



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS - UFGD
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E
ECONOMIA – FACE**



CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

CLEITON SCHWINN

**A INFLAÇÃO SOBRE OS PRODUTOS DO SETOR VAREJISTA: A
VISÃO DE ALGUNS PROPRIETÁRIOS DE SUPERMERCADOS DE
MARACAJU**

**DOURADOS/MS
2016**

CLEITON SCHWINN

**A INFLAÇÃO SOBRE OS PRODUTOS DO SETOR VAREJISTA: A
VISÃO DE ALGUNS PROPRIETÁRIOS DE SUPERMERCADOS DE
MARACAJU**

Trabalho de Graduação apresentado à Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia da Universidade Federal da Grande Dourados, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Prof. Me. Enrique Duarte Romero

Banca Examinadora:

Prof. Me. Alexandre de Souza Corrêa

Prof. Dr. Jonathan Gonçalves da Silva

DOURADOS/MS
2016

A INFLAÇÃO SOBRE OS PRODUTOS DO SETOR VAREJISTA: A VISÃO DE ALGUNS
PROPRIETÁRIOS DE SUPERMERCADOS DE MARACAJU

CLEITON SCHWINN

Esta monografia foi julgada adequada para aprovação na atividade acadêmica específica de Trabalho de Graduação II, que faz parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas pela Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia – FACE da Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD.

Apresentado à Banca Examinadora integrada pelos professores:

Presidente: Prof. Me. Enrique Duarte Romero

Avaliador(a): Prof. Me. Alexandre de Souza Corrêa

Avaliador(a): Prof. Dr. Jonathan Gonçalves da Silva

RESUMO

Neste trabalho demonstra-se alguns fatores que segundo a opinião dos proprietários levaram a um aumento dos preços de vendas de produtos que entraram no regime de substituição tributária na cidade de Maracaju, Mato Grosso do Sul no período de Janeiro a Maio de 2016. Para essa demonstração desenvolve-se os conceitos de supermercados, métodos de definição de preços, conceitos de custos, bases legais do regime de substituição tributária. A metodologia utilizada foi uma entrevista qualitativa entre os proprietários dos oito maiores supermercados da cidade de Maracaju. Foi encontrado assim um resultado satisfatório que todos os entrevistados foram unânimes ao observarem um aumento de preços nesse período principalmente nos produtos que mudaram o seu regime de tributação e ainda reforçando que a maioria dos entrevistados acreditam que a tributação estadual é a maior responsável por esses aumentos de preços.

Palavras-chave: preços; supermercados; substituição tributária; ICMS.

ABSTRACT

This work shows are some factors that in the opinion of owners led to an increase in product sales prices into the Replacement tax in the city of Maracaju, Mato Grosso do Sul in the period January to May 2016. For this demonstration develops the concepts of supermarkets, pricing methods, cost concepts, legal basis of the Replacement tax. The methodology used was a qualitative interview between the owners of the eight largest supermarkets in the city of Maracaju. Thus it found a satisfactory result that all respondents were unanimous to observe an increase in prices during this period mainly in the products that changed their replacement tax and also stressing that the majority of respondents believe that the state taxation is most responsible for these increases prices.

Key words: price; supermarket; Replacement tax; ICMS.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. OBJETIVOS	9
2.1. OBJETIVOS GERAL	9
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
3. HIPÓTESES	10
4. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	11
4.1. SUPERMERCADOS	11
4.2. DEFINIÇÃO DE PREÇO DE VENDA	12
4.3. MÉTODOS DE DEFINIÇÃO DE PREÇO	13
4.4. CUSTOS	14
4.5. ESTRUTURAS DE MERCADOS	14
4.6. TRIBUTAÇÃO	15
4.7. SUBSTITUIÇÃO TRIBUTÁRIA DO ICMS	16
5. METODOLOGIA.....	19
5.1. QUESTIONÁRIO	20
6. RESULTADOS E DISCUSSÃO	22
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	25
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	27
APÊNDICE A - ENTREVISTAS REALIZADAS.....	30

1. INTRODUÇÃO

Os supermercados alcançam todas as classes sociais, as mais variadas regiões, bem como indivíduos de todas as idades, fornecendo desde os itens mais básicos de sobrevivência até produtos de alta qualidade e sofisticação, logo as decisões tomadas por seus proprietários e administradores afetam a população, principalmente quando essas decisões incidem sobre os preços dos produtos vendidos.

Os preços utilizados pelos comércios influenciam na saúde financeira da empresa bem como nas finanças de todos os seus clientes, observando o tamanho do alcance das decisões tomadas pelos definidores de preços dos supermercados e a importância dessas decisões para toda economia brasileira que no ano de 2016 sofre com o aumento da inflação, que causa uma perda do poder de compra da população brasileira, bem como a desvalorização da moeda vigente e uma onda de desconfiança com a capacidade do governo em manter o controle financeiro do país, principalmente no Brasil onde a inflação era altíssima num passado recente.

Observa-se em todas as mídias e declarações públicas sobre a economia nacional que todo esforço necessário para o controle da inflação deve ser considerado, mas apesar disso ainda observa-se que algumas medidas dos governos estaduais podem contribuir para o aumento da inflação, segundo um estudo realizado em 2011 pela Confederação Nacional das Indústrias (CNI) em parceria com a PricewaterhouseCoopers (PwC):

A intensificação no uso do regime de substituição tributária do ICMS pelos governos estaduais nos últimos anos tem causado distorções no ambiente econômico e conseqüentemente afetado empresas e consumidores. A disseminação da substituição tributária restringe a concorrência através da formação de preços, e pode comprometer o fluxo de caixa dos contribuintes que operam com produtos sujeitos a essa sistemática. Há uma forte tendência ao aumento do preço final das mercadorias submetidas ao regime de acordo com as variáveis envolvidas na equação produtiva do agente econômico.

Uma dessas medidas tomadas pelo governo de Mato Grosso do Sul é a mudança da relação de produtos sujeitos ao regime de substituição tributária, conforme o Decreto 14.383, de 28 de Janeiro de 2016, a qual aumentou a quantidade de produtos sujeitos a essa tributação, essas mudanças influenciaram principalmente os produtos de supermercados, auto-peças e farmácias, pegando de surpresa os comerciantes e a falta de informações sobre a ST trouxe incertezas que podem resultar em um aumento de preços devido ao medo, essas duas variáveis que ocorreram nesse período podem ter aumentado os preços dos produtos.

O município de Maracaju é o maior produtor de grãos do Estado de Mato Grosso do Sul e o sexto PIB em valores correntes segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), tendo um grande potencial econômico e considerado por visitantes e moradores recentes como o município com os preços mais altos do Mato Grosso do Sul.

Com a intenção de demonstrar se ocorreu um aumento nos preços dos produtos dos supermercados de Maracaju nos primeiros meses de 2016 e identificar a variedade de fatores que contribuíram para a alta de preços e os motivos que levaram a esses valores elevados, esse trabalho se propõe a fazer uma pesquisa qualitativa nas empresas no setor de varejo, mais precisamente em mercados e supermercados do município entrevistando os 8 proprietários e os responsáveis pela definição de preço dos maiores supermercados de Maracaju.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GERAL

Descobrir se ocorreu e quais os motivos para os aumentos de preços dos produtos de supermercados no município de Maracaju no período de Janeiro a Maio do ano de 2016, Apresentando uma proposição para a diminuição dos preços, melhorando assim a capacidade de compra do consumidor e um aumento das vendas do setor.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conceituar os fatores que influenciam na definição de preços.
2. Desenvolver e analisar uma entrevista com proprietários de supermercados a fim encontrar motivos para uma possível alta dos preços dos produtos.
3. Encontrar os problemas na definição de preços.
4. Definir caminhos e soluções que sanem o problema encontrado.

3. HIPÓTESES

Espera-se que os atores demonstrem a ocorrência de um aumento significativo nos preços dos produtos, bem como um aumento ou ainda uma estagnação no markup utilizado, inclusive produtos incluídos no regime de substituição tributária, observando que, com a implantação deste, os consumidores, que antes pagavam um preço por uma mercadoria, agora indicam estar pagando mais pela mesma mercadoria e recebem como motivos divulgados pelos empresários o aumento dos preços de compra dos produtos.

Ainda é esperado encontrar falhas na precificação dos produtos de supermercados na cidade de Maracaju, seja ela expressa pela falta de conhecimento dos atores, pela falta de utilização de métodos de custos ou de definição de preços, ou pela falta de conhecimento sobre tributação, podendo assim definir os melhores caminhos para, posteriormente, diminuir os preços dos produtos e aumentar a capacidade de compra da população.

4. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

4.1. SUPERMERCADOS

O setor de supermercados é muito importante para a economia nacional, pois abrange desde as grandes metrópoles até os locais mais pobres da sociedade, tendo como base a venda de produtos de higiene, limpeza e alimentação e atende direta ou indiretamente a toda a população.

Devido a essa grande abrangência, observamos vários modelos de empresas desde hipermercados, grande rede de varejo, sendo, alguns desses, destaque entre as maiores empresas nacionais e as mais lucrativas do Brasil, e estando em alta tanto em épocas em que a economia está a todo vapor até quando a economia encontra dificuldades. Apesar disso, ainda encontramos supermercados de médio e pequeno porte que não têm toda a capacidade administrativa encontrada em hipermercados como descreve Oliveira & Schmidt (2010, p.18):

Em relação à estrutura administrativa, muitos supermercados de pequeno porte deixam muito a desejar. A informalidade dos processos e o nível de empirismo na condução dos negócios são fatores que podem gerar dificuldades para o crescimento e, até mesmo, sobrevivência de qualquer empresa no mercado extremamente competitivo da atualidade.

