

CENTRO UNIVERSITÁRIO ÁLVARES PENTEADO – UNIFECAP

MESTRADO EM CONTROLADORIA E CONTABILIDADE ESTRATÉGICA

ITAMAR ZONARO

**ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE O REGISTRO CONTÁBIL DOS
BÔNUS RECEBIDOS PELAS CONCESSIONÁRIAS DE AUTOMÓVEIS**

Dissertação apresentada ao Centro Universitário
Álvares Penteado – Unifecap, como requisito
parcial para a obtenção do título de Mestre em
Controladoria e Contabilidade Estratégica.

Orientadora: Profa. Dra. Ana Cristina de Faria

São Paulo

2005

CENTRO UNIVERSITÁRIO ÁLVARES PENTEADO – UNIFECAP

Reitor: Prof. Dr. Alfredo Behrens

Pró-reitor de Extensão: Prof. Dr. Fábio Appolinário

Pró-reitor de Graduação: Prof. Jaime de Souza Oliveira

Pró-reitor de Pós-Graduação: Prof. Dr. Alfredo Behrens

Coordenador do Mestrado em Administração de Empresas: Prof. Dr. Dirceu da Silva

Coordenador do Mestrado em Controladoria e Contabilidade Estratégica: Prof. Dr. Anisio Candido
Pereira

FICHA CATALOGRÁFICA

Z87e

Zonaro, Itamar

Estudo exploratório sobre o registro contábil dos bônus recebidos pelas concessionárias de automóveis / Itamar Zonaro. - - São Paulo, 2005.
112 f.

Orientador: Profa. Dra. Ana Cristina de Faria.

Dissertação (mestrado) - Centro Universitário Álvares Penteado – UniFecap -
Mestrado em Controladoria e Contabilidade Estratégica .

1. Sistemas de bonificações – Contabilidade. 2. Automóveis – Comércio – Contabilidade.

CDD 657.3

FOLHA DE APROVAÇÃO

ITAMAR ZONARO

ESTUDO EXPLORATÓRIO SOBRE O REGISTRO CONTÁBIL DOS BÔNUS RECEBIDOS PELAS CONCESSIONÁRIAS DE AUTOMÓVEIS

Dissertação apresentada ao Centro Universitário Álvares Penteado – Unifecap, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Controladoria e Contabilidade Estratégica.

COMISSÃO JULGADORA:

Prof. Dr. Carlos Renato Theóphilo
Universidade Estadual de Montes Claros – Unimontes

Prof. Dr. Antonio Benedito Silva Oliveira
Centro Universitário Álvares Penteado – Unifecap

Profa. Dra. Ana Cristina de Faria
Centro Universitário Álvares Penteado – Unifecap
Presidente da Banca Examinadora

São Paulo, 22 de agosto de 2005.

DEDICATÓRIA

À minha querida esposa Sonia, amor verdadeiro da minha vida, pelo carinho e apoio incondicional, sempre presente nos momentos mais fundamentais da minha vida.

Aos meus filhos, Lucas e André, fontes de energia e amor, onde busco saciar minha sede de perseverança e crença de que o futuro será mais humano e fraterno.

AGRADECIMENTOS

Agradecimento especial à minha orientadora, Profa. Dra. Ana Cristina de Faria, pela colaboração extremada, sem a qual não poderia estar escrevendo estas linhas.

Aos membros da Comissão Julgadora, Profs. Drs. Antonio Benedito Silva Oliveira e Carlos Renato Theóphilo, pelas importantes contribuições e sugestões.

Ao meu sempre lembrado pai, Walter Zonaro (*in memoriam*), e à minha querida mãe, Maria Coelho Zonaro, pelos exemplos de honradez, trabalho, perseverança e fé.

A todos os professores do curso de Mestrado em Controladoria e Contabilidade Estratégica, pelos célebres ensinamentos recebidos.

Aos amigos conquistados nas aulas do mestrado, com destaque aos estimados Armindo, Gustavo, Luciana, Onier, Orlando e Osmir, pelas mais variadas e significativas contribuições.

A Claiton Komatsu e Isaltino do Espírito Santo, amigos fiéis e leais, pela inestimável ajuda na obtenção dos dados objeto desta pesquisa.

A todos os profissionais de extrema competência com quem tive a honra e a oportunidade de trabalhar, pelos ensinamentos transmitidos.

Por fim, a todos os demais amigos e familiares não citados.

Não menos do que o saber, agrada-me duvidar.

Dante Alighieri

RESUMO

Este trabalho, a partir do desenvolvimento de uma pesquisa de campo, trata da forma de contabilização, por parte das concessionárias de automóveis, dos bônus recebidos das montadoras. Procura-se reconhecer a forma correta de registrar-se contabilmente os bônus recebidos pelas concessionárias de automóveis, considerando-se a essência da operação praticada. Por meio de pesquisa bibliográfica, analisa-se a teoria contábil, visando analisar e conhecer os princípios contábeis, a natureza da receita, do ativo e de sua avaliação, bem como os demais conceitos relacionados com o registro contábil das operações comerciais praticadas entre as montadoras e suas concessionárias. Os aspectos relacionados à legislação tributária atinente ao segmento automobilístico também são objeto de pesquisa bibliográfica que possibilita o entendimento da tributação dos automóveis e seus reflexos na prática de concessão de bônus. A pesquisa de campo foi realizada em dezessete concessionárias e objetivou verificar o tratamento contábil que estas dão aos bônus, bem como a obtenção de dados que pudessem demonstrar a relevância do tema para o segmento automobilístico. A essência da operação de concessão de bônus por parte das montadoras é a redução do custo do veículo, para que a concessionária possa reduzir o preço de venda do veículo ao consumidor final. Os bônus recebidos pelas concessionárias de automóveis devem ser reconhecidos como redutores do custo de aquisição dos veículos, uma vez que esta é a essência da operação praticada entre as montadoras e suas concessionárias.

Palavras-Chave: Sistemas de bonificações - Contabilidade. Automóveis – Comércio – Contabilidade.

ABSTRACT

This work has been developed from a field research, and covers a method used by motor vehicle dealers to account for bonuses received from manufacturers. We tried to recognize a correct way to account and record bonuses received from motor vehicle dealers, considering the essence of this operation. Through a bibliographical research, the accounting theory is analyzed, major accounting principles, the nature of income, assets and their evaluation are reviewed and known, as well as other concepts related to the accounting record of commercial operations performed between manufacturers and their dealers. The aspects related to tax law pertaining to the motor vehicle's segment are also subject to a bibliographical research, allowing us to understand motor vehicle taxation, and its consequences for the practice of bonus granting. The field research was performed with seventeen dealers, and their accounting treatment for the bonus was checked. Also data were collected to demonstrate the relevance of this subject for the segment of motor vehicles. In the core of the bonus granting operation performed by manufacturers is the reduction of vehicle costs, allowing dealers to reduce vehicle's selling price for final consumer. Bonuses received by motor vehicle dealers should be recognized as reducers of vehicle acquisition cost, since this is in the core of the operation performed by manufacturers and their dealers.

Key-Words: Bonus system - Accounting. Automobile industry and trade - Accounting.

