

## **SUBSTITUIÇÃO TRIBUTÁRIA NO ICMS: UMA ANÁLISE DO IMPACTO NA FORMAÇÃO DO PREÇO DE VENDA PARA MEDICAMENTOS E PERFUMARIAS**

### ***TRIBUTARY SUBSTITUTION ON ICMS: AN ANALYSIS OF THE IMPACT ON THE SALES PRICE TRAINING OF MEDICATION AND PERFUMERIES***

Diego Aguilar Giglio<sup>1</sup>

Rodrigo Jussi Lopes<sup>2</sup>

#### **RESUMO**

A competitividade entre as empresas é fato altamente evidenciado na atualidade. Oferecer produtos cada vez mais baratos e de qualidade tornou-se estratégia de sobrevivência, sendo que a correta compreensão dos preços, bem como das margens, exige uma análise meticulosa dos tributos envolvidos nas operações. O objetivo principal do trabalho é verificar como a utilização de um modelo ilustrativo sobre a incidência da Substituição Tributária no ICMS impacta no entendimento do gestor para a formação do preço de venda de uma empresa que atua no comércio varejista de medicamentos e perfumaria. Para tanto, utiliza-se metodologia qualitativa e exploratória, mediante modelagem, através de um estudo de campo cuja coleta de dados ocorreu através de um questionário semiestruturado. Dentre os principais resultados, verificou-se que nem sempre a substituição tributária é devidamente considerada no processo de formação do preço de venda. Concluiu-se que o modelo ilustrativo elaborado foi de grande ajuda para o posterior entendimento da forma de cálculo da Substituição Tributária ao longo da cadeia de suprimentos do ramo de medicamentos e perfumaria, possibilitando verificar o impacto deste tributo para com a formação do preço de venda final e, posteriormente, na compreensão da margem de contribuição do item comercializado.

Palavras-chave: Substituição Tributária. ICMS. Preço de Venda.

---

<sup>1</sup> Discente do Curso Ciências Contábeis no Centro Universitário UNIFAFIBE de Bebedouro-SP E-mail: diego.giglio@outlook.com

<sup>2</sup> Graduado em Administração, Especialista em Gestão da Produção, Mestre em engenharia de Produção. Docente no Centro Universitário UNIFAFIBE. E-mail: rodrigojussi@gmail.com

## ABSTRACT

*The competitiveness between companies is a fact highly evidenced in actuality. Offer products with quality and each time cheapest became strategy of survival, being the right understanding of prices, as well as margins, demand a focused analysis of taxes involved in operation. The main objective of this article was check how to using an illustrative model over substitution tributary on ICMS, affect the understanding of gestor to establish a price of sale in a retail company selling medicamentation and perfumaries. Therefore, a methodology qualitative and exploratory was used, through modeling, in a field study, whose the collect of data occur using a semi structured questionnaire. Among the main results, was checked not always the substitution tributary is correctly considered in formation of prices, Concluded that the illustrative model created was helpfull to posteriorly understanding way to calculate of substitution tributary across supply chain in sector of medicamentations and perfumaries, making possible to view the impact this taxes in sell price and, posteriorly, comprehension of contribution margin of product.*

*Keywords: Tributary Substitution. ICMS. Price of Sales.*

## 1 INTRODUÇÃO

Recentemente, profundas transformações vêm tornando o cenário varejista brasileiro um ambiente altamente competitivo. A entrada de grandes varejistas internacionais (CAMAROTTO, 2009) e a fusão de grandes companhias referências nacionais tornam a conjuntura do varejo ainda mais dinâmica e acirrada, aumentando a competição entre as empresas em termos de preço, qualidade e afins.

Neste cenário, a competição por preços baixos está diretamente relacionada ao contexto de custo de produção. Andrade (2016) apresenta a perspectiva da indústria do segmento de medicamentos quanto à política de concessão de descontos e preços às farmácias e drogarias, e relembra da importância da gestão dos custos.

A gestão dos custos incorridos na produção e comercialização de produtos e serviços remonta à revolução industrial cuja data permeia o final do século XVII (MARTINS, 2010). O aumento da oferta de produtos, proporcionada pela produção

em larga escala, possibilitou o acesso àqueles que antes não tinham, dando o primeiro passo rumo à competitividade observável nos mercados atuais. De um lado, os consumidores que passaram a ter acesso a produtos de maior qualidade e com preços mais baixos e, de outro, as indústrias revolucionando seus processos produtivos em busca de menores custos e maior lucratividade (MARTINS, 2010).