Toda essa falta de estrutura se dá, muitas vezes, pelo modo como essas empresas foram criadas, pois “as pequenas empresas, na grande maioria dos casos, são carentes de uma visão estratégica, uma vez que a grande motivação para seu surgimento é a falta de emprego ou aptidão artesanal do indivíduo (MIRANDA, *et. al.* 2008 p. 4)”. Dessa forma podemos observar que muitos dos supermercados de hoje foram criados como uma empresa familiar de pequeno porte e foram evoluindo, mas, em grande maioria, os supermercados que mantêm a mesma estrutura familiar e sem inovações continuaram estagnados como pequeno porte.

Essa estagnação ocorre, talvez, porque seus proprietários, apesar da ambição pelo crescimento, nunca tiveram capacidade necessária para criar uma grande empresa, pois apesar de toda a experiência no ramo, não tiveram capacitação administrativa, faltou informação de mercado ou ainda uma qualificação acadêmica que auxiliaria no desenvolvimento, estruturação e no estudo por uma melhor competitividade com as grandes empresas do setor.

4.2. DEFINIÇÃO DO PREÇO DE VENDA

A definição do preço de venda é uma tarefa fundamental para o sucesso de qualquer empresa, e, segundo Sardinha, *apud* Carneiro (2011), a determinação do preço requer cuidadosos estudos do mercado da concorrência e de fatores internos e externos à empresa.

Na acepção de Martins (2003, p. 218 *apud* Silva *et. al.* 2013):

Para administrar preços de venda, sem dúvida é necessário conhecer o custo do produto; porém essa informação por si só, embora seja necessária, não é suficiente. Além do custo, é preciso saber o grau de elasticidade da demanda, os preços de produtos dos concorrentes, os preços de produtos substitutos, a estratégia de marketing da empresa, etc.; e tudo isso depende também do tipo de mercado em que a empresa atua que vai desde o monopólio ou do monopólio até a concorrência perfeita, mercado de commodities, etc.

Isso indica que o responsável pela definição de preços precisa ter uma gama de informações da empresa, conhecimento sobre os produtos que venderá, do mercado em que se enquadra, qual a região em que deseja concorrer, ter a relação dos preços dessa área de concorrência, capacidade de compras da área, bem como a saúde financeira dos concorrentes e, ainda, como anda o ambiente econômico, pois com uma economia melhor o nível de renda melhora e em recessões o nível de endividamento aumenta, a sensibilidade ao preço também e logo os preços merecem atenção ainda maior.

O nicho de mercado que deseja ser atendido pela empresa também é uma das variáveis que influenciam na definição de preços, pois quando um supermercado resolve definir uma linha de produtos mais desenvolvidos tecnologicamente, com marcas de alta qualidade e um atendimento a uma classe que apreciam a qualidade de vida, deve optar pela modernização. Tais clientes não consideram os preços baixos como o principal motivo para a compra, logo a sensibilidade ao preço é menor do que um supermercado que está localizado em uma região de classe baixa ou média baixa, esses consumidores deixam os preços em evidência na hora da decisão de comprar ou não os seus produtos.

Isso se deve à linha de restrição orçamentária ser mais baixa para esses consumidores, pois, se os preços dos dois supermercados sofrerem as mesmas variações de preço no último citado, as variações da demanda dos produtos serão mais sentidas, como define Carneiro (2011, p.2): “Os profissionais devem estudar as características da população: crescimento populacional, taxa de natalidade, renda, tamanho da família e a faixa etária.” Podem, assim, prever com maior exatidão o nível da demanda, os tipos dos produtos e preços a serem praticados em cada região.

Apesar de todas essas variáveis que devem ser analisadas para a definição de preços, ainda temos um fator interno que merece destaque que é o custo e este pode ser definido como o início da definição de preço, pois é partir dele que se calculam os valores agregados, markup e a margem de lucro.

4.3. MÉTODOS DE DEFINIÇÃO DE PREÇO

Conforme descreve Viera (2008), Silva (2013), Sperling (2008) e Oliveira (2010) entre os métodos de definição de preços destacam-se quatro: método por observação do mercado consumidor, por concorrência e o método por custo e misto, definidos a seguir:

- a) O método de observação do mercado consumidor se utiliza de pesquisas com consumidores a fim de conhecer o valor que o cliente está disposto a pagar, maximizando os lucros.
- b) No método de observação da concorrência os preços são definidos, observando os preços fixados pela concorrência e um preço mínimo para que ele não seja menor do que o valor pago. O maior problema desse método é que as empresas têm custos fixos diferentes. Logo a empresa que tiver o menor custo fixo será privilegiada.
- c) Observando o custo para fixar preços, a empresa consegue garantir de forma simplificada uma maneira de não vender abaixo do custo; para se definir o preço de venda utiliza-se o acréscimo de uma margem fixa a um preço de custo. Essa técnica é conhecida como markup que inclui custos diretos, mais custos indiretos através de um rateio e ainda o lucro esperado. Esses valores proporcionais são multiplicados pelo preço de custo da mercadoria, mas, neste processo, a dificuldade maior está em definir os custos indiretos e como será feito o rateio dos custos fixos.
- d) E por último o método misto que faz a junção de todos esses métodos citados acima com a intenção de sempre: obter as melhores qualidades de cada método. Assim, a definição de preço considera o custo para não obter prejuízos e observa-se os preços da concorrência para maximizar os lucros se os preços dos concorrentes estiverem altos. Ainda nesse método é considerado se o mercado consumidor está disposto a pagar mais a alguns produtos, devido a fatores como: facilidade de compra, distância de concorrentes e melhor atendimento, podendo-se, dessa forma, trabalhar com margens de lucro mais vantajosas.

4.4 CUSTOS

No comércio em geral a definição de custos são essenciais para a longevidade de uma empresa. Na definição do markup os custos mais fáceis de serem observados são os custos diretos e esses incidem diretamente na mercadoria, como exemplo observa-se nos Imposto sobre Circulação de Mercadoria e Serviços (ICMS). Eles ainda podem ser facilmente diferenciados por não necessitar de rateios.

Com relação aos custos indiretos, podemos subdividir em dois grupos: custos variáveis que variam conforme ocorre um aumento de venda, como exemplo, a energia, quantidade de sacolas plásticas para entrega, combustível para entregas, e os custos fixos que não se alteram com aumento da venda, como exemplo o aluguel, taxa de alvará.

Os custos indiretos caso necessitem ser incluídos no markup e para encontrarmos o coeficiente a ser incluído, Vieira (2008, p. 96) observa que “o caminho que pode ser seguido passa pela obtenção do valor total dos custos indiretos mensais e o respectivo faturamento mensal”. O autor sugere o uso de médias para eliminar fatores sazonais, muito comuns no segmento varejista.

Dessa maneira, os custos indiretos são distribuídos igualitariamente aos produtos a serem vendidos, seguindo o faturamento que reflete os preços de venda desses produtos. Em sua maioria, os cálculos desses coeficientes para o markup para supermercados são calculados mensalmente e incluído no mês posterior. Ainda observa-se que alguns mercados utilizam uma média semestral ou anual, a utilização de uma média para esses coeficientes faz com que a média absorva sazonalidades, levando a coeficientes mais eficientes e escapando do risco de não conseguir cobrir os custos fixos.

4.5. ESTRUTURAS DE MERCADO

Conforme Gonçalves (2011) “As Estruturas de Mercado são modelos que captam aspectos de como os mercados estão organizados.”, se baseando em fatores como a quantidade de empresas instaladas no mercado, diferenciação dos produtos e as diversas barreiras a entrada de novas empresas nesse mercado consumidor, os modelos definidos conforme Carvalho (2000) seguem “o velho pressuposto neoclássico, de que cada firma produz uma única mercadoria”, deixando assim as estruturas como modelos difíceis de serem encontrados na economia globalizada, devida a diversos outros fatores que foram desconsiderados por esses modelos.

Destacamos aqui seguindo as descrições de Gonçalves (2011) alguns tipos de estruturas de mercado:

- a) Mercado de Concorrência Perfeita: Se dá onde o mercado têm inúmeras empresas vendendo e muitos compradores, os vendedores nem os consumidores conseguem ter influências individualizadas sobre os preços, existem informações e conhecimentos completos sobre os produtos tanto para o lado da demanda quanto da oferta sem custos, os produtos são substitutos perfeitos entre si.
- b) Monopólio: É uma construção teórica de um caso extremo onde existe somente uma empresa vendedora e vários compradores, essa empresa ainda possui métodos de barreiras que impedem a entrada de outras empresas no mercado, além disso ainda seus produtos não encontram nenhum substituto próximo.
- c) Concorrência imperfeita: Existe um número elevado de empresas e consumidores como na concorrência perfeita mas com o diferencial de existirem produtos com diferenciais entre as empresas, sendo assim os produtores tem um poder de maior na definição de preços dos produtos, oferecendo esse diferencial como motivo para um preço maior, e como na concorrência perfeita não se observa barreiras a entrada de novas empresas.
- d) Oligopólios: se define pela existência de barreiras a entrada de novas empresas, dessa maneira existem poucas empresas no setor ou ainda várias empresas no mesmo setor mas, poucas que exercem um domínio acentuado, dessa forma as empresas dominantes tem o poder de fixar preços de venda a seu modo e os consumidores apesar de muitos tem um baixo poder de reação aos preços. Nessa estrutura oligopolista observamos a criação de cartéis, que são conluíus entre as empresas para definirem preços a fim de obter lucros maiores.

