e tributária é o ramo da contabilidade que administra as questões tributárias de uma determinada empresa, seu reconhecimento, e o estudo das mutações patrimoniais causadas pelos tributos, em decorrência da aplicação da legislação tributária (SOUSA, 2018).

No Brasil, é notório que o sistema tributário utilizado é bastante complexo, com muitas legislações e normas a serem seguidas, ocasionando gastos elevados, o que dificulta o atendimento às exigências do fisco (ESNOLDE *et al.*, 2009). Neste contexto atual, o contador acaba como figura central no assessoramento das empresas em busca de conseguir atender todas as exigências da legislação fiscal.

Esta conta com alta carga tributária e muitas mudanças nas normas, o que faz com que o profissional contábil sempre deva estar atualizado para auxiliar seus clientes. (PRADO,2013).

Pohlmann (2012) considera que a atividade desenvolvida pelo contador deve repousar sobre estudos aprofundados e contínuos. Ele destaca que há a necessidade de estudos acadêmicos constantes que possam contemplar a temática da contabilidade tributária, visto que sempre há mudanças nas normas e atividades. Ribeiro (2014) afirma que o contador tributário é responsável pelo gerenciamento dos tributos que incidem nas atividades da empresa. Isto exige do profissional o conhecimento de legislações pertinentes a cada tributo a que a empresa esteja sujeita, a fim de executar um planejamento tributário adequado que cumpra as obrigações tributárias e acessórias, bem como a redução da carga tributária para a entidade.

No Brasil, a maior dificuldade dos empresários é manter a saúde financeira das empresas. Arcar com os impostos junto ao Fisco e ter a capacidade de destacar-se perante a concorrência são necessidades básicas que o empresário precisa ter para honrar suas obrigações com seus credores (MORAES, 2020).

A recuperação de crédito tributário é uma ferramenta que envolve a verificação e o resgate dos créditos tributários que ora foram pagos a maior ou indevidamente, tornando-se uma ótima oportunidade para melhorar o fluxo de caixa das empresas (LIMA, 2020). O instituto da Recuperação Judicial foi instituído como um conjunto de atos que dependem de concessão judicial e busca auxiliar as empresas a superarem as crises financeiras e manter a sua função social, como também os interesses dos credores (TOMAZETTE, 2019).

Assim, o presente estudo tem por objetivo geral apresentar a importância da recuperação de crédito tributário nas empresas de forma administrativa e judicial, analisando os impostos pagos a maior ou indevidamente. Para isso, teve como objetivos específicos analisar o sistema tributário nacional, entender os regimes tributários brasileiros, definir a contabilidade tributária, entender como funciona a recuperação de crédito tributário, citar os benefícios da recuperação de crédito para as empresas, analisar e refletir sobre um caso específico de recuperação de crédito tributário de uma empresa de vestuário com filial na cidade de Três Rios.

Partindo da premissa da importância da contabilidade tributária para as empresas, este estudo busca responder à seguinte questão de pesquisa: qual a

importância da recuperação de crédito tributário para as empresas? Esta pesquisa se tornou relevante, pois com este estudo pode-se contribuir para que os empresários possam compreender melhor a importância dos tributos.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O SISTEMA TRIBUTÁRIO NACIONAL

Com o intuito de manter as atividades e a prestação de serviço, o estado precisa cobrar tributos. As necessidades de cada território, bem como as decisões políticas, são determinantes para a quantidade e a percentagem tributária. De acordo com Campanelle (2012), diversos são os tributos que compõem o sistema tributário nacional e são utilizados para diversas funções. Taxas, impostos, empréstimos compulsórios são exigidos tanto de pessoas físicas como também de jurídicas e são utilizados de diversas formas. Para Ishida & Martelli (2015)

O Sistema Tributário Nacional compreende todo o conjunto de tributos vigente no país, amparados legalmente pela lei maior que é a Constituição Federal do Brasil. Estas estão dispostas organizadamente atendendo os princípios que lhe são atinentes, e que serve para atender a necessidade de recursos para manter as atividades de interesse público (ISHIDA & MARTELLI 2015, 2).

O sistema tributário nacional é composto por diversos tributos que se diferenciam entre si e possuem particularidades específicas. Os tributos muitas vezes são utilizados de maneira equivocada como sinônimos de impostos. O tributo, conforme o artigo 3º do Código Tributário Nacional (CTN), “é toda prestação pecuniária em moeda ou cujo valor nela se possa exprimir, que não se constitua sanção de ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada”

Logo, os tributos são as cobranças obrigatórias e basicamente representam as taxas, impostos e contribuições. As taxas, segundo Zappellini (2015) p.1, são consideradas tributos “quando é cobrada e instituída pelo Poder Público (União, Estados, DF e Municípios)”.

Os impostos podem ser sobre o patrimônio, sobre o consumo sobre a renda e são os tributos que sustentam a união, os estados e os municípios. Já as contribuições são tributos específicos em relação a seu destino, podem ser contribuições especiais ou de contribuição (ZAPPELINI, 2015).

O Brasil possui um sistema tributário muito complexo e possui uma carga tributária muito alta. No ano de 2019, o Brasil teve recorde de tributação, cerca de 35,17% do PIB nacional (AFONSO & CASTRO, 2019).

REGIMES TRIBUTÁRIOS

Os regimes tributários podem ser definidos como normas e legislações responsáveis por indicar os tributos a serem pagos pela empresa. A escolha correta desse regime é fundamental e um passo muito importante para que a empresa tenha sucesso. Ponderando com Junqueira & Castro (2016), entende-se que os principais regimes tributários adotados no Brasil são: o Simples Nacional, o Lucro Presumido e o Lucro Real.

O regime Simples Nacional é indicado para microempresas e empresas pequenas que tenham faturamento máximo de 4,8 milhões ao ano. O simples nacional busca simplificar os impostos, reduzindo assim a carga tributária. No entanto, conforme Afonso & Castro (2020), “o Simples Nacional pode não ser um regime vantajoso para todas as empresas”. Um exemplo são aquelas empresas em que a alíquota incide sobre a folha de pagamento, como as prestadoras de serviço.

O lucro presumido é outra modalidade de regime tributário muito utilizado por prestadores de serviços como, por exemplo, economistas, dentistas e médicos. Neste tipo de regime, existe a predefinição pela Receita Federal das alíquotas de contribuição social sobre o lucro líquido. Sendo assim, o cálculo do lucro é feito em forma de estimativa e não a partir do lucro real da empresa.

Já o lucro real, ao contrário do lucro presumido, tem o lucro líquido do período como base de apuração através da subtração da entrada das despesas dedutíveis. O lucro real pode ser adotado por todas as empresas brasileiras, porém são obrigatórias em alguns casos como, por exemplo, empresas que faturam anualmente mais de 78 milhões e bancos comerciais (AFONSO & CASTRO, 2020).

CONTABILIDADE TRIBUTÁRIA

Para Sousa (2018), a contabilidade tributária é o ramo da contabilidade que se dedica ao estudo, mensuração, reconhecimento e evidenciação das mutações patrimoniais decorrentes da aplicação da legislação tributária sobre um patrimônio específico. A contabilidade tributária, também conhecida como contabilidade fiscal, pode ser definida como:

o ramo da contabilidade, o estudo da teoria e a aplicação prática dos princípios e normas básicas da legislação tributária, sendo responsável pelo gerenciamento dos tributos. [...] A Contabilidade Fiscal operacionaliza com a escrituração de fatos que geram obrigações tributárias e fiscais. Representa a obrigatoriedade das empresas de prestarem informações legalmente

exigidas pelos órgãos governamentais dos diferentes entes públicos (ZANGIROLAMI, 2010 p.19).

Em concordância com Casagrande & Petri (2013), entende-se que existem diversos tipos de empresas e vários ramos de atuação, sendo que todas elas estão sujeitas a pagar tributos independente de sua modalidade ou segmento, seja por lucro real, lucro presumido ou simples nacional. O balanço financeiro é obrigatório assim como o pagamento dos impostos, fazendo-se necessário um bom profissional contábil auxiliando e ajudando seus clientes na análise dos cálculos.

Muito além de uma simples apuração de impostos e de balanços financeiros, a contabilidade tributária tem o importante papel de estar preparada e atenta para as mudanças na legislação, conhecer as nuances dos negócios e buscar sempre por oportunidades em relação à redução da carga fiscal (CREPALDI & CREPALDI, 2019).

Vale destacar que a contabilidade tributária faz parte da contabilidade no Brasil e se apresenta como um dos seus principais ramos. Ela “é o ramo da contabilidade que tem por objetivo aplicar na prática conceitos, princípios e normas da contabilidade e da legislação tributária, de forma simultânea e adequada”. (FABRETTI 2006, p.28). A contabilidade tributária busca sempre um melhor controle das obrigações tributárias, mostrando a situação do patrimônio e o resultado do exercício de forma clara e precisa, tendo como base os princípios e as normas contábeis. Evita-se, assim, o pagamento de impostos, multas e juros desnecessários, fazendo uso de conceitos, normas e princípios que conduzem a contabilidade aplicada à prática, de forma devida e adequada. (FABRETTI, 2006).

A finalidade da contabilidade tributária é a apuração com exatidão e com clareza dos resultados econômicos do exercício, contribuindo assim em atender as exigências da legislação e trabalhar as formas de controle de provisões de pagamentos relativo aos tributos (CASAGRANDE & PETRI, 2013).

Segundo Tomé Neto (2017, p.1):

A contabilidade tributária pode ser considerada um campo ou disciplina da contabilidade. É dedicado aos princípios, conceitos, técnicas, métodos e procedimentos que podem ser usados para calcular os impostos devidos por uma empresa. Seu objetivo é encontrar outro caminho para reduzir a carga tributária e cumprir as obrigações acessórias exigidas pelo fisco.

Uma dessas alternativas para auxiliar as empresas é a recuperação de créditos tributários.

RECUPERAÇÃO DE CRÉDITOS TRIBUTÁRIOS

A recuperação de crédito tributário é o direito da empresa de reaver os valores pagos indevidamente, perante a União, Estados e Municípios. Mendes (2017, p.1) define crédito tributário como:

O nome dado ao valor que é pago pelo sujeito passivo de uma obrigação tributária ao sujeito ativo da obrigação tributária. O sujeito passivo corresponde à empresa enquanto o sujeito ativo, ou seja, aquele que recebe o crédito, corresponde à União, ao Estado, ao Município ou ao Distrito Federal. A obrigação tributária, por sua vez, corresponde ao pagamento de tributos — impostos, taxas e contribuições de origem federal (INSS, PIS, COFINS, IR, CSLL, IPI), estadual (ICMS) e municipal (ISS).

Diante da alta carga tributária, complexidade da legislação e grande número de obrigações acessórias que são desafios para as empresas, o instituto da recuperação de crédito tributário é muito bem-vindo. A recuperação de crédito tributário é uma oportunidade para reduzir custos de uma empresa. Essa ação é usada como ferramenta que envolve a verificação e o resgate dos créditos tributários que ora foram pagos a maior ou indevidamente, tornando-se uma ótima oportunidade para melhorar o fluxo de caixa das empresas. É um direito das empresas requererem os valores dos impostos com previsão legal na Constituição Federal, no CTN – Código Tributário Nacional e nas normas esparsas que assim permitirem (MORAES, 2020).

Para Mendes (2017 p.1):

A recuperação de crédito tributário é uma atividade que envolve o levantamento e o resgate dos créditos tributários que foram acumulados pela empresa no decorrer dos anos, ou seja, é preciso um planejamento tributário minucioso.

Diversos empresários enganam-se quando vão realizar a verificação e levantamento do crédito tributário, assim como a sua recuperação, pensando que se trata de um trabalho feito por advogados tributaristas, o que nem sempre seria o caso. O contador tem um trabalho essencial nessa apuração e seria ele quem, de fato, detém todo o conhecimento por lidar diretamente em sua rotina com a realização de todo o processo de verificação dos cálculos tributários, estudar cada tributo pago e fazer um levantamento minucioso com relação à receita auferida pela empresa dentro dos 5 anos (MENDES, 2017).

A malha fiscal brasileira traz um arcabouço de detalhes que fazem com que, antes mesmo de buscar a recuperação de crédito, o profissional tenha o dever de conhecer bem sobre a tributação da empresa no seu complexo como um todo.

Existem diversos tipos de recuperações de créditos, desde impostos pagos por empresas de Simples Nacional, Lucro presumido e Lucro Real, a valores incorretos de folha de pagamento, energia elétrica etc. (MORAES, 2020).

METODOLOGIA

A presente pesquisa tem como foco principal um relato de caso. A pesquisa de relato de caso, de acordo com Yin (2001 p.33), “é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”. Logo, é uma análise de um determinado fenômeno por meio de uma discussão e um aprofundamento real sobre o tema estudado, contribuindo com dados para futuras pesquisas de mesmo tema.

O caso descrito é referente a uma empresa do ramo do comércio de vestuário com filial localizada na cidade de Três Rios/RJ. O estudo de caso conta com dados públicos disponibilizados pela própria empresa em seus sites oficiais, artigos e entrevistas online durante os últimos anos. A recuperação de crédito da organização pesquisada refere-se ao ano de 2020. É importante destacar que a referida empresa se encontra também em mais 30 países. O caso em questão buscará evidenciar a recuperação de crédito tributário dessa organização.

De acordo com Rafael Bossolani (2020), em observância ao disposto no artigo 157, §4º, da Lei n.º 6.404/1976, e na Instrução da Comissão de Valores Mobiliários, nº 358/2002, a companhia teve reconhecido o direito de reaver, mediante compensação, os valores apurados em relação às competências de dezembro de 2002 à março de 2017 da contribuição ao PIS, e de fevereiro de 2004 a março de 2017, da COFINS, devidamente corrigidos até 31 de maio de 2020, no valor total estimado de R\$ 279.396.000,00 (duzentos e setenta e nove milhões, trezentos e noventa e seis mil reais). Os valores relativos às competências a partir de abril de 2017 tiveram seus efeitos reconhecidos nas demonstrações financeiras da instituição.

DISCUSSÕES

BENEFÍCIOS DA RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO PARA AS EMPRESAS.

A reflexão a respeito da recuperação de créditos tributários é de extrema importância para manter a saúde da empresa e contribuir para que os empresários

sejam capazes de compreender melhor a importância dos tributos. Outro fator importante que alia a recuperação e análise do crédito seria a automação dos processos de apuração, levantamento, verificação e confronto das informações. A inteligência artificial veio como elemento transformador, aplicada desde o ponto do processo até o resultado final, apontando quais tributos estariam divergentes da legislação (MORAES, 2020).

A recuperação de crédito tem sido muito utilizada tanto por pequenas como também por grandes empresas nesse período delicado pós crise sanitária que o país enfrenta. O objetivo nesse momento é reduzir a carga tributária e aumentar o lucro e alavancar as vendas que ficaram tão prejudicadas durante a pandemia de Covid-19 (SILVA, 2021).

Lopes (2022) salienta que, para recuperar créditos tributários, é necessário um levantamento e análise minuciosos, conferindo todos os tributos que foram pagos e avaliando se existe a possibilidade de recuperação. Existem duas formas de recuperar créditos tributários, estas podem ser por restituição ou por compensação. A restituição consiste na devolução de dinheiro diretamente na conta jurídica em espécie, de forma automática. Já a compensação é realizada através de créditos tributários que servirão para o abatimento de outros tributos a serem pagos posteriormente.

Existem duas formas para reaver esses valores pagos de maneira indevida: de maneira administrativa ou de forma judicial. Por via administrativa, a recuperação é feita através do documento PER/ DCOMP para empresas tributadas no lucro real e presumido, que é um pedido eletrônico de ressarcimento e compensação. Já para as empresas que utilizam o simples nacional, a solicitação é feita pelo portal e-CAC.

O pedido de recuperação tributária também pode ser feito de maneira judicial, sendo necessário para isso uma assessoria tributária e um advogado. Essa via judicial é utilizada geralmente quando a via administrativa foi negada ou quando existe discussão em relação à legitimidade do tributo que foi cobrado, sendo este último mais difícil de ser resolvido (CASAGRANDE & PETRI, 2013).

De acordo com o Supremo Tribunal Federal (STF) (2021), a partir de 15/03/2017, o imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) não irá compor a base de cálculo do PIS/COFINS de acordo com o julgamento do Recurso Extraordinário (RE) 574706. Foi esclarecido que o ICMS que não se inclui na base de cálculo do PIS/COFINS é aquele destacado em documento fiscal (Nota Fiscal).

CASO ESPECÍFICO DE UMA EMPRESA DE COMÉRCIO DE VESTUÁRIO COM FILIAL NA CIDADE DE TRÊS RIOS.

A empresa pesquisada possui ampla história no mercado de vestuário e atua no Brasil desde 1880, inicialmente como uma pequena tecelagem. De lá para cá, a empresa só cresceu, gerando diversos empregos e reconhecimento da marca em todo Brasil, além de exportar também os seus produtos. Hoje, a empresa conta com 741 lojas no Brasil e encontra-se também em 30 países. São mais de 5300 funcionários e um faturamento de cerca de 1,81 bilhões por ano. A empresa explorada também possui filial na cidade de Três Rios e está localizada num conhecido Shopping da cidade, o Shopping Américo Silva, na rua Barão do Rio Branco (SOARES, 2010).

A citada empresa, alvo deste estudo de caso, recorreu recentemente à justiça, no ano de 2020, e ganhou a causa no valor de R\$ 279,396 milhões. Esse valor refere-se ao pedido de exclusão do ICMS (Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços) sobre contribuições do PIS/COFINS relacionadas ao período de dezembro do ano de 2002 até o mês de março do ano de 2017 (FIGUEIREDO, 2020).

A recuperação de crédito (ICMS) é uma reclamação que contesta a base de cálculo sobre a qual o tributo incide. A partir de uma análise tributária e fiscal, a empresa é capaz de identificar tais valores e pedir o ressarcimento. Isso pode acontecer através de descontos em outros tributos ou por meio de retorno financeiro (MENDES, 2017).

A referida empresa não é a única a receber grandes quantias de recuperação tributária, outras grandes empresas também têm conseguido judicialmente grandes valores de restituição. Mas engana-se quem pensa que só as grandes empresas podem reaver valores pagos de maneira indevida ou a maior. A recuperação de crédito tributário é um direito de todas as empresas dos três regimes tributários encontrados no Brasil hoje (Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real) e podem ser requeridos pelos contribuintes de duas formas: por via administrativa ou por via judicial. Diversos são os benefícios relacionados à revisão fisco-tributária, já que, além de reduzir a carga de tributos, ela gera caixa para a empresa, há um melhor aproveitamento por parte da empresa e serve para todos os tipos de organização, seja de grande ou pequeno porte (SILVA, 2021).

Essa recuperação de crédito tributário, segundo Pohlmann (2012), está prevista na Constituição Federal através de instruções normativas da Receita Federal e no código tributário nacional e apresenta-se como um direito da empresa. A organização estudada beneficiou-se da recuperação de tributos pagos a maior e nesse caso teve a exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS/ COFINS.

O PIS e a COFINS foram instituídos nas Leis Complementares 7/1970 e 70/1991. A ideia estabelecida nessas leis era de que deveria ser considerado para apuração dos tributos, como base de cálculo, o faturamento da pessoa jurídica (empresa). Desde a criação das leis até recentemente, o texto sofreu diversas alterações, inclusive no conceito de faturamento da pessoa jurídica para fins de incidência do PIS e da COFINS. Com essas alterações, todas as receitas da empresa passaram a ser consideradas na base de cálculos desses tributos (LOPES, 2022 p.1).

Porém o problema ainda é em relação ao ICMS que é embutido nessas receitas e considerado parte dos faturamentos das empresas. O fato é que o dinheiro arrecadado a título de ICMS em questão somente transita pelos caixas da companhia e não é incorporado ao seu patrimônio, não podendo desta maneira ser considerado como faturamento ou receita bruta. O STF (Supremo Tribunal Federal) vem tendo este entendimento a respeito do tema e várias empresas têm se beneficiado dessa recuperação. Entretanto, é preciso considerar as particularidades de cada caso através de uma assessoria jurídica especializada. Esse é um avanço para a organização que é foco deste estudo de caso, bem como também para outras empresas que podem se beneficiar da recuperação de PIS e COFINS, tanto através da compensação quanto pela restituição (LOPES, 2022).

A recuperação do PIS e do COFINS já é considerada como a tese do milênio, permitindo a diversas empresas reaver valores indevidos. Essa conquista é fundamental para a sobrevivência das empresas no período complicado de crise que o país tem vivenciado (SILVA, 2021).