Essa característica de mercado livre impulsiona o binômio de interesses entre consumidores e fornecedores até os dias de hoje. No centro desta disputa está o preço de venda, que pode ser interpretado, do ponto de vista dos compradores, como o valor percebido e pelo qual se está disposto a abrir mão para aquisição de um bem e, do ponto de vista dos lojistas, como o valor financeiro necessário de maneira tal que seja suficiente para cobertura dos custos acrescido da expectativa de lucro ao se disponibilizar o produto para venda (MARTINS, 2010).

Por tudo isso, pode-se considerar, de acordo com Bruni (2012), que a fixação dos preços dos produtos e serviços ofertados consiste na verdadeira arte do negócio, sendo que sua gestão de maneira ineficiente poderia levar à ruína. Parafraseando Bruni (2012), a correta compreensão dos preços e das margens exige uma análise metódica dos tributos envolvidos na operação.

Desta maneira, o presente estudo buscou esclarecer como o desenvolvimento de um modelo ilustrativo a respeito da substituição tributária no ICMS pode impactar no entendimento da margem de contribuição observada durante o processo de formação do preço de venda.

Com base nisso, o objetivo principal deste trabalho é verificar como a utilização de um modelo ilustrativo sobre a incidência da Substituição Tributária no ICMS impacta no entendimento do gestor para a formação do preço de venda de uma empresa que atua no comércio varejista de medicamentos e perfumaria.

De forma específica, os objetivos foram assim estabelecidos: (a) ilustrar o processo de cálculo da Substituição Tributária no ICMS de forma específica para com a cadeia de suprimentos de medicamentos e afins; (b) desenvolver um instrumento de coleta de dados a ser direcionado a empresas varejistas de medicamentos e afins, no intuito de verificar como estas lidam com a Substituição Tributária no ICMS na formação do preço de venda; (c) complementando o instrumento de coleta de dados, apresentar a ilustração do processo de cálculo da Substituição Tributária no ICMS aos gestores das empresas objeto de estudo, verificando como este contribui no processo de entendimento do custo relativo à

Substituição Tributária no ICMS para com a formação do preço de venda e, conseqüentemente, estabelecimento da margem de contribuição.

O preço de venda de um produto ou serviço é critério determinante para o consumidor durante o processo de análise da intenção de compra. O pouco conhecimento detido por grande parte das empresas leva, por diversas vezes, à negligência durante a definição do preço de venda (SEBRAE, 2013). Logo, é corriqueiro empresas que, ao identificar situação de forte concorrência, adotem a estratégia de praticar o menor preço sem a utilização de critérios para embasar tal decisão, especialmente quanto aos aspectos menos perceptíveis, mas igualmente importantes, como a carga tributária incidente.

Neste ponto em especial destaca-se a Substituição Tributária no ICMS, importante instrumento de antecipação de receitas para os cofres públicos oriunda das operações com circulação de mercadorias. Esse instrumento apresenta pouca ou nenhuma familiaridade para os gestores e alta complexidade (VALADÃO, 2014).

Sendo assim, o presente estudo se justifica por analisar como um modelo ilustrativo impacta na concepção do gestor para a formação do preço de vendas, considerando o efeito da Substituição Tributária no mesmo, contribuindo, em especial, para empresas do ramo varejista de medicamentos e perfumaria. O estudo se justifica também por representar significativa responsabilidade social, podendo contribuir como fonte de consulta para futuros trabalhos.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Gestão estratégica**

As companhias estão frequentemente competindo entre si em busca de recursos de várias espécies, seja em termos de clientes, investidores, participação em mercado e afins, visando, sempre, ao aumento de faturamento e eficiência (CHIAVENATO, 2009).

Esta competição natural no dia a dia das empresas pressupõe que os gestores estejam devidamente qualificados e atentos às reviravoltas que os cenários mercadológicos frequentemente apresentam. Tal nível de competitividade exige atitudes proativas e bem estruturadas com a devida tempestividade. Somente desta

forma as organizações varejistas poderão assegurar seu espaço de participação no mercado (CHIAVENATO, 2009).