4.6. TRIBUTAÇÃO

O governo para fazer a manutenção dos serviços públicos e cumprir com as suas funções básicas, sejam elas alocativas, estabilizadoras ou distributivas, necessita de valores e esses são arrecadados por meio de tributos.

Segundo Colombo (2015, p.18):

Os tributos, suas alíquotas, fatos geradores, bases de cálculos dentre outros aspectos encontram-se previstos em Leis as quais servem de preceitos para a sociedade e regulam o Sistema Tributário Nacional. Este por sua vez, encontra-se disposto na Constituição Federal de 1988, dentre os Artigos 145 a 162, assim como em Leis Complementares, e está disposto a fim de garantir ao Estado recursos para gerir suas atividades.

O sistema de tributação brasileiro é muito complexo, e devido a esse problema os proprietários e gestores de qualquer empresa nacional devem estar atualizados e dispostos a mudar os métodos de cálculos de custos com mudanças que ocorrem na tributação, bem como se precaver para evitar pagamentos desnecessários aos governos. Além de complexa, a tributação brasileira ainda traz aos comércios uma carga tributária muito alta.

Colombo (2015 *apud* Pêgas, 2007, p. 20) afirma que a carga tributária diz respeito à parcela retirada da economia com a finalidade de pagamento de tributos a União, Estados e Municípios. Assim ao falar de carga tributária refere-se aos impostos, taxas e contribuições pagas aos entes federativos.

4.7. SUBSTITUIÇÃO TRIBUTÁRIA DO ICMS

Alguns pensadores acreditam que a substituição tributária é um modo de arrecadação antecipada dos tributos, pois o regime é um sistema de arrecadação diferenciado, em qual o responsável pelo fato gerador não fica responsável pela arrecadação, essa é passada a um terceiro.

A justificativa dada pelo governo para a implantação desse método de arrecadação é que a fiscalização do modo tradicional é muito complicada, pois a incidência do ICMS é feita por etapas, ou seja, cada elo da corrente até a chegada do último consumidor de determinado produto teria que ao gerar uma nota fazer o recolhimento do ICMS. Com a implantação do regime de substituição a quantidade de contribuintes responsáveis pelo pagamento é reduzida, facilitando a fiscalização e diminuindo a quantidade de evasão.

O regime de substituição tributária foi instituído no Brasil pela Lei 5.172 de 1966, no artigo 58 § 2º, a lei define:

A Lei pode atribuir a condição de responsável:

I - ao comerciante ou industrial, quanto ao imposto devido por produtor pela saída de mercadoria a eles destinada;

II - ao industrial ou comerciante atacadista, quanto ao imposto devido por comerciante varejista, mediante acréscimo, ao preço da mercadoria a ele remetida, de percentagem não excedente de 30% (trinta por cento) que a Lei estadual fixar;

II - ao industrial ou comerciante atacadista, quanto ao imposto devido por comerciante varejista, mediante acréscimo:

a) da margem de lucro atribuída ao revendedor, no caso de mercadoria com preço máximo de venda no varejo marcado pelo fabricante ou fixado pela autoridade competente;

b) de percentagem de 30% (trinta por cento) calculada sobre o preço total cobrado pelo vendedor, neste incluído, se incidente na operação, o imposto a que se refere o art. 46, nos demais casos.

Segundo Colombo (2015), no ano de 1968 o Decreto Lei 406 revogou este artigo acima, mas em 1993 a Emenda Constitucional nº 3, inseriu o §7 ao artigo 150 da Constituição Federal, estabelecendo assim que a lei poderá atribuir ao sujeito passivo a condição de responsável pelo pagamento do ICMS de determinados fatos geradores que podem ocorrer posteriormente.

§ 7º A lei poderá atribuir a sujeito passivo de obrigação tributária a condição de responsável pelo pagamento de imposto ou contribuição, cujo fato gerador deva ocorrer posteriormente, assegurada a imediata e preferencial restituição da quantia paga, caso não se realize o fato gerador presumido.

Em 1996, foi publicada a Lei Complementar 87 que traça normas em geral sobre o ICMS, e especificadamente sobre a Substituição Tributária em seus Artigos 5º, 6º, e 9º.

Art. 5. A Lei poderá atribuir a terceiros a responsabilidade pelo pagamento do imposto e acréscimos devidos pelo contribuinte ou responsável, quando os atos ou omissões daqueles concorrerem para o não recolhimento do tributo.

Art. 6. A Lei estadual poderá atribuir a contribuinte do imposto ou a depositário a qualquer título a responsabilidade pelo seu pagamento, hipótese em que assumirá a condição de substituto tributário.

§ 1º A responsabilidade poderá ser atribuída em relação ao imposto incidente sobre uma ou mais operações ou prestações, sejam antecedentes, concomitantes ou subsequentes, inclusive ao valor decorrente da diferença entre alíquotas interna e interestadual nas operações e prestações que destinem bens e serviços ao consumidor final localizado em outro Estado, que seja contribuinte do imposto.

Art. 9º A adoção do regime de substituição tributária em operações interestaduais dependerá de acordo específico celebrado pelos Estados interessados.

§ 1º A responsabilidade a que se refere o art. 6º poderá ser atribuída:

I - ao contribuinte que realizar operação interestadual com petróleo, inclusive lubrificantes, combustíveis líquidos e gasosos dele derivados, em relação às operações subsequentes;

II - às empresas geradoras ou distribuidoras de energia elétrica, nas operações internas e interestaduais, na condição de contribuinte ou de substituto tributário, pelo pagamento do imposto, desde a produção ou importação até a última operação, sendo seu cálculo efetuado sobre o preço praticado na operação final, assegurado seu recolhimento ao Estado onde deva ocorrer essa operação.

§ 2º Nas operações interestaduais com as mercadorias de que tratam os incisos I e II do parágrafo anterior, que tenham como destinatário consumidor final, o imposto incidente na operação será devido ao Estado onde estiver localizado o adquirente e será pago pelo remetente.

No estado do Mato Grosso do Sul o regime de substituição tributária segue a Lei 1.810 de 22/12/1997 mais precisamente na seção IV artigo 47 ao artigo 57. Nesse artigo 56 define-se:

Art. 56. Resultante da responsabilidade por substituição tributária, o ICMS deve ser apurado e pago pelos estabelecimentos:

I - a que se refere o art. 47, em relação às operações ou prestações antecedentes;

II - referidos no art. 48, relativamente às aquisições realizadas pelos destinatários;

III - a que se referem os arts. 49, § 1º, e 50, relativamente às operações e prestações subseqüentes;

Deixa claro, no § III, que o ICMS deve ser apurado e pago antecipadamente para os produtos do artigo 49 que acontecerão no futuro.

O governo Estadual atual lançou o Decreto 14.383, de 28 de Janeiro de 2016 do estado de MS e alterou a relação de mercadorias sujeitas ao regime de substituição tributária, aumentando essa relação e afetando principalmente o comércio varejista, principalmente os setores de autopeças, farmácias e supermercados.

Essa mesma lei traz em seu artigo 72:

Art. 72. O ICMS creditado deve ser estornado sempre que a mercadoria ou o bem entrados no estabelecimento ou o serviço por ele tomado:

I - sejam objeto de saída ou prestação de serviço não tributadas ou isentas, sendo esta circunstância imprevisível na data da entrada da mercadoria ou da utilização do serviço;

II - sejam objeto de saída ou prestação de serviço, com redução da base de cálculo, sendo esta circunstância imprevisível na data da entrada da mercadoria ou da utilização do serviço, hipótese em que o estorno deve ser proporcional à redução;

III - sejam objeto de saída com base de cálculo inferior à das respectivas entradas, hipótese em que o estorno deve ser equivalente à diferença;

IV - sejam integrados ou consumidos em processo de industrialização, no caso em que a saída do produto resultante não seja tributada ou esteja isenta do imposto;

V - venham a ser utilizados visando fim alheio à atividade do estabelecimento;

VI - venham a perecer, deteriorar-se ou extraviar-se.

Observando o exposto acima, nota-se que, em alguns casos, pode-se recuperar o ICMS pago antecipadamente pelo agente substituto. O caso que ocorre com maior intensidade é a deteriorização dos produtos, perecimento e ainda roubo de mercadorias, fatos esses que são facilmente demonstrados com a apresentação dos produtos avariados ou perdidos e, em caso de extravio ou roubo um boletim de ocorrência.

5. METODOLOGIA

Esse trabalho tem um cunho descritivo pois, visa como objetivo descrever através de um referencial bibliográfico os fatores que influenciam na decisão do proprietário de um supermercado no momento de precificar um determinado produto, bem como através de uma pesquisa de campo demonstrar os conhecimentos e opiniões dos entrevistados.

Segundo Brito e Ferres (2011, p. 2), a pesquisa é o melhor caminho para se chegar ao conhecimento e nela utiliza-se os diferentes instrumentos para encontrar a melhor resposta. Sendo assim, neste trabalho utilizou-se uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório com um questionário elaborado de maneira a obter a melhor e mais precisa resposta dos entrevistados.

A entrevista foi feita com oito proprietários e responsáveis pela definição de preços de venda em mercados e supermercados da cidade de Maracaju, estado de Mato Grosso do Sul (MS), dentre todos os supermercados de Maracaju foram escolhidos esses pois são os maiores seguindo um critério de estrutura física, tecnológica e organizacional, deixamos assim de fora da pesquisa as empresas do ramo com estrutura familiar, empresas rudimentares, empresas com menos de dois empregados, mercearias, bares e conveniências.