O grande número de impostos recolhidos em transações financeiras tem contribuído muito para aumentar a complexidade administrativa e as responsabilidades tanto administrativas quanto fiscais, o que requer um bom planejamento tributário e uma boa gestão das finanças. Faz-se necessária uma qualificada equipe jurídica que possa fazer uma análise e planejamento dos tributos e, assim, ser possível retomar o crescimento das empresas (CREPALDI & CREPALDI, 2019).

CONCLUSÃO

Em vista dos argumentos apresentados, entende-se que a recuperação de crédito tributário é um direito que o contribuinte tem de reaver os valores dos tributos pagos a maior ou indevidamente. A temática da recuperação de créditos tributários é extremamente necessária para manter a saúde financeira das empresas e adquirir um melhor entendimento dos tributos pagos.

A atividade de recuperação de crédito necessita de um planejamento tributário minucioso, pois é necessário fazer um levantamento de tudo que foi pago indevidamente no decorrer dos últimos anos. Diversos são os motivos para se recuperar os créditos tributários pagos indevidamente ou a maior. Dentre eles, podemos destacar: a redução dos custos da empresa, a preservação do fluxo de caixa, os desembolsos desnecessários de recursos, a correção de irregularidades tributárias e a possível utilização de possíveis benefícios fiscais, dentre outros.

É inegável a complexidade do sistema tributário brasileiro e suas quantidades de regras e obrigações e como sua carga tributária é alta e com recordes de tributação. Devido a essa complexidade, a contabilidade tributária é extremamente necessária para uma melhor compreensão dos tributos e um melhor controle das obrigações tributárias por parte das empresas.

A recuperação pode ser feita por restituição ou por compensação. A restituição consiste na devolução de dinheiro diretamente na conta jurídica em espécie, de forma automática. Já a compensação é realizada através de créditos tributários que servirão para o abatimento de outros tributos a serem pagos posteriormente. A forma de reaver esses valores pode ser administrativa ou judicial.

A empresa, objeto de estudo dessa pesquisa, é um exemplo de como a recuperação de crédito pode render boas quantias para as empresas que buscam por essa possibilidade. A citada empresa recuperou judicialmente o valor de R\$ 279,396 milhões referentes à exclusão do ICMS (Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviços) sobre contribuições do PIS/COFINS. Essa ação gerou diversos benefícios para a companhia, pois proporcionou maior segurança jurídica na recuperação dos créditos tributários, preservação do fluxo de caixa, como também possibilitou as possíveis correções nas irregularidades dos tributos.

Diante dos resultados apresentados, pode-se entender melhor a importância da recuperação de crédito tributário, pois, através dessa ação, a companhia, além

de gerar caixa, também consegue aproveitar melhor os seus próprios recursos. Além disso, é preciso considerar que é um procedimento legal e seguro, de fácil acesso e sem grandes complicações para a solicitação, além de servir para todos os tipos de empresa.

Após a pesquisa e de todos os dados coletados, é possível perceber a importância para as grandes organizações, como também para as de pequeno porte, que utilizam qualquer um dos três regimes tributários, buscarem seus direitos e recuperar possíveis tributos pagos indevidamente. Essa recuperação é um direito de todos e os benefícios são inegáveis, principalmente neste período pós-pandêmico em que a maioria dos comércios sentiram as quedas em vendas devido à pandemia de Covid-19, tornando-se primordial para a recuperação dessas empresas.

REFERÊNCIAS

AFONSO, José Roberto; CASTRO, Kleber Pacheco de. Carga tributária bruta de 2019: recorde histórico e evidências federativas. **Folha de São Paulo**, São Paulo, página 1-8, março, 2020.

BOSSOLANI, Rafael. **Fato Relevante**. 2020. Disponível em: https://mz-prod-cvm.s3.amazonaws.com/14761/IPE/2020/07d5784e-3972-472e-af417ffebf4215e9/20200519230845203972_14761_762959.05__PORT_e_ENG.pdf. Acesso em: 06 de novembro de 2022.

BRASIL, Supremo Tribunal de Federal. Plenário decide excluir ICMS da base de cálculo do PIS/COFISN a partir de 2017. 2021. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=465885&ori=1>. Acesso em: 06 de novembro de 2022.

BRASIL, Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966. Dispõe sobre o Sistema Tributário Nacional e institui normas gerais de direito tributário aplicáveis à União, Estados e Municípios. Brasília, DF. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=465885&ori=1>. Acesso em: 06 de novembro de 2022.

CAMPANELLE, David Matos. **Sistema tributário brasileiro: uma análise crítica**. Orientadora: Profa . Beatriz Azeredo, 2012. 49 (f.). Monografia, Bacharelado em economia -Universidade Federal do Rio de Janeiro Instituto de Economia. Rio de Janeiro, 2012.

CASAGRANDE, Maria Denise Henrique; PETRI, Sérgio Murilo. **Contabilidade tributária**. Universidade Federal de Santa Catarina Centro Socioeconômico Departamento de Ciências Contábeis, 2013.

CREPALDI, Silvio Aparecido; CREPALDI, Guilherme Simões. **Contabilidade Fiscal e Tributária: Teoria, prática**. Saraiva 2ª edição: São Paulo Brasil, 2019.

ESNOLDE, Adilson Lenadro; GALLO, Mauro Fernando; PARISE, Claudio; PEREIRA, Carlos Alberto. Percepção dos controllers em relação à gestão tributária. **9º Congresso USP de iniciação científica em contabilidade**. São Paulo. 2009.

FABRETTI, Laudio Camargo. **Contabilidade tributária**. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FIGUEIREDO, Anna Paula Cavalcante. **Notícia comentada: Hering vence ação de R\$ 279,4 milhões para excluir ICMS sobre PIS/COFINS**, 2020. Disponível em: <https://www.ibijus.com.702-noticia-comentada-hering-vence-acao-de-r-279-4-milhoes-para-excluir-icms-sobre-pis-cofins>. Acesso em: 01 de setembro de 2022.

ISHIDA, Maria Clara Yukie; MARTELLI, Ana Laura Teixeira. O sistema tributário nacional. **Centro de iniciação científica**. Prudente, v.11, n11, 2015.

JUNQUEIRA, Isabella Vilela; CASTRO, Vanessa Oliveira. **Planejamento tributário: um estudo comparativo simples nacional x lucro presumido numa empresa de transporte de passageiros na cidade de volta redonda**. Orientador: Prof. MSc. Anderson Nunes Fraga, 2016. 89(f.). Monografia, Bacharelado em Ciências Contábeis- Universidade Federal Fluminense Instituto de Ciências Humanas e Sociais curso de Ciências Contábeis. Volta Redonda, 2016.

LIMA, Diran Aquino de. **A importância da recuperação de créditos tributários para a geração de caixa das empresas**. 2020. Disponível em: <https://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/11918/A-importancia-da-recuperacao-de-creditotributarios-para-a-geracao-de-caixa-das-empresas>. Acesso em: 11 de junho de 2022.

LOPES, Lordelo. **Como funciona recuperação de tributos pagos a maior**, 2022. Disponível em: <https://lordelolopes.adv.br/recuperacao-tributos-pagos-a-maior/>. Acesso em: 06 de setembro de 2022.

MENDES, Cristiane Soares. **Entenda como funciona o processo de recuperação de crédito tributário**. Jus Brasil, 2017. Disponível em: <https://cristianesoaresmendes.jusbrasil.com.br/artigos/520057450/entenda-como-funciona-oprocesso-de-recuperacao-de-credito-tributario>. Acesso em: 11 de junho de 2022.

MORAES, Kamila Daiane de; **Preferência dos Créditos Tributários na Recuperação Judicial**. Dra. Glacy Odete Rachid Botelho, 2020. 36 (f.). Monografia, Graduação em direito - Universidade Católica de Goiás, 2020.

POHLMANN, Marcelo Coletto. **Contabilidade Tributária**. Curitiba: IESDE Brasil S.A., 2012, 308 p.

PRADO, Eliane Cristina Pires. O Papel e a atuação do contador tributário. **Revista de Ciências gerenciais**, Sumaré, v. 17 n. 26, 2013.

RIBEIRO, Osni Moura; PINTO, Mauro Aparecido. **Introdução à contabilidade tributária**. 2ª ed., São Paulo: Saraiva, 2014.

SILVA, Marcos Oliveira da; ROSA, Dayana Eler; RODRIGUES, Jéssica de Paula; SILVA, Marcos Oliveira da; ROSA, Dayana Eler; RODRIGUES, Jéssica de Paula. A influência do compliance tributário e do planejamento tributário na recuperação de créditos. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**. Ed. 08, Vol. 01, pp. 05-38. julho de 2021.

SOUSA, E. P. **Contabilidade Tributária: aspectos práticos e conceituais**. 1ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2018.

TOMÉ NETO, Antenor Alves. **Entenda contabilidade tributária e saiba suas aplicações**, 2017. Disponível em: <https://www.contabeis.com.br/noticias/35245/entenda-a-contabilidade-tributaria-e-saiba-suas-aplicacoes/>. Acesso em: 26 de junho de 2022.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZANGIROLAMI, Andreia. **Planejamento tributário: estudo realizado em uma empresa que atua no ramo de comércio varejista de combustíveis**. Professor Orientador: André Hoffmann, 2010. 97 (f.). Monografia, bacharelado em Ciências Contábeis- Departamento de Economia e Contabilidade da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Unijuí, 2010.

EMPREENDEDORISMO E CONTABILIDADE: UMA ANÁLISE SOBRE GESTÃO DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO MUNICÍPIO DE TRÊS RIOS/RJ

Acadêmicos: Beatriz Borges Martins e Isabele Medeiros Eulálio

Orientadora: Cristiabel Helena da Silva Vilela

Linha de Pesquisa: Contabilidade para Tomada de Decisão – Contabilidade Gerencial

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo demonstrar a importância do empreendedorismo dos micros e pequenos negócios, bem como ressaltar utilização de um controle gerencial pautado na governança, compliance e contabilidade para se preparem melhor na tomada de decisão. Notadamente trazendo consigo o papel da contabilidade como aliada nos processos empresariais. Em uma linguagem mais direta, trouxe os principais aspectos do empreendedorismo, focando no expressivo aumento de micro e pequenos negócios na cidade de Três Rios/RJ. O estudo apresentado teve como enfoque uma metodologia baseada na pesquisa descritiva com uma abordagem quantitativa, utilizando como instrumento dados públicos da plataforma Sebrae. Este estudo permitiu analisar a indissociabilidade entre empreendedorismo e contabilidade, além de sublinhar um caso concreto sobre a expansão do microempreendedorismo, na cidade de Três Rios, ao ponto de este município tornar-se referência em premiação do SEBRAE. Assim, a pesquisa expira-se um novo olhar para um mercado crescente de empreendedores que necessitará de auxílio e gestão organizada, entendimento a importância da contabilidade na sua governança e compliance financeira, econômica e fiscal dentro dos sistemas de controles gerenciais. Observa-se que os resultados obtidos através da pesquisa, destacam a realidade da do mercado da cidade de Três Rios, não devendo ser considerado como realidade de todos os municípios.

Palavras-Chave: Empreendedorismo, Micro empreendedorismo, pequenas empresas, Contador.

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é a disposição para identificar problemas e oportunidades, investindo recursos e competências na criação de um negócio, projeto ou movimento que seja capaz de alavancar mudanças e gerar um impacto positivo (KIEBAUM, 2021). Assim, traduz-se como uma atividade econômica que envolve a criação e a operação de uma empresa, almejando-se criar valor ou riqueza com o uso ideal dos recursos. É considerado uma força dinâmica, tendo como essência a percepção e aproveitamento das novas oportunidades no âmbito dos negócios (MENDES, 2018).

O empreendedorismo está diretamente associado à inovação, sendo responsável pela realização de novas combinações. A introdução de um novo bem, a criação de um método de produção, comercialização e até a abertura de novos mercados, são algumas atividades comuns do empreendedorismo (SCHUMPTER, 1985 apud DANTAS, 2020).

Nesta acepção, empreender é inovar a ponto de criar condições para uma radical transformação de um determinado setor, ramo de atividade, território, onde o empreendedor atua: novo ciclo de crescimento, capaz de promover uma ruptura no fluxo econômico contínuo, tal como descrito pela teoria econômica neoclássica (SCHUMPTER, 1985 apud MORAIS et al, 2021).

De acordo com a *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), a taxa de Empreendedorismo é de 38,7 (2019), segundo melhor patamar total de empreendedores, desde 2002. São mais de 53,4 milhões de brasileiros se dedicando ao negócio próprio (SEBRAE, 2019). Neste enfoque, as pequenas empresas são de extrema importância para o crescimento econômico do país. Por isso, a contabilidade empreendedora (FREITAS, 2020).

Problematiza-se a seguinte questão, empreender sem organização, sem controle e fora dos padrões de governança e *compliance*, seria possível vencer no mercado? Diante de tantas questões e com o expressivo mercado competitivo, os empreendedores buscam suporte, segurança ou uma ferramenta que os auxilie no processo de gestão e expansão de seus negócios.

Objetiva-se, então, realizar uma coleta de dados públicos, tendo-se as seguintes variáveis, números de estabelecimentos de micro e pequenas empresas, no município de Três Rios, perfil dos empreendedores e meio de atuação dos mesmos. Assim, recorreu-se a dados expostos pelo Sebrae sobre o mapeamento empreendedor da cidade de Três Rios, no que tange à atuação de pequenas e microempresas.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Empreendedorismo

Destaca-se que o empreendedorismo é o processo de implementar novos negócios ou realizar mudanças em empresas/nichos já existentes. Dolabela (2003) usa a metáfora da semente para realizar esta comparação e assinala que há que se cultivar o empreendedorismo, a fim de que ocorra a frutificação. O autor em questão

enumera as principais características dos empreendedores, dentre elas cita-se: pessoas proativas; analisar os riscos; ser referência no seu setor ou ramo; persistir; comprometer-se e ser adepto do *planner*.

Neste enfoque, Rocha (2012) salienta que ter domínio destas peculiaridades ou características demonstra-se aproximação ou o desenvolvimento do potencial empreendedor, conforme a metáfora acima ilustrada por Dolabela.

Parte do princípio que a figura do empreendedor se forma pela conjunção de diferenciadas características inerentes, associado ao hábito de expandi-las ou direcioná-las, efetivando, a almejada frutificação, precipuamente quando se fala em inovação. Com o fito de realizar esclarecimentos e direcionamentos, o Sebrae, utilizou o EMPRETEC (2017), com o intuito de analisar e relativizar conceitos e ações, visando qualificar o empreendedor (SEBRAE, 2017).

Desta maneira, conceitua como empreendedor os indivíduos que agem da seguinte forma: estabelecem objetivos e definem metas tanto em curto, médio ou longo prazo, mensurando-as e transformando-as em uma experiência desafiadora e significativa. São proativas, que aproveitam o mercado para diversificar os negócios ou valer-se dos nichos existentes (MONTEIRO, 2018).

Empreender é analisar riscos, realizar um planejamento estruturado, seguir cumprindo com as demandas solicitadas, é um entusiasta, motivador e se preocupa em oferecer um serviço de qualidade, reduzindo custos e primando pela fidelidade (MONTEIRO, 2018).

Para CARVALHO (2019), o empreendedor prima pela criatividade, persistente e pela formação e consolidação de uma rede de contatos, cristalizando um networking nos seus círculos de interesses. Foca nos resultados, age com celeridade e assume as responsabilidades.

É resiliente e possui um bom relacionamento interpessoal, primando pela ação conjunta, gestão compartilhada ou trabalho em equipe, enxergando os membros como colaboradores (CARVALHO, 2019).

Contudo, ainda que o empreendedor cumpra este *check-list* ou apresente tais características, há que se pontuar a necessidade de realizar parcerias, e aqui pode-se destacar como figura singular, o profissional contabilista essencial, para que a gestão ou inovação não fique comprometida. O papel da contabilidade e sua responsabilidade nas tarefas das corporações está em prover os usuários com informações contábeis sob os aspectos financeiros, sociais e ambientais, mediante a

transparência e orientação segundo seus princípios e convenções, permitindo aos stakeholders atender seus pressupostos nos seus negócios (VIEIRA, 2009).

Nesta perspectiva, a ciência contábil é fonte de informações que dão suporte aos diversos processos decisórios na governança corporativa. Assim o serviço de assessoria contábil, controladoria e gestão das finanças empresariais podem ser geridas sob um aspecto profissional e estratégico na tomada de decisões, seja na área de gestão de custos, de gestão financeira, de gestão de risco, ou outras. Portanto, a atuação que o contador atual apresenta no mercado ultrapassa o conceito de mero “gestor documental”, sendo uma base de grande valia estratégica no macroambiente empresarial (KOYAMA et al., 2018).

Os principais usuários da contabilidade são os empresários, investidores, empreendedores e as empresas. Neste prisma, o contador se traduz na figura que irá gerir os negócios, identificando oportunidades e criando novas formas de gestão. Ademais, executa a função de receber, de fazer novos investimentos e acompanhar o processo de tributação das empresas às quais presta atendimento (ANTUNES; 2010)

Segundo Rocha (2018) é de competência de o profissional contábil ter a capacidade de identificar potenciais lucros no mercado para oportunizar novos negócios, aos seus clientes. Esse fato é cada dia mais habitual, já que as demandas são necessárias, e portanto, requer mais controle, *compliance* e organização para a sobrevivência da empresa. “O empreendedor é aquele que detecta uma oportunidade e cria um negócio para capitalizar sobre ela, assumindo riscos calculados” (DORNELAS, 2016).

A principal função da contabilidade está em transformar os fatos patrimoniais em informações, isso torna o papel do contador cada vez mais fundamental dentro das empresas, uma vez detentor de toda a história da organização. Desta forma, o contador não está limitado a ser somente um informante para as organizações, sua função vai muito além. Ele precisa estar preparado para participar da tomada de decisões da empresa e, suas múltiplas funções, faz dele um protagonista para identificar erros e corrigi-los através das informações que a contabilidade tem disponível (FERNANDES; ANTUNES; 2010).

Segundo Eckert (2004) contabilidade e empreendedorismo caminham juntos, já que ao contador cabe a tarefa de orientar, auxiliar, fornecer ferramentas e

informações eficazes para a gestão, o que prolonga o funcionamento e melhora consequentemente, o lucro das empresas.

A partir do supracitado, fica notório que a imersão da contabilidade no empreendedorismo, será primordial na dimensão dos controles e procedimentos internos das empresas, sejam elas microempresas ou empresas de pequeno porte, para enfrentar o mercado, onde muitos dos empresários são empreendedores por necessidade, sem conhecimento nenhum de gestão e conformidade, portanto, precisam de contadores para orientar e conduzir a empresa no melhor caminho para seu crescimento (ANDRADE, 2018).

Segundo Manduca (2016), existem duas formas de empreendedorismo o Empreendedor Individual e o Intraempreendedor. Sendo o Empreendedor Individual aquele indivíduo que exerce seu trabalho de forma liberal, podendo criar sua empresa sozinha, ou abrir uma franquia. Geralmente, busca independência e enxerga as suas habilidades como sinônimo de realização pessoal.

O Intraempreendedor pertence a uma organização empresarial, almejando crescimento profissional. Cabe ressaltar que a organização que possui esse tipo de empreendedor precisa estar atenta ao ambiente e liderança colaborativa, a fim de proporcionar crescimento profissional para os seus colaboradores/equipe. (MALHOTA, 2018).

Para Patel (2021), existem, no Brasil, 14 tipos de empreendedores: Empreendedor público; corporativo; cooperado; inesperado; informal; do conhecimento; normal; serial; herdeiro; interno; individual; franqueado; social e digital.

Além da ampliação profissional, há que se ressaltar a diferenciação entre intraempreendedores e empreendedores, destacando-se que o intraempreendedorismo ainda é uma temática nova e que é uma modalidade de empreendedorismo praticado por funcionários dentro da empresa em que trabalham (STEPHEN, 2021).

O porte negócios e contabilidade

Segundo Ribeiro-Soriano (2017), desde a década de 1980, empreendedores e donos de pequenos negócios têm recebido maior reconhecimento como impulsionadores do crescimento econômico, mas diversos empreendimentos não

perduram, de acordo com o IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – (2019).

Para o referido instituto, os fatores são diferenciados, tais como: pouco conhecimento de mercado, ausência de identidade da marca e planejamento financeiro, ainda contam com a falta de planejamento estratégico e a não separação entre o orçamento pessoal e empresarial ou profissional.