LISTA DE GRÁFICOS

01 Participação dos impostos na composição do preço de veículos	19
02 Margem bruta de comercialização de veículos.....	20
03 Participação das montadoras no mercado de automóveis.....	27

LISTA DE TABELAS

01 Questionários enviados e respondidos.....	28
02 Concessionárias que emitem Nota Fiscal para receber o bônus.	82
03 Tributos recolhidos sobre os bônus recebidos.....	84
04 Faturamento bruto e bônus obtidos em 2004.....	88

LISTA DE QUADROS

01 Bases de Mensuração – Valores de entrada e saída.....	35
02 Montadoras que comprovadamente fazem retenção do IR.....	84

LISTA DE FIGURAS

01 Fluxograma da operação de financiamento da concessionária...	72
02 Linha do tempo das operações de compra/venda de veículos....	74

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 Problema.....	15
1.2 Objetivos.....	16
1.2.1 Objetivo geral.....	16
1.2.2 Objetivos específicos.....	17
1.3 Hipótese.....	17
1.4 Justificativa da pesquisa.....	17
1.5 Metodologia de pesquisa.....	24
1.6 Estruturação do estudo.....	29
2 TEORIA CONTÁBIL	30
2.1 Os princípios contábeis.....	30
2.2 Princípios contábeis no Brasil.....	32
2.2.1 Princípio da oportunidade.....	33
2.2.2 Princípio do registro pelo valor original.....	34
2.2.3 Princípio da atualização monetária.....	36
2.2.4 Princípio da competência.....	37
2.2.5 Princípio da prudência.....	39
2.3 Natureza da receita.....	40
2.4 O ativo e sua avaliação.....	44
2.4.1 Definição de ativo.....	44
2.4.2 Avaliação e mensuração dos ativos.....	45
2.5 Estoque e sua avaliação.....	46
2.5.1 Registro contábil do estoque.....	47
2.5.2 Provisão para redução ao valor de mercado.....	49
2.5.3 Provisão para perdas em estoques.....	51
2.5.4 Critérios de avaliação.....	51
2.5.5 Aspectos fiscais inerentes aos estoques.....	53
2.6 Essência <i>versus</i> forma.....	53
2.7 Descontos e abatimentos.....	54
2.8 Registro contábil das chamadas “Dúzias de 13”.....	55
3 ASPECTOS TRIBUTÁRIOS	58
3.1 Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI.....	58
3.1.1 Fato gerador e base de cálculo.....	59
3.1.2 Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI sobre automóveis.....	60
3.2 Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação – ICMS no segmento automobilístico.....	60
3.2.1 Fato gerador e base de cálculo do ICMS.....	61
3.2.2 Alíquotas do ICMS.....	62
3.2.3 Substituição tributária.....	63
3.3 Contribuição ao Programa de Integração Social (PIS) e Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins).....	65
3.3.1 Base de cálculo.....	66

3.3.2 Não-cumulatividade.....	67
3.3.2.1 Base de cálculo dos créditos.....	68
3.3.2.2 Conceito de insumo.....	68
3.3.3 Regime monofásico – automóveis.....	69
4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA.....	71
4.1 O financiamento das compras (penhor mercantil).....	71
4.2 A aquisição dos veículos (momento t0).....	75
4.3 Análise dos resultados obtidos na pesquisa.....	80
4.4 O registro contábil do bônus (momentos t1 e t2).....	88
4.5 Bônus como receita e os impactos tributários.....	92
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	99
REFERÊNCIAS.....	102
OBRAS CONSULTADAS.....	107
APÊNDICE A.....	108

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho trata dos aspectos contábeis relacionados às práticas comerciais firmadas entre as montadoras de veículos e suas concessionárias, na venda de veículos automotores novos.

A regulamentação do setor, um antigo pleito dos distribuidores de veículos no Brasil, ocorreu em 1979, com a sanção da Lei nº 6.729, de 28 de novembro de 1979. A regulamentação vinha sendo pleiteada pela Associação Brasileira de Distribuidores Volkswagen (Assobrav) e pela Associação Brasileira de Revendedores Autorizados de Veículos (Abrace), entidade que precedeu a atual Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabreve).

O texto base da Lei n.º 6.729/79, coordenado pelo advogado Renato Ferrari, presidente da Abrace à época, deu origem ao nome pelo qual a lei é conhecida em todo o segmento de produção e distribuição de veículos: “Lei Renato Ferrari” ou “Lei Ferrari”. Assim, a referida lei, alterada posteriormente pela Lei n.º 8.132, de 26 de dezembro de 1990, definiu, entre outros, os seguintes conceitos:

- **produtor** – empresa industrial que realiza a fabricação ou montagem de veículos automotores, também denominado de concedente;
- **distribuidor** – empresa que realiza a comercialização de veículos automotores, presta assistência técnica a esses produtos e exerce outras funções pertinentes à atividade, também denominado de concessionário;
- **veículo automotor, de via terrestre** – o automóvel, caminhão, ônibus, trator, motocicleta e similares; e
- **serviço autorizado** – a empresa comercial que presta serviços de assistência a proprietários de veículos automotores, assim como a empresa que comercializa peças e componentes.

O objeto da concessão é a comercialização de veículos automotores fabricados ou fornecidos pelo produtor; a prestação de assistência técnica aos

produtos, inclusive com relação ao atendimento em garantia ou revisão; e o uso da marca da concedente, como identificação (Lei n.º 6.729/79).

A concessão pressupõe uma área operacional de responsabilidade do concessionário para o exercício de suas atividades, sendo que distâncias mínimas entre estabelecimentos de concessionárias da mesma rede são fixadas segundo critérios de potencial de mercado.

Considerando que a concessionária é o braço da montadora na distribuição dos veículos, a Lei n.º 6.729/79 estabeleceu os critérios para que cada concessionária tivesse uma quota de veículos recebidos para a comercialização, assim resumidos:

- o concedente estimará sua produção para o ano subsequente, por produto diferenciado e com base na expectativa de mercado da marca;
- a quota correspondente a uma parte da produção estimada é definida para cada concessionário;
- concedente e concessionário ajustam a quota que caberá a este, em consonância com aspectos relacionadas com a capacidade empresarial, desempenho de comercialização e capacidade do mercado na área;
- os pedidos dos concessionários e os fornecimentos do concedente deverão corresponder à quota de veículos estabelecida; e
- o concedente poderá exigir do concessionário a manutenção de estoque proporcional à rotatividade dos produtos novos.

A Lei n.º 6.729/1979 definia que os concessionários venderiam os veículos pelo preço fixado pelo concedente. Com a alteração imposta pela Lei n.º 8.132/1990, o preço de venda do concessionário ao consumidor passou a ser livremente fixado pelo distribuidor.

As operações da montadora e sua rede de distribuidores (concessionárias) ocorrem por meio de uma operação de financiamento garantida com penhor mercantil. Nessas operações, o faturamento dos veículos às concessionárias dá-se por meio de operações garantidas com penhor mercantil, e financiadas, quase sempre, pelo braço financeiro das montadoras. Uma linha de crédito, previamente

aprovada pela instituição financeira, permite que a concessionária (*dealer*) adquira da montadora os veículos novos. Normalmente, no segmento automobilístico, a instituição financeira utilizada para financiar as compras das montadoras é uma empresa ligada à própria montadora.

Assim, quando esta fatura veículos novos para a concessionária, o faz com base em uma operação de venda à vista. A montadora recebe o recurso da instituição financeira, e a concessionária passa a dever a importância faturada para a referida instituição.