Conforme Rosa, *apud* Brito e Ferres (2011, p. 8), poucos entrevistados têm capacidade para entender qual a lógica da entrevista e os devidos fins e resultados que ela pode trazer. Considerando isso, foi repassado a todos os entrevistados que eles não terão nem seus nomes, bem como a empresa que representam não serão divulgados no trabalho ou em qualquer outro local visível ao público em geral, para que as informações prestadas aqui estejam cobertas pelo anonimato e os atores não sofram constrangimentos ou ainda represálias pelas respostas dadas.

As entrevistas foram realizadas pessoalmente entre os meses de maio a junho do ano de 2016, os horários foram marcados no horário de menor fluxo de clientes, conforme a decisão dos entrevistados, sendo a maioria no período vespertino, as perguntas utilizadas foram as mesmas para todos os proprietários, lidas pelo entrevistador no momento da entrevista, as respostas foram transcritas manualmente pelo mesmo conforme as orientações do entrevistado.

Arnoldo e Rosa, *apud* Brito e Ferres (2011, p.7), alertam:

Todo pesquisador/entrevistador, antes da iniciação no árduo trabalho de coleta de dados por intermédio da entrevista, deve questionar-se sobre os seus conhecimentos científicos, seu pleno saber sobre o tema em estudo,

suas habilidades emocionais e físicas como entrevistador, sua capacidade de arguição e intervenção, e sua prontidão no preparo de questões imprevisíveis e no momento adequado.

Os supermercados escolhidos se encontram bem dispersos no município de Maracaju, estando todos em locais bem movimentados de fácil acesso e de grande visibilidade para os consumidores.

O trabalho se dedicou a esse município pois segundo o site oficial do município este representa a sexta maior economia do estado de Mato Grosso do Sul, uma população de 41.099 habitantes em 2013 sendo ainda o 11º mais populoso do estado e segundo o site do IBGE um PIB per capita a preços correntes em 2013 de 43.101,60 reais, PIB a preços correntes de 1.771.433,00 reais e um Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) em 2010 de 0,736, dados que em comparação com outros municípios do Estado colocam Maracaju no décimo município com maior PIB per capita, em sexto no PIB a preços correntes e o quinto melhor IDHM do estado, o município ainda se destaca por ser o maior produtor de grãos do estado conforme dados do IBGE, todos esses dados levaram a um trabalho voltado especialmente a esse município, devido a sua representatividade no estado e a falta de pesquisas científicas para a cidade na área específica de definições de preços em supermercados.

O trabalho se baseou na revisão bibliográfica para conceituar de uma maneira simples e de fácil compreensão os conceitos de supermercados, das definições de preços de venda, quais são e como são diferenciados os métodos de definição de preços, descrevendo ainda os tipos de custos, as finalidades das tributações e a Substituição Tributária do ICMS e suas legislações no Brasil e no Estado de Mato Grosso do Sul.

5.1 QUESTIONÁRIO

1. A empresa define o preço dos produtos seguindo a experiência no ramo ou utiliza algum método científico? Qual?
2. A empresa tem algum método científico de calcular os custos? Qual?
3. Qual o Método de tributação utilizado pela empresa? Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real?
4. Com o Decreto 14.383, de 28 de Janeiro de 2016 do estado de MS o governo alterou a relação de mercadorias sujeitas ao regime de substituição tributária (ST). Como a empresa ficou sabendo dessa mudança? E ocorreu algum tipo de palestra, curso ou estudos para que os responsáveis pudessem entender as mudanças?

5. Você acredita que ocorreu um aumento de preços de venda dos produtos no período de Janeiro a Maio do Ano de 2016? Qual deles teve um maior aumento?
6. Quais os fatores que você acredita que sejam os maiores responsáveis por esse aumento nos preços de venda?
7. Com a ST o ICMS é arrecadado antecipadamente, assim os valores que eram pagos pela empresa após a venda passaram a ser pago antecipadamente vindo assim os valores inclusos no valor do produto. Em caso de perda, vencimento ou quebras das mercadorias os valores pagos pelo ICMS podem ser ressarcidos? Sabe quais as maneiras de pedir o ressarcimento desse valor?
8. Foi notado alteração nos preços de compra dos produtos que entraram no regime ST? Os preços de venda tiveram alteração proporcional?
9. Ocorreu alguma diferença na Margem de lucro desses produtos? Essa diferença foi positiva ou negativa?

Produtos	Diferença (+/-)
Enlatados	
Bebidas Alcoólicas	
Lâmpadas Elétricas	
Detergentes em pó	
Sandálias e Chinelos	

10. Utilizando método de definição de preços baseado no custo, que define um markup sobre o valor de custo, quando o ICMS ST for pago antecipadamente o markup sobre ele gera um acréscimo ao valor da mercadoria. Você acredita que as mercadorias que passam por várias empresas, com esse ICMS ST acrescido de um markup, aumentam seus preços devido ao efeito cascata, pois cada envolvido cobra uma margem de lucro sobre o ICMS pago?

6. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com a realização da pesquisa, as respostas encontradas foram muito claras, demonstrando uma coincidência na maioria das respostas que facilita a compreensão das decisões dos proprietários e os motivos deles.

A resposta da primeira pergunta foi quase unânime e ressalta que todos utilizam a experiência adquirida e a observação dos preços de mercado para definir os preços de seus produtos. Somente os três maiores disseram ter sistemas de apoio que ajudam na decisão.

Para a segunda pergunta as respostas também foram muito parecidas, pois todos calculam os custos diretos de cada produto e acrescentavam ao preço do produto. Os custos fixos são calculados e incluídos no markup que incide sobre os preços da nota fiscal. A diferença encontrada entre os supermercados foi que dois deles atualizam semestralmente seu coeficiente de custos fixos enquanto um deles utiliza uma atualização semanal, pois tem um sistema que gera os custos automaticamente. Todavia, a maioria observa o mês anterior para calcular os seus custos fixos.

Com relação a qual o regime de tributação que se enquadram os supermercados, observou-se que três deles seguem o regime real e os outros seguem o regime simples nacional.

Na pergunta quatro as respostas demonstraram que os três supermercados que seguem o regime de lucro real, maiores em estrutura, foram informados por um pessoal da rede em que pertencem e tiveram palestras, apesar de relatarem que essas não foram claras. Já os supermercados de menor porte ficaram sabendo através dos contabilistas, imprensa e dos vendedores, sem nenhum tipo de esclarecimento maior com respeito aos métodos de cálculo.

Na pergunta de número cinco foi uma unanimidade o aumento dos preços dos produtos. Dentre estes, destacam-se os produtos de higiene pessoal, limpeza, perfumaria, enlatados e biscoitos. Dois empresários citaram apenas os produtos que incidiram na ST e um citou aqueles que são fabricados em outros estados e incidem na ST. Observou-se ainda que o único produto citado que não se enquadrar na lista de produtos da ST é o sabão em barra.

Dentre os responsáveis pelo aumento nos preços de venda foram citados por três pesquisados a crise econômica nacional, por um deles a falta de ofertas de produtos, por dois o aumento dos preços de compra. Um dos questionados citou o aumento dos custos operacionais e, em unanimidade, a tributação estadual, com uma ressalva na base de cálculo utilizada pelo estado para produtos da ST como água e sucos.

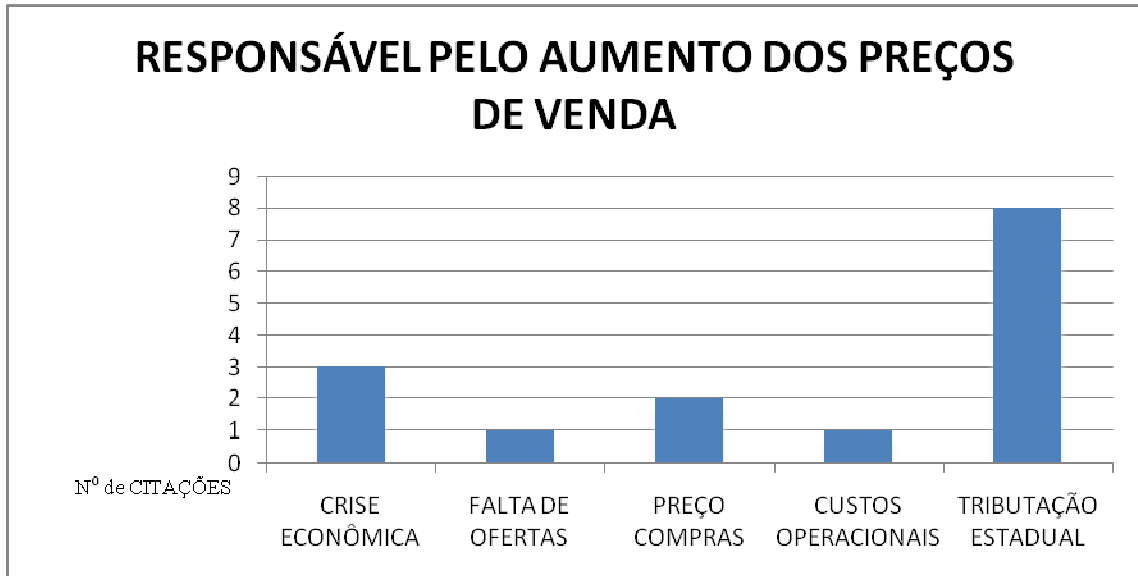


Figura 1 Responsável pelo aumento dos preços de venda

Fonte: Entrevistas realizadas pelo autor

Sobre o ressarcimento dos valores pagos para ao ICMS e como proceder para pedi-lo, os empresários, em sua maioria, surpreendiam-se com a pergunta, demonstrando constrangimento por não ter nenhuma informação a respeito. Apenas três questionados diziam já ter ouvido falar, mas nunca viram um caso real. É unânime entre os entrevistados o desconhecimento sobre os métodos para pedir o ressarcimento.