No que se refere ao porte, torna-se critério distintivo, separando empresas de pequeno, médio e grande porte, consoante o SEBRAE/IBGE, diferenciando-se do Banco Nacional do desenvolvimento Sustentável que utiliza como fonte demarcadora, a receita operacional bruta da empresa.

Já o Estatuto da Microempresa caracteriza as empresas quanto o seu porte, utilizando outro parâmetro, o aspecto legal, tendo-se como expoente o art. 3 da Lei Complementar 123/2006, que se utiliza do conceito de receita bruta, para fins do disposto no caput deste artigo, o produto da venda de bens e serviços nas operações de conta própria, o preço dos serviços prestados e o resultado nas operações em conta alheia, não incluídas as vendas canceladas e os descontos incondicionais concedidos. (SARAIVA, 2009).

Nesta perspectiva destaca-se que a criação da Lei nº 128/2008 possibilitou uma oportunidade para os profissionais que atuavam no mercado informal, permitindo-lhes não só a legalização, como também o gozo dos benefícios disponibilizados, os chamados microempreendedores individuais. Estas ações puderam ser efetivadas através de uma ação fundamentada em documentos tripartites: a arrecadação simplificada em documento único (DAS), o Certificado, a condição de microempreendedor individual e o direito à concorrência a processos de licitações.

Frisa-se, então, que a contabilidade se reveste de uma assistência singular, a qual independe do porte da empresa. Para Marion (2017), a utilização da contabilidade independe deste porte, tornando-se singular para empresas de pequeno ou grande porte, ainda mais com o advento e ampliação dos microempreendedores.

Desta maneira, a gestão contábil possibilita a busca antecipada de soluções, na medida em que efetiva as seguintes ações: registrar, classificar e analisar todos os acontecimentos existentes no patrimônio das entidades, auxiliando,

sobremaneira, no processo para a tomada de decisão dos gestores ou administradores. (CHUPEL et al., 2014).

Como a ação empreendedora é crescente no Brasil, a contabilidade como ferramenta de gestão também se encontra sob um novo olhar por parte das organizações, pois, a segundo PADOVEZE (2016), a Contabilidade é um processo de comunicação de informação econômica para propósitos de tomada de decisão tanto pela administração como por aqueles que necessitam fiar-se nos relatórios externos.

Marcas do empreendedorismo no Brasil

De acordo com Dornelas (2016), o empreendedorismo tem se expandido no Brasil nos últimos anos, ganhando destaque e sendo fonte de apreço, no lapso temporal da década de 90 para 2000.

Em 2019, 55 países participaram da pesquisa do GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*, onde o Brasil atingiu a 2ª maior marca de Total de Empreendedores da sua série histórica, ou 38,7% da população adulta. Estimou-se a marca de 53,4 milhões - do número de pessoas tipificadas como adultas (na faixa-etária de 18 a 64 anos) – detentoras de um negócio, quer seja formal ou informal ou que vislumbravam empreender, futuramente (SEBRAE, 2019).

Consoante esta pesquisa, o Brasil figura entre os 10 países que mais consideram a escassez de emprego como fator motivador para empreender, tal como a África do Sul e Índia. Outro dado sinalizado nesta pesquisa é que as mulheres e pessoas negras, na idade entre 34 e 55 anos, são as que mais empreendem, em virtude de escassez de emprego; 37% da população entrevistada sonhava em ter o seu próprio negócio, superando o sonho de crescer profissionalmente em uma empresa, fato que atingiu a marca de 23% (SEBRAE, 2019).

Todavia, diante da pandemia da Covid-19, esse panorama sofreu um decréscimo, sendo as empreendedoras ou o universo feminino o mais afetado. O número de empreendedoras já estabelecidas diminuiu 62% de 2019 para 2020 — queda maior do que a verificada entre os homens (-35%), dados retratados segundo GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*, 2021.

Segundo o levantamento mencionado, o número de empreendedores brasileiros caiu de 53,4 milhões, em 2019, para 43,9 milhões, em 2020. No reverso

da medalha, pontua-se que só ocorreu crescimento entre as empreendedoras nascentes — com até três meses de atividade — notando-se um crescimento exponencial de (49%) de 2019 para 2020. Já no panorama das novas empreendedoras, que têm de 3 meses a 3,5 anos de operação, ocorreu um decréscimo de 35%. Considerando a Taxa de Empreendedores Estabelecidos – negócios com mais de 3,5 anos de existência - (TEE=16,3%), o Brasil apresentava, em 2019, a 2ª maior marca Global, inserindo-o em uma posição de liderança entre os BRICS, EUA, Colômbia, México e Alemanha.

No universo masculino, houve crescimento de 7% em ambas as categorias, entretanto a taxa de empreendedorismo brasileiro atingiu o menor patamar dos últimos oito anos. Se em 2013, esta taxa era de 38,7%, atualmente esta taxa orbita em torno de 31,6%. Com esse índice, o Brasil ocupa a posição de sétimo lugar em taxa total de empreendedorismo global, sendo que antes ocupava a quarta posição, ou a quarta melhor marca de TTE – Taxa Total de Empreendedorismo - do mundo e a maior taxa entre os BRICS.

O Sebrae (2020) lista 6 dicas para os pequenos negócios que atendem ao público de acordo com medidas restritivas do governo. A Saber: proteger a equipe com os equipamentos de proteção preconizados, além da prática de reuniões on-line; reinventar-se: implementar o serviço de vendas on-line e delivery, privilegiando uma comunicação mais incisiva nas redes sociais; inovar na crise sem perder o quesito qualidade, já que confiança é fundamental para a fidelização; rever os gastos fixos; renegociação e auxílio especializado.

Quando se toma como escopo, unicamente, os empreendedores estabelecidos — com mais de três anos e meio de atuação —, a queda na taxa de empreendedorismo se torna ainda maior, passando de 16,2% para 8,7%, consolidando uma redução de quase 50%, consoante o Sebrae (2021).

Entretanto, este decréscimo não deve se traduzir em um abandono da gestão ou à área contábil. Para a Revista News (2018), os pequenos negócios, traduz uma força na geração de emprego e renda, o que poderá se observar através dos dados mensais que o Ministério do Trabalho e Emprego divulga a partir das informações consolidadas na CAGED (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados), reforçando-se, desta maneira, o estímulo a novos empreendimentos, mas sobretudo demonstra a necessidade de acompanhamento por parte da contabilidade financeira ou gerencial, a qual será relativizada, em tópico a seguir.

Para constatar o papel dos pequenos negócios na oferta de emprego, o gráfico a seguir traz os recentes dados do Ministério do Trabalho, 2022.



Gráfico 1.

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, 2022, <http://pdet.mte.gov.br/novo-caged>.

A contabilidade

A contabilidade é uma ciência que objetiva a entrega de dados concretos sobre a real situação financeira e econômica de determinada empresa. Almejando-se, então, estudar a trajetória da organização nos seus aspectos financeiros, patrimoniais e econômicos, apresentando futuras estimativas. Tal ação possibilita ao empreendedor conhecer fidedignamente a sua empresa, permitindo-o a realizar planejamentos e atitudes antecipadas, através do mapeamento dos controles, da análise da gestão focada na *compliance* tributária, financeira e econômica, desde que seja implementada todas as ações de governança (UPIS, 2019).

Neste contexto, esta contabilidade possibilita que a empresa se afine melhor com a realização de ações, metas e prazos, além de alertar aos clientes sobre os direitos e deveres que lhe são inerentes, equilibrando-se, destarte, a relação entre empregado e empregador (OLIVEIRA, 2005).

Para tal, compilam-se dados sobre todos os setores da empresa, efetivando-se um registro esmiuçado e sistemático das operações financeiras através da elaboração dos demonstrativos e relatórios legais e gerenciais, como Balanço

Patrimonial; Demonstração de lucros e prejuízos; Demonstração de resultados; Aplicações de recursos; Balancetes e Movimentação de caixa. (JIAMBALVO, 2002).

A contabilidade se além a estas principais funções, todavia o seu leque é vastíssimo, sendo caracterizado por diferenciados ramos, destacando contabilidade tributária ou fiscal; contabilidade financeira; contabilidade gerencial; contabilidade de custos e etc. aqui não esgotando, mas estas são fontes de inúmeras informações que subsidiariam os pequenos negócios na sua trajetória empreendedora (UPIS, 2019).

Por fim, com o advento da Covid19, o fator contabilidade tornou-se mais evidente, uma vez que as empresas não preparadas economicamente viram seus projetos, metas e estratégias findarem. A adoção de boas práticas de governança e implementação de estruturas mais sólidas melhoram a gestão e contribui para que se obtenha resultados satisfatórios, ressaltando que a práticas de gestão cabe em qualquer tamanho de negócios (KPM,2020).

A contabilidade como ciência, munida de um processo lógico e sistemático de registro, tornou-se o mais eficiente sistema de informação que uma organização pode ter. É constituída por um extraordinário banco de dados que consolida diversas operações econômico-financeiras e patrimoniais, convergindo em informações que são bases para o conhecimento e tomada de decisão nas organizações (GUERRA, 2019).

Desta forma, conforme (BELYH, 2019), um sistema de controle de gestão é um instrumento que as empresas podem usar para medir seu desempenho e comparar seus objetivos desejados com seus objetivos reais, e a contabilidade faz parte desse sistema.

METODOLOGIA

O presente trabalho procurou delinear os dados através da pesquisa descritiva. Esse tipo de pesquisa visa descrever características de uma população, amostra, contexto ou fenômeno. Normalmente são usadas para estabelecer relações entre construtos ou variáveis nas pesquisas quantitativas, tratam-se de pesquisas que buscam levantar a opinião, atitudes e crenças de uma população Gil (2017).

Tais pesquisas, normalmente de caráter quantitativo, buscam a identificação e descrição de características de grupos de pessoas ou de fenômenos. Quando feitas de forma qualitativa, tendem a utilizar mapas, modelos ou quadros descritivos para

categorizar características. De modo geral, buscam aprofundar fenômenos já explorados nas pesquisas exploratórias, buscando características e modelos que melhor os descrevam (BEUREN,2006)

Contudo, o presente trabalho foi constituído de uma pesquisa baseada em coleta de dados públicos com os seguintes critérios: estabelecimentos localizados na cidade de Três Rios; porte de micro e pequenas empresas, baseando-se em dados de 2020, considerando as características de ramo, gênero e ambiente. Para tanto, utilizou-se de estudo através de levantamento de dados publicados na plataforma SEBRAE e GEM - *Global Entrepreneurship Monitor*, em parceria com o IBPQ - Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade.

A finalidade aqui empregada no estudo dos dados é ressaltar o excepcional número de empresas que surgem a cada ano e a representatividade dos micro e pequenos negócios é exponencial e requer cuidados sobre sua gestão, uma vez que é responsável por um grande número de empregos.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Dados do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) mostram que, em 2020, foram abertas 626.883 micros e pequenas empresas em todo o país. Desse total, 535.126 eram microempresas (85%) e 91.757 (15%) eram empresas de pequeno porte, sendo um maior número de unidades abertas no setor de serviços combinados de escritório e apoio administrativo em torno de 20.398 microempresas e 3.108 pequenas empresas. No setor do comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios estão concentradas 16.786 microempresas, 2.469 pequenas organizações e 13.124 empresas estão representadas na categoria restaurantes e similares. Já o setor construção de edifícios expressa-se em 2.617.

Para ressaltar a importância das microempresas e pequenas empresas, fruto deste estudo no município de Três Rios, será demonstrado os dados consoante com o ano de 2020, explorando dados advindos do Sebrae e IBGE, assim tem-se que: dos estabelecimentos 6.677 são microempreendedores individuais (MEI) que representam 49,70% são mulheres e 50,30% são homens na faixa de 42 anos de idade, distribuídos entre 5 ramos como: Reparação e manutenção de outros objetos e equipamentos pessoais e domésticos; Restauração e conservação de lugares e prédios históricos; Reparação de joias; Horticultura e Restauração de obras de arte.

Para as microempresas os estabelecimentos somam 9.818 e Empresas de pequeno porte 567 estabelecimentos.

Destaca-se, ainda, que segundo Sebrae (2020), os pequenos negócios da cidade de Três Rios/RJ empregam 31,9% de funcionários na pequena empresa e 23% na microempresa, principalmente no ramo de prestação de serviços representando 32,8%, seguido de 29,9% na indústria e 23,4% no comércio.

Verifica-se, desta forma, que o caso do município de Três Rios demonstra uma liderança determinada em transformar o ambiente empresarial em favor da MPEs. Desenvolvendo no município um conceito de cidade empreendedora, conceito este que é retratado através de empresas ou microempresas como Nestlé, Latapackball, Neobus, T´Trans e milhares outras empresas, de todos os portes e setores, instaladas, em Três Rios. Todo esse conglomerado gerou mais de 14 mil empregos, e abriu portas para 2.500 (duas mil e quinhentas) formalizações de Microempreendedores e Empreendedores Individuais (MONNERAT e ALTAF, 2017).

Observados os dados, e a partir disso, tornam-se relevantes aplicar os conceitos de governança corporativa, utilizando-se de metodologias e ferramentas oferecidas para suprir a necessidade de controle nos processos operacionais, bem como disponibilizar informação que darão apoio ao processo decisório.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Destaca-se que empreendedorismo é a capacidade ou dom em identificar problemas e oportunidades, traduzindo-o em uma proposta inovadora, ou que atenda a um nicho específico. Observa-se, também, que esta ação deve vir antecedida de análise e planejamento, a fim de que o empreendedorismo não fique restrito ou preso ao empreendedorismo inicial, fazendo, desta forma, parte do triste quadro de pequenas e microempresas que não conseguem sobreviver mais que 5 (cinco) anos no mercado.

Pelo fato de o Brasil ser um país exponencial em empreendedorismo, sobretudo sendo referência em micro e pequenas empresas, demonstra-se a necessidade de se utilizar a análise gerencial, fazer uma leitura dos números, estudando-os a partir dos relatórios que a contabilidade ilustra a partir dos fatos e transações ocorridas na gestão das empresas.

Em âmbito geral, analisa-se que o empreendedorismo, principalmente o MEI teve uma expansão expressiva, no período da pandemia, o cenário dos micro e

pequenos negócios movimentam-se em diversos setores, para tanto, manter-se no mercado requer foco, despertar-se para novas oportunidades, necessidade de se reinventar e manter-se no controle da gestão, no gerenciamento dos processos e prevenir-se financeiramente. Desta forma, o destaque para que o empreendedorismo está na contabilidade passando a ser vista como parte dos processos, relacionando-se com governança e compliance como ferramenta que se complementa na tomada de decisão.

Para tanto, torna-se vital planejar, ter capital de giro para arcar com os gastos fixos, evitando-se o surgimento de dívidas ou a prática corriqueira da renegociação, equilibrar a gestão financeira e econômica, permitindo maior sobrevivência dos pequenos negócios no mercado. Obviamente, tal ação necessita de auxílio especializado, via de regra, e nesta seara, a contabilidade torna-se um processo distintivo.

Por fim, mostra-se que na análise sobre a gestão de micro e pequenas empresas no município de Três Rios, pertencente à região Centro-sul do estado do Rio de Janeiro, a cidade em questão se tornou referência e destaque de empreendedorismo para micro e pequenas empresas, porque foi realizado todo um trabalho e planejamento para expansão e consolidação deste setor, apostando-se na governança corporativa, bem como pelo fato que o empreendedorismo mostra-se um caminho para o crescimento do país e maior oportunidade de distribuição de renda.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Cristiane Figueiredo Andrade de. **Entrepreneurship in Accounting: The Challenges of Entrepreneurial Accounting in Small Businesses**. 2018 35f. Trabalho de Conclusão de Curso Graduação em Ciências Contábeis – UNIME, Salvador, 2018.

ANTUNES, Roberto. **Comunicação integrada de Marketing: uma visão global**. São Paulo: Saraiva, 2010.

BELYH, Anastasia. **Sistema de Controle de Gestão - Definição, Características e Mais**. CLEVERISM, 2019. Disponível em: <<https://www.cleverism.com/management-control-system-guide/>>. Acesso em: 6 abr. 2021.

BEUREN, I. M. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BRASIL. **Lei Complementar n.º 123**, de 14 de dezembro de 2006. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 31 jan. 2009. Seção 1, pt. 1, p. 1-12.

_____. **Lei Complementar n.º 128**, de 19 de dezembro de 2008. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 22 dez. 2008. Seção 1, pt. 1, p. 1-7.

CARVALHO; Sérgio Santos. **Gestão de Marketing**. São Paulo: Saraiva, 2019.

CHUPEL, J. F.; SOBRAL, E.; BARELLA, L. A. (2014). A importância da contabilidade para microempreendedor individual. **Revista Eletrônica da Faculdade de Alta Floresta**, v. 3, n. 2, p. 64-82, 2014.

DANTAS, V. B. (2020); **Metodologia da investigação em ciências humanas**; Lisboa: Instituto Piaget.

DOLABELA, Fernando. **Pedagogia Empreendedora**. 1 ed. São Paulo: Editora de Cultura, 2003

DORNELAS, J. **Empreendedorismo para visionários**: desenvolvendo negócios inovadores para um mundo em transformação. 1ª ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.

ECKERT, L. (2004). **O contador como consultor das micro e pequenas empresas**. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/124706/Contabeis296129.PDF?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 15 de maio de 2022.

Empretec (2017). Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/rn/sebraeaz/empretec-2017,9d72dcc527bfa510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em jun. 2022.

FERNANDES, W.A; ANTUNES, M.A. (2010). **O profissional da contabilidade: um perfil da atualidade**. Disponível em: http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2010/anais/arquivos/_0721_01.pdf. Acesso em: 18 de maio de 2022.

Freitas, L. R. (2020). **Perfil empreendedor do profissional contábil**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis). Universidade de Cruz Alta. Cruz Alta.

GEM (Global Entrepreneurship Monitor). 2019. Informe GEM España 2019 [GEM Spain Report 2019]. Red Española de Equipos Regionales [Spanish Network of Regional Teams]. <http://www.gemconsortium.org/>. [Google Scholar]

GIL, Carlos, A. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**, 6ª edição. São Paulo, Atlas, 2017.

Global, Sebrae (2019). Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/sebraeaz/semana-global-do-empreendedorismo2019bf3963b76340e610VgnVCM1000004c00210aRCR>

D. Acesso em ago. 2022.

GUIA DO PREFEITO EMPREENDEDOR 2013. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em set. 2022.

GUERRA, Felipe. **Descomplicando o SPED: aspectos operacionais do Sistema Público de escrituração Digital**. 2.ed. Fortaleza: Fortes, 2019.

IBGE – **INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA**, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/3086/pnacm_2019_abr.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2022.

IBQP (2021). Disponível em: <http://ibqpbrasil.com.br>. Acesso em ago. 2022.

JIAMBALVO, J. **Contabilidade Gerencial**. Rio de Janeiro: LTC, 2022.

KIENBAUM, G. (2021). Transformar lideranças, pessoas e negócios. Disponível em: <https://kienbaum.com.br/wp-content/uploads/2021/06/Whitepaper-Transformacao-PT.pdf>. Acesso em ago. 2022.

KOYAMA, C. M. **O perfil do profissional contábil e as diretrizes de uma nova grade curricular**. Revista de Estudos Contábeis, v. 1, n. 1, p. 57- 76, 2018.

KPMG. **Guia Prático do Compliance: o que você precisa saber para começar**. KPMG Business School. Novembro. 2020.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing**. Porto Alegre: Bookman, 2018.

MANDUCA Alexandre. **Empreendedorismo: uma perspectiva multidisciplinar**. 1ª ed. Rio de Janeiro: LTC, 2016.

MARION, José Carlos. **Introdução à Contabilidade Gerencial**. São Paulo: Editora Saraiva, 2017.

MENDES, Renato Cruz. **GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS: Um estudo sobre sua aplicação e utilização em micro e pequenas empresas**. Programa de Pós-Graduação em Administração. Mestrado acadêmico. UFRRJ, 2018.

Ministério do Trabalho e Emprego (2022). Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-previdencia/pt-br>. Acesso em set. 2022.

MONNERAT, C. N.; ALTAF, J.G. (2017) A GESTÃO MUNICIPAL COMO AGENTE DE DESENVOLVIMENTO LOCAL: O CASO TRÊS RIOS CIDADE EMPREENDEDORA. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos15/1322253.pdf>. Acesso em set. 2022.