A concessionária passa, a partir de então, a estar sujeita ao pagamento dos encargos financeiros decorrentes da operação, uma vez que o financiamento de suas compras está sujeito ao pagamento de juros. Por outro lado, o preço que a concessionária irá praticar na venda ao consumidor final dos veículos é sugerido pela montadora; mas não se trata de tabelamento de preços. O que a montadora pretende é oferecer aos seus distribuidores uma base de preços que, no seu entender, remunere adequadamente as operações da concessionária.

Entretanto, nem sempre é possível para a concessionária praticar os preços sugeridos, pois o mercado de automóveis no Brasil está suscetível aos problemas de ordem econômica; notadamente problemas relacionados com taxas de juros, desvalorização da moeda brasileira e alterações no poder aquisitivo do brasileiro. Assim, quando a montadora fixa o preço ao consumidor final de determinado modelo, está apenas estabelecendo um parâmetro; sendo que quem irá efetivamente determinar o preço final será o mercado consumidor.

Ocorre que, quando a concessionária se vê obrigada a praticar preço inferior ao sugerido pela montadora, em razão de retração do mercado consumidor, sua margem de lucro fica prejudicada e seus resultados ficam comprometidos. Nessa circunstância, a concessionária tende a não realizar a venda do veículo por valor muito inferior ao sugerido pela montadora, a fim de evitar que suas operações fiquem comprometidas com a baixa lucratividade.

A recusa das concessionárias em realizar a perda, mantendo, portanto, os veículos em estoque, conduzem o problema às montadoras de automóveis, que se vêem na obrigação de intervir. O mercado consumidor, ao não aceitar o preço sugerido (ou imposto) pelas montadoras, faz com que estas tenham que rever seus

preços, a fim de equacionar seus estoques. Assim, diante da imposição do mercado, as montadoras vêm-se obrigadas a lançar mão de políticas de descontos, oferecidos ao consumidor final.

Esta prática é levada a efeito pelas montadoras por meio da concessão de “bônus” para a aquisição de determinados modelos de veículos pelos consumidores finais. Como as montadoras não estão na ponta da distribuição dos veículos, posição que é ocupada pelas concessionárias, a operação de bonificação dos veículos tem de ser efetuada por meio destas. A montadora, ao ofertar o bônus ao consumidor final, o faz por meio de sua rede de concessionárias – distribuidoras dos veículos.

A concessão do bônus ao consumidor final, então, é processada pela concessionária em uma operação efetuada em parceria com a montadora do veículo. Assim, os bônus transformam-se em descontos concedidos pelas concessionárias ao consumidor final, descontos estes, prévia e expressamente autorizados pelas montadoras.

Neste ponto é importante verificar o ensinamento de Náufel (1989, p. 207) que, ao tratar de bonificação, a definiu como “concessão feita pelo vendedor ao comprador, diminuindo o preço da coisa ou entregando-lhe quantidade maior que a estipulada.” Houaiss, Villar e Franco (2001, p. 488), por sua vez, definem bônus como “concessões no preço, peso ou medida de alguma coisa”.

Bonificação, então, nada mais é do que um desconto que, segundo Náufel (1989, p. 445), é o “abatimento no preço de uma mercadoria comprada à vista”. Da mesma forma, Houaiss, Villar e Franco (2001, p. 970) definem desconto como uma “redução numa soma ou no total de uma conta ou quantia; abatimento”.

De qualquer forma, as reduções de preço praticadas por meio dos bônus concedidos pelas montadoras às concessionárias devem chegar ao consumidor final, a quem efetivamente são dirigidos os descontos concedidos. Em razão disso é que os descontos praticados pelas concessionárias nas vendas aos consumidores finais são reembolsados pela montadora, que é quem de fato concedeu o desconto ao cliente final.

A recuperação, por parte da concessionária, do desconto concedido pela montadora e repassado ao consumidor final, provoca um fato contábil passível de

registro na concessionária, sobre o qual o presente trabalho irá discorrer. A caracterização dos bônus concedidos pelas montadoras às concessionárias é questão de extrema relevância para estas últimas, uma vez que, a partir daí, o contador irá buscar a correta classificação contábil das importâncias recebidas das montadoras. A partir da classificação contábil adotada, as demonstrações contábeis e as bases de cálculo de alguns tributos podem sofrer variações.

Assim, o presente trabalho, a partir do desenvolvimento de uma pesquisa de campo, possibilitará reconhecer a prática da concessão de bônus no segmento automotivo brasileiro, bem como compreender a forma pela qual as concessionárias pesquisadas registram, em sua Contabilidade, as operações deste tipo.

Analisando-se a essência da operação entre a montadora e a concessionária, percebe-se que as bonificações concedidas pela primeira configuram-se, na realidade, descontos que, uma vez concedidos (ou repassados) ao consumidor, são objeto de reembolso pelas montadoras às concessionárias de automóveis. Assim, os valores ou créditos recebidos pelas concessionárias, a título de “bônus”, que é o termo utilizado pelos agentes do segmento automobilístico, equivalem à aquisição de veículos da montadora por um preço menor. É como se a concessionária tivesse comprado o veículo da montadora por preço menor, podendo, em função disto, vendê-lo por preço também menor.

1.1 Problema

Neste tópico será tratado o problema de pesquisa. O problema de pesquisa pode ser definido como uma questão a responder, que orienta a realização do trabalho, formulada como pergunta. Lakatos e Marconi (2003, p. 140) afirmam que o problema “consiste em um enunciado explicitado de forma clara, compreensível e operacional, cujo melhor modo de solução ou é uma pesquisa ou pode ser resolvido por meio de processos científicos”.

Com base nestes ensinamentos, pode-se concluir que o problema é a razão principal do trabalho científico, uma vez que este será desenvolvido para responder à questão que se apresenta como problema. Assim, todo o raciocínio do trabalho

científico é construído a partir da correta definição do problema. Nesta pesquisa, o problema que se apresenta pode ser traduzido, então, na seguinte questão:

Como as concessionárias de automóveis devem reconhecer, em sua Contabilidade, os “bônus” recebidos das montadoras de veículos, em razão dos descontos praticados nas vendas aos consumidores finais, a fim de evidenciar a essência da operação?

Para responder a esta questão, pretende-se atingir os seguintes objetivos:

1.2 Objetivos

Silva (2003, p. 57) define objetivos como “os fins teóricos e práticos que se propõe alcançar com a pesquisa”, complementando que “o objetivo (ou objetivos) do estudo deverá ser definido da forma mais evidente possível, para indicar, com clareza, o propósito do estudo”. Ou seja, os objetivos envolvem aonde se quer chegar e o que se procura atingir.

Os objetivos são classificados em geral e específicos, e a presente pesquisa apresenta os seguintes objetivos:

1.2.1 Objetivo geral

Reconhecer a forma correta de registrar-se contabilmente os “bônus” recebidos pelas concessionárias de automóveis, considerando-se a essência da operação praticada, sem provocar impactos de natureza tributária.

1.2.2 Objetivos específicos

Analisar e apresentar os conceitos das práticas comerciais que levam as montadoras a realizar as operações de bonificação da forma como são praticadas atualmente; bem como identificar a forma pela qual são tributadas as operações de venda de automóveis pelas concessionárias de veículos, a fim de verificar os impactos que a classificação contábil dos “bônus” pode provocar nas concessionárias.