Logo, o ciclo de análise, escolha, implementação e continuidade da estratégia deve ser dinâmico e perpétuo (MINTZBERG, 1994) para que as respostas às diversidades surtam os efeitos esperados. Contudo, desde meados da década de 70, questiona-se no entorno empresarial e acadêmico se, de fato, o planejamento estratégico contribui para o resultado financeiro da empresa. Reid (1989 apud MENDES, 2006) sugere que os resultados obtidos podem ser imperceptíveis caso a elaboração e a adoção das estratégias previstas não estejam amplamente ligadas ao “jeito de ser” da companhia.

### **2.1.1 Formação de preço de venda**

Buscando facilitar a compreensão dos tópicos que serão apresentados, acreditamos ser necessário adotar uma definição para a palavra preço: “o que se dá em troca de um produto em uma relação comercial.” (SCHINDLER, 2012).

Schindler (2012, p. 4) nos posiciona sobre uma típica confusão observada acerca deste tema. Preço e Custo não deveriam ser sinônimos para os lojistas, mas que pouca diferença faz para o consumidor final.

Contudo o preço pode receber diversos nomes, um nome que ele não deveria receber é custo. Isto porque, neste livro, nós falaremos no ponto de vista do vendedor.

Se nós estivéssemos falando do ponto de vista do comprador, isto não seria um problema. Compradores, particularmente os consumidores, vão tipicamente usar o termo preço e custo como sinônimos. For exemplo, uma mulher poderia dizer a sua amiga, “O preço desta blusa foi somente \$30”. Ou ela poderia facilmente dizer, “Esta blusa me custou somente \$30”. (SCHINDLER, 2012, p. 4, tradução nossa).

A formação do preço de venda de produtos e serviços pode ser observada sob duas perspectivas, uma mercadológica e outra financeira (SEBRAE, 2017). Sob a ótica mercadológica os gestores devem observar os aspectos praticados pelo mercado em geral, questões como proximidade dos preços em relação à concorrência, qualidade dos produtos ofertados, ambiente, marca, localização e facilidade de acesso, participação de mercado já conquistada e agressividade da concorrência estão entre as mais comumente observáveis.

Já a segunda perspectiva tende para as nuances que afetam os fluxos de caixa. São elas: capacidade de cobertura dos custos diretos e indiretos, despesas

que envolvem qualquer negócio, necessidade de investimento e lucro desejado (SEBRAE, 2017).

## 2.2 Tributos

Os tributos são a principal fonte de renda do Estado (SABBERG, 2012). Outorgado pelo art. 145º da Constituição Federal, cabe à União, aos Estados e aos Municípios instituir impostos, taxas e contribuições sempre que for necessário recursos para garantir o bem-estar do coletivo (BRASIL, 1988). Neste sentido, vale-se o Estado de sua capacidade tributária para o cumprimento do disposto no Art. 3º da Constituição Federal, visando a manter uma sociedade livre, justa e solidária, a garantir o desenvolvimento nacional, à erradicação da pobreza e à redução das desigualdades sociais (BRASIL, 1988).

O Código Tributário Nacional – CTN (Lei 5.172 de 25 de outubro de 1966), fundamentado pela Emenda Constitucional 18/65, traz as disposições (competências, capacidade, limitações e isenções, etc.) sobre o Sistema Tributário Nacional. O código traz a evidente relação jurídica formada pelo triângulo Sujeito Ativo, Sujeito Passivo e Prestação Pecuniária (Tributo) (TORRES, 2003), no art. 112 §1 e §2. Para elucidar tal evidenciação é necessário compreender a diferenciação existente entre os elementos da obrigação tributária.

Sujeito Ativo é o ente plenamente dotado da competência tributária indelegável e detentor do direito ao crédito oriundo de obrigação pecuniária (SABBAG, 2012).

O Art. 7º do CTN fixa:

A competência tributária é indelegável, salvo atribuição das funções de arrecadar ou fiscalizar tributos, ou de executar leis, serviços, atos ou decisões administrativas em matéria tributária, conferida por uma pessoa jurídica de direito público a outra (BRASIL, 1966, grifo nosso).

Portanto, nota-se que, além da competência, há a possibilidade de pessoas jurídicas de direito público poderem receber, por delegação, a capacidade tributária também denominada de parafiscalidade.

Assim, subdividiu-se a sujeição ativa em dois grupos: sujeito ativo direto e sujeito ativo indireto, este munido de capacidade tributária (CREA, CRC, CRM) e aquele de competência tributária (União, Estados, Município e Distrito Federal).