MONTEIRO, Francisco. **Marketing estratégico**. São Paulo: Atlas, 2018.

MORAIS, Rosa Amélia Carvalho; JÚNIOR, Agenor Campos Barreto. **A Importância da Contabilidade Gerencial para Microempresas e Empresa de Pequeno Porte**. ID on line REVISTA DE PSICOLOGIA, v. 13, n. 43, p. 903-921, 2021.

OLIVEIRA, D. de P. R. **Sistemas de Informações Gerenciais: estratégicas, táticas e operacionais**. 10º ed. São Paulo: Atlas, 2005.

O DIA. Prefeito de Três Rios ganha o prêmio máximo do Sebrae. Disponível em: <https://odia.ig.com.br/odiaestado/2014-04-14/prefeito-de-tres-rios-ganha-o-premio-maximo-do-sebrae.html>. Acesso em out.2022.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **CONTABILIDADE GERENCIAL: Um enfoque em sistema de informação contábil**. Saraiva, 7a Edição, 2016

PATEL, Claude. **Marketing: estratégia e valor**. São Paulo: Saraiva, 2021.

Revista New. (2018). Disponível em: <https://revistanews.com.br/tag/contabilidade>. Acesso em ago. 2022.

Ribeiro-Soriano, D. (2017). A bibliometric analysis of businesss. **Entrepreneurship & Regional Development** 29 (1-2), 1-3, 2017.

ROCHA, Rudimar Antunes da. **O pensamento racional lógico, a intuição e a criatividade no processo de administração estratégica: um estudo de multicasos**. 228 f. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis (SC), 2012.

SARAIVA, José. **Gestão por processos: uma abordagem da moderna**. Editora, Saraiva, 2005.

SEBRAE (2017). Empretec. Disponível em: sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/conheca-as-caracteristicas-empreendedoras-desenvolvidas-no-empretecd071a5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD. Acesso em ago. 2022.

SEBRAE (2019). Semana Global do Empreendedorismo. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/sebraeaz/semana-global-do-empreendedorismo-2019,bf3963b76340e610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em ago. 2022.

Sebrae e IBGE. Disponível em: <https://www.maismei.com.br/mei-microempreendedor-individual-tres-rios-rj>. Acesso em set. 2022.

SEBRAE, EMPRETEC (2017). Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/rn/sebraeaz/empretec-2017,9d72dcc527bfa510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em ago. 2022.

SEBRAE, GEM. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Busca?q=pesquisa%20GEM>. Acesso em ago. 2022.

SEBRAE (2021). Portal Sebrae. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>. Acesso em ago. 2022.

STEPHEN, John. **Dicionário de Negócios**. São Paulo: Saraiva, 2021.

SCHUMPETER, Joseph. **O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico**. In A Teoria do Desenvolvimento Econômico. Rio de Janeiro: Nova Cultural, 1985

UPIS (2019). Disponível em: <https://upis.br/noticias>. Acesso em ago. 2022.

Vieira, R. (2009). **Paradigmas Teóricos da Investigação em Contabilidade**. In M. J. Major & R. Vieira (Eds.), Contabilidade e Controlo de Gestão: Teoria, Metodologia e Prática (pp. 11–34). Lisboa: Escolar Editora.

ESTRATÉGIA *OMNICHANNEL* E AS DIFICULDADES EM RELAÇÃO AO ICMS: RELATO DE CASO DE UMA EMPRESA VAREJISTA DO RAMO DE ELETRODOMÉSTICOS E ELETROELETRÔNICOS

Acadêmicos: Gerson Ramos de Paula e Maiara Alves de Souza

Orientadora: Cristiabel Helena da Silva Villela

Linha de Pesquisa: Contabilidade e Mercado Financeiro

RESUMO

A estratégia *omnichannel* apresenta-se de forma promissora no sentido de unir todos os canais de venda e proporcionar ao consumidor uma experiência única de compra, fidelizando clientes e aumentando as vendas. Apesar disso, as empresas optantes por essa estratégia têm se deparado com os impactos causados pelo ICMS. Essa pesquisa teve como objetivo relatar o caso de uma empresa varejista do ramo de eletrodomésticos e eletroeletrônicos, ressaltando a estratégia *omnichannel* e as dificuldades em relação ao ICMS. Para isso, foi realizado um estudo de caso com uma empresa do ramo varejista filial, sediada na cidade de Três Rios/RJ, com dados públicos disponibilizados no site da empresa, artigos, entrevistas online e sem a identificação da empresa para indicar os principais desafios referentes ao ICMS que a empresa optante pela *omnichannel* enfrenta. Diante dos dados apresentados, conclui-se que a complexidade da tributação do ICMS tem impactado diretamente neste tipo de estratégia da empresa pesquisada principalmente em relação à trocas, devolução do produto e a retirada em loja, causando muitas vezes guerras fiscais pelos estados, bitributação para a empresa, ou inviabilização de alguns procedimentos. Observa-se que os resultados obtidos através da pesquisa, trata-se da realidade da empresa estudada, não devendo ser considerado como realidade de todas as organizações.

PALAVRAS CHAVES: Varejo, e-commerce, ICMS, *omnichannel*, tributação

INTRODUÇÃO

As práticas comerciais conhecidas na atualidade passaram e passam por diversas modificações, adaptando-se, então, às novas demandas e necessidades dos consumidores, perpassando pelo escambo até chegar atualmente ao comércio eletrônico (ORTIGOSA,2010). O *e-commerce* que já vinha ganhando consumidores intensificou-se durante a pandemia da covid-19, principalmente pela vantagem de se comprar, usufruindo do conforto e segurança de seu lar (OLIVEIRA, 2021).

Uma nova modalidade de venda vem conquistando clientes devido a experiência de integração dos diversos canais de atendimento que as lojas possuem. A estratégia *omnichannel* possui diversas vantagens no sentido de atrair clientes, pois disponibiliza várias formas de se fazer as compras, vem possibilitar o consumidor adquirir seus produtos da maneira que desejar, tornando-se assim um meio de venda mais atrativo (BURDINSKI, 2022).

Apesar de promissor, esse novo gerenciamento de vendas poderá deparar-se com diversos desafios para sua implantação e adaptação às necessidades de clientes e lojistas. Dentre os desafios que surgem, um deles em especial seria em relação ao ICMS (Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços), pois ele tem se tornado um fator decisivo quando se quer implantar o *omnichannel*. O ICMS é um imposto que incide sobre a circulação de mercadorias e serviços, cujo a sua responsabilidade fica a cargo dos estados, tributo cobrado de forma mais evidente sobre os produtos, nas suas diversas formas (CONTABILIZEI, 2021).

Desta forma uma reflexão acerca das dificuldades enfrentadas na implantação do *omnichannel*, torna-se extremamente importante em um mundo cada vez mais globalizado e tecnológico. Essa nova estratégia, que pretende continuar o processo de representatividade e consolidação, tem-se mostrado tendência no varejo.

Partindo dessa premissa esta pesquisa possui responder a seguinte questão norteadora: Quais os desafios para o desenvolvimento do varejo no *omnichannel* frente ao impacto do ICMS nas vendas online e presencial? Qual o destaque em relação às vendas online que seja realmente vantajoso manter essa estratégia de mercado? Assim, objetiva-se com este trabalho relatar o caso de uma empresa varejista do ramo de eletrodomésticos e eletroeletrônicos, ressaltando a estratégia *omnichannel* e as dificuldades em relação ao ICMS.

Desta forma, a presente pesquisa justifica-se pela ponderação sobre alguns dos diversos problemas e dificuldades encontrados pelos lojistas, quando desejam implantar os novos canais de vendas e mais notadamente o *omnichannel* no varejo. Trabalhos como este traduzem-se como importantes, já que realizam atualização da temática, além de possibilitarem a visualização das dificuldades reais de uma empresa, no que concerne às implicações do ICMS incidentes sobre operações *omnichannel* sejam observados e analisados.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Práticas comerciais: do escambo ao e-commerce

De acordo com Ortigoza (2018) a data de surgimento dos primeiros comércios não é conhecida. O que se sabe é que ela é uma prática muito antiga e que teve seu início baseado em trocas de produtos e mercadorias. Com o passar dos tempos, o comércio passou por diversas mudanças, acompanhando a globalização e as demandas exigidas por ela. Dentre as maiores mudanças observadas, destaca-se a tecnologia, a qual, sem dúvida, efetiva-se como uma mudança significativa na forma de vender e comprar da atualidade. É neste cenário de mudança que surgiu o comércio eletrônico, também conhecido como *e-commerce*. De acordo com Oliveira (2021)

O *E-commerce* – ou, traduzindo o termo para o português, comércio eletrônico – é um modelo de vendas que se baseia na internet para comercialização de serviços ou produtos. O mercado de vendas online engloba canais como computadores, celulares, aplicativos e, claro, lojas virtuais próprias (OLIVEIRA, 2021 p.1)

O *e-commerce* é um segmento que tem crescido no mundo todo movimentando cerca de 4,9 trilhões por ano. Dados de um estudo realizado pela Nuvem Shop mostraram que esse segmento não para de crescer. O recorde histórico de crescimento ocorrido em 2020 foi superado em 2021 com um aumento de 16,8% em receita (OLIVEIRA, 2021).

O *e-commerce* tem sido uma dessas tendências inovadoras na incorporação das tecnologias para avanço do comércio internacional, sendo diretamente presente na facilitação da comercialização, além de facilitar a aproximação de possíveis parceiros comerciais e propiciar um fluxo mais eficiente de informações e trocas de conhecimentos (SOUZA; MELO, 2019 p.2).

A pandemia de Covid-19 que assolou o país e o mundo trouxe mudanças significativas para vida do consumidor, vista sob diferentes enfoques, o modo de comprar foi um deles. O comércio foi um dos setores mais atingido, destacando-se pela queda significativa em suas vendas. Diante da presença de tantas dificuldades impostas, a solução encontrada pelos lojistas foi buscar no comércio eletrônico uma saída para não fechar as portas e aumentar suas vendas (ALMEIDA et. al., 2021).

De acordo com o relatório da *Mastercard Spendingpulse*, um indicador de vendas no varejo, que inclui pagamentos de todos os tipos em uma série de

mercados globais, o e-commerce brasileiro apresentou um crescimento de 75% em 2020 se comparado ao ano anterior, isso se deu, sobretudo, após o início do isolamento social (VILELA, 2021 p.1).

Esse relatório mostra como a pandemia mudou a maneira de comprar dos consumidores e como o *e-commerce* mostrou-se primordial para que diversos lojistas conseguissem manter o seu negócio mesmo diante de uma crise sanitária e suas restrições. O mundo digital nas vendas que já era uma tendência devido a sua versatilidade e por apresentar preços mais baratos foi impulsionado pela pandemia, virando uma realidade para muitos, passando a desempenhar importante papel frente ao comércio em geral, fato é que tem tudo para ser a principal forma de comprar daqui para frente (VILELA, 2021).

Estratégia *omnichannel* e suas vantagens no varejo

Utilizado e popularizado nos Estados Unidos a partir de 2011, o termo *omnichannel* foi usado em referência a forma de integrar todos os canais físicos e virtuais disponíveis de atendimento ao cliente (BURDINSKI, 2022). Já para Carvalho (2020 p. 17), “o omnichannel apresenta-se como uma das vertentes do marketing digital, indo além da integração de canais de vendas, mas agregando valor na experiência de consumo”.

Para Kautnick (2021) a prática é uma forma de integração das lojas virtuais e físicas juntamente com os compradores de modo a explorar todas as interações possíveis. Essa prática é uma tendência que foca nas experiências dos consumidores abrindo um leque de canais para suas compras, permitindo assim colocar o cliente como foco e conhecer as suas preferências.

Essa estratégia permite ao cliente vivenciar o online e o offline sem notar diferenças durante suas compras, integrando e convergindo todos os canais disponibilizados pela empresa, para oferecê-lo uma experiência única. Estar presente no ecossistema digital tornou-se tendência no varejo, sua adesão, na atualidade, não se trata mais de um diferencial e sim de uma necessidade, fala-se em um online dentro do presencial (REIS, 2021).

Segundo Chaves e Buzoli (2020), entender que o sucesso do *omnichannel* reside no fato de, atualmente, pode-se contar com consumidores bem diferentes daqueles do passado, uma vez que a maioria hoje vive conectado, vivenciando o virtual instantaneamente através das redes.

Demonstra-se, então, que os clientes não fidelizam apenas uma marca, mas buscam viver uma boa experiência no ato de comprar. Com o mercado digital, o consumidor vira protagonista, podendo usufruir de uma agradável experiência, ao utilizar vários canais. Neste mundo cada vez mais conectado, o tempo transformou-se em algo muito precioso e os clientes, sem tempo para comprar, buscam comodidade, soluções rápidas e satisfatórias para adquirir um bem ou um serviço (KAUTNICK, 2021).

Desafios do varejo *omnichannel* frente às dificuldades do ICMS

O varejo tem uma importância indiscutível no desenvolvimento econômico do Brasil: cuida de uma tarefa primordial, em se tratando da distribuição da cadeia produtiva do país, pois para os fabricantes seria impensável uma logística própria para que toda sua produção chegasse até o consumidor. O impacto negativo poderia ser refletido nas mais diversas situações, custo elevadíssimo, malha viária de difícil acesso e acondicionamento do produto. Então, diante deste cenário, surge a figura do varejista, que passa a assumir a distribuição da produção, comprando e revendendo, passando a prestar um papel inestimável junto a sociedade (BUHAMRA,2012).

Em meio a todo esse processo, um outro fator de grande desafio é o imposto sobre circulação de mercadorias e serviços (ICMS), compreender o sistema tributário brasileiro também é uma tarefa árdua, o ICMS é um dos tributos mais complexos que se tem no rol taxativo de impostos do Código Tributário Nacional (CTN). (DOMINGUES ,2021). O ICMS é um imposto previsto na constituição federal de 1988:

Art. 155 - Compete aos Estados e ao Distrito Federal instituir impostos sobre: (...) II - operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação, ainda que as operações e as prestações se iniciem no exterior; (grifo acrescentado).

Art. 155, § 2º - O imposto previsto no inciso II [ICMS] atenderá ao seguinte: I – será não cumulativo, compensando-se o que for devido em cada operação relativa à circulação de mercadorias ou prestação de serviços com o montante cobrado nas anteriores pelo mesmo ou outro Estado ou pelo Distrito Federal.

De acordo com (Trycorp 2019 p.1) o sistema de tributos do Brasil é considerado uma malha muito complexa

composta por dezenas de impostos e regras de âmbito municipal, estadual e federal. Para o comércio varejista, essa carga é um pouco mais pesada e complexa, pois recai sobre ele boa parte do recolhimento do ICMS devido no país. Por ser de caráter estadual, o imposto tem regras de recolhimento bastante complexas e diferenças de alíquota em cada unidade da federação.

Até o século XX, era muito fácil identificar uma venda, já que estas ocorriam de maneira separada. Uma venda realizada em loja física ocorria de forma distinta de uma venda online. Entretanto isso mudou muito com o desenvolvimento do *omnichannel*. Nessa perspectiva os impostos sobre os produtos também ocorriam de forma separada em relação aos dois formatos de se vender. Quando se fala, no entanto, na relação venda versus ICMS, frente a implantação do comércio virtual, o varejista se depara com obstáculos quando há integração dos canais de vendas online e presencial ou off-line em uma única venda (DOMINGUES ,2021).

O Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços é um tributo estadual que incide sobre produtos de diferentes tipos, desde eletrodomésticos a chicletes, e que se aplica tanto a comercialização dentro do país como em bens importados (CONTABILIZEI, 2021 p.1)

O ICMS tem o seu valor acrescentado ao preço dos produtos ou dos serviços prestados, sendo assim, na prática são cobrados de maneira indireta. Quando uma mercadoria é vendida ocorre o fato gerador, e assim o tributo passa a ser cobrado do consumidor que se torna o titular do produto adquirido. Fato é que o ICMS, por ser um tributo de alta arrecadação, com alíquotas diferenciadas e legislação distinta por estados federados, o torna um imposto com inúmeras peculiaridades. É a principal fonte de arrecadação dos estados brasileiros e tem grande influência no PIB (Produto Interno Bruto) (DOMINGUES, 2021).

Com os lojistas disponibilizando meios eletrônicos para comprar em suas lojas físicas, isso tornou-se algo comum para seu cliente, uma vez que o mesmo poderá comprar produtos do estoque de uma loja física e recebê-los em sua residência. Neste sentido, a compra que ocorre no ambiente físico, através do virtual, só será efetivada posteriormente, mesmo tendo a mercadoria saindo de outro estabelecimento, ainda que seja do mesmo titular. Tal procedimento ou premissa tem gerado dúvidas em relação ao momento em que efetivamente ocorreu a venda e, conseqüentemente, ao local da compra. Diferentemente de quando as compras são realizadas em lojas on-line, por exemplo:

o consumidor tem um prazo de 7 dias para devolver o produto. Se a empresa permite que a devolução aconteça em uma loja física, precisa

atualizar o estoque, envolver a contabilidade e até o jurídico, devido a limitações na legislação do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços). (NL INFORMÁTICA, 2014 p.1).

No Brasil, as operações *omnichannel* mais comuns estão relacionadas às vendas híbridas, vendas on-line com retiradas do produto na loja física, tendo o cliente a opção de devolução de produtos na loja física. Apesar de todas as dificuldades em relação ao ICMS, o omnichannel é uma exigência do consumidor moderno que cada vez mais busca por integração de canais e as comodidades que eles podem oferecer (DOMINGUES, 2021).

Apesar dos diversos benefícios que esta solução *omnichannel* proporciona o varejo, faz-se necessário levar em consideração que os desafios propostos por essa nova estratégia poderão ser árduos devido à complexidade do ICMS, já que este trata-se de uma matriz constitucional de competência dos Estados, tendo leis instituidoras dentro das unidades federativas, que por sua vez contam com regulamentos próprios, desencadeando uma série de portarias e instruções normativas, compondo, assim, o arcabouço legislativo do tributo. (BURDINSKI, 2022).

A complexidade em adequar o omnichannel à legislação do ICMS, poderá se apresentar na devolutiva dos produtos, sobretudo quando este produto é devolvido e não tem o imposto incidente sobre ele restituído, ainda que o mesmo possa ser revendido. Neste caso, quando repassado para um novo cliente o imposto é novamente cobrado, causando a bitributação. Tal fato ocorre nas operações onde o estabelecimento recebedor da mercadoria ou produto é diferente daquele estabelecimento que efetuou a venda, dito quando se trata de compras efetuadas por consumidor final não contribuinte do ICMS. Esse entrave faz parte do desafio que o varejista virtual se depara quando opera entre lojas presenciais e e-commerce, bem como com o aspecto dos interesses, na aplicação do sistema tributário interestadual de um tributo partilhado como o ICMS (TORRES, 2020).

De acordo com Trycorp (2019), o ICMS ainda apresenta uma lacuna em seu sistema de arrecadação quando se fala no aumento das transações que ocorrem pela internet. Essa lacuna permite uma esperança por parte dos lojistas em relação às mudanças no modo de recolhimento do imposto, principalmente em relação ao peso fiscal e com relação à complexidade do imposto, já que esse tipo de transação é algo relativamente novo.

RELATO DE CASO

Esta pesquisa trata-se de um estudo de caso. A pesquisa de estudo de caso é um método de pesquisa científica que faz uma análise de um fenômeno através de sua abordagem real, através de um aprofundamento sobre o tema e permitindo informações para novos estudos sobre a temática em questão (MEIRINHOS; OZÓRIO, 2010).

O caso descrito é referente a uma empresa do ramo varejista de eletrodomésticos e eletroeletrônicos com mais de 1000 lojas físicas distribuídas em 18 estados do Brasil e lojas virtuais em endereços eletrônicos e aplicativos de compras (JACOBY, 2018).

O trabalho foi realizado, tendo como base filial sediada na cidade de Três Rios/RJ. O estudo de caso conta com dados públicos disponibilizados pela empresa em seu site, em entrevistas online, artigos e são relacionados aos últimos anos de atuação desta empresa no varejo.

Possui um site e aplicativo onde todas as suas plataformas estão integradas, traduziu-se como um fator decisivo, durante a Pandemia de Covid-19, período em que as lojas físicas tiveram que fechar suas portas. Além disso, a pandemia contribuiu para o aumento da procura pelo comércio on-line por consumidores, momento propulsor para se fazer uma adaptação ao novo meio de vender, o mercado digital. Entretanto, a referida empresa não renuncia às lojas físicas, mesmo tendo investido muito em tecnologia nos últimos anos. Tendo nessas lojas um potencial para a distribuição das vendas ocorridas nas lojas virtuais.