1.3 Hipótese

Segundo Martins (2000, p. 33), hipótese “é um enunciado conjectural das relações entre duas ou mais variáveis. Trata-se de suposições idealizadas na tentativa de antecipar respostas do problema da pesquisa”. A hipótese da presente pesquisa, que pretende responder ao problema apresentado, é a seguinte:

Os “bônus” recebidos pelas concessionárias de automóveis devem ser reconhecidos como redutores do custo de aquisição dos veículos, uma vez que a essência da operação praticada entre as montadoras de automóveis e suas concessionárias é a redução do custo do veículo, a fim de que estes possam ser vendidos por preços menores aos consumidores finais.

1.4 Justificativa da pesquisa

Na última década ocorreram significativas mudanças na conjuntura econômica mundial que, combinadas com movimentos extraordinários no setor da distribuição de automóveis no Brasil, com a oferta de mais de 40 marcas de veículos, contra apenas seis no início da década de 1990, promoveram uma forte concorrência no setor automotivo. Como decorrência do aumento da concorrência entre as marcas, a margem de lucro da rede de concessionárias autorizadas a comercializar os veículos de cada marca sofreu significativa redução.

O segmento automobilístico é, por sua própria natureza, um setor oligopolizado. A indústria automobilística mantém cerca de 4 milhões de trabalhadores na produção direta, e cerca de 16 milhões envolvidos com autopeças,

vendas e serviços em todo o mundo. De acordo com Arbix e Veiga (2005, p. 6), o poder da indústria automobilística é muito grande, e em um contexto em que os mais fortes tendem a sufocar os mais fracos, as pequenas e médias empresas, que atuam na rede de concessionárias, tendem a ser as mais afetadas.

Segundo Arbix e Veiga (2005, p. 9), “é praticamente consenso entre as grandes montadoras que os recursos no atual sistema de distribuição e revenda de veículos são excessivos e mal direcionados”. Este entendimento advém do volume de recursos que estariam sendo consumidos em descontos, campanhas específicas e de consolidação das marcas. As pressões das montadoras de automóveis sobre os revendedores e distribuidores, em razão deste entendimento, têm sido cada vez mais fortes.

Cabe salientar que o setor de distribuição de veículos vive um período de muita instabilidade, iniciada na década de 1990, com o aumento da concorrência. Esta instabilidade tem afetado as margens de lucro da rede de concessionárias. Ainda segundo Arbix e Veiga (2005, p. 11):

[...] mesmo nos períodos de melhor performance, a rede sofreu uma constante pressão para a redução de suas margens de lucro. Segundo dados da *The Economist*, em 1998 os revendedores brasileiros alcançaram um retorno sobre as vendas quase três vezes menor do que os revendedores britânicos e americanos, a metade dos supermercados brasileiros e cinco vezes menor do que o do setor de eletrodomésticos.

A acirrada concorrência entre as marcas exerce forte influência na redução da margem de lucro no setor de distribuição de veículos no Brasil, sendo um dos principais fatores a produção do “carro popular” (automóvel produzido com motores de até 1.000 cilindradas e com impostos reduzidos), que responde por mais da metade do mercado atual. A margem de lucro do “carro popular”, segundo Pimenta e Cruz (2005, p. 10), é próxima a zero, na maioria das concessionárias representantes das mais antigas montadoras instaladas no Brasil (Ford, Fiat, Volkswagen e General Motors).

Segundo o Anuário Estatístico da Indústria Automobilística Brasileira da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea) (2005), as 24 empresas associadas à entidade têm 46 unidades industriais no Brasil, das quais 22 foram inauguradas no período de 1996 a 2002. As fábricas estão sediadas em sete unidades da federação, e em 27 municípios. São 25 fábricas de autoveículos,

11 de máquinas agrícolas automotrizes e 10 de motores, componentes e outros itens. Essas fábricas faturaram em 2003 US\$ 18 bilhões, representando uma participação de 10,6% no PIB Industrial (ANFAVEA, 2005).

O setor de autopeças faturou US\$ 12 bilhões, sendo 56% deste total consumido pela indústria automobilística, 16% pelo mercado de reposição, 22% foram exportados, e 6% foram consumidos por outros fabricantes. A indústria automobilística brasileira, envolvendo o setor de autoveículos e de máquinas agrícolas automotrizes, empregava, em 31 de dezembro de 2004, 101.989 pessoas. A distribuição destes veículos é efetuada por 3.650 concessionárias autorizadas, distribuídas pelo território brasileiro (ANFAVEA, 2005).

Além da acirrada concorrência, outro fator que tem contribuído para a redução da margem de lucro das concessionárias no Brasil é a elevada carga tributária que pesa sobre o setor. A carga tributária que incide sobre os automóveis no Brasil, considerando-se os tributos destacáveis no preço ao consumidor, é superior em 400% à praticada na maior economia do mundo, os Estados Unidos da América (EUA), e mais que o dobro do praticado nos países produtores localizados na Europa, tal como se pode observar no Gráfico 1:

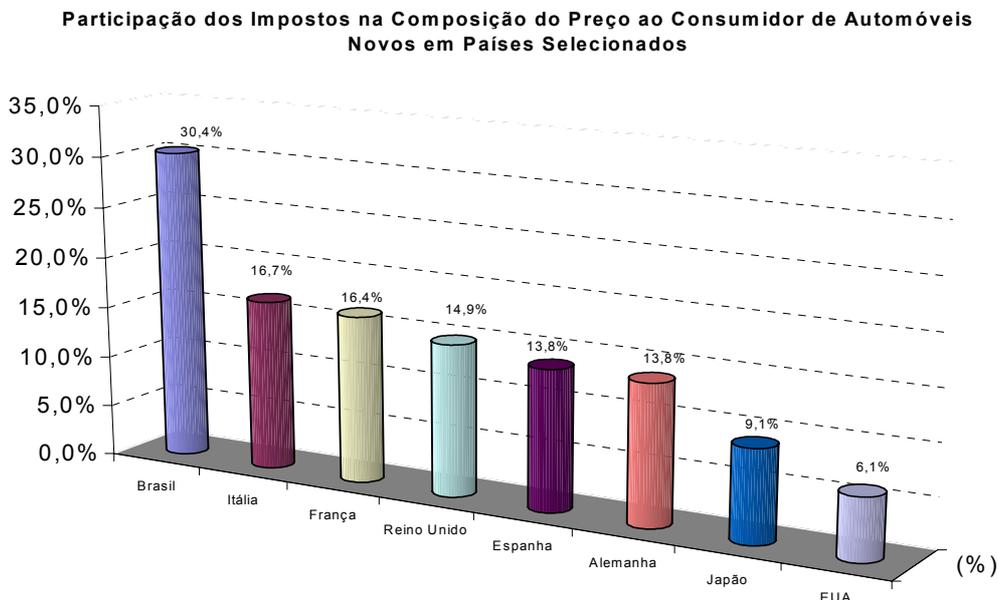


Gráfico 1.

Fonte: Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea) (2005).

Os tributos que contribuem com o maior peso no preço dos veículos ao consumidor, no Brasil, correspondem ao Imposto sobre Produtos Industrializados

(IPI); ao Imposto sobre Circulação de Mercadorias e sobre a Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicações (ICMS); à Contribuição ao Programa de Integração Social (PIS) e à Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins).

