

**INSTITUTO DE ESTUDOS E PESQUISAS DO VALE DO ACARAÚ-IVA
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO I**

KARLA LORENA MELO ARAÚJO

**“O ICMS NO MERCADO ELETRÔNICO: O PLANEJAMENTO E
EXECUÇÃO DE AÇÕES CONTÁBEIS ESTRATÉGICAS PARA
APERFEIÇOAR O AUMENTO DA ARRECADAÇÃO.”**

ITAPAJÉ-CE

2019

PROFESSOR RICARDO CÉSAR TORRES

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO I

**“O ICMS NO MERCADO ELETRÔNICO: O PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO
DE AÇÕES CONTÁBEIS ESTRATÉGICAS PARA APERFEIÇOAR O
AUMENTO DA ARRECADAÇÃO.”**

2019

Artigo apresentado ao Instituto de Estudos e Pesquisas Vale do Acaraú, como requisito à obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Ricardo César Torres

ITAPAJÉ-CE

2019

RESUMO

A Contabilidade, como sabemos, é uma ciência, e o surgimento dessa ciência relaciona-se com a necessidade de se registrar e armazenar informações e dados de determinada empresa com o intuito de auxiliá-la na tomada de decisões a partir da análise dessas informações. Antigamente, os povos utilizavam registros de seus patrimônios com o famoso “método das partidas dobradas”, já amplamente discutido ao longo da nossa caminhada como futuros contadores. Sua popularidade acontece de forma gradual, advinda do avanço do capitalismo onde surgiu a iniciativa pública e privada e consequentemente o acúmulo de patrimônio de ambas. A partir dessa vertente tornou-se necessário e indispensável o controle dos registros dessas instituições a fim de obter o conhecimento para se fazer um diagnóstico do que estava indo bem ou não. Levando para o lado do profissional da área, hoje, seu campo de atuação é gigantesco. Podemos citar como exemplos de ramos da contabilidade: A financeira, a contabilidade de agronegócio a auditoria contábil, perícia contábil entre outras tantas. Qualquer empresa formal no Brasil precisa de um profissional contador. Infelizmente, a imagem desse especialista está tachada como um mero calculador de impostos, porém, sabemos que nosso campo de atuação é muito mais que isso. Não somos técnicos que ficam engravatados e presos em escritórios fazendo apenas “contas” como a maioria pensa. A contabilidade vai muito além da simples fronteira de um cálculo de imposto. Hoje há auditorias, consultorias e etc, tendo em vista que nossa profissão está altamente atrelada a diversas áreas como recursos humanos, o agronegócio a tributação do ICMS no comércio eletrônico, que será nosso viés neste artigo, e assim por diante. Poderíamos discorrer aqui em muitas páginas sobre as atribuições do profissional contador, mas o que queremos ressaltar é que a contabilidade, sem dúvidas, surgiu para transformar o mundo capitalista e servir como forte aliada das empresas no rumo ao crescimento.

Palavras-chave: Profissional contábil. ICMS. Comércio eletrônico. Crescimento.

ABSTRACT

Accounting, as we know, is a science, and the emergence of this science is related to the need to register and store information and data of a particular company with the purpose of assisting it in making decisions based on the analysis of this information. In the past, people used records of their assets with the famous "doubles method," already widely discussed throughout our journey as future accountants. Its popularity happens gradually, coming from the advance of the capitalism where the public and private initiative arose and consequently the accumulation of equity of both. From this perspective it became necessary and indispensable to control the records of these institutions in order to obtain the knowledge to make a diagnosis of what was going well or not. Taking the professional side of the area today, its field of action is gigantic. We can cite as examples of branches of accounting: financial, agribusiness accounting, accounting auditing, accounting expertise among many others. Any formal company in Brazil needs a professional accountant. Unfortunately, the image of this specialist is considered as a mere calculator of taxes, however, we know that our field of action is much more than that. We are not technicians who get locked up and locked up in offices doing only "accounts" as most people think. Accounting goes well beyond the simple frontier of a tax calculation. Today there are audits, consultancies and etc, considering that our profession is highly tied to several areas such as human resources, agribusiness and taxation of ICMS in e-commerce, which will be our bias in this article, and so on. We could talk here on many pages about the duties of the accountant, but what we want to emphasize is that accounting has undoubtedly arisen to transform the capitalist world and serve as a strong ally of companies towards growth.

Keywords: Accounting professional. ICMS. E-commerce. Growth.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 O ICMS	9
2.1 CONCEITO	9
2.2 DA APLICABILIDADE DO ICMS	10
3 O COMÉRCIO ELETRÔNICO	11
3.1 CONCEITO	11
3.2 O COMÉRCIO ELETRÔNICO NO BRASIL	12
3.3 A ESTRUTURA DO COMÉRCIO ELETRÔNICO	13
3.4 MUDANÇAS NO MERCADO ELETRÔNICO COM A INCIDÊNCIA DO ICMS	14
3.5 OS NÚMEROS DO ECOMMERCE NO BRASIL	15
3.6 O COMÉRCIO DIGITAL E A INFORMALIDADE	16
4. A CONTABILIDADE E O COMÉRCIO DIGITAL NA EMPRESA MORERA SPORT EM ITAPAJÉ-CE	17
4.1 A CONTABILIDADE COMO FERRAMENTA DE AUXÍLIO AO ECOMMERCE	17
4.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	18
5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS	20
5.1 CONTEXTO DA EMPRESA	20
5.2 PERGUNTAS OBJETIVAS DA PESQUISA	21
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	24
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	27

1. INTRODUÇÃO

O objetivo do país é garantir, de acordo com o artigo 5º da constituição federal – pelo menos em regra - o bem estar da população, através de serviços públicos mais especificamente voltados para o viés social e para a infraestrutura básica. Para que isso possa se concretizar, o Estado necessita da coleta de impostos, ou seja, essa é a justificativa principal para as arrecadações na nação conhecida por ter a maior carga tributária do mundo.