A integração dos canais online e offline de vendas conhecida como *omnichannel* é vista pela empresa como sucesso da marca, citando o modelo da unificação das entregas e retirada de um produto oriundo da venda online na loja física como principais destaques.

A empresa pesquisada embora reconheça tal sucesso, relata dificuldades em relação a tributação do ICMS, principalmente em relação a identificação do fato gerador, que antes era muito fácil de identificar porque a mercadoria era entregue no mesmo estado em que a loja física era situada. Após o *Omnichannel*, a identificação desse fato gerador ficou comprometida, já que o produto pode ser comprado em um estado e ter sua efetiva entrega do estoque de outro estado (QUADRO 1).

Quadro 1 - Os principais desafios encontrados pela empresa pesquisada ao implantar o omnichannel em relação ao ICMS.

Estratégia <i>Omnichannel</i>	Dificuldades em relação ao ICMS
(Retira em loja) Compra na loja virtual e retira na loja física.	<ul style="list-style-type: none"> • Envolve dois estabelecimentos; • Podem estar em estados diferentes; • ICMS é pago ao estado onde a compra foi efetivada
Trocas e devoluções de produtos.	<ul style="list-style-type: none"> • o imposto ICMS não é devolvido quando o produto é vendido novamente; • o ICMS é cobrado duas vezes;
(Vendas híbridas) cliente da loja física adquire produto através do estoque pertencente a loja virtual	<ul style="list-style-type: none"> • incertezas em relação ao regime aplicável e ao fato gerador se é de circulação física ou jurídica.
(devolva em loja) troca ou devolução de produtos comprados em loja online realizados em loja física.	<ul style="list-style-type: none"> • O crédito relacionado a esse tipo de operação é negado tornando assim inviável manter essa política de troca e devolução na empresa pesquisada.

Fonte: produzida pelos autores

Dados divulgados pelo balanço do ano de 2019 pela empresa alvo deste estudo, demonstram que a operação “retira em loja” representa 32% de todas as vendas da empresa, o que equivale a cerca de 2,4 milhões de produtos vendidos nesta modalidade.

Ainda segundo os dados avaliados, seria uma quantia suficiente para abrir uma loja física por mês. Nesta perspectiva, torna-se notável o quanto a complexidade do ICMS pode prejudicar as trocas e devoluções de produtos, bem como tem gerado prejuízos para a empresa.

DISCUSSÕES

A empresa apresentada neste estudo é uma das pioneiras no e-commerce no Brasil, investe milhões em infraestrutura focando principalmente na sua logística e na tecnologia (MARMO et. al., 2018).

A referida empresa vem percebendo, principalmente com o ensejo da Pandemia de COVID-19, que as ferramentas digitais são uma forma de aumentar a lucratividade na empresa (MARQUES, 2020). Com esse novo modelo de integração de canais de venda o varejista foco deste estudo de caso, assim a tal empresa:

executou uma transformação digital, o que elevou as vendas em 241% no canal digital e 51% nas lojas físicas entre 2015 e 2018” (GRANT 2019). Já no terceiro trimestre de 2020, segundo o release da Magazine Luiza, as vendas totais, incluindo lojas físicas, *e-commerce* tradicional e *marketplace*, cresceram expressivos 81,2%, cerca de R\$12,4 bilhões, reflexo do aumento de 148,5% no *e-commerce* total e de 18,3% nas lojas físicas. O excelente desempenho levou a empresa a atingir a maior participação de mercado desde sua fundação (CHAVES; BUZOLI, 2020 p.5).

Em relação a tributação do ICMS, após o *Omnichannel*, a identificação desse fato gerador ficou comprometida, já que o produto pode ser comprado em um estado e ter sua efetiva entrega do estoque de outro estado. As consequências disso são dúvidas em relação ao local do fato gerador e ao seu exato momento (TORRES, 2020). Essa dificuldade impacta em diversas operações típicas do *Omnichannel* como foi possível verificar no Quadro 1.

Para Scharlack (2020), o ICMS tem se tornado um problema nos dias atuais porque sua legislação é baseada na Constituição federal de 1988 e também da Lei Kandir de 1996. Logo, é possível entender que a legislação referente ao ICMS não acompanhou a revolução tecnológica dos últimos anos e, portanto, não consegue acompanhar as estratégias da *omnichannel*, dificultando assim a vida de muitos empresários.

implantar uma estratégia omnichannel e manter a coerência e otimização da carga tributária do ICMS não é tarefa fácil e, se não for muito bem planejado e estruturado, pode expor a empresa a altos riscos tributários devido a insegurança jurídica, além de custos adicionais (SCHARLACK, 2020 p.1).

O sucesso dessa modalidade é inegável e vantajoso em relação à redução nos custos de frete do *e-commerce*, e o aumento do fluxo de consumidores na loja física. Entretanto em relação ao ICMS pode gerar muitas dificuldades isso se deve ao fato de a operação envolver dois estabelecimentos, a loja do *e-commerce* e a loja física. Quando se encontram em estados diferentes as dificuldades são ainda maiores (DOMINGUES, 2021).

De acordo com Cruz (2020) p.1

Até o ano de 2016, o estado para o qual a mercadoria estava sendo destinada ficava com 40% do arrecadado a título de ICMS, e aquele de destino ficava com 60%. Em 2017, essa situação foi invertida. Já em 2018, o estado de destino ficou detentor de 80% do ICMS, e o de origem, 20%. No ano de 2019, por sua vez, o estado de destino passou a ser beneficiário de 100% do ICMS recolhido. A mudança foi gradual para que o estado de origem pudesse se adaptar à relevante perda de receita fiscal, e o objetivo foi beneficiar os estados de destino dos produtos, na maioria das vezes menos desenvolvidos que aqueles que os comercializam.

Na transação de trocas e devoluções do produto o imposto não é devolvido e quando o produto é vendido novamente o que acontece é a cobrança do imposto mais uma vez. Essa duplicidade do imposto quando associado a grandes empresas reflete uma quantia significativa mensal (BURDINSKI, 2022).

A venda híbrida é uma das comodidades *omnichannel* disponibilizadas pela empresa e que permite que o cliente da loja física possa adquirir um produto que não esteja disponível na loja através do estoque pertencente à loja virtual. Essa comodidade muito bem aceita pelo consumidor gera incertezas em relação ao regime aplicável e ao fato gerador se é de circulação física ou jurídica (DOMINGUES, 2021).

O retire em loja é a possibilidade de comprar um produto em uma loja on-line, em contrapartida, a ação de retirar o produto em uma loja física apesar de atrair muitos clientes, também encontra diversos desafios relacionados principalmente a integração do físico com o virtual, a logística, e a gestão do estoque.

Em relação à tributação, novamente depara-se com um impasse, visto que nesses casos a operação envolve dois estabelecimentos, o físico e o digital. Sendo assim, a única forma de viabilizar essa retirada em loja física é através da transferência do produto da loja online para a loja física. A loja física passa a ser a vendedora efetiva do produto (TRYCORP, 2019). Essa obrigatoriedade na transferência do produto gera muitos problemas, haja vista que impede que a retirada do produto seja feita em outros estabelecimentos parceiros pois,

seria necessária a efetiva venda dos produtos do estabelecimento e-commerce para o parceiro detentor da loja física, o que transformaria uma venda para consumidor final em uma venda para o contribuinte do ICMS (loja física parceira), alterando inteiramente sua estrutura tributária. Ainda mais complexa é a implementação do "Retira em Loja" em operações interestaduais, isto é, quando o centro de distribuição se encontra em estado distinto da loja física que receberá a mercadoria para entrega ao consumidor final. Nestes casos, a operação é inviabilizada em decorrência da autonomia fiscalizatória e arrecadatória dos estados (DOMINGUES, 2021 p.71)

O devolva em loja é a opção de trocar ou devolução de um produto comprado na loja virtual e devolvido em loja física. Neste caso, o contribuinte de ICMS seria a loja virtual e a loja física que receberia o produto não seria contribuinte. Essa opção é prevista em lei e seria uma ótima alternativa de troca de produtos e redução de custos. No entanto, apesar de prevista em lei o que ocorre é que o crédito

relacionado a esse tipo de operação é negado tornando assim inviável manter essa política de troca e devolução na empresa citada (DOMINGUES, 2021).

A empresa de varejo pesquisada admite que a estratégia *omnichannel* seja fundamental para as vendas, atualmente, principalmente no período pós pandemia, já que mesmo diante de uma crise sanitária grave, muitos empreendedores acompanharam o crescimento de suas atividades e estabelecimentos em um patamar de 13 % a mais no primeiro trimestre de 2022, comparado ao mesmo período do ano de 2021. Entretanto, reconhece-se que a complexidade da tributação tem dificultado e muitas vezes até inviabilizando que os produtos circulem pelos canais que a empresa disponibiliza (MARQUES, 2020).

Posto isto, destaca-se que o desenvolvimento da *omnichannel* é fundamental e notório para os lojistas na conquista e fidelização de clientes, bem como o quanto a complexidade de tributos relativos ao ICMS têm prejudicado o desenvolvimento dessa nova estratégia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Perante o apresentado no trabalho, pode-se analisar os principais desafios vistos pela empresa de varejo pesquisada. As trocas e devoluções de produtos, as vendas híbridas, assim como a opção "retirar em loja" foram as ações mais contundentes e prejudicadas. Ademais, guerras fiscais entre estados e bitributação de produtos tornam-se comuns, além de se apresentarem como obstáculo a esta nova estratégia. Frisa-se, então, que muitas delas não podem sequer ser utilizadas, como por exemplo o devolva em loja, que se apresentou inviável diante da complexidade da tributação.

Assim, percebe-se a importância de cada dia mais as lojas de varejo se adequarem a essa nova estratégia de venda que já atrai muitos clientes e oferece muitas vantagens em seus diversos canais. A presente pesquisa chama a atenção para as dificuldades impostas pela tributação brasileira, principalmente em relação ao ICMS, que dificulta a vida de muitos lojistas que desejam implantar o *omnichannel*.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Alessandro Jacques de; ZAMBERLAN, Lucino; SPAREMBERGER, Ariosto; CALLEGARO, Poliana Konrad. O impacto da pandemia do covid-19 no comportamento do consumidor no varejo de Ijuí. **XXVI Jornada de Pesquisa**, Ijuí, outubro de 2021.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

BUHAMRA, Cláudia. **Gestão de marketing no varejo: conceitos, orientações e práticas**/Claudia Buhamra. São Paulo: Atlas, 2012.

BURDINSKI, Viviane. **Legislação Tributária x Omnichannel**. Live university.2022. disponível em: <https://liveuniversity.com/legislacao-tributaria-x-omnichannel/>. Acesso em: 29 de abril de 2022.

CARVALHO, Eloíza Borges de. **Implementação do "omnichannel" nos processos de relacionamento com o cliente na empresa Magazine Luiza S.A.** Anátalia Saraiva Martins Ramos, 2020. 66 (f.). Monografia (Graduação em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Departamento de Ciências Administrativas. Natal, 2020.

CHAVES, Laura Cristina Silva.; BUZOLI, Adriano César. A estratégia Omnichannel no varejo brasileiro. **II Workshop de Tecnologia da Fatec Ribeirão Preto – Vol.1 – n.2 – dez/2020**.

CONTABILIZEI. **O que é o ICMS?** Contabilizei, 2021. Disponível em: [https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/icms/#:~:text=contar%20tudo%20agora!-,O%20que%20%C3%A9%20o%20ICMS%3F,pa%C3%ADs%20como%20bens%20importados](https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/icms/#:~:text=contar%20tudo%20agora!-,O%20que%20%C3%A9%20o%20ICMS%3F,pa%C3%ADs%20como%20bens%20importados.). Acesso em: 01 de dezembro de 2022.

CRUZ, Carlos Henrique. **Tributação no comércio eletrônico: quais os principais pontos a serem observados pela empresa?** CHC, 2020. Disponível em: https://chcadvocacia.adv.br/blog/comercio-eletronico/#:~:text=Os%20seguintes%20tributos%20incidentes%20sobre,%25%20do%20pre%C3%A7o%20de%20venda.)). Acesso em: 10 de setembro de 2022.

DOMINGUES JÚNIOR, Willian do Val. **Desafios e obstáculos relativos ao ICMS no desenvolvimento do varejo Omnichannel**. Leonel Cesarino Pessôa, 2021. 130 (f.). Tese de mestrado em direito - Escola de Direito de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2021.

JACOBY, Jéssica Lohana Flor; OLIVEIRA, Vanessa Morante da Silva de. **Omnichannel: a comunicação das mudanças do processo de compra no caso Magazine Luiza**. Julliane Brito, 2018. 16 (f.). Monografia, Pós-graduação do curso de Especialização Lato Sensu MBA em Criatividade e Gestão da Comunicação Digital, do Programa de Pós- Graduação do Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz - FAG campus Toledo, 2018.

KAUTNICK, Aryane Madeira. **Revisão Sistemática do Omnichannel com Enfoque no Contexto Brasileiro**. Orientador, Ricardo Niehues Buss, 2021. 26 (f). Monografia (graduação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Sócio Econômico, Graduação em Administração, 2021.

MARMO, Marco Aurélio de Almeida; CORREIA, Ana Paula Mello; REIS, Alvair Silveira Torres. Magazine Luiza e a transformação digital do varejo. **EMPRAD - Encontro dos Programas de Pós-graduação Profissionais em Administração ISSN 2448-3087** - 5, 6 e 7 de novembro de 2018 – FEA/USP - SÃO PAULO/SP.

MARQUES, Roberto. **Conheça a história de sucesso de Luiza Helena Trajano, da rede Magazine Luiza**. Instituto Brasileiro de coaching.2020. disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/exemplo-de-lideranca/historia-sucesso-luiza-helena-trajano-magazine-luiza/>. Acesso em: 23 de agosto de 2022.

MEIRINHOS, Manuel; OZÓRIO, Antônio. O estudo de caso como estratégia de investigação em educação. **EDUSER: revista de educação**, Vol 2(2), 2010.

NL INFORMÁTICA. **Omnichannel: os desafios em grandes redes de varejo**. NL, 2014. Disponível em: <https://www.nl.com.br/blog/varejo/omnichannel-2/>. Acesso em: 05 de agosto de 2022.

OLIVEIRA, Bruno de. **O que é Ecommerce? Como funciona, tipos e como começar**. E-commerce na prática. 2021. Disponível em: <https://ecommercenapratica.com/blog/o-que-e-ecommerce/>. Acesso em: 22 de abril de 2022.

ORTIGOZA, Silvia Aparecida Guarnieri. **Paisagens do consumo**: São Paulo, Lisboa, Dubai e Seul [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. 232 p. ISBN 978-85-7983-128-7.

REIS, Carolina Maiolino Borges dos. Omnichannel: A estratégia próspera dos negócios em um mundo cada vez mais conectado. **Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento**. Ano 06, Ed. 03, Vol. 11, pp. 87-99. março de 2021.

SCHARLACK. **Os desafios tributários na omni**. Soluções Jurídicas para Negócios e Investimentos, 2020. Disponível em: <https://www.scharlack.com.br/post/os-desafios-tribut%C3%A1rios-na-omniera>. Acesso em: 15 de setembro.

SOUZA, Ellen Gianni Gomes de Oliveira; MELO, Evyla Michaely Dias Clemente Barbosa de. **E-commerce: os avanços do comércio no mundo globalizado**. 2019. 16 (f.). Centro Universitário Tabosa de Almeida –PE. 2019.

TORRES, Heleno Taveiro. Controvérsias sobre o ICMS nas operações de comércio eletrônico. **Revista Consultor Jurídico**, 09 de dezembro de 2020.

TRYPORP. **Como o ICMS impacta a operação de lojas físicas e virtuais.**
Trycorp, 2019. Disponível em: <https://www.traycorp.com.br/icms-ecommerce/>.
Acesso em: 05 de agosto de 2022.

VILELA, Luiza. **E-commerce: o setor que cresceu 75% em meio à pandemia.**
Novarejo. 2021. Disponível em:
[https://www.consumidormoderno.com.br/2021/02/19/e-commerce-setor-cresceu-75-
crise-coronavirus/](https://www.consumidormoderno.com.br/2021/02/19/e-commerce-setor-cresceu-75- crise-coronavirus/). Acesso em: 22 de abril de 2022

O IMPACTO DO BENEFÍCIO FISCAL INSTITUÍDO PELA LEI Nº 6.979/2015 PARA O ESTADO DO RIO DE JANEIRO

Acadêmicos: Carla Beatriz Amorim Dos Santos e Vinicius De Azevedo Sousa.

Orientadora: Elis Verônica Fontaine dos Reis

Linha de Pesquisa: Contabilidade e Mercado Financeiro - Contabilidade tributária

RESUMO:

O trabalho se propõe a realizar um debate sobre como os instrumentos tributários podem ser eficazes na redução das desigualdades regionais e sociais e conjuntamente para o Estado. Nesse sentido, abordará a importância da concessão dos benefícios fiscais para os estabelecimentos industriais do Estado do Rio de Janeiro, demonstrando se o tratamento tributário especial instituído pela Lei nº 6.979/15 incidiu positivamente sobre a arrecadação do ICMS. Para tanto, foi realizado levantamento através de dados públicos concedidos pela SEFAZ-RJ, considerando a arrecadação total do ICMS para o Estado do Rio de Janeiro no período de janeiro de 2011 a dezembro de 2020. Trata-se, portanto, de um trabalho com abordagem quantitativa, de natureza descritiva, com base em levantamento bibliográfico.

Palavras-Chave: Tratamento Tributário Especial, ICMS e Estabelecimento Industrial.

INTRODUÇÃO

As políticas de incentivos fiscais, são o conjunto de políticas públicas que promovem a redução ou isenção de impostos como meio de estimular o desenvolvimento do país (Assembleia Legislativa de Minas Gerais-ALMG, 2011). Com isto, a crescente volatilidade e a sensibilidade ao risco tornaram-se mais relevantes na economia mundial, e os Estados nacionais colocaram-se na defensiva e as políticas fiscal e monetária ficaram condicionadas pelos interesses e expectativas de risco dos agentes (LOPREATO, 2006).

De acordo com a Assembleia Legislativa de Minas Gerais, cabe observar que as políticas de incentivos fiscais têm como objetivo promover o desenvolvimento de atividades, segmentos, setores da economia ou regiões, condicionar comportamentos, bem como favorecer grupos ou parcelas da população (ALMG, 2021).

Sob este aspecto, destaca-se que o Rio de Janeiro precisa de incentivos no que concerne as suas indústrias, na medida que os incentivos fiscais são benefícios

relacionados à carga tributária, concedidos pela administração pública para atrair empresas para uma determinada região ou estado. Tais incentivos fiscais, podem ter como forma de diminuição da carga tributária com a redução de alíquotas de impostos ou isenção, por exemplo (FIRJAN, 2021).

Nesse sentido, verifica-se que o Estado do Rio de Janeiro (ERJ), não era alvo de empresas devido à grande carga tributária, trazendo dificuldade à sobrevivência do empresário, sendo, pois, evidente que, a partir da instalação de uma nova indústria em determinada região, toda uma cadeia se desenvolve, com mais emprego e mais renda, aumenta a demanda para setores como comércio e serviços, além dos próprios fornecedores da empresa instalada (FIRJAN, 2021).

Caso o governo do Estado não concedesse os incentivos, as empresas não teriam atrativo para realizar sua instalação no território fluminense e os efeitos tributários seriam piores, portanto, os incentivos concedidos para atração de empreendimentos não provocaram saída de recursos do Estado, ocorrendo apenas uma redução da carga tributária setorial (SEFAZ-RJ, 2016).

O sistema constitucional tributário brasileiro é rígido, exaustivo e dá pouca margem para o poder constituído se manifestar (SILVA, 2018). De acordo com Associação de Municípios do Estado do Rio de Janeiro, mesmo com a redução da carga tributária repassada da empresa para o ERJ, ele também se beneficia com este resultado, pois sem este benefício o repasse seria equiparado a zero (AEMERJ, 2015).

Com base no cenário econômico e social do ERJ, a presente pesquisa tem como motivação, buscar analisar a influência e o impacto na arrecadação de ICMS- Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços para o Estado após a concessão do tratamento tributário especial instituído pela Lei Estadual nº 6.979/15 aos estabelecimentos industriais instalados nos municípios fluminenses, buscando demonstrar a importância da política de concessão do benefício fiscal introduzido pela referida Lei.