De maneira antagônica ao já explorado, revela-se a Sujeição Passiva, ou seja, o lado obrigado por força de lei a recolher aos entes federativos a pecúnia tributária. Consubstanciado pelo Art. 121º do CTN, assim como seu opositor, possui dois tipos: Direto e Indireto:

Art. 121. Sujeito passivo da obrigação principal é a pessoa obrigada ao pagamento de tributo ou penalidade pecuniária.

Parágrafo único. O sujeito passivo da obrigação principal diz-se:

I - contribuinte, quando tenha relação pessoal e direta com a situação que constitua o respectivo fato gerador;

II - responsável, quando, sem revestir a condição de contribuinte, sua obrigação decorra de disposição expressa de lei (BRASIL, 1966).

Assim, destaca-se, portanto, como sujeito passivo direto (contribuinte) aquele que tem relação pessoal com o fato gerador, e sujeito passivo indireto (responsável) aquele escolhido para efetuar o pagamento do imposto ainda que não pratique o objeto da obrigação tributária (SABBERG, 2012).

Há, ainda, uma divisão no que diz respeito às obrigações a que esses sujeitos estão expostos. Postuladas pelo Art. 113º §1 e §2 do CTN, evidencia-se a segregação em Obrigações Principais e Obrigações Acessórias.

Art. 113. A obrigação tributária é principal ou acessória.

§ 1º A obrigação principal surge com a ocorrência do fato gerador, tem por objeto o pagamento de tributo ou penalidade pecuniária e extingue-se juntamente com o crédito dela decorrente.

§ 2º A obrigação acessória decorre da legislação tributária e tem por objeto as prestações, positivas ou negativas, nela previstas no interesse da arrecadação ou da fiscalização dos tributos.

§ 3º A obrigação acessória, pelo simples fato de sua inobservância, converte-se em obrigação principal relativamente à penalidade pecuniária (BRASIL, 1966).

Entende-se, assim, que a obrigação principal reflete o múnus do pagamento do tributo para o atingimento do fim a que este se destina (SEHN, 2009); por sua vez, a obrigação acessória é aquela cuja finalidade é facilitar a fiscalização provocada pelo fato gerador.

O não cumprimento de qualquer uma das obrigações geralmente enseja multa resultante da obrigação acessória à entidade, podendo, esta, ser cobrada na forma de tributo, isto é, soma-se ao valor do tributo o da multa. Vale lembrar que a multa resultante do não cumprimento da obrigação acessória poderá ser exigida ainda que o pagamento da obrigação principal tenha ocorrido (HACK, 2008).

## 2.2.1 Substituição tributária – ST

Rosetti (2008), explica que a substituição tributária é o instituto pelo qual o Estado designa a um terceiro o recolhimento da prestação pecuniária compulsória incidente sobre as operações. Estabelecida pelo Art. 6º, da lei 87/96 (Lei Kandir), há três momentos no qual a responsabilidade pelo recolhimento poderá ser concedida a outrem:

Art. 6º 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. (Redação dada pela Lcp 114, de 16.12.2002)

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

§ 2º A atribuição de responsabilidade dar-se-á em relação a mercadorias, bens ou serviços previstos em lei de cada Estado. (Redação dada pela Lcp 114, de 16.12.2002) (BRASIL, 1996, grifo nosso).

Assim fica evidenciada a possibilidade da substituição do sujeito passivo do tributo em operações anteriores, concomitantes e subseqüentes.

O fluxograma (Figura 1) reflete graficamente a antecipação do fato gerador e a atribuição da responsabilidade do recolhimento ao substituto tributário.

**Figura1 – Fluxograma Substituição Tributária**



Fonte: Sete Soluções Empresariais

Visivelmente recai sobre o fabricante, importador ou prestador a responsabilidade tributária do recolhimento do débito sobre toda a cadeia que o precede. Para o Estado, um número reduzido de pontos a serem fiscalizados; contudo, com uma capacidade de suportar a complexidade tributária muito maior. Para a Indústria, uma responsabilidade ainda maior ao ter que prestar contas sobre estes recolhimentos.

A Portaria CAT16/2009 especifica a base de cálculo para o recolhimento do ICMS relativo às saídas subsequentes para as mercadorias arroladas nos artigos 313-A ao 313-Z20 do RICMS. Portanto, qualquer item comercializado em território paulista, constante nos referidos artigos, está sujeito à substituição tributária do ICMS. Assim, sempre que houver comercialização de tais itens, o administrador deve estar atento aos impactos que este tributo oferece a sua margem de contribuição.