Baseado em pesquisas, ao longo da nossa história, há relatos de que os impostos surgiram ainda na idade média onde se iniciou sua cobrança. A classe pobre da época era obrigada a dar parte de sua produção na lavoura aos burgueses e senhores feudais. Os camponeses recebiam em troca estradas para o escoamento de sua produção. Tempos depois, surgiu a democracia, que trouxe consigo uma maior organização e foi o ponto de partida para o começo de uma administração de tributos.

No Brasil, a cultura do pau-brasil deu início a cobrança concreta de impostos, pois o mesmo foi o primeiro produto a ser tributado na nossa história.

Por fim, é nítido que o Estado só sobrevive se houver arrecadação. Infelizmente nossa carga tributária é altíssima e a renda é má distribuída, porém, sem entrar no mérito da questão da corrupção, é importante que os contribuintes façam sua parte, pois não há nação produtiva sem pagamento de impostos.

Dentro dessa gama imensa de impostos, destacaremos nesse artigo o ICMS, que é o imposto sobre circulação de mercadorias e serviços; mais especificamente sobre o seu impacto no comércio eletrônico que é um dos polos em crescimento contínuo no Brasil e no mundo. Cada Estado da Federação tem a liberdade de estipular suas tarifas. Temos por exemplo no nosso estado, Ceará, a maior alíquota do país. Mas, explicando com mais clareza, o ICMS é o imposto cobrado sobre produtos que entram e saem do Estado, e essa arrecadação pertence a cada Estado.

O comércio eletrônico é uma tendência mundial. O setor gigante oferece uma vasta oportunidade de negócios em todos os ramos possíveis. Inicialmente as operações realizadas no meio digital não eram tributadas pelo ICMS. O imposto que se pagava era apenas um frete calculado de acordo com a distância entre as cidades.

Ao perceber o alto volume de negócios realizados e os milhões movimentados diariamente, o governo passou a enxergar nesse nicho uma grande oportunidade de arrecadação e assim, a partir de 2016, o comércio digital passou a ser operado desta forma. Com a crescente demanda, as empresas passaram a precisar desse olhar mais aprofundado sobre o assunto levando-os a buscar auxílio contábil para fazer as melhores operações e da mesma forma, os profissionais da contabilidade tiveram que mergulhar no estudo de caso e conhecer a fundo a tributação do ICMS que incide nessas milhares de operações diárias e é sobre isso que iremos discorrer ao longo deste artigo.

Este artigo, portanto, tem a intenção de mostrar a quem possa interessar, a história do ICMS, como ele foi criado e como é aplicado hoje especialmente com ênfase no ecommerce. Vamos explanar ainda o surgimento do comércio eletrônico, e a junção destes dois tópicos centrais. Envolto nesse universo, ressaltaremos ainda a importância e o papel do profissional contábil na intermediação entre ambos.

2 O ICMS

2.1 CONCEITO

Antes da promulgação da Constituição Federal de 1988, havia na então constituição de 1934, um imposto chamado IVC, que era o imposto sobre vendas e consignações. O antigo tributo tinha cunho comercial, onde a partir de cada venda/operação gerava-se um desconto diferente. Isso acontecia em todo o ciclo da venda, incidindo sobre todas as etapas do processo até a chegada do produto ou serviço ao seu consumidor final. Ou seja, o IVC era cobrado várias vezes com base no valor da mercadoria ou do serviço.

Em 1965, por meio da Emenda Constitucional nº 18 de dezembro de 1965 surgiu o ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias Serviços, ficando então no lugar do extinto IVC. O ICMS veio sem a característica da cumulatividade, pois o cálculo apresenta, em sua forma de incidência, um fato gerador sobre o valor do produto/serviço. Com a nova Constituição em 1988, passou a vigorar o sistema que temos até hoje (**CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988, art. 155, inciso II**).

2.2 DA APLICABILIDADE DO ICMS

O ICMS, como sabemos, é um imposto não cumulativo. Ele incide sobre cada operação de forma individual. Vale ressaltar que cada Estado da federação tem sua alíquota própria. Os Estados têm autonomia sobre as discussões acerca deste tributo.

Para calcular o ICMS faz-se o seguinte cálculo: valor do produto/serviço x alíquota = valor do **ICMS** do produto, por exemplo, R\$ 100 x 10% = R\$ 10,00.

As fases da circulação dos produtos e as prestações de serviços estão obrigados à incidência do imposto, assim sendo é indispensável a emissão de nota fiscal. A arrecadação do ICMS é vital para a economia estadual. Sua importância é tão significativa que alguns Estados têm como principal fonte de capital o recolhimento do mesmo.

O ICMS é um imposto incidente sobre movimentações de vários tipos de produtos. Há poucas exceções sobre as quais o mesmo não incide; os livros são uma delas. O tributo taxa ainda serviços de transporte interestaduais e intermunicipais além de produtos importados e etc.

“O cadastro de ICMS é um tipo de cadastro que precisa ser feito por todos os empreendedores, já que eles são obrigados a inscrever seus estabelecimentos antes de iniciarem qualquer atividade e são obrigados a comunicar qualquer alteração nos dados iniciais oferecidos, se isso acontecer.” (LEANDRO MARKUS - <https://www.leandromarkus.com.br/>).