Num mercado altamente competitivo, a rede de concessionárias não tem conseguido manter suas margens de lucro, tendo que efetuar suas vendas por preços inferiores aos sugeridos pelas montadoras. Segundo a Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave) (2004), a margem bruta de comercialização vem caindo significativamente nos últimos anos.

A margem bruta de comercialização, que consiste no Índice de Preço de Veículos no Varejo dividido pelo Índice de Preço de Veículos no Atacado, elaborado pela Fundação Getúlio Vargas e divulgada no Anuário da Distribuição de Veículos Automotores no Brasil pela Fenabrave (2004), sofreu reduções de quase 40% no período de janeiro de 1999 a janeiro de 2004, tal como se observa no Gráfico 2:

Margem Bruta de Comercialização de Veículos
Índice de Preço no Varejo dividido pelo Índice de Preço no Atacado
(Base: Jan 1999 = 100)

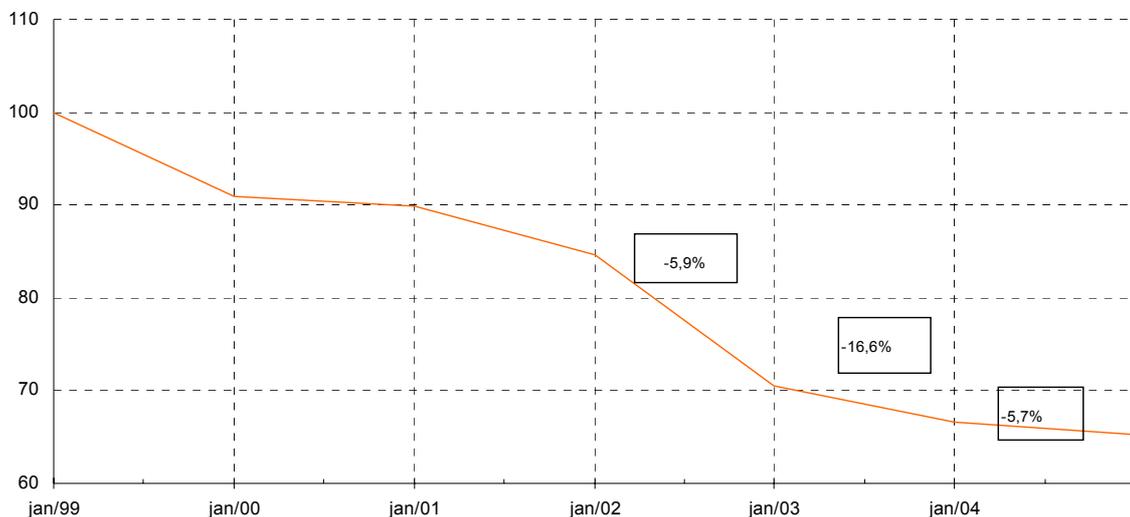


Gráfico 2.

Fonte: Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave) (2004).

A concessão de bônus na venda de veículos novos pelas montadoras tem sido prática comum nos últimos anos. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), por meio da Nota Técnica nº 91 (2000) informava que, a partir de setembro

de 2000, passaria a coletar os preços dos automóveis novos nas concessionárias, deixando de utilizar as tabelas das montadoras.

A coleta de preços praticada pelo IBGE subsidia a formação dos índices de variação de preços ao consumidor denominados **INPC** e **IPCA**. Até setembro de 2000 a variação de preços era verificada com base nas tabelas das montadoras. Entretanto, por meio de pesquisa, o IBGE (2000) verificou que o preço do veículo na concessionária resulta da seguinte equação:

Preço do veículo ao consumidor = preço da montadora (+) custo do frete (-) bônus sugerido pelas fábricas e descontos definidos pelas concessionárias.

Assim, evidencia-se que os bônus têm peso significativo na formação do preço de venda ao consumidor final, tendo inclusive motivado o IBGE a alterar a fonte de sua coleta de preços, que influencia o cálculo dos índices de inflação.

Kotler (2000, p. 493), ao tratar das questões que envolvem as estratégias e programas de preço, exemplificou a situação da indústria automobilística que “oferece abatimento em dinheiro para estimular a compra dos produtos dos fabricantes dentro de um período especificado. Os abatimentos podem ajudar a limpar o estoque sem reduzir o preço estipulado em tabela”.

Ainda tratando de preços, Kotler (2000, p. 498) afirma que existem várias circunstâncias que obrigam uma empresa a reduzir seus preços. Entre elas, o autor cita a diminuição da participação de mercado, e cita como exemplo o caso da General Motors que “reduziu os preços de seus carros supercompactos em dez por cento na Costa Oeste, devido ao avanço da concorrência japonesa”.

Percebe-se que a política de concessão de “bônus” pelas montadoras pode ser traduzida como uma política de concessão de “descontos”. Entretanto, como a operação mercantil entre a montadora e a concessionária já está concluída, não há como praticar o “desconto”.

A concessionária recebeu o veículo e o banco, que financiou a operação, efetuou o pagamento à montadora. A operação montadora/concessionária foi liquidada, ou seja, a montadora entregou o veículo e recebeu o valor da venda e a

concessionária recebeu o veículo e assumiu a dívida com o banco. Nessas circunstâncias não há como a montadora conceder um desconto à concessionária, pois esta nada deve à montadora. A forma utilizada pela montadora, então, é a concessão do bônus à concessionária, mediante crédito do valor em conta corrente da concessionária por parte da montadora.

Considerando que as concessionárias são praticamente uma extensão das montadoras, uma vez que são responsáveis pela distribuição dos veículos aos consumidores; toda e qualquer alteração no mercado que implique redução no volume de vendas nas concessionárias afeta, imediata e fortemente, as montadoras de veículos.

Em 2004, segundo dados da Fenabrave (2004), foram emplacados 1.258.821 veículos novos no Brasil; sendo que, deste total, 52,81% referem-se aos chamados “carros populares”, veículos equipados com motores de até 1.000 cilindradas e impostos e margem de lucro reduzidos.

Não é à toa que a frota circulante no Brasil, composta por quase 25 milhões de veículos, tem uma idade média de 13 anos (FENABRAVE, 2004). A renda média do brasileiro, a alta carga tributária e as altas taxas de juros impedem que o mercado automobilístico brasileiro possa crescer. A vinda de novas montadoras de veículos a partir de meados da década de 1990 e a abertura do mercado para os produtos importados também contribuíram para a redução das margens de lucro.

Neste cenário, é muito comum que determinados modelos de automóveis tenham dificuldades em sua comercialização. Quando uma montadora lança um produto que agrada ao consumidor, as demais, certamente, vão sofrer perdas. O mercado é muito pequeno e a oferta é relativamente elevada.

Nestas circunstâncias, as montadoras afetadas vêem seus pátios e os de sua rede de concessionárias ficarem abarrotados dos modelos preteridos pelo mercado. Diante deste quadro, não restam muitas alternativas. Quando as montadoras e suas concessionárias detectam estas dificuldades, passam a agir no sentido de criar condições para que seus produtos voltem a ser aceitos pelo mercado.