A base de cálculo para substituição tributária de mercadorias comercializadas dentro do território paulista, nos moldes da já citada portaria, será o preço praticado pelo sujeito passivo, adicionadas as custas referente ao frete, carreto, seguro, impostos e quaisquer outros valores transferíveis ao adquirente e acrescido do valor adicionado (Art. 1º. Portaria CAT 16/09).

Há uma ressalva quanto à base de cálculo:

§ 1º - O disposto nesta portaria somente se aplica quando não houver:

1 - média ponderada dos preços a consumidor final usualmente praticados no mercado, apurada por levantamento de preços aprovado e divulgado pela Secretaria da Fazenda, conforme hipótese prevista no artigo 43, § 2º, do RICMS;

2 - percentual de margem de valor agregado apurado por levantamento de preços aprovado e divulgado pela Secretaria da Fazenda, conforme hipótese prevista no artigo 41, caput, do RICMS;

3 - preço final a consumidor, único ou máximo, autorizado ou fixado por autoridade competente e divulgado pela Secretaria da Fazenda, conforme hipótese prevista no artigo 40-A do RICMS;

4 - preço final a consumidor, sugerido pelo fabricante ou importador, aprovado e divulgado pela Secretaria da Fazenda, conforme hipótese prevista no artigo 41, parágrafo único, do RICMS;

5 - sido adotado percentual de margem de valor agregado ou preço final a consumidor fixados em acordo celebrado pelo Estado de São Paulo com outras unidades da Federação, conforme hipótese prevista no artigo 44, § 2º, do RICMS. (grifo nosso)

Portanto, a base de cálculo, para fins de retenção e pagamento, deve observar as exceções previstas no § 1º desta mesma portaria.

### **3 METODOLOGIA**

O presente estudo faz uso do método qualitativo e exploratório, mediante modelagem, através de um estudo de campo.

De acordo RICHARDSON (1999 apud BEUREN, 2006, p. 91), a pesquisa qualitativa pode descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais.

A natureza social da ciência contábil evidencia a escolha pela utilização da metodologia qualitativa mesmo sendo esta uma ciência que majoritariamente trabalhe com números (BEUREN, 2006).

A pesquisa exploratória possibilita o levantamento das informações sobre determinado objeto de estudo (SEVERINO, 2017), estreitando o objeto de trabalho e aprimorando o assunto de pesquisa.

Silva (2006) explica que a modelagem demonstra matematicamente as hipóteses em relações casuais. Tal técnica permite o intercâmbio entre uma análise exploratória para uma visão confirmatória.

A pesquisa de campo é realizada através da observação dos fenômenos ocorrendo em seu ambiente real, precedido pela coleta dos dados e, por fim, o desenvolvimento da fundamentação teórica sólida suficientemente para explicar o problema estudado, explica Fuzzi (2010).

A coleta de dados foi realizada através de questionário semiestruturado direcionados a um gestor da empresa campo de estudo que está, cotidianamente, envolvido na atividade de precificação, análise e composição das variáveis que afetam o preço de venda. Vale ressaltar, como já mencionado, que a empresa campo de estudo representa um varejista do ramo de medicamentos e perfumaria.

### **4 RESULTADOS**

#### **4.1 Modelo elaborado**

A elaboração do modelo ilustrativo do processo de cálculo da Substituição Tributária de medicamentos e perfumaria, decorrente de toda a cadeia de valor, foi elaborado com base no Art. 1º, da portaria CAT 16/09 e supondo comercializações realizadas dentro do território paulista. Para tanto, utilizou-se da Tabela 1 da referida

Portaria CAT, reproduzida parcialmente abaixo, focando apenas as mercadorias dispostas nos artigos 313-A e 313-E, mercadorias estas comercializadas na empresa campo deste estudo.