Veja abaixo a tabela com as alíquotas atualizadas do ICMS em cada Estado:

ORIGEM	DESTINO																												
	AC	AL	AM	AP	BA	CE	DF	ES	GO	MA	MT	MS	MG	PA	PB	PR	PE	PI	RN	RS	RJ	RO	RR	SC	SP	SE	TO	EX	
AC	17	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4		
AL	12	17	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
AM	12	12	18	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
AP	12	12	12	18	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
BA	12	12	12	12	12	18	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
CE	12	12	12	12	12	12	17	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
DF	12	12	12	12	12	12	12	18	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
ES	12	12	12	12	12	12	12	17	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
GO	12	12	12	12	12	12	12	12	17	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
MA	12	12	12	12	12	12	12	12	18	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
MT	12	12	12	12	12	12	12	12	12	17	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
MS	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	17	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
MG	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	18	7	7	12	7	7	7	12	7	7	12	7	7	12	7	7	4	
PA	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	17	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
PB	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	18	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
PR	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	18	7	7	7	12	7	7	7	12	7	7	12	7	7	4		
PE	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	18	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
PI	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	17	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
RN	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	18	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
RS	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	19	12	7	7	12	7	7	7	7	4		
RJ	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	12	7	7	7	12	7	7	7	7	4		
RO	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	17	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
RR	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	17	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
SC	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	12	7	7	7	17	7	7	7	7	4	
SP	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	12	7	7	7	12	7	7	7	7	4	
SE	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	4	
TO	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	18	4	
EX	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Fonte: www.blog.sage.com.br/tabela-icms-2019-atualizada

3 O COMÉRCIO ELETRÔNICO

Tempos atrás, o pequeno empreendedor tinha apenas uma opção ao cogitar abrir seu próprio negócio: abrir uma loja física e ficar atrás de um balcão.

O surgimento da internet mudou completamente a visão do empreendedorismo e expandiu as fronteiras de uma maneira surreal e inimaginável, pois seu alcance é mundial. Hoje, qualquer pessoa, sem restrições, consegue rapidamente vender sua mercadoria de maneira cem por cento online. Sabe qual a maior vantagem disso? Não é mais necessário ter um time de funcionários, não há necessidade de um ambiente comercial e a burocracia praticamente some nesse segmento.

O comércio eletrônico é também chamado de “e commerce”. Esse termo deriva da tradução de comércio eletrônico para o inglês, ou seja, “electronic commerce”. O vocábulo em questão faz menção às operações realizadas por meio de qualquer meio eletrônico como tablets, celulares e etc.

“Esse negócio online é justamente o que chamamos de “ecommerce” (ou “comércio eletrônico”). Do termo “electronic commerce”, a palavra faz referência a qualquer

transação que é feita via dispositivos eletrônicos como computadores e telefones celulares.” (BRUNO OLIVEIRA – ECOMMERCE NA PRÁTICA).

3.2 O COMÉRCIO ELETRÔNICO NO BRASIL

Não há definição de uma data específica do surgimento do comércio digital no Brasil, sabe-se apenas que as primeiras transações aconteceram na década de 1990, mais precisamente em meados de 1995 com a chegada da internet.

Em setembro desse ano o Pão de Açúcar distribuía CD Rons com o catálogo de seus produtos para que as pessoas pudessem comprar pelo computador, mas Nesse mesmo ano de 95, os clientes faziam seus primeiros pedidos através de catálogos onde os produtos eram escolhidos e depois enviavam por fax. A efetivação do pagamento acontecia apenas no ato da entrega. Bem diferente dos milhões de operações realizadas diariamente hoje.

Por se tratar de uma propensão mundial, aqui no Brasil, o comércio eletrônico passou a chamar a atenção de investidores. Essa mobilidade pode ser explicada por conta da grande oferta de grandes oportunidades de negócios no setor, em qualquer área que o empreendedor se proponha a trabalhar. Mas, para alcançar o sucesso, não basta simplesmente começar a vender de qualquer jeito, divulgando qualquer produtor. É necessário que se estabeleça uma loja virtual que seja competitiva.

Estudando as expectativas deste ramo de negócios no Brasil, vê-se um crescimento progressivo no quesito de lucratividade. Mesmo com a crise que nos atinge já há algum tempo o com o comércio eletrônico consegue se destacar.

Alguns fatores devem ser observados para se entender o crescimento do e-commerce no Brasil. Hoje o consumidor está cada vez mais conectado. Uma pesquisa divulgada pelo Google diz que, 96% dos internautas pesquisam na grande rede antes de optarem por comprar em uma loja física.

Ao longo dos anos, os sites de vendas foram conseguindo conquistar a confiança dos clientes, pois a internet ainda é um ambiente inseguro, suscetível a falhas e principalmente fraudes. Isso tornou os consumidores desconfiados, porém as lojas virtuais, em sua grande maioria, até por questão de concorrência, vêm cumprindo seu papel executando a venda e mais importante: Entregando o produto e/ou serviço ao

consumidor final. Obviamente não foi fácil chegar até este ponto. Para isso houve grandes investimentos no segmento de segurança da informação.

Como citado acima, as lojas investem em tecnologias, boas plataformas digitais, serviços de SAC – Serviço de Atendimento ao Consumidor – eficientes, um bom pós venda, pois o cliente gosta e precisa se sentir informado além de estar livre de etapas chatas no momento do pagamento, ou seja, efetivação do pagamento das compras de forma cem por cento online através de depósitos, transferências bancárias e claro, cartão de crédito. Isso elimina a possibilidade de filas e proporciona mais conforto aos clientes.

Existem ferramentas e estratégias poderosas no meio digital para conseguir conquistar o cliente. As lojas conseguem, através de softwares sofisticados, é possível saber cada passo do usuário na internet, ou seja, suas pesquisas, em que produto ele está interessado naquele momento. Com isso, as lojas aproveitam para iniciar um marketing pesado. A partir da posse dessas informações cada site que o internauta visitar terá na tela aquele produto piscando à sua frente, o induzindo a compra-lo.