Com relação aos aumentos citados na pergunta oito, os entrevistados, na maioria, citaram que os preços de venda tiveram um aumento proporcional ao dos preços de compra. Um entrevistado citou um aumento superior devido às incertezas na economia nacional e um empresário preocupado com as vendas disse que devido a perca do poder de compra dos seus clientes e o momento da economia alguns produtos não foram proporcionais, divulgando ainda uma alta de 30 a 40% nos preços de compra dos produtos com influencia do ST.

Na pergunta nove sobre as mudanças na margem de lucro de alguns produtos a tabela e o gráfico a seguir demonstra-se os valores encontrados:

Produtos	Aumento	Redução	Manutenção
Enlatados	1		7
Bebidas Alcoólicas		3	5
Lâmpadas Elétricas	1		7
Detergentes em pó		4	4
Sandálias e Chinelos		1	7

Tabela 1 Mudanças nas Margens de lucro
Fonte: Entrevistas realizadas pelo autor

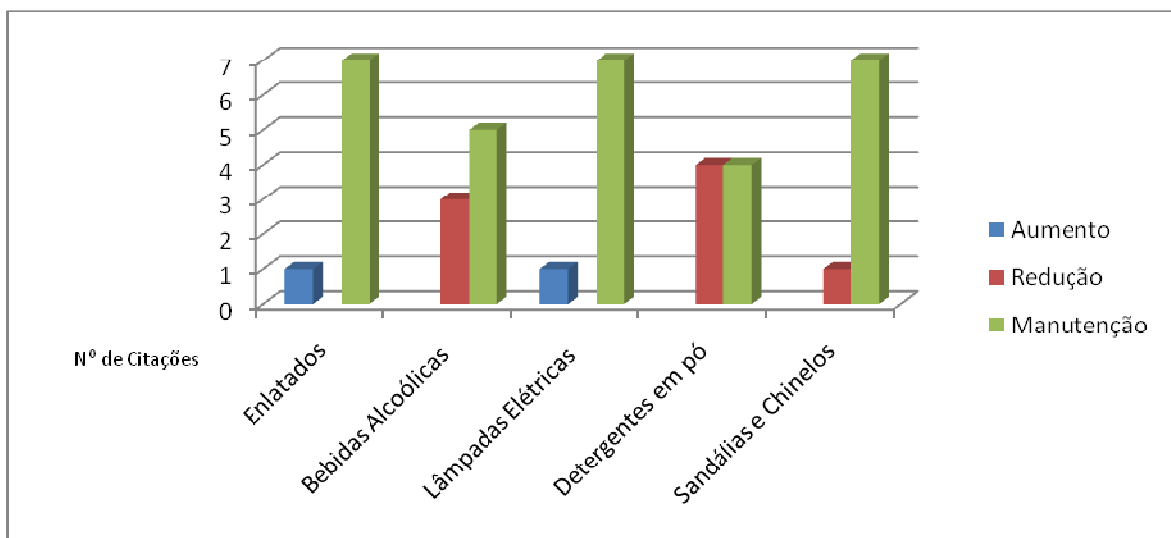


Figura 2 Mudanças nas margens de lucro
Fonte: Entrevistas realizadas pelo autor

Na última pergunta, um empresário disse que, devido ao momento econômico e a grande concorrência, as margens que sofreriam um possível aumento tiveram que ser reduzidas. Um segundo entrevistado disse que compra diretamente das fábricas para fugir desse efeito e a maioria acredita no aumento dos preços devido ao efeito de cobrança de margem de lucro sobre o capital de giro utilizado pelo substituto tributário para recolher o tributo antecipado.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho, com as pesquisas, entrevistas e leituras, tentou demonstrar as mudanças ocorridas no período de Janeiro a Maio de 2016, seguindo as respostas dadas por empresários do ramo de supermercados em relação aos preços dos produtos e margens de lucro, inclusive dos produtos que foram incluídos no regime de substituição tributária.

Percebe-se que com relação à definição de preço que todos os supermercados observam os preços da concorrência e utilizam um coeficiente obtido na divisão dos custos pelo faturamento incluindo esse coeficiente no markup que incide sobre os preços de custo dos produtos. Observou-se, assim, que os mercados não se baseiam em um método específico de definição de preço, utilizando a melhor parte de cada método para se ajustar da melhor forma possível ao mercado, mantendo seus preços nos níveis de seus concorrentes e, ainda assim, conseguir pagar todos os custos com uma boa margem de lucro.

No que diz respeito a qual modelo de estrutura de mercado é encontrado no setor do varejo de Maracaju, observa-se uma grande quantidade de consumidores e uma quantidade razoável de supermercados, não é possível definir qual seria a estrutura que melhor se adéqua a realidade do município pois a definição de concorrência imperfeita define a não ocorrência de barreiras, e o alto custo na obtenção de produtos, o aluguel e o acesso diferenciado ao crédito dos supermercados já existentes é uma barreira considerável, excluindo assim uma possível concorrência imperfeita, no caso de escolher hipoteticamente a estrutura de oligopólio levando em conta uma liderança pelo fator da tradição de algumas empresas da região, a falta de dados com relação ao faturamento e o domínio de mercado, não deixa claro se estes podem ser considerados como supermercados dominantes do setor. Com respeito a uma possível formação de cartel a tese é descartada pois os entrevistados demonstraram utilizar o método de observação de preços dos concorrentes para definir os seus preços.

Com relação ao aumento dos preços no período de Janeiro a Maio de 2016, todos os entrevistados reconheceram o aumento dos preços e sobre a responsabilidade creditam a crise econômica nacional e, principalmente, a mudança na tributação estadual, com o incremento de vários produtos ao regime de substituição tributária.

Dentre os produtos que mais sofreram o aumento de preço, os entrevistados citaram os produtos que trocaram para o regime de ST e, na maioria dos casos, os produtos que tiveram aumento no preço de compra sofreram um aumento proporcional. Observou-se, assim, que os supermercados utilizam a mesma margem utilizada no regime de tributação anterior. Essa

afirmação foi corroborada pelas respostas da pergunta nove que demonstraram uma manutenção da margem de lucro na maioria dos produtos.

Demonstra-se também que os empresários não tinham muito conhecimento do regime de substituição tributária, talvez pela falta de informações a respeito, falta de procura pelo assunto ou, ainda, falha do governo que não fez divulgações necessárias sobre a mudança. Essa falta de informação acaba deixando os responsáveis pela definição de preços inseguros e sem entender como proceder. Assim os empresários deixam de observar que o markup utilizado anteriormente à substituição tributária incluía os custos de recolhimento do ICMS. Esses custos agora não estão mais presentes, logo, deve ser retirado do cálculo, reduzindo então o markup. Se essas medidas forem tomadas os aumentos sofridos nos preços de compra não deveriam ser proporcionais aos dos preços de venda.

Com relação à ST, conforme os próprios empresários responderam na última pergunta, a maioria acredita que o valor do ICMS recolhido antecipado seria incluído nos custos do substituto tributário e logo as margens de lucro seriam aplicadas sobre esse valor, pois o capital de giro investido será remunerado. Da mesma maneira que essa remuneração aumenta os preços dos produtos a utilização do mesmo markup também aumenta os preços. O estudo da CNI (2013) corrobora com essa afirmação ao citar que “o preço final da mercadoria torna-se aproximadamente 5% superior quando submetida ao regime de substituição tributária comparado à hipótese de adoção do regime normal de apuração do ICMS.”

Dessa forma, para que os preços sejam reduzidos é necessário que os empresários sejam informados sobre as diferenças ocorridas nas tributações e quais as mudanças devem ser usadas no momento da definição dos preços, pois com a falta de informação e o medo do desconhecido os empresários estão aumentando os preços, bem como seus lucros, talvez sem essa intenção, penalizando assim os consumidores.

Com a implantação do regime de substituição tributária, o ICMS é recolhido antes do fato gerador, no regime anterior era recebido após o fato gerador. Logo, esse recebimento antecipado reduz o capital de giro da empresa considerada como substituto tributário, e a utilização desse capital de giro acaba sendo remunerado. A fim de reduzir os preços finais o recolhimento do ICMS ST deveria ser mais próximo ao fato gerador, ou essa diferença de tempo ser revertido em descontos no recolhimento e o efeito cascata seria amenizado. Assim a inflação dos produtos inseridos na Substituição seria reduzida e o consumidor final não seria tão penalizado quanto foi nesses primeiros meses de 2016.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/LCP/Lcp87.htm> Acesso em: 30/8/16

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm> Acesso em: 30/08/16.

BRASIL. Decreto-Lei Nº 406, De 31 De Dezembro De 1968. **Estabelece normas gerais de direito financeiro, aplicáveis aos impostos sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre serviços de qualquer natureza, e dá outras providências.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto-Lei/Del0406.htm> acesso em 30/8/16.

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: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L5172.htm> Acesso em: 30/8/16.

BRITO JR, Álvaro F.; FERES JR, Nazir. **A utilização da técnica da entrevista em trabalhos científicos.** Revista Evidência, Araxá/MG, v. 7, n. 7, p. 237-250, 2011.

CARNEIRO, Jorge M. T. *et al.* **Formação e Administração de Preços.** 3º Ed., Rio de Janeiro/RJ, Editora FGV, 2011.