**Tabela 1: ANEXO ÚNICO**

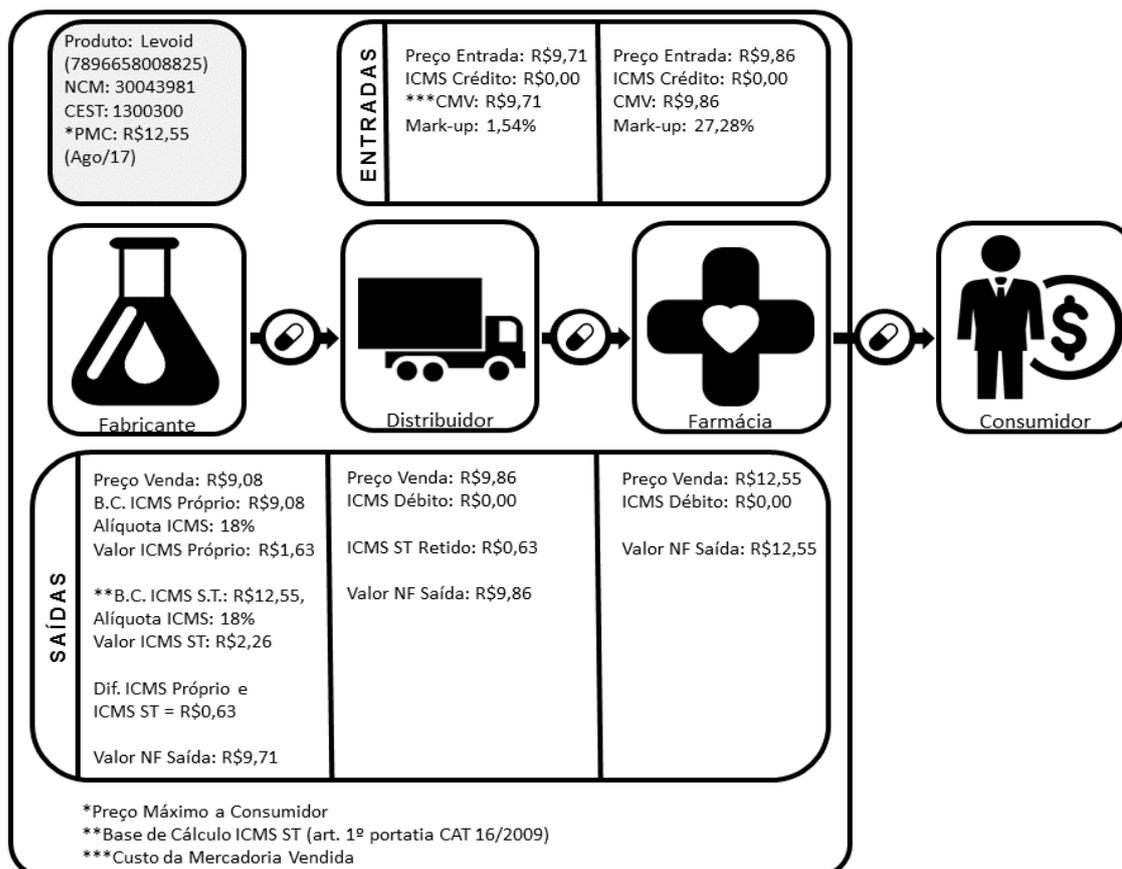
Item	Setor	RICMS/00 Artigo	IVA-ST
1.	Medicamentos	313-A	68,59 % (sessenta e oito inteiros e cinquenta e nove centésimos por cento)
3.	Perfumaria	313-E	177,19% (cento e setenta e sete inteiros e dezenove centésimos por cento)

Fonte: Adaptado ANEXO ÚNICO.

Vale ressaltar que o processo em questão abordou apenas o contexto da substituição tributária para operações subsequentes (para frente), haja vista que este é o mecanismo mais comumente adotado (ROSETTI, 2008).

Desta forma, o modelo ilustrativo elaborado pode ser visualizado na Figura 2.

**Figura 2: Modelo Ilustrativo da substituição tributária incidente sob a cadeia de valor do produto.**



Fonte: elaboração própria.

## 4.2 Empresa X

A empresa está há mais de 25 anos atuando no mercado farmacêutico do interior do estado de São Paulo. Recentemente, reviu seu modelo operacional, alterando o objetivo de mero fornecedor de drogas a um centro de cuidados com a saúde de seus clientes.

Tal mudança exigiu melhores práticas de gestão e maior nível de governança, visando a garantir um *mix* de produtos semelhantes aos encontrados nas grandes redes varejistas e com preços competitivos. A empresa alterou, também, seu regime tributário de optante pelo Simples Nacional para optante pelo Regime Periódico de Apurações – Lucro Real.

Quando demonstrado o modelo ilustrativo (Figura 2), ao responsável pela gestão de estoques, compras e formação do preço de venda, este concluiu que a não observância do tributo embutido causa redução da margem de contribuição. O gestor observou que a política de formação do preço de venda praticada hoje, quase que exclusivamente com a visão de marcação a mercado, dificulta a correta gestão do custo tributário que, por muitas vezes, não é transparente aos gestores.