As facilidades são muitas no comércio digital. Por terem sistemas integrados com suas lojas físicas as lojas digitais conquistam cada vez mais espaço. Em um meio tão competitivo como esse, as empresas têm que estar sempre se aperfeiçoando e procurando inovações para não ficarem para trás.

“Além de mais pessoas terem acesso à web, hoje em dia, o que favorece sem sombra de dúvida os números do comércio eletrônico no país, os brasileiros estão cada vez mais confiantes em comprar em lojas virtuais.” (MARCIO EUGÊNIO – DLOJA VIRTUAL).

3.3 A ESTRUTURA DO COMÉRCIO ELETRÔNICO

Inicialmente, o que será necessário uma boa plataforma digital, onde serão expostos os produtos, um bom trabalho de marketing para a divulgação, pois sem propaganda seu negócio ficará perdido como uma gota no oceano, uma logística afiada controlando desde a escolha que o cliente faz do produto até a chegada deste em suas

mãos e, principalmente, uma boa assessoria contábil para executar a burocracia de impostos, financeira e etc..

O segredo do sucesso de qualquer ecommerce é a divulgação do produto. Afinal, quem não é visto não é lembrado não é mesmo? A estrutura da plataforma, com seu layout são imprescindíveis para que o negócio dê certo.

Hoje existem profissionais especializados nesse segmento de dar consultoria sobre como o produto será exposto.

Os e-commerces devem se atentar para alguns aspectos importantes antes de iniciar suas vendas online: As formas e planos de pagamento, opções de cancelamento de compras, formas de envio do produto, se será via correios ou transportadora, marketing pesado através de e-mails e redes sociais, um bom certificado de segurança entre outros.

No mercado digital, não há obrigatoriedade de loja física. Essa é uma das maiores vantagens para o empresário. O dono do negócio tira as fotos dos produtos (ele mesmo), divulga e vende. Em contrapartida, quando negócio cresce ele precisará de um fixo para auxiliar à logística da entrega.

Vale ressaltar, que qualquer empresa de comércio eletrônico deve expor sua localização e um telefone para contato.

A logística no mercado digital é como o coração para ser humano. Será neste processo que será feita desenvolvida as etapas de triagem, despacho, organização de estoque, rastreamento da carga até a entrega finalizada nas mãos do cliente.

“Um erro recorrente de muitos lojistas é que eles esquecem de que para manter um e-commerce é preciso montar uma estrutura assim como de uma loja física” (IVAN BASTOS – WEBJUMP)

3.4 MUDANÇAS NO MERCADO ELETRÔNICO COM A INCIDÊNCIA DO ICMS

A incidência do ICMS no mercado eletrônico foi instituída através da Emenda Constitucional nº 87 de abril de 2015. Nota-se então que é uma resolução recente. O

Governo entendeu que estava deixando de arrecadar milhões em um negócio crescente e passou a tributar as operações, ou seja, ficou mais caro comprar pela internet.

“A alteração na forma de cobrança visa equilibrar as contas estaduais, incluindo uma “trégua” na Guerra Fiscal entre os estados.” (RENATO CRUZ – ECOMMERCENEWS)

As operações realizadas digitalmente e as feitas em lojas físicas sofrem tributação. O ICMS, como sabemos, incide nas vendas destinadas a outros Estados da Federação, e o cálculo depende de cada Estado e das variações e particularidades de cada produto ou serviço.

Quando a mercadoria sai de qualquer lugar, a obrigação do recolhimento do tributo é o vendedor deste produto que repassará a alíquota integralmente ao Estado que originou a venda. O Estado que recebe o produto ficará com a diferença entre essas alíquotas.

Inicialmente os lojistas não aceitaram muito bem a ideia de terem essa carga a mais de impostos sobre suas vendas. A partir de 2016 começou a incidência do ICMS para empresas de comércio digital e por call Center (vendas por telefone) para outros estados.

Com a nova medida do governo instituiu-se uma “guerra fiscal” entre os estados. Tudo isso piorou um pouco a situação tendo em vista que a burocracia cresceu, e quando ela aumenta, traz consigo aumento de custos. Por conta desse forte impacto, muitas empresas acabaram fechando, pois ficou muito caro comprar online.

3.5 OS NÚMEROS DO E-COMMERCE NO BRASIL

O marketing digital começou com força em meados de 2009. Hoje esse nicho é um dos maiores setores da economia no Brasil e no mundo. Diz-se que essa é uma tendência que não tem mais volta, pois os clientes estão na tela dos celulares e demais dispositivos eletrônicos, tendo os produtos e serviços à sua disposição em apenas um clique.

O mercado digital é tão promissor e volátil que, mesmo em tempos de crise não parou de crescer. Pelo contrário, a internet e o comércio eletrônico abriram fronteiras para os pequenos empreendedores que antes não tinham oportunidade.

Unido às redes sociais, o mercado digital capta a atenção de cerca de 87% dos brasileiros que hoje têm algum perfil nas redes e é um dos mais eficientes elos entre empresas e público alvo.

Os efeitos positivos do comércio eletrônico não começaram como um estopim. Há uma forma de se explanar tal multiplicação de compras, vendas, negócios e muito dinheiro em caixa. Alguns empresários com olhar mais clínico passaram a enxergar nesse meio outra oportunidade de negócio. Surgem então as agências especializadas em marketing digital. Isso mesmo. O mundo digital ainda carece de pessoas que dominem seus comandos, e foi nessa dificuldade que o empresário Flávio Muniz – dono da Agência Espalhando - viu a oportunidade de ganhar dinheiro e ajudar também os empreendedores a alcançarem sucesso.