Por conseguinte, este trabalho procurou responder o seguinte questionamento: Após a concessão da Lei Estadual nº 6979/15, houve aumento na Receita sobre a arrecadação de ICMS (Imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual, intermunicipal e de comunicação) pelo ERJ?

Dessa forma, objetiva-se com este trabalho apresentar o valor de ICMS arrecadado pelo Estado do Rio de Janeiro, compreendendo o período de janeiro de 2011 a dezembro de 2022, analisando o impacto econômico para o Estado após concessão da Lei Estadual nº6.979, bem como demonstrar que a concessão de benefícios fiscais pode vir a resultar em vantagens para o Estado, que mesmo renunciando as receitas com a redução do montante que é devido pelo contribuinte, pode se favorecer através do crescimento econômico que o tratamento especial pode trazer.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

ICMS (IMPOSTO SOBRE CIRCULAÇÃO DE MERCADORIAS E SERVIÇOS)

Preliminarmente, cabe conceituar que imposto é um tributo obrigatório cobrado pelo governo com a finalidade de custear gastos administrativos, destacando que o não pagamento dele pode resultar em multa e punição legal. Segundo o art. 16 do Código Tributário Nacional, imposto é o tributo cuja obrigação tem por fato gerador uma situação independente de qualquer atividade estatal específica, relativa ao contribuinte (BRASIL, 1966).

Para que as empresas consigam elaborar um bom planejamento tributário, é essencial que se tenha conhecimento sobre os impostos e suas disparidades, como por exemplo, os impostos diretos e indiretos.

Assim, o imposto direto, como se pode observar, a sua incidência econômica atinge (de modo direto) aquele contribuinte definido pelo legislador como sujeito passivo da obrigação tributária (SCHOUERI, 1987).

Por outro lado, o imposto indireto tem uma relação mais próxima com a empresa, pois é cobrado na prestação de serviços e/ ou produto, por exemplo o ICMS. É considerado aquele inserido no valor final do produto e não aclarado na Nota Fiscal, como por exemplo, o imposto sobre produtos industrializados (JERONIMO, 2015).

Conceituando-se, o ICMS é um imposto não cumulativo, compensando-se o que for devido em cada operação relativa à circulação de mercadorias ou prestação de serviços com o montante cobrado nas operações anteriores pelo mesmo ou por outro Estado ou Distrito Federal (a operação anterior, se tributada pelo ICMS, gera um crédito a ser compensado) (art.155, §2º, I e II, CF). É não cumulativo, porque em

cada operação, o contribuinte pode reduzir o montante cobrado nas operações anteriores a título de ICMS, desde que a documentação seja idônea (art.23 da L C n. 87/1996) e o exercício que se dá até cinco anos depois da data de emissão do documento (CREPALDI et al, 2019).

Além disso, conforme Sousa (2018), a legislação do ICMS é estadual e, portanto, deve-se consultar o regulamento do ICMS de cada Estado para conferir o tratamento neste estabelecimento, motivo pelo qual as alíquotas do ICMS variam conforme as regiões do País e, de acordo com a natureza do produto.

Contudo, genericamente, através da regulamentação constitucional prevista na Lei Complementar nº 87/1996, este imposto incide sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação (BRASIL,1996).

Importante citar que a referida Lei, estabelece nos incisos I a VI do art. 2º as operações em que há incidência do ICMS:

Art. 2º - O imposto incide sobre:

I - Operações relativas à circulação de mercadorias, inclusive fornecimento de alimentação e bebida em bares, restaurantes e estabelecimentos similares;

II - Prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal, por qualquer via, de pessoas, bens, mercadorias ou valores;

III - prestações onerosas de serviços de comunicação por qualquer meio, inclusive a geração, a emissão, a recepção, a transmissão, a retransmissão, a repetição e a ampliação de comunicação de qualquer natureza;

IV-Fornecimento de mercadorias com prestação de serviços não compreendidos na competência tributária dos municípios;

V - Fornecimento de mercadorias com prestação de serviços sujeitos ao imposto sobre serviços, de competência dos municípios, quando a legislação aplicável expressamente o sujeitar à incidência do imposto estadual.

VI - Operação de circulação de petróleo desde os poços de sua extração para a empresa concessionária;

TRATAMENTO TRIBUTÁRIO ESPECIAL

De acordo com o disposto na Lei 6.979/15, o tratamento tributário especial por ela instituído refere-se ao ICMS, sendo, pois, concedido aos estabelecimentos industriais localizados nos Municípios relacionados no art. 2º da citada lei, um regime especial de tributação no diferimento do ICMS. (RIO DE JANEIRO, 2015)

Tal tratamento nada mais é que incentivos fiscais, os quais, se caracterizam quando ocorre redução ou eliminação de tributação, fazendo com que o

estabelecimento que se beneficie por este incentivo, tenha este atrativo a ser levado em consideração ao realizar planejamento para estruturação da empresa (REZENDE, 2018).

Observa-se que as empresas buscam maximizar a possibilidade de diminuição na carga tributária através da obtenção de incentivos fiscais, pois, essa é uma forma de implementar um planejamento tributário através de elisão fiscal. A elisão fiscal designa uma conduta lícita do contribuinte voltada à redução da carga tributária que eventualmente incida sobre sua atividade econômica (MARCIAL, 2017).

De forma simples, pode-se dizer que o incentivo ou renúncia fiscal tornam o estado mais atrativo para as empresas e proporcionam um ambiente de negócios favorável para que elas se mantenham competitivas no mercado (FIRJAN, 2022).

De acordo com o Instituto Brasileiro de Direito Tributário (IBDT), os incentivos tributários não acarretam saída efetiva de recursos dos cofres públicos. Contudo, sua concessão acaba por criar uma despesa indireta, já que o Estado deixa de arrecadar expressivos valores em virtude dessa espécie de renúncia de receita (BONFIM, 2017).

Nesse interim, é importante destacar que a Contabilidade Tributária tem como uma de suas funções o uso de regras e princípios próprios para interpretar e aplicar as normas legais provenientes da legislação tributária e apurar rigorosamente os proventos que devem ser tributados das empresas (OLIVEIRA, 2009). Ou seja, a contabilidade fiscal e tributária é o ramo da Contabilidade que tem por objetivo o estudo da teoria e a aplicação prática dos conceitos, dos princípios e das normas básicas da contabilidade e da legislação tributária, de forma simultânea e adequada (CREPALDI et al., 2019).

O TRATAMENTO TRIBUTÁRIO ESPECIAL INTRODUZIDO PELA LEI Nº 6.979/2015

Através da Lei Estadual nº 6.979/2015 publicada em 31 de março de 2015, e em vigor a partir da data de sua publicação, revogando a Lei 5.636/2010, que dispunha sobre a política de recuperação industrial regionalizada e dava outras providências, foi criado incentivo fiscal para os estabelecimentos industriais que optarem em se instalar no ERJ, com redução no recolhimento do ICMS que será

repassado, bem como reduzir as desigualdades sociais existentes no nosso Estado (RIO DE JANEIRO, 2015)

De acordo com o Art. 5º da Lei 6979/2015, o estabelecimento industrial que optar pelo incentivo fiscal deve realizar a apuração, desconsiderando o crédito do ICMS nas compras de mercadorias, ou seja, a base para o cálculo se dá pelo total de venda com incidência do ICMS, deduzindo as devoluções sobre vendas, cujo resultado é o valor base para a apuração. Conforme demonstrado abaixo no Art. 5º da referida lei.

Art. 5º Para o estabelecimento industrial enquadrado no tratamento tributário especial de que trata esta Lei, em substituição à sistemática normal de apuração de créditos e débitos fiscais, o imposto a ser recolhido corresponde à aplicação de 2% (dois por cento) sobre o valor das operações de saída interna e interestadual, por transferência e por venda, deduzidas as devoluções, vedado o aproveitamento de qualquer crédito fiscal.

ESTABELECIMENTOS INDUSTRIAIS

É pertinente enfatizar que a Revolução Industrial, ocorrida na Inglaterra no século XVIII foi o grande precursor do capitalismo, ou seja, a passagem do capitalismo comercial para o capitalismo industrial. É fascinante, como a revolução industrial mudou a vida das pessoas daquela época e como até hoje seus reflexos continuam transformando o nosso dia a dia com a revolução tecnológica (SIQUEIRA, 2011).

Com essa Revolução a atividade industrial passou a comandar a divisão social e territorial do trabalho e tomou tamanha dimensão a ponto de atividades como o comércio e a energia, surgidas antes mesmo do surgimento da indústria, terem um desenvolvimento maior a partir da inter-relação com a industrialização (BARROSO, 2015).

De acordo com o Vade Mecum Brasil (2022), “Estabelecimento Industrial é o lugar em que é desenvolvida atividade de transformação de matéria prima ou confecção de coisas”.

Temos ainda o conceito apresentado no Dicionário Jurídico (2022), onde Indústria é a “Atividade econômica voltada à produção de bens e serviços; b)

emprego de capital e trabalho para transformação de matéria-prima em bens de produção e consumo; c) organização que atua no setor industrial”.

O Ajuste SINIEF-Sistema Nacional de Informação Fiscal nº 02 de 03 de Abril de 2009, defini no § 8º da Cláusula Terceira o que vem a ser estabelecimento industrial:

§ 8º Para fins do Bloco K da EFD, estabelecimento industrial é aquele que possui qualquer dos processos que caracterizam uma industrialização, segundo a legislação de ICMS e de IPI, e cujos produtos resultantes sejam tributados pelo ICMS ou IPI, mesmo que de alíquota zero ou isento. (grifo nosso)

Por conseguinte, a necessidade de enfrentar e ganhar posicionamento num mercado cada vez mais competitivo e exigente, obriga a uma busca constante pela melhoria, onde a indústria tem como papel melhorar o padrão de vida das pessoas atendendo às suas necessidades, sem descuidar a criação de um bom ambiente de trabalho para os funcionários (MEIRELES, 2017).

Nesse contexto, Azzoni (1986) destaca o papel dos aspectos urbanos como fator de decisão locacional da indústria, não apenas na questão da cidade, mas em relação à região onde está inserida, definindo um poder de atração regional para a atividade industrial. Entre os aspectos locacionais da região, destacam-se a existência de mão de obra, de uma área disponível e uma economia de serviços diversificada, que têm um forte impacto nos custos industriais.

METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa básica de natureza descritiva com abordagem quantitativa. A pesquisa descritiva, segundo Gil (2008, pág.28):

Têm como objetivo principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados.

A pesquisa quantitativa é, de acordo com Knechtel (2014), “uma modalidade de pesquisa que atua sobre um problema baseando-se no teste de uma teoria, com base quantificadas em números”.

A pesquisa foi realizada no Estado do Rio de Janeiro, considerando as seguintes informações: A arrecadação total do ICMS para o Estado do Rio de Janeiro no período de janeiro de 2011 a dezembro de 2020.

Assim, as fontes utilizadas foram obtidas através de dados públicos disponibilizados pela SEFAZ-RJ, cujas informações foram organizadas através do Microsoft Office Excel e aparentadas descritivamente. Também foi realizado um levantamento bibliográfico junto aos trabalhos científicos que abordam os seguintes temas: “lei 6.979”, “ICMS” e “tributação Estado do Rio de Janeiro”, além da análise da legislação vigente específica.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Existem alguns benefícios quando pensamos nessa redução da carga tributária do ICMS, entre elas, conforme aponta Tavares et al (2018), seria quando o governo de um estado reduz a alíquota de ICMS para atrair uma empresa para uma determinada região, dessa forma ele passa a contar com uma nova arrecadação de imposto, ou seja, mesmo a empresa contribuindo com uma alíquota menor, ela não deixará de contribuir, mas gerando nova receita, o que permite manter a arrecadação.

A partir do deslocamento de uma nova indústria para uma determinada região, a demanda aumenta para setores como comércio e serviços, além dos próprios fornecedores da empresa instalada. Assim se tem mais emprego, mais renda e maior fortalecimento de diferentes setores, melhorando o desenvolvimento econômico daquela região (TAVARES, et al, 2018).

Dessa forma, é importante apresentar quais são as alíquotas estabelecidas no Estado do Rio de Janeiro para recolhimento do ICMS - Imposto sobre Circulação de Bens e Mercadorias.

Assim, de acordo com tabela 1 disponibilizada pela Secretaria de Fazenda do Estado do Rio de Janeiro, as alíquotas para recolhimento do ICMS sobre operações ou prestação de serviços ocorridas dentro do ERJ é de 20%, sendo 18% referente ICMS e 2% será destinado ao FECF (Fundo Estadual de Combate à Pobreza e Desigualdades Sociais).

Tabela 1: Alíquota padrão para operações interestaduais.

Mercadoria/ Serviço	Alíquota ICMS	Adicional ICMS Destinado ao FECF	Legislação
Alíquota padrão para operações e prestação de serviços internos	18%	2%	Lei nº 2.657/96 (Art.14, I)

Fonte: Secretaria de Fazenda do Estado do Rio de Janeiro (SEFAZ – RJ, 2017).

O texto da Lei nº 6.979/2015, que concede tratamento tributário especial às indústrias instaladas na região, mantém a redução para 2% na base de cálculo da alíquota do Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços (ICMS), ampliando, assim, o seu alcance (SANTOS, 2022).

Ou seja, o estabelecimento industrial enquadrado no tratamento tributário especial de que trata esta lei recolherá o ICMS correspondente à aplicação de 2% (dois por cento) sobre o valor das operações de saída interna e interestadual, por transferência e por venda, deduzidas as devoluções, vedado o aproveitamento de qualquer crédito fiscal, destacando desde já que no percentual de 2% está incluída a parcela de 1% do Fundo Estadual de Combate à Pobreza e Desigualdades Sociais (RIO DE JANEIRO, 2015).

O Estado do Rio de Janeiro, compreendendo o período analisado de 2011 a 2020, arrecadou R\$ 319.697.577.607,25 de ICMS, levando em consideração a arrecadação total, incluindo a totalidade das atividades econômicas.

Conforme tabela 2, observa-se que aproximadamente 64,40% (sessenta e quatro por cento) do ICMS foi recolhido no período de 2015 a 2020, notando assim um aumento no recolhimento deste imposto após a concessão do benefício da Lei nº 6.979 de 2015.

Tabela 2: Arrecadação de ICMS no Estado do Rio de Janeiro no Período de 2011 a 2020.

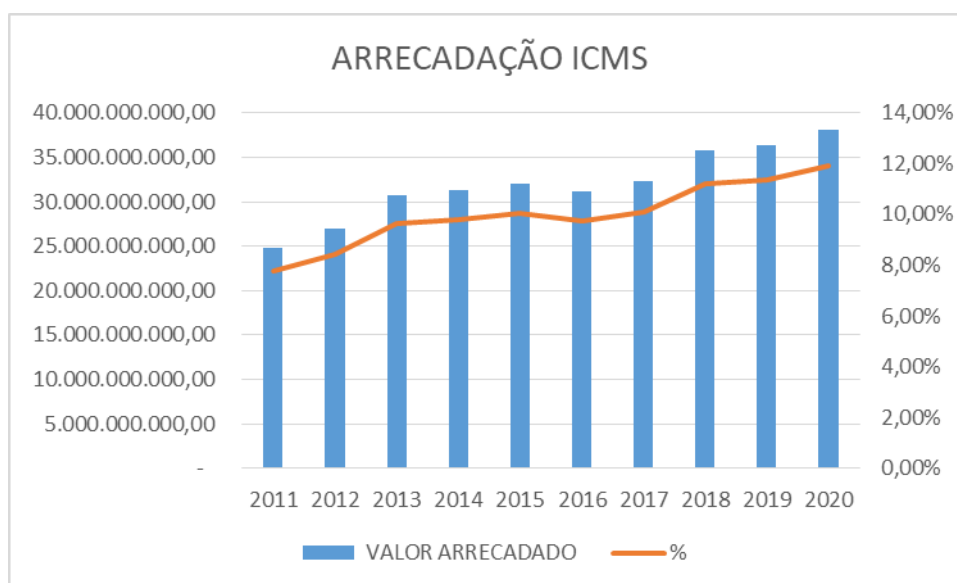
EXERCÍCIO	VALOR ARRECADADO	%
2011	24.808.160.105,00	7,76%
2012	26.918.029.550,00	8,42%
2013	30.748.259.744,00	9,62%
2014	31.324.978.013,00	9,80%
2015	32.096.011.190,00	10,04%
2016	31.148.459.317,00	9,74%
2017	32.362.495.898,78	10,12%
2018	35.836.058.091,32	11,21%
2019	36.362.006.949,40	11,37%
2020	38.093.118.748,75	11,92%
Total	319.697.577.607,25	100,00%

Fonte: SECRETARIA DE ESTADO DE FAZENDA DO RIO DE JANEIRO

Constata-se ainda, de acordo com a tabela acima que no ano de 2016 ocorreu uma queda na arrecadação.

Logo, a partir desses resultados, percebe-se na tabela 3, que a Receita sobre ICMS no ERJ apresenta uma evolução crescente durante todo o período analisado, entretanto este aumento se torna mais expressivo após o período da concessão da referida Lei 6979, enquanto os anos de 2011 a 2015 este aumento estava estável.

Tabela 3: Demonstração da Evolução da arrecadação de ICMS no Estado do Rio de Janeiro no período de 2011 a 2020.



Fonte: Elaborado pelos pesquisadores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista os aspectos apresentados, observamos que as políticas de incentivos fiscais são de suma importância para o desenvolvimento social e econômico de uma região.

Na prática, a responsabilidade social das empresas refere-se à adoção de um modelo de gestão de negócios no qual elas, estando conscientes de seu compromisso social de corresponsabilidade no desenvolvimento social e humano, ouvem, preservam e respeitam os interesses das diferentes partes, seus stakeholders, incorporando diferentes necessidades ao planejamento de seu negócio e operacionalizando-as por meio de suas decisões e atividades. Não restam dúvidas de que se trata de uma mudança significativa, pois, há poucas décadas, havia a ideia de que as empresas privadas deveriam prestar contas somente a seus acionistas e produzir lucros (REIS, 2007).

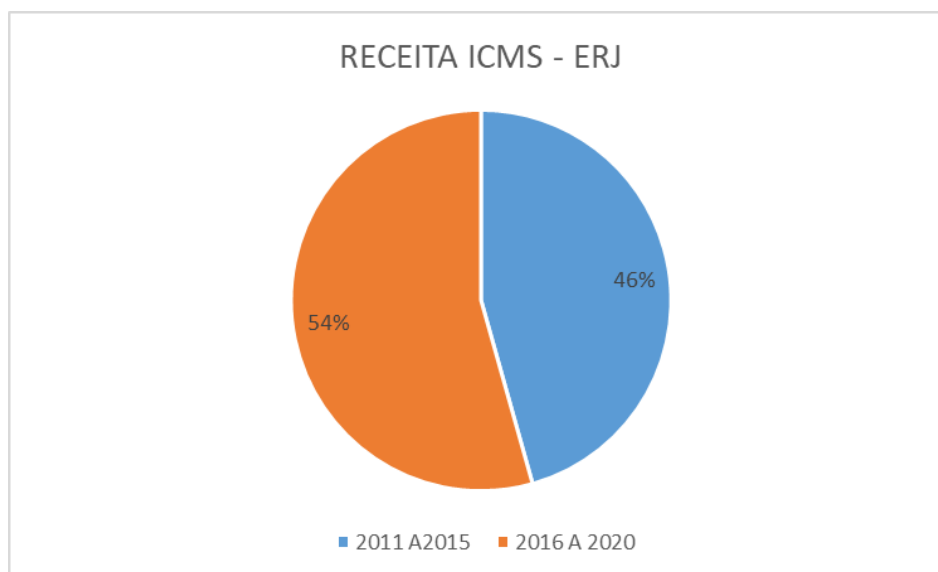
Desta forma, todos são priorizados, isto é, o Governo do Estado do Rio de Janeiro pois obteve aumento na arrecadação da Receita do ICMS, o empresário pois obteve condições de instalação de sua empresa no território fluminense com a base de cálculo do ICMS reduzida e a sociedade, pois conseqüentemente terá um número de empregos maior para a região e melhoria na qualidade de vida.

Com base no que foi apresentado, notamos que o aumento da arrecadação do ICMS no ERJ a partir do Exercício de 2015 a 2020 se torna mais expressivo, entretanto não foi possível determinar se este aumento está vinculado somente a arrecadação do imposto das empresas que exercem atividade industrial e que foram beneficiadas pelo tratamento tributário especial concedido pela Lei nº 6.979 de 2015.