Atualmente, a companhia precifica seus itens com base em listas de preços fornecidas pelas redes associativistas da qual a mesma faz parte, contendo o preço praticado pelo mercado e o máximo de desconto que deve ser concedido ao consumidor final. As referidas listas não apresentam uma visão clara de como são desenvolvidas, dando a entender que o estabelecimento do preço de venda ocorre através da observação do comportamento destes no mercado sem levar em consideração a situação tributária e os custos de maneira exclusiva para cada loja.

Após a apresentação do modelo, a empresa notou que se faz necessária a realização de um planejamento para revisão do preço de venda praticado, observando a substituição tributária e outros tributos incidentes. Contudo, o gestor, ressalta a dificuldade em realizar tal ação, uma vez que a quantidade de itens que compõe o *mix* de produtos de uma farmácia é bastante grande.

Com a utilização do modelo foi possível verificar e entender a forma como a substituição tributária ocorre em relação a um certo produto (Figura 2). Para o gestor, ficou mais claro perceber que nem sempre o “valor recolhido de ST” no início da cadeia de suprimentos está alinhado ao real preço de venda praticado no varejo,

isto é, para fins de cálculo o governo estabelece “um parâmetro de preço de venda” que o mercado provavelmente praticará. Entretanto, devido à grande concorrência, pode ser que o referido produto seja vendido a um preço final abaixo do “projetado”, reduzindo, assim, a margem do varejo.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Verificou-se que apesar do instituto da substituição tributária ser um eficiente mecanismo arrecadatório e assegurar ao estado a antecipação de receitas fundamentais para garantir o bem-estar social, o mesmo representa um “sistema de tributos” de difícil entendimento e manuseio aos gestores.

Percebe-se a ocorrência de algum tipo de dificuldade em entender os custos reais envolvidos na operação do negócio em termos de tributação, em especial o custo tributário referente à Substituição Tributária do ICMS.

O desconhecimento do impacto da substituição tributária sobre a margem de contribuição, causado pelas adversidades mercadológicas inerentes ao negócio, impacta negativamente na margem de contribuição dos produtos cujo preço de venda é controlado por órgãos governamentais que não acompanham tais adversidades com a tempestividade necessária.

Concluiu-se que o modelo ilustrativo elaborado foi de grande ajuda para o posterior entendimento da forma de cálculo da Substituição Tributária no ICMS ao longo da cadeia de suprimentos do ramo de medicamentos e perfumaria, possibilitando “ao gestor” verificar o impacto deste tributo para a formação do preço de venda final e, posteriormente, na compreensão da margem de contribuição do item comercializado.

O estudo limitou-se à análise do modelo elaborado em apenas uma empresa do ramo varejista de medicamentos e afins dada a dificuldade de resposta por parte das mesmas, sendo importante ressaltar que o instrumento de coleta de dados desenvolvido foi encaminhado para três empresas varejistas do referido ramo. Entretanto, apenas uma empresa acabou por fornecer o *feedback* necessário para a estruturação dos resultados. Outros estudos que envolvam mais empresas deste setor são de importância para refinar ainda mais os resultados aqui atingidos.

## **REFERÊNCIAS**

ANDRADE, Vitor. **O que esperar do mercado farmacêutico para 2016?**. Portal Saúde Business. Disponível em: <<http://saudebusiness.com/o-que-esperar-do-mercado-farmaceutico-em-2016/>>. Acesso em: 09 Abr. 2017.

BEUREN. Ilse Maria. Et. Al. Como elaborar trabalhos monográficos em Contabilidade – **teoria e prática**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Câmara de Regulação do Mercado de Medicamentos. Secretaria Executiva. **Preços máximos de medicamentos por princípio ativo**. Brasília, 2016. Disponível em: <[http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/cf8d70804bc7ab0a8c8cfdd8b204cf25/LISTA+CONFORMIDADE\\_2016-02-22.pdf?MOD=AJPERES](http://portal.anvisa.gov.br/wps/wcm/connect/cf8d70804bc7ab0a8c8cfdd8b204cf25/LISTA+CONFORMIDADE_2016-02-22.pdf?MOD=AJPERES)>. Acesso em: 02 Mar. 2016.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966. Brasília, **Diário Oficial da União**, 27 out. 1966. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L5172.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5172.htm)>. Acesso em: 24 abr. 2017.

\_\_\_\_\_. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 05 out. 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)> Acesso em: 12 set. 2017.