“A internet sempre foi uma grande aposta para o futuro e como profissional de marketing isso parecia o certo a se fazer na época. O marketing digital também estava começando a dar frutos fora do Brasil e eu me atentei a isso rapidamente”, afirma Flávio. (REVISTA EXAME, 2019-01-19)

3.6 O COMÉRCIO DIGITAL E A INFORMALIDADE

Sabe-se que com a crise pela qual o Brasil passa o mercado informal cresceu e cresce absurdamente a cada dia. Isso traz consigo grandes prejuízos ao fisco, pois são operações que não estão sob o controle do governo e o mesmo tem deixado de arrecadar os impostos.

É imenso o surgimento dia a dia de camelôs, vendedores ambulantes nos centros das grandes cidades e enfim. Isso mostra o tamanho abandono do governo para com a sociedade o que traz que causa grandes prejuízos ao comércio e expõe um dos achaques do país, que continua “empurrando a sociedade com a barriga”.

Esse problema é algo bem antigo, cerca de sessenta anos atrás. Os impactos progridem gradativamente unidos a atual situação que vive o Brasil hoje.

Atualmente milhares de lojas têm fechado suas portas em virtude da informalidade, desemprego e tantos outros problemas que afetam a economia nesse momento.

Ficou muito mais barato e atrativo possuir uma loja online, onde os clientes estão a todo o momento na rede, curtindo fotos e onde os comerciantes não precisam pagar aluguel, pois não há a necessidade de se ter um ponto físico. A grande verdade é que a situação, para o governo, saiu do seu controle.

“O número de pessoas que desejam empreender vem de uma crescente orgânica, seja por necessidade ou por oportunidade, é notável que as pessoas estão se arriscando mais”. (CLÁUDIA DEL VALLE – AHOBA VIAGENS).

4. A CONTABILIDADE E O COMÉRCIO DIGITAL NA EMPRESA MORERA SPORT EM ITAPAJÉ-CE

4.1. A CONTABILIDADE COMO FERRAMENTA DE AUXILIO AO E-COMMERCE

Aparentemente, parece simples abrir um negócio digital, mas antes de iniciá-lo é necessário observar certas peculiaridades do sistema. O negócio ou loja virtual devem ser validados perante o Governo, ou seja, devem-se enfrentar os trâmites burocráticos e para tanto entra em cena a figura do contador, que fará um trabalho imprescindível como coadjuvante da empresa.

Há certo tempo, o contador era visto apenas como mero calculador de impostos. Hoje, o contador é considerado a “mola mestre” de um empreendimento. Engana-se quem pensa que é simples encontrar bons profissionais para atuar dinamicamente na área digital. As funções nesse mercado exigem lealdade, competência e, principalmente, caráter.

A contabilidade no meio digital é uma inovação para alavancar o faturamento desses novos empreendedores

Sabe-se que o mercado eletrônico está em crescente expansão e a tendência é que isso permaneça, como um caminho sem volta.

“Na economia digital, o capital intelectual é o recurso mais valioso, e ele faz com que os meios de produção saiam do chão da fábrica, indo para as mentes inovadoras dos trabalhadores do conhecimento – aqueles que criam valor. Na nova economia, esses trabalhadores com acesso às novas estruturas podem participar a todo vapor da vida social e comercial. Os que não têm acesso, conhecimento e motivação tenderão a ficar para trás.” (CARLOS ROBERTO SOUZA CARMO/IGOR GABRIEL LIMA/JORGE PEREIRA OTERO – REVISTA CRCMG).

4.2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O lócus da pesquisa foi à empresa Moreira Sport, que fica localizada no município de Itapagé a 120 km de fortaleza capital do estado do Ceará. Atualmente a loja conta com onze pessoas que são responsáveis por seu funcionamento. O estudo irá analisar as questões que envolvem o ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias e serviços) no mercado eletrônico: o planejamento e execução de ações contábeis estratégicas para aperfeiçoar o aumento da arrecadação.

A falta de um bom planejamento tem afetado de forma implacável as empresas, levando muitas a falência por falta de organização. O presente trabalho trata-se de uma pesquisa bibliográfica e utiliza também a pesquisa-ação.

A pesquisa-ação apresenta uma abordagem qualitativa, em geral, é utilizado, sobretudo, para descobrir e refinar as questões de pesquisa, às vezes, mas não necessariamente, hipóteses são comprovadas. Com frequência, esse enfoque está baseado em métodos de coleta de dados que não requerem mensurações, como as descrições e observações. (ALMEIDA & FREIRE, 2007).

Para os autores a investigação qualitativa é uma pesquisa descritiva e dirigida à compreensão e descrição dos fenômenos globalmente considerados, bem como a dinâmica existente entre a realidade e os sujeitos pesquisados. Esta modalidade prestigia o tratamento interpretativo, ou hermenêutico dos dados e não exige o tratamento estatístico.

Este processo tem como objetivo sumariar as observações, de forma que estas permitam respostas à questão nuclear do estudo. Na pesquisa qualitativa existe

uma interpretação das falas, quando o pesquisador busca, mediante um processo de intersubjetividade, dar ou ampliar o sentido dos discursos dos sujeitos.

É valido destacar que o conhecimento é parte fundamental para que através de um planejamento o indivíduo que está envolvido no comercio também varejista de moda esporte masculina e feminina possa manter-se e destacar dentro desta modalidade, ou seja, desta forma ele será capaz de aplicar e selecionar os recurso de acordo com a necessidade a ser atendida.

Para essa pesquisa, foi realizado um levantamento bibliográfico sobre a contribuição do marketing no comércio eletrônico na empresa Moreira Sport em Itapagé-Ce.