Ou seja, apesar de verificar o aumento na arrecadação do ICMS mais representativo após a instituição do tratamento tributário especial disposto na Lei nº 6.979/2015 aos estabelecimentos industriais, não se pode quantificar com os dados utilizados o montante da arrecadação feita apenas pelos respectivos estabelecimentos industriais que optaram pelo enquadramento na Lei nº 6.979/15, uma vez que, os dados coletados não fazem a separação por estabelecimentos.

Para tanto, seria necessária uma pesquisa mais ampla, onde fosse considerado somente a arrecadação efetiva do imposto, destrinchando-a por estabelecimentos.

Tabela 4: Crescimento na arrecadação do ICMS considerando o período de 2011 a 2015 e 2016 a 2020.



Fonte: Elaborado pelos pesquisadores.

Resta, pois, evidenciado pela Tabela 4, que os resultados indicam que o benefício fiscal traz um impacto positivo para a arrecadação do ERJ.

Ademais, foi constatado que durante o período da análise, a importância deste benefício fiscal, bem como a importância de fiscalizar os estabelecimentos industriais que são priorizados com a concessão deste benefício, a fim de otimizar a arrecadação fiscal do estado.

Destaca-se ainda, que durante o período da pesquisa, ou seja, entre os Exercícios de 2011 a 2020, o Estado do Rio de Janeiro arrecadou o montante de R\$ 319.697.577.607,25 referente a ICMS, sendo que após a concessão do benefício fiscal da Lei nº 6.979/15 até o exercício de 2020, o governo arrecadou a importância R\$ 173.802.139.005,25, correspondendo a 54,36% da arrecadação total do período analisado.

Portanto, tal fato nos permite concluir que a concessão de incentivo fiscal não prejudica a arrecadação, além de ser um atrativo para instalação de novas empresas no Estado e conseqüentemente oferta de novos empregos.

Por fim, é relevante salientar que o aumento na arrecadação do ICMS, permite ao ente investir mais em serviços essenciais como: saúde, educação e segurança pública, pois garante o implemento de políticas públicas essenciais.

REFERÊNCIAS

AEMERJ-ASSOCIAÇÃO ESTADUAL DOS MUNICÍPIOS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Incentivos Fiscais no Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 03 jan.2017. Disponível em:<<http://www.aemerj.org.br/index.php/334-incentivos-fiscais-no-estado-do-rio-de-janeiro>.> Acesso em: 24 de junho de 2021

AZZONI, C.R. Indústria e reversão da polarização no Brasil. Ensaios Econômicos, São Paulo, n. 58, 1986.

BOMFIM, Gilson Pacheco. Da possibilidade de controle dos incentivos tributários pelo poder judiciário. Revista Direito Tributário Atual. Nº.37, p.226-242, 2017. ISSN 1982-0496. Disponível em:< <https://ibdt.org.br/RDTA/da-possibilidade-de-controle-dos-incentivos-tributarios-pelo-poder-judiciario/>> Acesso em: 13 de novembro de 2022.

BRASIL. Ajuste SINIEF 2, de 03 de Abril de 2009. Dispõe sobre a Escrituração Fiscal Digital EFD. Disponível em:<www.confaz.fazenda.gov.br/legislacao/ajustes/2009/AJ_002_09> Acesso em: 14 de outubro de 2022.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em:<https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm> Acesso em: 23 de agosto de 2022.

BRASIL. Lei Complementar nº 87, de 13 de setembro de 1996. Dispõe sobre o imposto dos Estados e do Distrito Federal sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação, e dá outras providências. **(LEI KANDIR).** Disponível em:< https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp87.htm> Acesso em: 14 de junho de 2022.

BRASIL. Lei nº 5.172, de 25 de Outubro de 1966. Dispõe sobre o Sistema Tributário Nacional e institui normas gerais de direito tributário aplicáveis à União, Estados e Municípios. Disponível em:<[https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5172_compilado .htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l5172_compilado.htm).> Acesso em: 13 de fevereiro de 2022.

CAVALCANTE, Zedequias Vieira; DA SILVA, Mauro Luis Siqueira. A Importância Da Revolução Industrial No Mundo Da Tecnologia. 2011. ISBN 978-85-8084-055-1. VII EPCC – Encontro Internacional de Produção. Maringá/PR: Editora CESUMAR, 25 a 28 de Outubro de 2011. Disponível em:<chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcqlclefindmkaj/https://www.unicesumar.edu.br/epcc-2011/wp-content/uploads/sites/86/2016/07/zedequias_vieira_cavalcante2.pdf> Acesso em: 10 de outubro de 2022.

CREPALDI, Silvio; CREPALDI, Guilherme Simões. Contabilidade Fiscal e Tributária: Teoria e Prática. 2. Ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

DA SILVA, José Adailton Barroso; **VIEIRA**, José Daniel; **GRAÇA**, Rogério Freire, **RODRIGUES**, Auro de Jesus. **Uma Breve História Sobre O Surgimento e O Desenvolvimento Do Capitalismo**. Caderno de Graduação Ciências Humanas e Sociais. UNIT. Aracaju/SE. v. 2, n.3, p. 125-137. 2015. Disponível em:<<https://periodicos.set.edu.br/cadernohumanas/article/view/1950>> Acesso em: 01 de setembro de 2022.

DINIZ, Maria Helena. **Dicionário Jurídico Universitário**. 4ª Edição. São Paulo: Saraiva Educação, 2022.

DOS REIS, Carlos Nelson. **A Responsabilidade Social Das Empresas: O Contexto Brasileiro Em Face Da Ação Consciente Ou Do Modernismo Do Mercado?** Revista de Economia Contemporânea. Ago, 2007. Versão on line. Disponível em:<<https://www.scielo.br/j/rec/a/rWpSZz36LrP58Pxc9ncmGVB/?lang=pt>>. Acesso em: 10 de novembro de 2022.

FIRJAN-FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Incentivo ao Rio**. Disponível em:<<https://firjan.com.br/firjan/empresas/competitividade-empresarial/temas-em-destaque/incentivos-ao-rio/entenda/default-15.htm>> Acesso em: 04 de abril de 2022.

GIL, A. C. **Elaborar Projetos de Pesquisa**. 6ª. Ed. São Paulo: Atlas 2017.

JARDIM, Eduardo Marcial Ferreira. **Elisão**. **Enciclopédia jurídica da PUC-SP**. Celso Fernandes Campilongo, Alvaro de Azevedo Gonzaga e André Luiz Freire (coords.). Tomo: Direito Tributário. Paulo de Barros Carvalho, Maria Leonor Leite Vieira, Robson Maia Lins (coord. de tomo). 1. ed. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2017. Disponível em:<<https://enciclopediajuridica.pucsp.br/verbete/309/edicao-1/elisao>> Acesso em: 12 de junho de 2022.

JERONIMO, Giovana; **TEIXEIRA**, Wesley. **O Princípio Da Capacidade Contributiva E Os Impostos Diretos E Indiretos**. ETIC, 2015. Encontro de Iniciação Científica. ISSN 21-76-8498. Disponível em:<<https://monografias.brasilecola.uol.com.br/direito/inaplicabilidade-do-principio-da-capacidade-contributiva-nos-impostos-indiretos.htm#:~:text=O%20princ%C3%ADpio%20da%20capacidade%20contributiva%20%C3%A9%20norma%20que%20pode%20tornar,para%20a%20parcela%20mais%20pobre>> Acesso em: 03 de novembro de 2022.

KNECHTEL, Maria do Rosário. **Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada**. Curitiba: Intersaberes, 2014.

LOPREATO, Francisco Luiz C. **O Papel da Política Fiscal: Um Exame da Visão Convencional**. 2006. 34 f. Texto para Discussão. Instituto de Economia/UNICAMP, Campinas, n. 119, fev, 2006.ISSN 0103-9466.

MINAS GERAIS. Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais. **Incentivos Fiscais para Indústria, Comércio e Serviços.** Disponível em: https://politicaspublicas.almg.gov.br/temas/incentivos_fiscais_industria_comercio_ser_vicos/entenda/informacoes_gerais.html?tagNivel1=241&tagAtual=10504. Acesso em: 13 de novembro 2022.

OLIVEIRA, Gustavo Pedro. **Contabilidade tributária.** São Paulo: Saraiva, 2009.

REIS, Carlos Nelson. **A responsabilidade social das empresas: O contexto brasileiro em face da ação consciente ou do modernismo do mercado?** Revista Economia Contemporânea. Maio/Ago 2007. Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 279-305. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rec/a/rWpSZz36LrP58Pxc9ncmGVB/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 13 de junho de 2022.

REZENDE, R.O. **Benefícios e Competição fiscal entre estados Brasileiros: Judicialização da Guerra Fiscal do ICMS no Supremo Tribunal Federal (menção Honrosa Prêmio do Tesouro/2019).** Revista Cadernos de Finanças Públicas, v.01, n.1, 31 maio 2020. Disponível em: <<https://publicacoes.tesouro.gov.br/index.php/cadernos/article/view/79>>. Acesso em: 20 de julho de 2022

RIBEIRO, Joaquim Meireles, **O Conceito da Indústria 4.0 na Confeção: Análise e Implementação.** Orientador: Fernando Ferreira. 2017, 099 f. Dissertação (Mestrado Integrado em Engenharia Têxtil) Universidade do Minho. 2017. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/49413?mode=full>> Acesso em: 07 de outubro de 2022.

RIO DE JANEIRO. Lei nº 6.979 de 31 de março de 2015. Dispõe sobre tratamento tributário especial de caráter regional aplicado a estabelecimentos industriais do estado do Rio De Janeiro. Disponível em: <<https://www.google.com/search?q=LEI+6979%2C+2015&oq=LEI+6979%2C+2015&aqs=chrome..69i57j0i22i3O14.3847j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>> Acesso em: 13 novembro 2022.

RIO DE JANEIRO. Secretaria de Estado de Fazenda-SEFAZ-RJ. **Incentivos Fiscais.** Disponível em: <<https://portal.fazenda.rj.gov.br/transparencia-fiscal/incentivos-fiscais/>>. Acesso em: 14 de junho de 2022.

RIO DE JANEIRO. Secretaria de Estado de Fazenda-SEFAZ-RJ. **Arrecadação Geral,** Disponível em: <http://www.fazenda.rj.gov.br/sefaz/faces/menu_structure/servicos?_afLoop=87361764583387871&datasource=UCMServer%23dDocName%3A100654&_adf.ctrl-state=188xoolylr_100>. Acesso em: 24 junho de 2022

SANTOS, Denilson. **Rio Bonito Quer Atrair Novas Empresas Após Se Beneficiar Com Lei De Redução Fiscal.** Março 29, 2022. Disponível em: <<https://riobonito.rj.gov.br/rio-bonito-quer-atrair-novas-empresas-apos-se-beneficiar-com-lei-de-reducao-fiscal/>> Acesso em: 25 de maio de 2022.

SCHOUERI, Luís Eduardo. **A Restituição de Impostos Indiretos no Sistema Jurídico-Tributário Brasileiro.** Revista de Administração de Empresas. Março, 1987. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rae/a/7Hy4nTGpptK3xNWfnNhc6jh/?lang=pt#:~:text=166%20do%20CTN%3A%20%22A%20restitui%C3%A7%C3%A3o>>

[,autorizado%20a%20receb%C3%AA%2Dla.%22>](#) Acesso em: 22 de setembro de 2022.

SOUSA, Edmilson Patrocínio de. **Contabilidade Tributária: Aspectos Práticos e Conceituais**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

SOUZA, Alessandra Da Silva. **Da Obrigatoriedade do Exercício da Competência Tributária quanto ao ISSQN em Municípios Economicamente Viáveis**. Orientadora: Tatiana dos Santos Batista. 2018. 17 f. Artigo científico. Pós-Graduação Lato Sensu da Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2018.

VADE MECUM BRASIL. Dicionário Jurídico. Disponível em: <<https://vademecumbrasil.com.br/palavra/estabelecimento-industrial>>. Acesso em: 13 de Fevereiro de 2022

RELATO DE CASO SOBRE O IMPACTO DO *BUSINESS INTELLIGENCE* NA CONTABILIDADE GERENCIAL DE UMA EMPRESA DO RAMO DE COMÉRCIO ATACADISTA DE FERRAGENS E FERRAMENTAS NA CIDADE DE TRÊS RIOS

Acadêmicos: Rafael Franco Leite e Marcelo Ribeiro Silvestre

Orientador: Cristiabel Helena da Silva Villela

Linha de Pesquisa: Ciências Sociais Aplicadas - Contabilidade Gerencial

RESUMO

O *Business Intelligence* (BI) é o conceito adotado pela contabilidade gerencial capaz de tornar a interpretação das demonstrações mais atrativas e auxiliar na tomada de decisão por parte dos gestores. Não há como separar a contabilidade gerencial da contabilidade enquanto ciência, afinal a primeira é uma especificidade da segunda. Essa pesquisa teve como objetivo relatar um caso sobre a utilização da BI em decisões gerenciais na área da contabilidade em uma empresa do ramo de comércio atacadista de ferragens e ferramentas na cidade de Três Rios, interior do estado do Rio de Janeiro. No estudo, analisou-se as demonstrações de resultado antes do uso do conceito BI e após a aplicação do conceito BI, concomitantemente à utilização da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), uma obrigação exigida na legislação. Diante das análises realizadas, constatou-se que o conceito BI foi determinante para que os gestores ficassem mais próximos das ações contábeis, afinal, os *dashboards* que o conceito BI traz, tornam mais atrativas as análises em comparação com as demonstrações verticalizadas, com demasiadas informações. O *layout* do conceito BI também é um determinante para tornar melhor a análise das demonstrações.

Palavras-chave: Contabilidade Gerencial, Business Intelligence, Tecnologia da Informação, Demonstrações Contábeis.

INTRODUÇÃO

A contabilidade é um ramo da ciência social aplicada que estuda o patrimônio das entidades e tem como objetivo produzir informações úteis aos mais diversos usuários. Já a contabilidade gerencial é o processo de produção de informações capazes de auxiliar gestores e administradores, dos mais diversos ramos, em suas tomadas de decisões (ATKINSON *et al.*, 2015). É neste ponto que se entrelaçam as ideias entre a contabilidade gerencial e a contabilidade enquanto ciência, pois a primeira deve ser uma estrutura sólida capaz de auxiliar os mais diversos interessados na matéria contábil, voltando-se para a tomada de decisão, enquanto a segunda está voltada para os mais diversos usuários (MARION, 2018).

Com a globalização e conseqüente desenvolvimento da contabilidade, os sistemas contábeis estão cada vez mais voltados a servir como ferramenta para a tomada de decisões nas empresas. Dentre as inúmeras ferramentas contábeis voltadas para a gestão estratégica está o *Business Intelligence* (BI), que é uma ferramenta de gestão que se utiliza da tecnologia da informação para geração, tratamento e comunicação de informação de forma mais eficiente, uma escolha pelas organizações capaz de dar celeridade no processo de tomada de decisão (SILVA, 2020).

Diante da necessidade de uma armazenagem substancial das informações contábeis - premissas das bases de análises extraídas pelo BI -, inicialmente a ferramenta pode parecer complexa. Segundo Barbieri (2001), os fundamentos do BI giram em torno de coletar, modelar e restaurar os diversos e variados dados de uma empresa, prometendo facilitar a tomada de decisões dentro dela.

Assim, o objetivo geral desta pesquisa foi analisar e relatar o impacto da aplicação do BI para tomadas de decisões gerenciais na área da contabilidade em uma empresa do ramo de comércio atacadista de ferragens e ferramentas situada na cidade de Três Rios/RJ.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Contabilidade gerencial

Contabilidade gerencial é o ramo da contabilidade que tem por objetivo fornecer instrumentos aos administradores de empresas que os auxiliem em suas funções gerenciais. É voltada para a melhor utilização dos recursos econômicos da empresa, por meio de um adequado controle dos insumos efetuado por um sistema de informação gerencial (OLIVEIRA, 2014).

As diferentes necessidades decisórias nas escolhas econômicas - por exemplo, aquelas sobre a alocação de recursos para a geração de produtos ou serviços; as que envolvem valor econômico dos produtos e serviços gerados e dos recursos consumidos; e aquelas que envolvem resultados econômicos - levam à demanda de diferentes classificações de custo para identificação dos diferentes objetos de tomada de decisão (CREPALDI, 2014).

Segundo Oliveira (2014), com a integração das informações obtidas nos vários departamentos, a contabilidade gerencial proporciona aos seus administradores informações que permitem avaliar o desempenho de atividades, de

projetos e de produtos da empresa, bem como a sua situação econômico-financeira por meio da apresentação de informações claras e objetivas de acordo com a necessidade de cada usuário.

Segundo Guerreiro (2020), existe um paradoxo que envolve como se pratica a contabilidade gerencial nos dias de hoje, no entanto, segundo o mesmo autor esse paradoxo na verdade é a falta de utilização de novas técnicas.

Existem várias teorias que estudam a contabilidade gerencial, entre elas pode-se destacar a teoria institucional e a teoria da contingência. A primeira traz uma abordagem sociológica e entende a contabilidade gerencial como “rotinas formadas por hábitos que dão sentido a determinado grupo de pessoas” (GUERREIRO, 2020, p.81). Já a segunda, a teoria da contingência, busca dentro e fora das empresas respostas para explicar a contabilidade gerencial e a sua interdependência com o ambiente (GUERREIRO, 2020).

A importância da informação contábil

Antigamente, a contabilidade apoiava-se na máquina de datilografia para produção da prática contábil e com o advento dos computadores e, mais adiante, da tecnologia da informação e da internet, a contabilidade contou com essas inovações para facilitar o processo de envio das informações contábeis além de acelerar o processo de mensuração. (ANDRADE e MEHLECKE, 2020).

A contabilidade produz grandes quantidades de informações para atender aos mais diversos usuários, no entanto, muitas informações possuem conteúdo complexo para esses mesmos usuários (BENDER e SILVA, 2020). De acordo com Ludícibus, Martins e Gelbcke (2009) a produção de informação por parte da contabilidade deverá apresentar uma linguagem sem dificuldade para seus utilizadores.

Ao longo dos anos, as empresas produziam informações apenas para fins fiscais (BENDER E SILVA, 2020), o que ultimamente vem tomando novos rumos com a contabilidade gerencial e a necessidade de se obter informações para a tomada de decisão.

É através das novas tecnologias e do uso das técnicas gerenciais que a contabilidade vem transformando sua rotina. O profissional contábil não mais tem uma rotina mecânica e apenas insere informações em demonstrações contábeis, agora o contador lança mão da teoria da contingência a qual usa das informações

internas e externas, contextualiza as informações e entrega aos gestores materiais capazes de auxiliá-los na tomada de decisão (GUERREIRO, 2020).

Contabilidade e a Tecnologia da informação

Rodrigues (2018) expõe que é preciso projetar metas de futuro e construir expectativas, com o intuito de resistir às alternâncias de um mercado cada vez mais competitivo e, concomitantemente, exigir resultados que colaborem para redefinir custos, revisar processos, readequar estruturas por meio de estratégias de compartilhamento, bem como usar plataformas integradas e Inteligência Artificial.

A constante evolução digital desencadeou para o meio contábil o surgimento de novas referências de modelos de negócios, sendo elas: a contabilidade on-line e a contabilidade digital, aparentemente semelhantes, porém, trazem em sua essência propostas diferentes (DUARTE; LOMBARDO, 2017).

Ao passo que a tecnologia avança, as plataformas digitais passam a ser vistas, cada vez mais, como agentes computacionais que auxiliam o ser humano nas tomadas de decisões e no acesso à informação, de forma simples e eficiente, fazendo com que o mais importante seja como conectar e associar informações, do que obtê-las; assim, não haverá necessidade de armazenar conteúdos em nossa memória, mas conectá-las de novas formas para a solução de problemas e geração de valor (GABRIEL, 2017).

Nesse sentido, conclui-se que os sistemas integrados exercem relação fundamental entre a organização contábil e as empresas, agilizando processos e proporcionando maior visibilidade aos trabalhos desenvolvidos, contribuindo efetivamente para a gestão das organizações.

Business Intelligence

O termo *Business Intelligence* (BI) foi cunhado por Howard Dresner, do Gartner Group, em 1989, para descrever um conjunto de conceitos e métodos para melhorar o processo de tomada de decisões das empresas, valendo-se de sistemas fundamentados em fatos e dimensões. O BI baseia-se em agrupar informações de diversas fontes e apresentá-las de forma unificada e sob uma métrica comum, a fim de que indicadores aparentemente distantes possam fazer sentido entre si (BRAGHITTONI 2017).