Para tanto, estes agentes utilizam-se de várias estratégias comerciais, como a redução na taxa de juros nos financiamentos aos consumidores. Algumas vezes

oferecem modelos mais equipados por preços equivalentes a modelos desprovidos de determinados opcionais como direção hidráulica ou ar condicionado. Entretanto, a estratégia mais comumente utilizada é a de oferecer ao consumidor “bônus” na aquisição de determinados modelos de veículos, justamente aqueles em que a demanda está mais retraída.

O oferecimento dos bônus tem por objetivo demonstrar, de forma inequívoca, ao consumidor que ele está tendo uma redução do preço de venda, permitindo que possa comparar o preço bonificado com o preço praticado pelos concorrentes e, assim, optar pelo menor custo. Os bônus, entretanto, não podem ser oferecidos pelas montadoras diretamente aos consumidores, uma vez que as montadoras não atuam na venda a varejo. Esta ponta do negócio é praticada pela concessionária.

Decorre daí, que a operacionalização da prática de bonificação dos veículos é efetuada por intermédio das concessionárias, em última análise, quem efetivamente pode conceder o desconto ao consumidor final. A sistemática de concessão dos bônus ao consumidor final, então, é assim praticada:

- a montadora estabelece os modelos de veículos abrangidos, bem como o valor do bônus a ser ofertado e o período em que a campanha será realizada;
- a concessionária reduz o preço do veículo ao consumidor final, aplicando, no mínimo, a redução equivalente ao bônus ofertado pela montadora;
- a concessionária efetua a venda ao consumidor pelo preço reduzido (bonificado); e
- a montadora efetua o reembolso equivalente ao valor do bônus ofertado, diretamente na conta da concessionária.

Cabe salientar que, muitas vezes, a concessionária reduz o preço ao consumidor em valor superior ao bônus ofertado pela montadora, sacrificando, assim, parte de sua margem bruta. A concessionária justifica esta atitude argumentando que o veículo em estoque está sofrendo elevação de custo, uma vez que financiou a

compra do estoque com uma instituição financeira, e que, a cada dia, a mercadoria tem um custo ainda maior. O raciocínio pode ser assim traduzido: o prejuízo, hoje, tende a ser menor do que será amanhã.

A redução praticada no preço de venda ao consumidor, então, pode envolver outros fatores além do oferecimento do bônus. De qualquer forma, importa avaliar o impacto que esta política de bonificação causa na concessionária.

Considerando-se que, segundo dados da Fenabrave (2004), o perfil das concessionárias associadas à entidade é de empresas de pequeno e médio porte, com capital nacional, e que geram cerca de 225 mil empregos diretos, verifica-se que se trata de um segmento extremamente relevante para a economia nacional.

A prática reiterada das montadoras em conceder os bônus às concessionárias, para que estas possam repassá-los aos consumidores finais, por meio de descontos praticados no momento da venda, faz com que o tema deste trabalho tome relevância e importância para todo o segmento de distribuição de automóveis no Brasil.

No próximo tópico, será apresentada a metodologia de pesquisa empregada neste estudo.

1.5 Metodologia de pesquisa

A pesquisa é um procedimento formal, com método de pensamento científico, e constitui-se no caminho para conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 155). Método, por sua vez, segundo as autoras, é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que permite alcançar o objetivo, traçando o caminho a ser seguido, detectando falhas e dando suporte às decisões do pesquisador.

O pesquisador, em função de sua experiência como consultor de empresas, mantém contato com algumas concessionárias de automóveis e por isso tem algum conhecimento prévio sobre o tema objeto da pesquisa. Assim, por meio de uma pesquisa de campo, objetivou-se obter evidências de que as concessionárias de automóveis recebem bônus das montadoras para repassá-los ao consumidor final

dos veículos, identificando, também, a forma pela qual estas entidades registram em sua Contabilidade os bônus recebidos e repassados aos consumidores.

O método utilizado buscou, a partir do conhecimento prévio sobre o assunto, identificar o problema e formular as hipóteses para chegar à confirmação do problema, com base na avaliação dos dados obtidos na pesquisa de campo e na pesquisa bibliográfica.

A pesquisa foi realizada por meio de revisão bibliográfica e de verificação empírica, e efetivou-se por meio da aplicação de um questionário (APÊNDICE A), para verificar como as concessionárias de veículos pesquisadas estão efetuando o registro contábil dos bônus recebidos das montadoras de automóveis.

A pesquisa bibliográfica, segundo Martins (2000, p. 30), consiste no estudo para conhecer as contribuições científicas sobre determinado assunto, tendo como objetivo recolher, selecionar, analisar e interpretar as contribuições teóricas já existentes sobre determinado assunto.

A pesquisa bibliográfica foi elaborada para possibilitar o entendimento da teoria contábil que dá fundamento para o reconhecimento dos valores de ativos avaliados por valores de entradas, bem como para o entendimento de como devem ser reconhecidas as receitas das entidades. Foram pesquisadas, também, literaturas relacionadas com questões de ordem tributária, a fim de que o pesquisador pudesse avaliar corretamente os impactos fiscais sobre os bônus registrados na contabilidade das concessionárias de automóveis.

Após ter sido feita a delimitação do tema e a definição do problema de pesquisa, o trabalho foi estruturado em tópicos para propiciar o levantamento de várias obras sobre o assunto e a seleção daquelas que foram utilizadas para fundamentar o desenvolvimento do trabalho. Dessa forma, após o exame analítico do material coletado, foi possível o desenvolvimento de conclusões sobre o tema.

No que diz respeito à investigação empírica, segundo Hill e Hill (2002, p. 19), esta é uma investigação em que se fazem observações para compreender melhor o fenômeno a ser estudado. As ciências naturais, bem como as sociais, têm por base investigações empíricas, pois as observações desse tipo podem ser utilizadas para construir explicações ou teorias mais adequadas.

Neste trabalho, desenvolveu-se uma pesquisa de campo que, de acordo com Oliveira (2003, p. 65), “é uma forma de coleta que permite a obtenção de dados sobre um fenômeno de interesse, da maneira como este ocorre na realidade estudada”. Ainda segundo o autor, a pesquisa de campo abrange:

- a) a pesquisa bibliográfica;
- b) a determinação das técnicas de coleta de dados e da amostra; e
- c) o registro dos dados e de análises.

Neste ponto, é importante lembrar que, segundo Gil (1995, p. 45), as “pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato”.

No que tange ao método de amostragem, foi utilizado o método da amostragem intencional, a qual é definida por Cooper e Schindler (2003, p. 169) como “uma amostragem não-probabilística que atenda a certos critérios”. Segundo os autores:

A amostragem não-probabilística [...] tem algumas vantagens práticas que respondem por sua ampla utilização. Frequentemente, a amostragem probabilística não é viável porque a população não está disponível. Assim, os problemas frequentes na aplicação da amostragem probabilística são compensados por suas vantagens técnicas. [...] Aqui o objetivo pode ser a descoberta da amplitude ou da extensão das condições. Finalmente, a amostragem não-probabilística é geralmente mais barata de realizar do que a amostragem probabilística. [...] Uma amostragem intencional é a amostragem por julgamento na qual há o interesse em estudar apenas os tipos de sujeitos selecionados. (COOPER; SCHINDLER, 2003, p. 171-172)

A amostra da pesquisa foi intencional ou por conveniência que, de acordo com Campos (2000, p. 111), é justificada quando a estratégia da pesquisa consiste em “selecionar os principais casos que se acredita serem os mais representativos dos fenômenos que se deseja estudar”. Oliveira (2003, p. 88) observa, também, que na amostragem intencional ou por conveniência, “os itens são escolhidos por serem mais acessíveis, mais articulados ou mais fáceis de serem avaliados”.