As pessoas que trabalham com vendas no varejo mais especificamente de moda feminina sabem bem quais são as suas maiores dificuldades bem como o que facilitaria o seu desempenho.

Foi aplicado um questionário com dez perguntas a empresária da loja Moreira Sport, onde se perguntou a esta, para você o que significa o marketing do comercio eletrônico. Esta pergunta foi feita com o intuito de perceber se ela tem realmente conhecimento dessa estratégia de vendas ou simplesmente a fazem sem realmente conhecer bem o assunto.

Perguntou-se ainda, o que ela tem feito para melhorar suas vendas? De inicio ficou surpresa, mas é a partir de atitudes bem definida, que podemos transformar uma realidade muitas vezes difícil para algo melhor, a partir de um bom planejamento as situações problemas vão sendo vencidas, deixando de lado a cultura de que depois vai melhorar, pois quando se trata de comercio principalmente as boas mudanças acontecem a partir de atitudes acertadas.

A empreendedora foi também questionada se acha válido o momento que tem disponível para planejar a questão do marketing do comercio eletrônico, mas isso depende do ponto de vista de cada pessoa envolvida neste processo, pois sabemos que existem alguns que são a favor do planejamento quando se trata de vendas e outros que são contra, mas nem por isso se deve deixar de incentivar e criar estratégias para que o planejamento aconteça seja em relação às estratégias de vendas ou não.

5. ANÁLISE E DISCURSSÃO DOS DADOS

5.1. CONTEXTO DA EMPRESA

O presente trabalho foi realizado na loja de moda Moreira Sport, no município de Itapagé, Ceará. Atualmente a organização conta com onze funcionários trabalhando durante todo o dia. A mesma funciona no período manhã e tarde.

As condições sócias econômicas do município no qual a loja está inserida são boas, pois o município conta com fabrica uma boa rede de comércio que atua no varejo e atacado que também fornece a municípios vizinhos, contam com escolas estaduais e municipais, como bancos, como por exemplo: Banco do Brasil, Bradesco, Banco do Nordeste, Caixa econômica. O que garante uma boa renda para muitas pessoas e de certa forma dinamiza o comércio.

A referida loja procura trabalhar de forma criativa oferecendo um ótimo serviço para a comunidade, oferecendo qualidade em seus produtos e preços baixos, convidativos na medida do possível, garantindo assim as vendas e a permanência do cliente nesta organização. Os clientes procuram um produto diferenciado

Desta forma a loja procura semanalmente e às vezes quinzenalmente se organizar para atender as necessidades dos clientes e sempre investindo em promoções o que realmente faz a diferença, qualidade e preço baixo. Foi possível observar que a proprietária do estabelecimento Francisca Graciele Melo Moreira não mede esforços quando se trata em agradar os seus clientes visto que procura constantemente atualizar-se em busca de novidades, a loja fabrica confecções personalizadas, material esportivo e fardamentos,

A maioria dos produtos que são comercializados em Itapagé são também divulgados em rede social, principalmente de moda esportiva procuram acompanhar o que tem melhor é produzida na capital do estado, em fortaleza, onde os empresários locais fazem as suas compras e em seguida vendem no comercio local. São produtos diferenciados e de qualidade que garantem a vinda de pessoas e não precisem se deslocar até fortaleza para realizarem as suas compras, pois no comercio eletrônico na empresa Moreira Sport, garantem esta comodidade.

“Uma das consequências advindas do desenvolvimento dos negócios eletrônicos e da diminuição do ciclo da vida dos produtos, ocasionados pela implantação de novas tecnologias, foi o substancial aumento da importância do capital intelectual. O conhecimento passou a ser o ativo mais valorizado pelas organizações” (CARLOS ROBERTO SOUZA CARMO/IGOR GABRIEL LIMA/JORGE PEREIRA OTERO – REVISTA CRCMG).

Quando o contador passa a auxiliar nesse segmento, significa que o negócio está crescendo a ponto de necessitar de uma assessoria profissional nesse sentido.

Vale ressaltar que o que pode ser diferencial de sucesso é um bom produto, um preço acessível, um profissional idôneo que fará um bom planejamento estratégico voltado para uma tributação justa em cima daquele produto ou serviço, o que dará condições ao empresário de conseguir seus lucros e ao mesmo tempo honrar com suas obrigações diante do fisco.

5.2. PERGUNTAS OBJETIVAS DA PESQUISA

Para entendermos o viés desta pesquisa, foram analisadas as peculiaridades da incidência em vendas digitais para o pequeno empreendedor de um comércio do interior do estado do Ceará; mais precisamente a empresa Morera Sport em nossa cidade de Itapajé-CE. As informações foram obtidas através de entrevista feita com a gerente administrativa da empresa, sra. Yara.

Inicialmente, foi questionado como começou o modelo de comércio eletrônico na empresa, qual foi o modelo inicial e se, além da loja física há um site em funcionamento.

Na verdade a Morera Sport ainda não tem um site em funcionamento. Nossas vendas digitais, assim como o marketing são enfatizadas através do whatsapp que hoje podemos dizer que é a maior ferramenta usada pela empresa. (Gerente administrativa)

Depreende-se do questionamento acima, bem como da resposta, que o comércio eletrônico ainda é algo arcaico para a realidade do interior. O foco para obtenção de um bom faturamento é especialmente a ênfase nas redes sociais.

Em seguida fora perguntado como a empresa lida com a carga tributária, especialmente no que diz respeito à incidência do ICMS nas operações da loja.

Ainda estamos “engatinhando” quando o assunto é venda online profissional. Nossos produtos foram sendo conhecidos através mesmo do “boca a boca”, ou seja, a maioria das vendas que fazemos pela internet (whatsapp) é por conta da procura dos próprios clientes. Com relação aos impostos, calculamos sempre com base no valor do frete que os correios nos cobram (Gerente administrativa).