RELATO DE CASO

Conforme SEVERINO (2014), na pesquisa de relato de caso os dados devem ser coletados e registrados com o necessário rigor e seguindo todos os procedimentos da pesquisa de campo. Devem ser trabalhados mediante análise rigorosa e apresentados em relatórios qualificados.

O seguinte relato de caso abordará a apresentação da Demonstração de Resultado do Exercício (DRE) de uma empresa atuante no ramo de comércio atacadista de ferragens e ferramentas, localizada na cidade de Três Rios/RJ.

A Empresa segue os padrões contábeis para apresentação da DRE, conforme dispõe a Lei 6.404 de 1976 em seu artigo 176, incisos I e III. As apurações são do período acumulado de janeiro de 2022 a junho de 2022, bem como da apuração do mês de junho de 2022.

Na DRE, os resultados de cada conta são informados conforme sua classificação, de forma detalhada e obedecendo ao padrão contábil. Por ser um padrão extenso e complexo, além de sua apresentação técnica, a DRE causava certa dificuldade de interpretação por parte dos *stakeholders* da alta gestão.

A DRE é verticalizada e está apresentado nas Figuras 1 e 2:

VENDAS DE MERCADORIAS	5.819.613,29
INCENTIVO FISCAL	100.106,66
RECEITA BRUTA	5.919.719,95
DEDUÇÕES	1.141.241,99
VENDAS CANCELADAS	183.889,91
IMPOSTOS	957.352,08
RECEITA LÍQUIDA (=)	4.778.477,96
CUSTOS DIRETOS (-)	1.429.208,59
CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS	1.429.208,59
MATERIAL APLICADO FABRICAÇÃO	-191.632,75
MÃO DE OBRA	87.664,45
GASTOS GERAIS DE FABRICAÇÃO	103.968,30
MARGEM BRUTA (-)	3.349.269,37
DESPESAS COMERCIAIS (-)	48.880,36
DESPESAS COM PESSOAL	17.075,37
PROPAGANDA E PUBLICIDADE	10.212,13
OUTRAS DESPESAS	21.592,86
DESPESAS ADMINIST. (-)	872.703,88
DESPESAS COM PESSOAL	223.328,34
DEPRECIações/AMORTIZAÇÕES	123.771,43
OUTRAS DESPESAS	525.604,11
DESPESAS FINANEIRAS (-)	-1.263.997,93
DESPESAS GERAIS (-)	12.594,13
RECEITAS FINANCEIRAS (+)	118.977,61
OUTRAS RECEITAS OPERACIONAIS (+)	1.157.614,45
12) LUCRO OPERACIONAL LÍQUIDO (=)	3.691.683,06
OUTROS RESULTADOS OPERACIONAIS (-)	-11.242,76
OUTRAS RECEITAS OPERACIONAIS	50.923,38
OUTRAS DESPESAS OPERACIONAIS	62.166,14
RESULTADO ANTES DA CSLL E IR (=)	3.680.440,30
IMPOSTOS (-)	189.201,00
IRPJ/CSLL	189.201,00
LUCRO LÍQUIDO (=)	3.491.239,30

Figura 1: Demonstração do Resultado do Exercício acumulado, ano 2022, até junho do mesmo ano.
Fonte: Arquivo pessoal da empresa

VENDAS DE MERCADORIAS	969.935,55
INCENTIVO FISCAL	621.636,78
RECEITA BRUTA	1.591.572,33
DEDUÇÕES	262.821,01
VENDAS CANCELADAS	0,00
IMPOSTOS	262.821,01
RECEITA LÍQUIDA (=)	1.328.751,32
CUSTOS DIRETOS (-)	354.700,97
CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS	230.301,50
MATERIAL APLICADO FABRICAÇÃO	-25.537,77
MÃO DE OBRA	14.600,36
GASTOS GERAIS DE FABRICAÇÃO	135.336,88
MARGEM BRUTA (=)	974.050,35
DESPESAS COMERCIAIS (-)	25.469,06
DESPESAS COM PESSOAL	2.845,70
PROPAGANDA E PUBLICIDADE	1.030,50
OUTRAS DESPESAS	21.592,86
DESPESAS ADMINIST. (-)	120.086,98
DESPESAS COM PESSOAL	37.220,59
DEPRECIACÕES/AMORTIZAÇÕES	20.628,57
OUTRAS DESPESAS	62.237,82
DESPESAS FINANCEIRAS (-)	-1.046.402,27
DESPESAS GERAIS (-)	0,00
RECEITAS FINANCEIRAS (+)	0,00
OUTRAS RECEITAS OPERACIONAIS (+)	1.046.402,27
12) LUCRO OPERACIONAL LÍQUIDO (=)	1.874.896,58
OUTROS RESULTADOS OPERACIONAIS (-)	36.903,95
OUTRAS RECEITAS OPERACIONAIS	43.424,22
OUTRAS DESPESAS OPERACIONAIS	6.520,27
RESULTADO ANTES DA CSLL E IR (=)	1.911.800,53
IMPOSTOS (-)	31.533,50
IRPJ/CSLL	31.533,50
LUCRO LÍQUIDO (=)	1.880.267,03

Figura 2: Demonstração do Resultado do Exercício de junho de 2022.
Fonte: Arquivo pessoal da empresa

Os *stakeholders* da alta gestão solicitaram informações maximizadas que trouxessem visões analíticas para subsidiar as decisões estratégicas das organizações. Assim, a pedido da direção e acionistas da empresa, iniciou-se a busca por uma nova forma de apresentação das apurações dos resultados das demonstrações.

A gestão propôs à sua assessoria contábil trazer uma demonstração amistosa e concisa, de fácil visualização e interpretação. Assim, diante das necessidades da empresa, implantou-se a metodologia do *Business Intelligence* (BI). Através de novos e modernos *layouts*, as informações passaram a ser sintetizadas e

demonstradas de forma clara e macrológica, atendendo, assim, a necessidade da empresa e o anseio de seus gestores. Informações de lucratividade corrente e acumulada, fluxo e distribuição de resultados, comparativos de períodos, variação de caixa e capacidade de quitação de obrigações são alguns dos indicadores contábeis abordados nas demonstrações do BI.

A base de análise para o presente relato de caso utilizando a metodologia de análise ferramenta BI refere-se ao período de julho de 2021 a junho de 2022, observando o cenário antes e depois da utilização do BI sob uma ótica flexível e dinâmica em relação aos dois métodos de evidenciação dos resultados da DRE. O estudo focou em uma única demonstração, pois pretendeu-se analisar a facilidade para o usuário da informação contábil, bem como da interpretação de seus dados.

Nas Figuras 1 e 2 acima pode-se ver que as contas são apresentadas em conformidade com a legislação vigente. No entanto, não possuem um *layout* dinâmico, o que leva a um desinteresse por parte dos gestores. Através desse formato vertical, pode-se inferir que a leitura fica maçante e pouco interessante.

Já nas Figuras 3 e 4, temos o uso da ferramenta BI, que traz uma dinâmica mais interessante ao *layout* em formato de gráfico das demonstrações, agregando visualmente uma proposta mais clara em relação aos resultados compreendidos entre junho de 2021 a junho de 2022 e a DRE acumulada por semestre de acordo com anos base a partir de 2019. Vale ressaltar que os números e os resultados são os mesmos com e sem o uso do conceito proposto pelo BI.

R\$1.911.800,53

▲ 277,7%

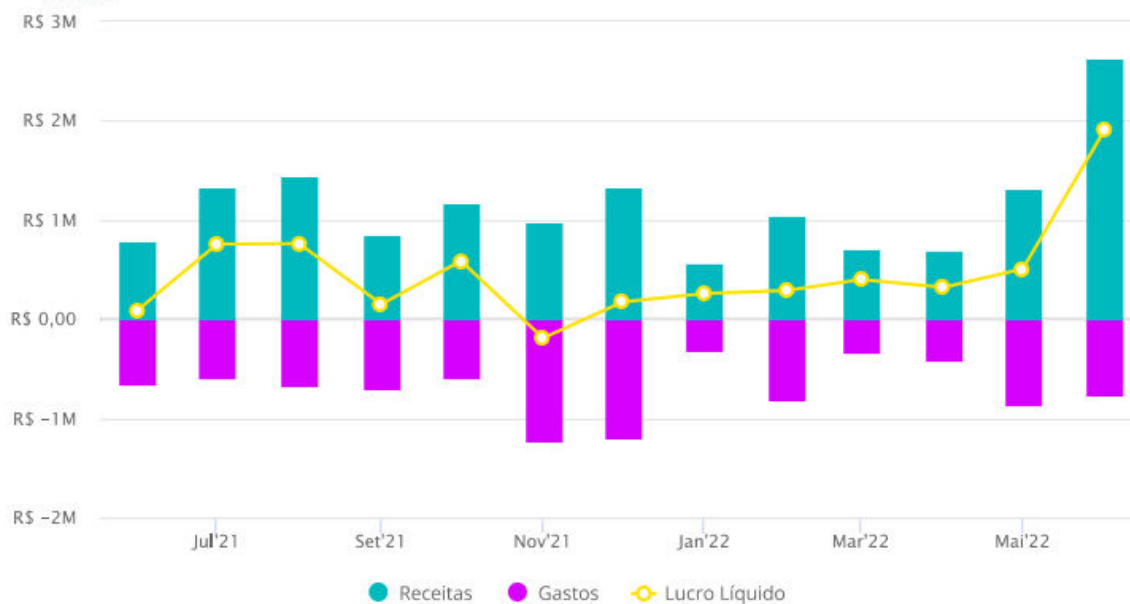


Figura 3: Fluxo de Resultados de julho de 2021 a junho de 2022.

Fonte: Arquivo pessoal empresa

	2º S 2019	1º S 2020	2º S 2020	1º S 2021	2º S 2021	1º S 2022
Receita Bruta	R\$3.546.849,58	R\$3.978.474,68	R\$7.637.913,72	R\$5.393.195,63	R\$6.730.580,70	R\$5.819.613,29
(-) Deduções da Receita Bruta	R\$984.796,54	R\$688.387,23	R\$1.336.387,55	R\$977.878,89	R\$1.227.897,22	R\$1.141.241,99
(=) Receita Líquida	R\$2.562.053,04	R\$3.290.087,45	R\$6.301.526,17	R\$4.415.316,74	R\$5.502.683,48	R\$4.678.371,30
(-) Custos	R\$1.887.479,32	R\$1.657.744,19	R\$2.408.338,45	R\$2.141.254,70	R\$2.757.090,26	R\$1.429.208,59
(=) Lucro Bruto	R\$674.573,72	R\$1.632.343,26	R\$3.893.187,72	R\$2.274.062,04	R\$2.745.593,22	R\$3.249.162,71
(+) Outras Receitas Operacionais	R\$576.660,37	R\$239.538,62	R\$243.658,15	R\$339.079,16	R\$399.505,81	R\$1.141.122,52
(-) Despesas	R\$1.120.091,67	R\$778.088,30	R\$637.018,78	R\$699.773,66	R\$979.103,68	R\$945.421,13
(=) Lucro Líquido	R\$161.873,44	R\$1.098.155,29	R\$3.502.509,77	R\$1.951.951,65	R\$2.232.766,61	R\$3.680.440,30

Figura 4: DRE resumida de 2019 a junho de 2022.

Fonte: Arquivo pessoal da empresa

DISCUSSÕES

A ferramenta do *Business Intelligence* (BI) pode ser utilizada para coletar e processar sistematicamente informações relevantes dos sistemas de informação de uma empresa, como um sistema ERP (Planejamento de Recursos Empresariais), que, após investigação e análise, é utilizado para apoiar a tomada de decisão da empresa (ESPINDOLA 2021).

Entende-se o BI como um processo de coleta e transformação de dados para contribuição nas tomadas de decisão dos negócios, de modo que as empresas tenham a possibilidade de acesso e exploração de seus dados. A análise dos resultados traça-se a partir de dois cenários emblemáticos vistos pela gestão da empresa.

Sendo assim, o estudo envolveu uma pesquisa baseada na dinamicidade e flexibilidade da informação advindas da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), trazendo uma perspectiva sobre o aspecto do uso do BI para retratar os resultados da contabilidade de forma mais leve e de fácil interpretação. Considerando os dados obtidos e apresentados em dois modos de apresentação, ou seja, um de forma tradicional e em conformidade com a legislação, e o outro em formato de dashboard, é notável que a figura 3 um aspecto visual muito mais agradável, além da interpretação da evolução dos resultados serem mais dinâmicas, como é retratado nas barras de cor verde, cujo gráfico pode demonstrar a evolução das receitas. Torna-se perceptível que as receitas sofreram impactos significativos entre julho de 2021 a junho de 2022, oscilando em níveis que tornou possível a análise.

Em relação a trajetória do lucro líquido, o BI permite um olhar direto, como demonstrado através da linha amarela no gráfico. Informações essas que eram inviáveis de se analisar de forma macrológica sem o conceito proposto pelo BI.

A customização envolvida nos sistemas de informações possibilitou o incremento de informações necessárias, permitindo maior monitoramento do desempenho das atividades da empresa, uma vez que no cenário anterior ao uso do BI não existiam informações que pudessem sustentar as ações tomadas pela diretoria. Desta forma, combinando-se informações de resultados de exercícios anteriores ao exercício atual, tornou-se possível projetar e planejar ações que trouxessem melhores desempenhos nos resultados da empresa. Pois de acordo

com Barbieri (2001), a tomada de decisão é auxiliada pela análise, exploração e apresentação da informação.

A empresa só se adaptou aos novos modelos conceituais do BI porque a contabilidade nos dias atuais se utiliza da tecnologia da informação para apresentar o melhor desempenho possível. E de acordo com Oliveira e Malinowski (2016) as empresas investem cada vez mais em softwares e hardwares que os auxiliem na tomada de decisão. Para os gestores o BI permitiu uma leitura da qual não conseguiam através dos relatórios técnicos contábeis, ainda que os mesmos sejam importantíssimos, mas mudar para um conceito mais didático aos seus olhos, facilitou em muito o processo de tomada de decisão, e assim o BI é uma ferramenta utilizada em outros setores da empresa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A contabilidade gerencial possui uma grande ferramenta que é o conceito do *Business Intelligence* (BI). É através do BI que as informações contidas na Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) puderam ser facilmente interpretadas pelos gestores. Esse aliado deixa para trás a ideia de que a contabilidade é uma ciência fechada, estática e voltada apenas para o profissional contábil. Com ela, constata-se que uma demonstração pode ser interpretada por qualquer usuário sem grandes dificuldades de forma dinâmica e eficiente.

O presente relato de caso levantou a questão sobre se o conceito BI poderia impactar o cotidiano de uma empresa da cidade de Três Rios/RJ e a conclusão é que passaram a utilizá-lo, pois entenderam que tornava as demonstrações, no caso a DRE, mais atraentes aos olhos dos gestores e da equipe como um todo. A rotina da empresa estudada foi modificada positivamente, pois a alta gestão se tornou mais suscetível às demandas da empresa que, anteriormente, eram muitas vezes negligenciadas por falta de clareza e/ou entendimento quanto aos dados contábeis.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Charliene Bruna de Holanda; MEHLECKE, Querte Terezinha Conzi. As inovações tecnológicas e a contabilidade digital: um estudo de caso sobre a aceitação da contabilidade digital no processo de geração de informação contábil em um escritório contábil do Vale do Paranhana/RS. **Revista Eletrônica de Ciências Contábeis**, Taquara, v.9, n.1, p.93-122, jan./jun.2020.

ATKINSON, Anthony A.; BANKER, Rajiv D.; KAPLAN, Robert S.; YOUNG, S. Mark. **Management accounting**. 2. ed. Upper Saddle River: NJ, Prentice Hall, 1997. p. 1-4.

BARBIERI, Carlos. **Business Intelligence: modelagem e tecnologia**. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2001.

BENDER, Andressa; SILVA, Robson de Faria. Informação contábil: uma ferramenta para a tomada de decisão. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 6, n. 6, p. 39654-39666, jun. 2020.

BEZERRA, Alessandro Augusto; SIEBRA, Sandra de Albuquerque. Implantação e Uso de *Business Intelligence*: Um Relato de Experiência no Grupo Provider. **Revista Gestão.Org**, v.13, Edição Especial, 2015. p. 233-243. Pernambuco.

BRAGHITTONI, R. **Business intelligence: implementar do jeito certo e a custo zero**. [S.I.]: Casa do Código, 2017.

BRASÍLIA. **Lei nº6.404, de 15 de dezembro de 1976**. Dispõe sobre as Sociedades por Ações. Brasília: Congresso Nacional. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L6404consol.htm Acesso em: 12 de set. de 2022.

CREPALDI, Silvio A.; CREPALDI, Guilherme S. **Contabilidade Gerencial - Teoria e Prática, 8ª edição**. São Paulo: Grupo GEN, 2017. 9788597011654. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597011654/>. Acesso em: 19 mai. 2022.

ESPÍNDOLA, Daniel Masini. **Estratégias de realocação de unidades organizacionais sob o contexto da indústria 4.0: um estudo de caso baseado na regionalidade**. Dr. Márcio Lopes Pimenta, 2021, f.97. Dissertação Pós-Graduação da Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, 2021. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/32472/4/Estrat%c3%a9giasRealoca%c3%a7%c3%a3oUnidades.pdf> Acesso em: 01 de jun de 2022.

GABRIEL, Martha. **Você, eu e os robôs: pequeno manual do mundo digital**. Rio de Janeiro Atlas 2017.

GUERREIRO, Reinaldo; PEREIRA, Carlos Alberto e REZENDE, Amaury José. Em busca do entendimento da formação dos hábitos e das rotinas da contabilidade gerencial: um estudo de caso. RAM. **Revista de Administração Mackenzie [online]**. 2006, v. 7, n. 2 [Acessado 29 Junho 2022] , pp. 78-101. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1678-69712006/administracao.v7n2p78-101>. Epub 21 Set 2020. ISSN 1678-6971. <https://doi.org/10.1590/1678-69712006/administracao.v7n2p78-101>.

IUDICIBUS, S. de; MARTINS, E.; GELBCKE, E. R. **Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

LOMBARDO, Marcelo. **Contabilidade Digital x Contabilidade Online: qual é a diferença?**. 2017. Disponível em: <<https://www.robertodiasduarte.com.br/contabilidade-digital-e-contabilidade-online-qual-a-diferenca/>>. Acesso em: 21 jun. 2022

MARION, José Carlos. **Contabilidade Básica**. São Paulo: Grupo GEN, 2018. 9788597018103. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597018103/>. Acesso em: 13 mai. 2022.

OLIVEIRA, Antônio Benedito da S. **Contabilidade gerencial**. Editora Saraiva, 2014. 9788502618077. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502618077/>. Acesso em: 19 mai. 2022.

OLIVEIRA, Diego Bianchi de; MALINOWSKI, Carlos Eduardo. A importância da tecnologia da informação na contabilidade gerencial. **Revista de Administração**, v. 14, n. 25, p.3-22, maio. 2017

RODRIGUES, Ana Tércia Lopes. **Disrupção Contábil**. 2018. Disponível em: <https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/cadernos/jc_contabilidade/2018/08/644164-disrupcao-contabil.html>. Acesso em: 21 jun. 2022

SANTOS, Ronyelly Diniz Correia dos. **POWER BI: A experiência de implantação em um escritório de contabilidade**. Orientador: Brivaldo André Marinho da Silva. 2018. 32f. TCC (Graduação) - Bacharel em Administração, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2018.

SANTOS, Vanderlei dos, et al. Uso do Business Intelligence e Desempenho de Controllers. In: *USP INTERNATIONAL CONFERENCE IN ACCOUNTING*, 21, 2021, São Paulo. **Congresso USP**. São Paulo, jul. 2021.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez. 2013. ISBN: 978-85-249-2081-3. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5562413/mod_resource/content/1/Metodologia-Do-Trabalho-Cientifico-23%C2%AA-Edicao-Severino-EBOOK-Escolhido.pdf. Acesso em: 12 de set. de 2022.

SILVA, Laryssa Xavier Peres da. **Ferramenta de Business Intelligence como canal para comunicação contábil**. Orientadora: Dra. Rosana Guerra Sousa, 2020. 37 f. Trabalho de Conclusão de Curso, (graduação em Ciências Contábeis) - Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2020.