\_\_\_\_\_. Lei Complementar nº 87, de 13 de setembro de 1996 (LEI KANDIR). **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 16 set. 1996. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/LCP/Lcp87.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp87.htm)>. Acesso em: 03 mai. 2017.

BRUNI, Adriano Leal. **A administração de custos, preços e lucros**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

CAMAROTTO, Márcio Roberto. **Gestão de atacado e varejo**. Curitiba: Iedes, 2009.

CARRAZZA, Roque Antonio. **Curso de direito constitucional tributário**. 21. ed. São Paulo: Malheiros, 2005.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

CHIAVENATO. Idalberto. ARÃO, Sapiro. **Planejamento estratégico: fundamentos e aplicações da intenção aos resultados**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

FERREIRA. Ayrton S. R. **Modelagem organizacional por processos: um sistema óbvio de gestão, um passo além da hierarquia**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

FUZZI. Ludmila Pena. **Metodologia científica: o que é pesquisa de campo?**. 2010. Disponível em: <<http://profludfuzzimetodologia.blogspot.com.br/2010/03/o-que-e-pesquisa-de-campo.html>> Acesso em: 12 set. 2017

HACK, Érico. **Direito tributário**. Curitiba: Iedes Brasil, 2008.

MARIANO, Paulo Antonio; WERNEK, Rafael Sampaio; ALENCAR, Sandra Regina. **Substituição tributária no ICMS**. 8. ed. São Paulo: IOB, 2016.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MINTZBERG, Henry. **The rise and fall of strategic planning**: reconceiving roles for planning, plans, planners. New York: Free Press, 1994.

MENDES, Rodrigo H. BINDER, Marcelo P. JÚNIOR, Sérgio T. P. Planejamento estratégico: muito criticado e muito usado. por quais razões? In: ENCONTRO DA ANPAD, 30., 2006, Salvador, 2006. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/enanpad/2006/dwn/enanpad2006-esoa-2072.pdf>>. Acesso em: 09 abr. 2017.

OLIVEIRA, Luís Martins et al. **Manual de contabilidade tributária**: textos e testes com as respostas. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

ROSETTI, José Paschoal. et al. **Finanças corporativas**: teoria e prática empresarial no Brasil. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SABBAG, Eduardo. **Manual de direito tributário**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

SÃO PAULO (Estado). Secretaria da Fazenda. **Portaria CAT Nº 16, de 23 de janeiro de 2009**. São Paulo, 2009. Disponível em: <[http://info.fazenda.sp.gov.br/NXT/gateway.dll?f=templates&fn=default.htm&vid=sefaz\\_tributaria:vtribut](http://info.fazenda.sp.gov.br/NXT/gateway.dll?f=templates&fn=default.htm&vid=sefaz_tributaria:vtribut)>. Acesso em: 03 mar. 2016.

\_\_\_\_\_. **Regulamento do imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação – RICMS**. São Paulo, 2016. Disponível em: <[http://info.fazenda.sp.gov.br/NXT/gateway.dll?f=templates&fn=default.htm&vid=sefaz\\_tributaria:vtribut](http://info.fazenda.sp.gov.br/NXT/gateway.dll?f=templates&fn=default.htm&vid=sefaz_tributaria:vtribut)>. Acesso em: 02 mar. 2016.

SCHINDLER, Robert M. **Pricing strategies**: a marketing approach. California: Sage Publications, Inc. 2012.

SEBRAE/MG. **Como elaborar o preço de venda**. Disponível em: <<https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Manual-ou-Livro/Como-elaborar-o-Preco-de-Venda>>. Acesso em: 09 abr. 2017.

SEHN, Solon. **Legislação tributária**. Curitiba: Iesde Brasil, 2009.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2017.

SILVA, Juliane Silveira Freira. **Modelagem de equações estruturais**. 2006. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/8628/000583213.pdf?sequence=1>> Acesso em: 12 set. 2017.

TORRES, Ricardo Lobo. **Curso de direito financeiro e tributário**. 10. ed. Rio de Janeiro: Renovar, 2003.

VALADÃO, André Luis. **10 Exemplos do porquê o brasil não decola**. 2014. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=hwo5BQAAQBAJ&lpg=PP1&hl=pt-BR&pg=PA2#v=onepage&q&f=false>> Acesso em: 11 Set. 2017.

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

*Recebido em: 17/09/2017*

*Aprovado em: 10/11/2017*