Considerando que a pesquisa tinha como objetivo, em um primeiro momento, um estudo exploratório que permitisse conhecer a prática da concessão

de bônus pelas montadoras de veículos, o pesquisador optou por selecionar as concessionárias que representassem as principais montadoras em operação no Brasil: das marcas General Motors, Fiat, Volkswagen e Ford que, segundo dados da Fenabrave (2004), detêm mais de 80% de participação no mercado de automóveis, conforme se pode observar no Gráfico 3, a seguir:

PARTICIPAÇÃO DAS MONTADORAS NO MERCADO DE AUTOMÓVEIS NO BRASIL EM 2004

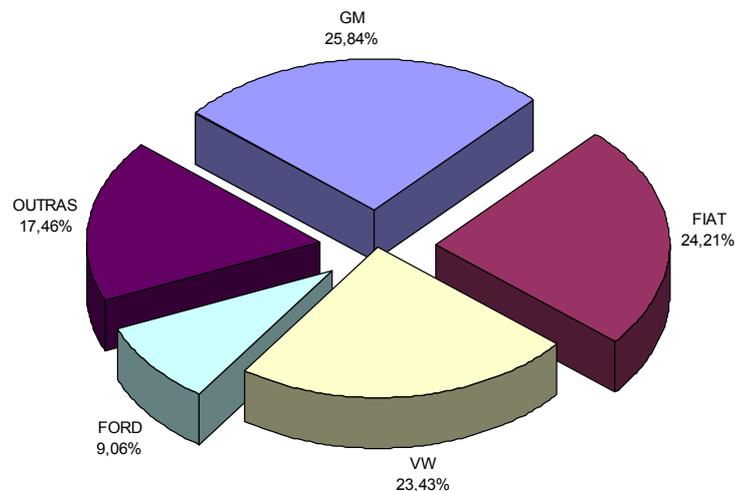


Gráfico 3.

Fonte: Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave) (2004).

Assim, o pesquisador optou, em uma primeira etapa, por selecionar três concessionárias de cada uma das quatro montadoras, a fim de obter informações acerca da concessão dos bônus e da forma como estes são registrados contabilmente. Nesta primeira etapa, o pesquisador obteve resposta de três concessionárias Ford, duas Volkswagen e uma GM. Considerando que foram enviados 12 questionários.

Em uma segunda etapa, foram reenviados os questionários às concessionárias da primeira etapa que ainda não haviam retornado ao pesquisador, bem como foram incluídas na seleção concessionárias que representam outras

marcas. Para cada uma das oito novas marcas incluídas nesta segunda etapa, foi selecionada uma concessionária.

Todos os questionários foram enviados por *e-mail* ou *fax*, após um breve contato do pesquisador, via telefone, com os contadores das concessionárias selecionadas. Em alguns casos, o questionário foi aplicado pelo próprio pesquisador, via telefone, uma vez que alguns contadores afirmaram não dispor de tempo para redigir as respostas da pesquisa.

Sintetizando, os questionários enviados e respondidos, nas duas etapas, estão distribuídos conforme demonstrado na Tabela 1:

Tabela 1. Questionários enviados e respondidos

Marca representada pela concessionária	Questionários enviados	Questionários respondidos
General Motors	3	2
Fiat	3	2
Volkswagen	3	2
Ford	3	3
Ford Caminhões	1	1
Toyota	1	1
Audi	1	1
Volvo Automóveis	1	1
Volvo Caminhões	1	1
Mitsubishi	1	1
Mercedes-Benz	1	1
Honda	1	1
Totais	20	17

O questionário enviado, cujo modelo encontra-se no **Apêndice A** deste trabalho, contém 16 questões, sendo 11 questões fechadas (com múltiplas alternativas) e 5 questões abertas, com a finalidade de obter-se informações de registros contábeis, justificativas, entendimentos e opiniões acerca destes registros.

As questões estavam relacionadas com a existência ou não dos bônus, bem como com a forma, o momento do recebimento do valor e a incidência ou não de tributos sobre o valor recebido. Questões relacionadas com o montante do faturamento bruto e com o valor dos bônus recebidos em 2004 objetivaram avaliar a importância dos bônus para as concessionárias analisadas.

Foram incluídas, também, perguntas relacionadas com a recuperação do ICMS pago a maior por substituição tributária, quando da venda de veículos por valor inferior ao sugerido pela montadora. Estas questões objetivaram conhecer a

forma pela qual as concessionárias pesquisadas efetuam o registro contábil destes créditos tributários.

De posse dos questionários respondidos pelos entrevistados, o pesquisador consolidou as informações obtidas, a fim de poder analisar os resultados da pesquisa.

No próximo tópico, será tratada a estruturação deste estudo.

1.6 Estruturação do estudo

Com o objetivo de contribuir para o aperfeiçoamento dos registros contábeis, nas concessionárias, dos bônus recebidos das montadoras de veículos, este trabalho foi estruturado da seguinte forma:

Capítulo 1 – **Introdução**. Contempla a contextualização, a caracterização da situação-problema, a hipótese, a justificativa e a metodologia de pesquisa;

Capítulo 2 – **Análise da teoria contábil**. À luz da teoria contábil, visa a analisar os conceitos de receitas e despesas, ganhos e perdas, bem como os princípios contábeis, fundamentais para análise do problema em estudo;

Capítulo 3 – **Aspectos tributários**. Neste capítulo são abordados os principais aspectos da legislação tributária brasileira atinente ao segmento automobilístico;

Capítulo 4 – **Descrição e análise dos resultados da pesquisa**. Evidencia e descreve os resultados da pesquisa;

Capítulo 5 – **Considerações finais**. Este capítulo versa sobre o atendimento do objetivo principal do trabalho, contendo as conclusões finais do pesquisador; e

Referências – em que serão evidenciadas as obras utilizadas para fundamentar o estudo.

2 TEORIA CONTÁBIL

Para atender ao objetivo deste estudo, é importante analisar as definições de conceitos contábeis que definam receitas, custos, despesas, ganhos e perdas; além dos conceitos relacionados com o registro e a valoração dos estoques, objeto do estudo.

A definição das receitas, custos, despesas, ganhos e perdas, será de fundamental importância para auxiliar o pesquisador a avaliar o registro contábil mais adequado para os bônus recebidos pelas concessionárias. Da mesma forma, a análise dos conceitos de registro e valoração dos estoques possibilitará confrontar a hipótese da pesquisa de que os bônus devem ser lançados como redutores do custo de aquisição dos veículos.

A análise da teoria contábil será efetuada a partir do entendimento de alguns princípios contábeis, que são os elementos fundamentais para reger a conduta dos contadores e a uniformização da Contabilidade, nos diversos segmentos.

2.1 Os princípios contábeis

A Contabilidade evoluiu à medida que o mundo e, principalmente, as empresas foram ficando mais complexas. Essa complexidade exigiu que a Contabilidade fosse criando mais controles e instrumentos de registro dos fatos que afetavam o patrimônio das empresas. A partir desta complexidade, surgiram os princípios contábeis.