CARVALHO, David Ferreira. **Padrões de Concorrência e Estruturas de Mercado no Capitalismo:** uma abordagem neo-schumpeteriana. Maio de 2000. Disponível em: < <http://ppgeconomia.ufpa.br/documentos/PadroesdeConcorrenciaeEstruturasdeMercado.pdf>> acesso em: 30/8/16.

COLOMBO, Adrielle Bonfante. **Substituição Tributária do ICMS de Santa Catarina:** Um estudo sobre o impacto financeiro em uma empresa optante pelo Simples Nacional. 2015. 59 p. Orientador: Prof. Esp. Everton Perin. Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis. Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC. Criciúma – SC.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DAS INDÚSTRIAS. **A Substituição Tributária do ICMS no Brasil.** Março de 2013. Disponível em: < <http://admin.cni.org.br/portal/data/files/00/FF8080812F555EE2012F69E97F8B6574/A%20substitui%C3%A7%C3%A3o%20Tribut%C3%A1ria%20do%20ICMS%20no%20Brasil%20-%20Sum%C3%A1rio-executivo.pdf>> acesso em 6/10/16.

FALIGUSKI, Ivan. **O impacto da Substituição Tributária no Preço de Venda para Consumidor Final .** Disponível em: < <http://hdl.handle.net/10183/25727>> acesso em 30/8/16.

GONÇALVES, Ezequiel S. O. **Estruturas de Mercado.** 11 de Novembro de 2011. Disponível em: < <http://www.webartigos.com/artigos/estruturas-de-mercado/80483/>> acesso em 30/8/16.

GOVERNO DE MATO GROSSO DO SUL. Decreto Nº 14.383, De 28 De Janeiro De 2016. **Dá nova redação ao Subanexo Único – Relação das Mercadorias Sujeitas ao Regime de Substituição Tributária nas Operações Subsequentes, do Anexo III – Da Substituição Tributária, ao Regulamento do ICMS, e dá outras providências.** Disponível em: <<http://aacpdappls.net.ms.gov.br/appls/legislacao/secoge/govato.nsf/1b758e65922af3e904256b220050342a/bc0465648acae13204257f49003b2060?OpenDocument&Highlight=2,14.383>> acesso 30/8/16.

GOVERNO DE MATO GROSSO DO SUL. Lei De Nº 1.810 De 22 De Dezembro De 1997. **Dispõe sobre os tributos de competência do Estado e dá outras providências.** Disponível em: <<http://aacpdappls.net.ms.gov.br/appls/legislacao/secoge/govato.nsf/448b683bce4ca84704256c0b00651e9d/037448c46af3acaf04256d410048094b?OpenDocument>> acesso em 30/08/16.

GOVERNO DE MATO GROSSO DO SUL. **Substituição Tributária.** Disponível em: <<http://www.substituicaotributaria.ms.gov.br/>> acesso dia 15/7/16.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades.** Disponível em: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=500540&search=mato-grosso-do-sullmaracajulinfograficos:-informacoes-completas>> acesso em 6/10/16.

MANZINI, Eduardo José. **Considerações Sobre a Transcrição de Entrevistas.** Disponível em: <http://www.oneesp.ufscar.br/texto_orientacao_transcricao_entrevista> acesso em 30/8/16.

PREFEITURA MUNICIPAL DE MARACAJU. **A cidade.** Disponível em: <<http://www.maracaju.ms.gov.br/a-cidade/>> acesso dia 6/10/16.

MATHIAS, H. J. A. Definição do Preço de Venda: Um Contraponto entre as Variáveis Teóricas e a Prática Empresarial. **Revista Partes.** Disponível em: <<http://www.partes.com.br/2012/11/28/definicao-do-preco-de-venda-um-contraponto-entre-as-variaveis-teoricas-e-a-pratica-empresarial-2/>> acesso dia 30/8/16.

MIRANDA, Luiz Carlos; LIBONATI, Jeronymo José; FREIRE, Deivisson Rattacasso; SATURNINO, Odilon. Demanda por Serviços Contábeis pelos Mercadinhos: São os Contadores Necessários? **Contabilidade Vista & Revista.** Vol. 19, Nº1, p. 131-151, jan-mar. 2008. Disponível em: <<http://revistas.face.ufmg.br/index.php/contabilidadevistaerevista/article/view/350>> acesso dia 30/8/16.

OLIVEIRA, Fabiano; SCHMIDT, Paulo. **Impacto da substituição tributária do ICMS na formação do preço de venda em supermercados, dos produtos abrangidos por esse tipo de tributação,** 2010. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/34880>>, acesso dia 30/8/16.

SPERLING, Eliane. A influência da formação do preço de venda na micro e pequena empresa do comércio varejista nos relatórios gerenciais. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada,** Blumenau, v.2, n.1, p.01-18, Sem I. 2008

SILVA, Irene Caires; *et al.* A Importância da Gestão de custos na Elaboração do Preço de Venda. **Colloquium Humanarum**, Vol.10, Especial, Jul-Dez, 2013 p. 553-558.

RIBEIRO, A.. Substituição tributária para frente. **Revista CEJ**, América do Norte, 112 12/1997.

RIBEIRO, Elisa Antônia. A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa. **Evidência: olhares e pesquisa em saberes educacionais**, Araxá/MG, n. 04, p.129-148, maio de 2008. Disponível em:<www.uniaraxa.edu.br/ojs/index.php/evidencia/article/download/200/186> acesso em 30/8/16

VIEIRA, Eusélia Pavaglio. **Custos e formação do preço de venda**. Ijuí. Editora Unijuí-2008.

APÊNDICE A – ENTREVISTAS REALIZADAS

Entrevistado 1

1. A empresa define o preço dos produtos seguindo a experiência no ramo ou utiliza algum método científico? Qual?

R. Encontrando através de um sistema um ponto de equilíbrio entre os preços de custo e os preços de mercado apoiado com a experiência.

2. A empresa tem algum método científico de calcular os custos? Qual?

R. Utilizo métodos de cálculo de custos incluindo aos preços da nota os custos diretos e acrescento os custos fixo com a margem de lucro.

3. Qual o Método de tributação utilizado pela empresa? Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real?

R. Lucro Real

4. Com o Decreto 14.383, de 28 de Janeiro de 2016 do estado de MS o governo alterou a relação de mercadorias sujeitas ao regime de substituição tributária (ST). Como a empresa ficou sabendo dessa mudança? E ocorreu algum tipo de palestra, curso ou estudos para que os responsáveis pudessem entender as mudanças?

R. Estamos inclusos em uma rede de supermercados e fomos informados por ela.

5. Você acredita que ocorreu um aumento de preços de venda dos produtos no período de Janeiro a Maio do Ano de 2016? Qual deles tiveram um maior aumento?

R. Sim ocorreu, e os produtos que incidirão na nova tributação sofrerão maior aumento.

6. Quais os fatores que você acredita que sejam os maiores responsáveis por esse aumento nos preços de venda?

R. Vários fatores incluindo crise econômica e a tributação estadual.

7. Com a ST o ICMS é arrecadado antecipadamente, assim os valores que eram pagos pela empresa após a venda passaram a ser pagas antecipadamente vindo assim os valores inclusos no valor do produto. Em caso de perda, vencimento ou quebras das mercadorias os valores pagos pelo ICMS podem ser ressarcidos? Sabe quais as maneiras de pedir o ressarcimento desse valor?

R. Não sei se pode ser ressarcido e nem a maneira de pedir ressarcimento.

8. Foi notado alteração nos preços de compra dos produtos que entraram no regime ST? Os preços de venda tiveram alteração proporcional?

R. O aumento não proporcional, devido às incertezas ocorreu um acréscimo acima do que veio do preço de compra.

9. Ocorreu alguma diferença na Margem de lucro desses produtos? Essa diferença foi positiva ou negativa?

Produtos	Diferença
Enlatados	Foi a mesma
Bebidas Alcoólicas	Reduziu
Lâmpadas Elétricas	Foi a mesma
Detergentes em pó	Reduziu
Sandálias e Chinelos	Foi a mesma

10. Utilizando método de definição de preços baseado no custo, que define um Mark-up sobre o valor de custo, quando o ICMS ST for pago antecipadamente o Mark-up sobre ele gera um acréscimo ao valor da mercadoria. Você acredita que as mercadorias que passam por várias empresas, com esse ICMS ST acrescido de um Mark-up, aumenta seus preços devido ao efeito cascata, pois cada envolvido cobra uma margem de lucro sobre o ICMS pago?

R. Difícil alguém diminuir a margem de lucro, logo ocorrerá um aumento.

Entrevistado 2

1. A empresa define o preço dos produtos seguindo a experiência no ramo ou utiliza algum método científico? Qual?

R. Utiliza um sistema de apoio que define uma parte dos preços mas segue a experiência.

2. A empresa tem algum método científico de calcular os custos? Qual?

R. Os custos são calculados na maioria das vezes semestralmente e uma média é feita e incluído um coeficiente nos preços das mercadorias.

3. Qual o Método de tributação utilizado pela empresa? Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real?

R. Lucro Real

4. Com o Decreto 14.383, de 28 de Janeiro de 2016 do estado de MS o governo alterou a relação de mercadorias sujeitas ao regime de substituição tributária (ST). Como a empresa ficou sabendo dessa mudança? E ocorreu algum tipo de palestra, curso ou estudos para que os responsáveis pudessem entender as mudanças?

R. Imprensa, contabilidade e ocorreu uma palestra com tributarista, bem teórico, mas vago.

5. Você acredita que ocorreu um aumento de preços de venda dos produtos no período de Janeiro a Maio do Ano de 2016? Qual deles tiveram um maior aumento?