Observamos que os tributos são cobrados dos clientes em cima mesmo do preço dos produtos, ou seja, o imposto é embutido. Não há uma operacionalização de sistemas.

Procuramos entender, através da pesquisa, qual é a participação do contador no processo de venda da empresa desde a compra do cliente até a chegada do produto ao seu destino final.

Aqui a participação dele é “zero”. Quem gerencia toda a operação sou eu mesma junto com o aval dos proprietários. Como eu disse, aqui no interior não temos uma assessoria nesse sentido. Nosso contador nos auxilia no básico mesmo. O que toda empresa precisa, ou seja, um auxílio ao setor pessoal, impostos federais e etc (Gerente administrativa).

Vê-se que a participação do contador, especificamente nesse segmento de vendas online inexiste, ou seja, nessa empresa, a participação desse profissional ocorre de forma básica, como em qualquer outra empresa pequena do interior.

Posteriormente questionei se a empresa possui alguma ferramenta para gerenciar possíveis riscos no curso do processo.

Graças a Deus nunca tivemos problemas nesse sentido. Todo produto enviado pra qualquer Estado tem nota fiscal emitida, e o risco que corremos é de um possível extravio. Nessa situação os correios oferecem um seguro que nos ressalte em casos como este (Gerente administrativa).

A empresa trabalha com os correios no gerenciamento de suas entregas. Caso ocorra algum problema a empresa ressalte através de um seguro, portanto os riscos são minimizados.

Fora questionado ainda se a empresa possui a assessoria de algum escritório de contabilidade ou se o funcionamento ainda segue, como a maioria das empresas pequenas do interior, de maneira informal.

Especificamente para vendas online não. Vendemos muito pelo whatsapp, mas através do nosso próprio conhecimento. Funciona assim: O cliente escolhe o produto, nós enviamos uma foto, ele confirma cor e tamanho e nós pedimos que faça o depósito ou transferência para a conta bancária da empresa. Confirmado o pagamento efetuamos o envio. Especialistas nesse auxílio às vendas digitais ainda são escassos aqui no interior.

Por fim, conclui-se que, na empresa entrevistada, especificamente, não há que se falar de maneira direcionada sobre incidência do ICMS sobre as vendas online, pois a mesma não possui site para operacionalizar o processo. Tudo é feito de maneira digamos manual, ou no “boca a boca”. A Morera Sport, é bem verdade, vende para todos os Estados do Brasil, porém, todo imposto, frete e etc cobrado pela venda, é embutido em cima do preço dos produtos. Assim, a empresa tem sua relação com o fisco totalmente dentro da lei e um site para vendas online é um projeto para um futuro bem próximo.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao complementar o estudo desenvolvido até aqui percebemos a importância do marketing para as empresas que pretendem ser bem sucedidas. Percebemos ainda, que no interior do estado, mais especificamente na nossa cidade de Itapajé, a questão da incidência do ICMS sobre operações digitais ainda é tímido e não atrapalha o faturamento. O ICMS “afeta” de fato os grandes sites de vendas como Magazine Luiza, Americanas dentre outros gigantes digitais.

Na verdade, as empresas pequenas, bem como a que foi pesquisada neste artigo, focam suas vendas digitais no marketing. O marketing não é uma função e sim uma maneira de fazer negócios. Nem todas as empresas tem condições de implementar a ferramenta de marketing de relacionamento, uma vez, que ele tem o potencial para transformar tudo nos negócios.

Com a pesquisa realizada na loja Moreira Sport, foi possível constatar que um fator considerado primordial, na hora de indicar a loja para mais pessoas é o atendimento e a qualidade dos produtos. Nesse sentido, conforme deu para constatar com a pesquisa a loja está deixando os seus clientes satisfeitos.

Entender que o que diferencia uma empresa da outra é a sua capacidade de relacionamento com a peça principal: o cliente é fundamental. Porque de nada adianta ter o produto da marca mais conceituada no mercado, se a loja não consegue entender o consumidor, suas expectativas, suas necessidades, o que ele realmente busca com o produto adquirido.

Com o estudo desenvolvido é possível visualizar que a empresa pode estreitar ainda mais os laços de relacionamento com os seus clientes, melhorando seu faturamento e sua fatia no mercado, implementando ações simples, mas que fazem toda a diferença como atualizar o banco de dados com os cadastros das clientes e trabalhar forte o pós-vendas, são duas das ações propostas, mas se implementadas, estudos comprovam que o retorno é garantido.

Por fim, com a intenção de colocar em prática o que foi estudado, as propostas foram sugeridas, quanto à aceitação e os resultados um próximo trabalho poderá dar

conta. Bem como seriam importantes pesquisas comparativas com outras lojas do varejo de vestuário, para estabelecer parâmetros de indicadores de relacionamento, tributação sobre as operações online e etc, o que poderá ser feito em estudos de outros trabalhos que poderão ser desenvolvidos na loja e no setor.

ANEXOS

QUESTIONÁRIO DA PESQUISA

- 1. COMO INICIOU O MODELO DE ECOMMERCE DA EMPRESA?**
- 2. COMO LIDAR COM A CARGA TRIBUTÁRIA ESPECIALMENTE NO QUE DIZ RESPEITO À INCIDÊNCIA DO ICMS NAS OPERAÇÕES DA EMPRESA?**
- 3. VOCÊS POSSUEM ALGUMA FERRAMENTA PARA GERENCIAR OS RISCOS NO CURSO DO PROCESSO?**
- 4. QUAL A PARTICIPAÇÃO DO CONTADOR NO PROCESSO DA VENDA NA EMPRRESA DESDE A COMPRA DO CLIENTE ATÉ A CHEGADA DO PRODUTO AO SEU DESTINO FINAL?**
- 5. VOCÊS TÊM A ASSESSORIA DE ALGUM ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE?**

7.REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

REVISTA EXAME, Dino. Mercado de R\$ 250 bilhões, Transformação Digital movimenta 7% do PIB e pede atenção no Brasil. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/mercado-de-r-250-bilhoes-transformacao-digital-movimenta-7-do-pib-e-pede-atencao-no-brasil/>.