R. Ocorreu um aumento principalmente em higiene pessoal e perfumaria.

6. Quais os fatores que você acredita que sejam os maiores responsáveis por esse aumento nos preços de venda?

R. Aumento da tributação estadual.

7. Com a ST o ICMS é arrecadado antecipadamente, assim os valores que eram pagos pela empresa após a venda passaram a ser pagas antecipadamente vindo assim os valores inclusos no valor do produto. Em caso de perda, vencimento ou quebras das mercadorias os valores pagos pelo ICMS podem ser ressarcidos? Sabe quais as maneiras de pedir o ressarcimento desse valor?

R. Não tenho informações sobre ressarcimentos.

8. Foi notado alteração nos preços de compra dos produtos que entraram no regime ST? Os preços de venda tiveram alteração proporcional?

R. Em média o aumento foi proporcional.

9. Ocorreu alguma diferença na Margem de lucro desses produtos? Essa diferença foi positiva ou negativa?

Produtos	Diferença
Enlatados	Foi a mesma
Bebidas Alcoólicas	Foi a mesma
Lâmpadas Elétricas	Foi a mesma
Detergentes em pó	Foi a mesma
Sandálias e Chinelos	Foi a mesma

10. Utilizando método de definição de preços baseado no custo, que define um Mark-up sobre o valor de custo, quando o ICMS ST for pago antecipadamente o Mark-up sobre ele gera um acréscimo ao valor da mercadoria. Você acredita que as mercadorias que passam por várias empresas, com esse ICMS ST acrescido de um Mark-up, aumenta seus preços devido ao efeito cascata, pois cada envolvido cobra uma margem de lucro sobre o ICMS pago?

R. Devido à concorrência e ao momento econômico as margens que sofreriam esse efeito cascata foram reduzidas.

Entrevistado 3

1. A empresa define o preço dos produtos seguindo a experiência no ramo ou utiliza algum método científico? Qual?

R. Utiliza uma mescla de experiência com preços da concorrência.

2. A empresa tem algum método científico de calcular os custos? Qual?

R. Utiliza o método de cálculo de CMV, acrescido de um coeficiente de custo fixo atualizado semanalmente.

3. Qual o Método de tributação utilizado pela empresa? Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real?

R. Lucro Real

4. Com o Decreto 14.383, de 28 de Janeiro de 2016 do estado de MS o governo alterou a relação de mercadorias sujeitas ao regime de substituição tributária (ST). Como a empresa ficou sabendo dessa mudança? E ocorreu algum tipo de palestra, curso ou estudos para que os responsáveis pudessem entender as mudanças?

R. Sim, palestra na própria empresa.

5. Você acredita que ocorreu um aumento de preços de venda dos produtos no período de Janeiro a Maio do Ano de 2016? Qual deles tiveram um maior aumento?

R. Sim, perfumaria, limpeza e enlatados.

6. Quais os fatores que você acredita que sejam os maiores responsáveis por esse aumento nos preços de venda?

R. Impostos, custo operacional e fornecedores.

7. Com a ST o ICMS é arrecadado antecipadamente, assim os valores que eram pagos pela empresa após a venda passaram a ser pagas antecipadamente vindo assim os valores inclusos no valor do produto. Em caso de perca, vencimento ou quebras das mercadorias os valores pagos pelo ICMS podem ser ressarcidos? Sabe quais as maneiras de pedir o ressarcimento desse valor?

R. Não são ressarcidos.

8. Foi notado alteração nos preços de compra dos produtos que entraram no regime ST? Os preços de venda tiveram alteração proporcional?

R. Sim os preços de venda foram proporcionais.

9. Ocorreu alguma diferença na Margem de lucro desses produtos? Essa diferença foi positiva ou negativa?

Produtos	Diferença
Enlatados	Foi a mesma
Bebidas Alcoólicas	Foi a mesma
Lâmpadas Elétricas	Foi a mesma
Detergentes em pó	Reduziu
Sandálias e Chinelos	Reduziu

10. Utilizando método de definição de preços baseado no custo, que define um Mark-up sobre o valor de custo, quando o ICMS ST for pago antecipadamente o Mark-up sobre ele gera um acréscimo ao valor da mercadoria. Você acredita que as mercadorias que passam por várias empresas, com esse ICMS ST acrescido de um Mark-up, aumenta seus preços devido ao efeito cascata, pois cada envolvido cobra uma margem de lucro sobre o ICMS pago?

R. As compras em sua maioria são direto das fábricas, justamente para evitar o cascadeamento.

Entrevistado 4

1. A empresa define o preço dos produtos seguindo a experiência no ramo ou utiliza algum método científico? Qual?

R. Experiência no ramo e preço da concorrência.

2. A empresa tem algum método científico de calcular os custos? Qual?

R. Cálculo utilizando os valores de custo do mês anterior sendo dividido pelo faturamento encontrando assim um coeficiente que será acrescido ao preço de custo.

3. Qual o Método de tributação utilizado pela empresa? Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real?

R. Simples Nacional.

4. Com o Decreto 14.383, de 28 de Janeiro de 2016 do estado de MS o governo alterou a relação de mercadorias sujeitas ao regime de substituição tributária (ST). Como a empresa ficou sabendo dessa mudança? E ocorreu algum tipo de palestra, curso ou estudos para que os responsáveis pudessem entender as mudanças?

R. Aviso de vendedores e escritório de contabilidade.

5. Você acredita que ocorreu um aumento de preços de venda dos produtos no período de Janeiro a Maio do Ano de 2016? Qual deles tiveram um maior aumento?

R. Sim, ocorreu um aumento significativo principalmente chocolates, biscoitos e produto de limpeza.

6. Quais os fatores que você acredita que sejam os maiores responsáveis por esse aumento nos preços de venda?

R. Carga tributaria estadual.

7. Com a ST o ICMS é arrecadado antecipadamente, assim os valores que eram pagos pela empresa após a venda passaram a ser pagas antecipadamente vindo assim os valores inclusos no valor do produto. Em caso de perca, vencimento ou quebras das mercadorias os

valores pagos pelo ICMS podem ser ressarcidos? Sabe quais as maneiras de pedir o ressarcimento desse valor?

R. Desconheço e não acredito em ressarcimento.

8. Foi notado alteração nos preços de compra dos produtos que entraram no regime ST? Os preços de venda tiveram alteração proporcional?

R. Sim, alguns com ST subiram até 30 a 40%, devido a perda do poder de compra e o momento economia alguns produtos não sofreram um reajuste proporcional.

9. Ocorreu alguma diferença na Margem de lucro desses produtos? Essa diferença foi positiva ou negativa?

Produtos	Diferença
Enlatados	Aumentou
Bebidas Alcoólicas	Reduziu
Lâmpadas Elétricas	Aumentou
Detergentes em pó	Diminuiu
Sandálias e Chinelos	Foi a mesma

10. Utilizando método de definição de preços baseado no custo, que define um Mark-up sobre o valor de custo, quando o ICMS ST for pago antecipadamente o Mark-up sobre ele gera um acréscimo ao valor da mercadoria. Você acredita que as mercadorias que passam por várias empresas, com esse ICMS ST acrescido de um Mark-up, aumenta seus preços devido ao efeito cascata, pois cada envolvido cobra uma margem de lucro sobre o ICMS pago?

R. Com certeza esses valores sofrerão uma alteração devido ao efeito cascata.

Entrevistado 5

1. A empresa define o preço dos produtos seguindo a experiência no ramo ou utiliza algum método científico? Qual?

R. Experiência no ramo e observações de mercado.

2. A empresa tem algum método científico de calcular os custos? Qual?

R. Os custos são incluídos no Mark-up aplicado ao preço da nota fiscal do produto.

3. Qual o Método de tributação utilizado pela empresa? Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real?

R. Simples Nacional

4. Com o Decreto 14.383, de 28 de Janeiro de 2016 do estado de MS o governo alterou a relação de mercadorias sujeitas ao regime de substituição tributária (ST). Como a empresa ficou sabendo dessa mudança? E ocorreu algum tipo de palestra, curso ou estudos para que os responsáveis pudessem entender as mudanças?

R. Conhecimento através do contabilista e da imprensa.

5. Você acredita que ocorreu um aumento de preços de venda dos produtos no período de Janeiro a Maio do Ano de 2016? Qual deles tiveram um maior aumento?

R. Sim, foi observado um aumento e esse aumento foi observado em todos os produtos.

6. Quais os fatores que você acredita que sejam os maiores responsáveis por esse aumento nos preços de venda?

R. Vários fatores influenciaram no aumento de preço principalmente a crise na economia brasileira e a tributação.

7. Com a ST o ICMS é arrecadado antecipadamente, assim os valores que eram pagos pela empresa após a venda passaram a ser pagas antecipadamente vindo assim os valores inclusos no valor do produto. Em caso de perda, vencimento ou quebras das mercadorias os valores pagos pelo ICMS podem ser ressarcidos? Sabe quais as maneiras de pedir o ressarcimento desse valor?

R. Já ouvi comentários de que é possível recuperar o ICMS, mas nunca recuperei e nem sei como é o procedimento.

8. Foi notado alteração nos preços de compra dos produtos que entraram no regime ST? Os preços de venda tiveram alteração proporcional?

R. Na maioria os preços foram proporcionais.

9. Ocorreu alguma diferença na Margem de lucro desses produtos? Essa diferença foi positiva ou negativa?

Produtos	Diferença
Enlatados	Foi a mesma
Bebidas Alcoólicas	Diminiu
Lâmpadas Elétricas	Foi a mesma
Detergentes em pó	Reduziu
Sandálias e Chinelos	Foi a mesma

10. Utilizando método de definição de preços baseado no custo, que define um Mark-up sobre o valor de custo, quando o ICMS ST for pago antecipadamente o Mark-up sobre ele gera um acréscimo ao valor da mercadoria. Você acredita que as mercadorias que passam por várias empresas, com esse ICMS ST acrescido de um Mark-up, aumenta seus preços devido ao efeito cascata, pois cada envolvido cobra uma margem de lucro sobre o ICMS pago?

R. Esse efeito criado pela substituição pode ter levado ao aumento de preços dos produtos.

Entrevistado 6

1. A empresa define o preço dos produtos seguindo a experiência no ramo ou utiliza algum método científico? Qual?

R. Experiência no ramo e preços de mercado.

2. A empresa tem algum método científico de calcular os custos? Qual?

R. Encontrando o custo operacional semestral dividido pelo faturamento encontrando uma porcentagem que é incorporada na margem de lucro.

3. Qual o Método de tributação utilizado pela empresa? Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real?

R. Simples Nacional.

4. Com o Decreto 14.383, de 28 de Janeiro de 2016 do estado de MS o governo alterou a relação de mercadorias sujeitas ao regime de substituição tributária (ST). Como a empresa ficou sabendo dessa mudança? E ocorreu algum tipo de palestra, curso ou estudos para que os responsáveis pudessem entender as mudanças?

R. Fiquei sabendo através dos contabilistas e do pessoal da informática, não tive palestra ou cursos, na verdade as informações eram nebulosas.

5. Você acredita que ocorreu um aumento de preços de venda dos produtos no período de Janeiro a Maio do Ano de 2016? Qual deles tiveram um maior aumento?

R. Sim, ocorreu um aumento principalmente nos produtos faturados fora do estado e a maioria que entraram no ST.

6. Quais os fatores que você acredita que sejam os maiores responsáveis por esse aumento nos preços de venda?

R. A mudança do método de cobrança, pois o preço da base de cálculo do ICMS em cima de alguns produtos com substituição esta superfaturado, exemplo suco, água mineral.

7. Com a ST o ICMS é arrecadado antecipadamente, assim os valores que eram pagos pela empresa após a venda passaram a ser pagas antecipadamente vindo assim os valores inclusos no valor do produto. Em caso de perda, vencimento ou quebras das mercadorias os

valores pagos pelo ICMS podem ser ressarcidos? Sabe quais as maneiras de pedir o ressarcimento desse valor?

R. No curso que recebi do sistema gerencial do mercado fui informado sobre recuperação de ICMS, mas não sei como proceder e não tenho informação de como recuperar.

8. Foi notado alteração nos preços de compra dos produtos que entraram no regime ST? Os preços de venda tiveram alteração proporcional?

R. Tiveram um aumento na mesma proporção.

9. Ocorreu alguma diferença na Margem de lucro desses produtos? Essa diferença foi positiva ou negativa?

Produtos	Diferença
Enlatados	Foi a mesma
Bebidas Alcoólicas	Foi a mesma
Lâmpadas Elétricas	Foi a mesma
Detergentes em pó	Foi a mesma
Sandálias e Chinelos	Foi a mesma

10. Utilizando método de definição de preços baseado no custo, que define um Mark-up sobre o valor de custo, quando o ICMS ST for pago antecipadamente o Mark-up sobre ele gera um acréscimo ao valor da mercadoria. Você acredita que as mercadorias que passam por várias empresas, com esse ICMS ST acrescido de um Mark-up, aumenta seus preços devido ao efeito cascata, pois cada envolvido cobra uma margem de lucro sobre o ICMS pago?

R. Sim, acaba gerando aumento no preço final devido ao acréscimo de lucro em cima de ICMS pago antecipado.

Entrevistado 7

1. A empresa define o preço dos produtos seguindo a experiência no ramo ou utiliza algum método científico? Qual?

R. Conforme a experiência e tendência de mercado.

2. A empresa tem algum método científico de calcular os custos? Qual?

R. Utiliza a visão administrativa e inclui as despesas a margem de lucro.

3. Qual o Método de tributação utilizado pela empresa? Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real?

R. Simples Nacional

4. Com o Decreto 14.383, de 28 de Janeiro de 2016 do estado de MS o governo alterou a relação de mercadorias sujeitas ao regime de substituição tributária (ST). Como a empresa ficou sabendo dessa mudança? E ocorreu algum tipo de palestra, curso ou estudos para que os responsáveis pudessem entender as mudanças?

R. Avisado pelo escritório de contabilidade e vendedores.

5. Você acredita que ocorreu um aumento de preços de venda dos produtos no período de Janeiro a Maio do Ano de 2016? Qual deles tiveram um maior aumento?

R. Sim ocorreu principalmente no sabão em barra, sabão em pó e outros produtos de limpeza.

6. Quais os fatores que você acredita que sejam os maiores responsáveis por esse aumento nos preços de venda?

R. Impostos e algumas falta de ofertas.

7. Com a ST o ICMS é arrecadado antecipadamente, assim os valores que eram pagos pela empresa após a venda passaram a ser pagas antecipadamente vindo assim os valores inclusos no valor do produto. Em caso de perda, vencimento ou quebras das mercadorias os valores pagos pelo ICMS podem ser ressarcidos? Sabe quais as maneiras de pedir o ressarcimento desse valor?

R. Não fiquei sabendo e não há maneiras para isso.

8. Foi notado alteração nos preços de compra dos produtos que entraram no regime ST? Os preços de venda tiveram alteração proporcional?

R. Na maioria foi proporcional o aumento.

9. Ocorreu alguma diferença na Margem de lucro desses produtos? Essa diferença foi positiva ou negativa?

Produtos	Diferença
Enlatados	Foi a mesma
Bebidas Alcoólicas	Foi a mesma
Lâmpadas Elétricas	Foi a mesma
Detergentes em pó	Foi a mesma
Sandálias e Chinelos	Foi a mesma

10. Utilizando método de definição de preços baseado no custo, que define um Mark-up sobre o valor de custo, quando o ICMS ST for pago antecipadamente o Mark-up sobre ele gera um acréscimo ao valor da mercadoria. Você acredita que as mercadorias que passam por

várias empresas, com esse ICMS ST acrescido de um Mark-up, aumenta seus preços devido ao efeito cascata, pois cada envolvido cobra uma margem de lucro sobre o ICMS pago?

R. Vai aumentar o preço porque é incluído o lucro em cima do ICMS em cada fornecedor.

Entrevistado 8

1. A empresa define o preço dos produtos seguindo a experiência no ramo ou utiliza algum método científico? Qual?

R. Utiliza a experiência no ramo e a observação de mercado, aliando com um Markup sobre o custo que define o preço mínimo.

2. A empresa tem algum método científico de calcular os custos? Qual?

R. Os custos fixos são somados e geram um coeficiente acrescentado no Mark-up.

3. Qual o Método de tributação utilizado pela empresa? Simples Nacional, Lucro Presumido ou Lucro Real?

R. Simples Nacional.

4. Com o Decreto 14.383, de 28 de Janeiro de 2016 do estado de MS o governo alterou a relação de mercadorias sujeitas ao regime de substituição tributária (ST). Como a empresa ficou sabendo dessa mudança? E ocorreu algum tipo de palestra, curso ou estudos para que os responsáveis pudessem entender as mudanças?

R. Fui informado pelo Contador que deveria fazer um balanço dos produtos para serem tributados, mas não houve informação maior.

5. Você acredita que ocorreu um aumento de preços de venda dos produtos no período de Janeiro a Maio do Ano de 2016? Qual deles tiveram um maior aumento?

R. Sim com certeza, Sabão em pó, Leite condensados e biscoitos.

6. Quais os fatores que você acredita que sejam os maiores responsáveis por esse aumento nos preços de venda?

R. Acredito que a mudança na tributação e a crise econômica.

7. Com a ST o ICMS é arrecadado antecipadamente, assim os valores que eram pagos pela empresa após a venda passaram a ser pagas antecipadamente vindo assim os valores inclusos no valor do produto. Em caso de perca, vencimento ou quebras das mercadorias os valores pagos pelo ICMS podem ser ressarcidos? Sabe quais as maneiras de pedir o ressarcimento desse valor?

R. Nunca fiquei sabendo de ressarcimento, mas me disseram que tem como.

8. Foi notado alteração nos preços de compra dos produtos que entraram no regime ST? Os preços de venda tiveram alteração proporcional?

R. Sim teve um aumento nesses produtos e eles aumentaram na mesma proporção.

9. Ocorreu alguma diferença na Margem de lucro desses produtos? Essa diferença foi positiva ou negativa?

Produtos	Diferença
Enlatados	Foi a mesma
Bebidas Alcoólicas	Foi a mesma
Lâmpadas Elétricas	Foi a mesma
Detergentes em pó	Foi a mesma
Sandálias e Chinelos	Foi a mesma

10. Utilizando método de definição de preços baseado no custo, que define um Mark-up sobre o valor de custo, quando o ICMS ST for pago antecipadamente o Mark-up sobre ele gera um acréscimo ao valor da mercadoria. Você acredita que as mercadorias que passam por várias empresas, com esse ICMS ST acrescido de um Mark-up, aumenta seus preços devido ao efeito cascata, pois cada envolvido cobra uma margem de lucro sobre o ICMS pago?

R. Com certeza se alguém tirou dinheiro do bolso ele vai cobrar uma margem sobre esse valor.