TECNOBLOG, Emerson Alecrim. Novas regras do ICMS aterrorizam o comércio eletrônico. Disponível em: <https://tecnoblog.net/190704/icms-terror-comercio-eletronico/>.

FRENÉT, autor desconhecido. O que é necessário à estrutura do e-commerce. Disponível em: <https://www.frenet.com.br/blog/o-que-e-necessario-para-a-estrutura-do-e-commerce/>

PORTAL TRIBUTÁRIO. ICMS – Imposto sobre circulação de mercadorias e prestação de serviços. Disponível em: <http://www.portaltributario.com.br/tributos/icms.html>.

WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Comércio Eletrônico. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Com%C3%A9rcio_eletr%C3%B4nico

LOJA VIRTUAL. Guilherme Reis. Contabilidade para ecommerce: 5 coisas que você precisa saber. Disponível em: <https://www.lojavirtual.com.br/blog/contabilidade-para-e-commerce-5-coisas-que-voce-precisa-saber/>

CEFIS. Dicas contábeis sobre ICMS. Disponível em: <https://blog.cefis.com.br/icms/>.

ECOMMERCEBRASIL. Comércio eletrônico é uma realidade e está disponível para todos. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/comercio-eletronico-e-uma-realidade-e-esta-disponivel-para-todos/>

AGÊNCIA BRASIL. Wellton Máximo. Novas regras do ICMS no comércio eletrônico entram em vigor hoje. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-01/novas-regras-do-icms-no-comercio-eletronico-entram-em-vigor-hoje>

CONTsimples. Tributação no comércio eletrônico. Disponível em: <https://contsimples.com.br/blog/tributacao-no-comercio-eletronico>.

SEBRAE. Comércio eletrônico. Disponível em:
<https://www.google.com/search?q=comercio+eletronico&oq=comercio+eletronico&aqs=chrome..69i57.8250j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>.

VENEGAS CONTÁBIL. Contabilidade para comércio eletrônico. Disponível em:
<https://venegascontabil.com.br/contabilidade-para-comercio-eletronico/>

ECOMMERCE PLATAFORMS. Definição de comércio eletrônico. O que é comércio eletrônico? Comércio eletrônico explicado para 2019. Disponível em:
<https://ecommerce-platforms.com/pt/glossary/ecommerce>.

EDITORAS SARAIVA. Guilherme Cesaroti. ICMS no comércio eletrônico. Disponível em: <https://www.saraiva.com.br/icms-no-comercio-eletronico-178316.html>

OSAYK. Como funciona a tributação no comércio eletrônico. Disponível em: <https://osayk.com.br/como-funciona-tributacao-no-comercio-eletronico/>

AGENDOR BLOG. Douglas Silva. O futuro do comércio digital e como criar relacionamento com seu cliente. Disponível em:
<https://www.agendor.com.br/blog/como-criar-relacionamento-com-cliente/>

JUSBRASIL. José Carlos Maia Saliba. O ICMS e o comércio eletrônico brasileiro. Disponível em: <https://daniellixavierfreitas.jusbrasil.com.br/artigos/147062341/o-icms-e-o-comercio-eletronico-brasileiro>

SOLUZIONE. Como abrir uma empresa de comércio eletrônico. Disponível em:
<https://www.soluzionecontabil.com.br/blog/como-abrir-uma-empresa-de-comercio-eletronico/>

REVISTA CRCMG. Carlos Roberto Souza Carmo, Igor Gabriel Lima, Jorge Pereira Otero. Os reflexos do comércio eletrônico para a profissão contábil enquanto ferramenta de apoio à tomada de decisões - Disponível em: <file:///C:/Users/win7/Downloads/257-865-2-PB.pdf>

ANDRADE SILVA. Os efeitos das novas regras de cobrança do ICMS no comércio eletrônico. Disponível em: <http://www.andradesilva.com.br/os-efeitos-das-novas-regras-de-cobranca-do-icms-no-comercio-eletronico/>

CONTABILIDADE NA TV. Cleinaldo Simões. Comércio eletrônico – O que muda em 2019. Disponível em: <http://www.contabilidadenatv.com.br/2018/05/comercio-eletronico-o-que-muda-em-2018-e-2019/>

OLHAR DIGITAL. O futuro do comércio eletrônico. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/pro/video/o-futuro-do-comercio-eletronico/80112>

UNIVERSO TRIBUTÁRIO. Heriton Rodrigues Arantes. O ICMS no comércio eletrônico. Disponível em: http://universotributario.com.br/index.php?option=com_content&task=view&id=1610&Itemid=104

METAFISCO. Contabilidade para e-commerce. Disponível em: <http://www.metafisco.com.br/e-commerce/>

ABCOMM (Associação Brasileira de Comércio Eletrônico). Disponível em: <https://abcomm.org/>

AGENCIA EPLUS. Lei do ecommerce: Regras do comércio eletrônico no Brasil. Disponível em: <https://www.agenciaeplus.com.br/lei-do-e-commerce-comercio-eletronico/>

ASSOLARI ASSESSORIA CONTÁBIL. Ecommerce. Disponível em: <http://assolari.com.br/especialidade/e-commerce-comercio-eletronico-de-mercadorias-ou-servicos/>