Princípios contábeis, segundo Ludícibus *et al.* (1995, p. 258),

podem ser conceituados como sendo as premissas básicas acerca dos fenômenos e eventos contemplados pela Contabilidade, premissas que são a cristalização da análise e observação da realidade econômica, social e institucional.

Segundo Biondi (1999, p. 6), para que a informação proporcionada pela contabilidade atenda aos seus objetivos, é “necessário que em sua elaboração se

cumpra uma série de requisitos mínimos, conhecidos previamente por todos os usuários”.

Dessa maneira é que os princípios contábeis objetivam, entre outros propósitos, facilitar a atuação do contador, de forma que permitam que as demonstrações contábeis sejam produzidas de maneira uniforme, e sejam passíveis de ser corretamente interpretadas pelos usuários das informações contábeis.

Segundo Gonçalves (2001, p. 30):

A técnica contábil consiste no conjunto de convenções internacionalmente formalizadas – observadas certas particularidades regionais –, vulgarmente denominadas de princípios contábeis aceitos, que possibilitam traduzir em lançamentos numéricos os eventos econômicos pertinentes às unidades empresariais.

A própria Lei n.º 6.404/76, conhecida como Lei das Sociedades Anônimas, determina em seu artigo 177, a necessidade de as empresas observarem “os princípios de contabilidade geralmente aceitos, devendo observar métodos ou critérios contábeis uniformes no tempo”. Franco (1988, p. 78), por sua vez, observa que:

Os chamados “princípios de Contabilidade geralmente aceitos” não são, de verdade as causas geradoras da Contabilidade, mas normas e regras admitidas como preceitos básicos em que devem assentar os registros contábeis e as demonstrações dela decorrentes, com a finalidade de representar de forma adequada a situação econômica, patrimonial e financeira de uma entidade, bem como seu resultado econômico em determinado período administrativo.

Além desses preceitos básicos, assenta-se também a Contabilidade em outras regras convencionais – pacificamente aceitas pelos profissionais da Contabilidade como necessárias à adequada representação do estado profissional e dos resultados dos exercícios –, bem como em critérios e sistemas de aplicação desses preceitos e regras, a que denominamos normas de escrituração e de elaboração das demonstrações contábeis.

Embora não estejam ainda definitivamente fixados e completamente arrolados todos os preceitos básicos e regras convencionais, podem ser citados alguns daqueles que se podem considerar geralmente aceitos, por se constituírem em normas indispensáveis à elaboração da Escrituração e das Demonstrações Contábeis no Brasil.

O Conselho Federal de Contabilidade (CFC) (1993), por meio da Resolução n.º 750/93, estabeleceu os princípios contábeis. Segundo esta entidade, os princípios fundamentais de contabilidade representam “a essência das doutrinas e teorias relativas à Ciência da Contabilidade, consoante com o entendimento

predominante nos universos científico e profissional de nosso País. Concernem, pois, à Contabilidade no sentido mais amplo de ciência social, cujo objeto é o patrimônio das entidades”.

Para o Conselho Federal de Contabilidade (CFC) (1994), em entendimento exposto na Resolução CFC n.º 774, de 16 de dezembro de 1994, os princípios devem representar as bases da ciência contábil, possuindo características de universalidade e veracidade que conservam em qualquer situação. Não haveria hierarquização entre os princípios científicos, pois estes possuem importância singular nos processos contábeis, e todos representam axiomas universais e verdadeiros, que são admitidos sem necessidade de demonstração. Os princípios fundamentais de Contabilidade (CFC, 1994) possuem objetivos específicos, assim descritos:

- a) *uniformidade terminológica*: a uniformidade de termos permite o entendimento entre contadores, auditores, peritos e demais usuários das demonstrações contábeis; e
- b) *base para normalização contábil*: os princípios contábeis constituem a base para a produção das normas contábeis.

Sá (1995) afirma que os princípios contábeis são para as normas contábeis o que a Constituição é para as leis de um país. Segundo o autor: “As Normas Contábeis não podem contrariar os Princípios Contábeis” (SÁ, 1995, p. 38).

Não resta dúvida de que os princípios são fundamentais para a Contabilidade. Sendo assim, considerando que este estudo tem como intuito tratar de aspectos relacionados com o registro contábil de determinadas operações, faz-se necessária uma análise mais aprofundada sobre os princípios contábeis brasileiros.

2.2 Princípios contábeis no Brasil

Os princípios fundamentais de Contabilidade, definidos na Resolução n.º 750 do Conselho Federal de Contabilidade (CFC), de 26 de dezembro de 1993, e comentados na Resolução do CFC n.º 774, de 16 de dezembro de 1994, são os seguintes: Princípio da Entidade; Princípio da Continuidade; Princípio da

Oportunidade; Princípio do Registro pelo Valor Original; Princípio da Atualização Monetária; Princípio da Competência; e Princípio da Prudência.

No presente trabalho serão analisados os princípios da Oportunidade, o do Registro pelo Valor Original, o da Atualização Monetária, o da Competência e o da Prudência, uma vez que estes princípios estão diretamente relacionados com a pesquisa em estudo.

2.2.1 Princípio da oportunidade

Como resultado da observância do princípio da oportunidade, deve-se estar bastante atento para registrar as variações sofridas pelo patrimônio. Assim, esse princípio é base indispensável para que as informações sobre o patrimônio da entidade sejam prestadas de forma fidedigna e tempestiva.

O princípio da oportunidade decorre do fato de que todos os fenômenos patrimoniais, sem nenhuma exceção, devem ser registrados. Assim, este princípio refere-se à tempestividade e à integridade do registro do patrimônio e das suas variações, determinando que o registro seja feito de imediato e com a extensão correta, independentemente das causas que as originaram (CFC, 1994).

A tempestividade do registro determina que as variações sejam registradas no momento em que ocorrerem. A integridade do registro implica reconhecer as variações na sua totalidade. O não-atendimento a estes dois aspectos fundamentais do Princípio da Oportunidade resultará em demonstrações incompletas e imprecisas, que poderão prejudicar as conclusões sobre a entidade.

Por conta disto, o Conselho Federal de Contabilidade (CFC, 1994) determina que este princípio deve ser observado no momento em que ocorram variações patrimoniais, cujas principais formas são:

- a) transações realizadas com outras Entidades, formalizadas mediante acordo de vontades, independentemente da forma ou da documentação de suporte, como compra ou venda de bens e serviços;
- b) eventos de origem externa, de ocorrência alheia à vontade da administração, mas com efeitos sobre o Patrimônio, como modificações nas taxas de câmbio, quebras de clientes, efeitos de catástrofes naturais etc.; e
- c) movimentos internos que modificam predominantemente a estrutura qualitativa do Patrimônio, como a transformação de materiais em produtos semifabricados ou destes em produtos prontos, mas também a

estrutura quantitativo-qualitativa, como no sucateamento de bens inservíveis.

Conclui-se, portanto, que as variações patrimoniais devem ser registradas mesmo na hipótese de somente existir razoável certeza de sua ocorrência, e o registro deve levar em consideração elementos quantitativos e qualitativos.

Além da questão da oportunidade, ou do momento do registro, existe outra importante questão a envolver os registros contábeis, que é o valor pelo qual será efetuado o registro. Esta questão será analisada a seguir.

2.2.2 Princípio do registro pelo valor original

A base deste princípio é que o valor original seja mantido nos registros contábeis enquanto o componente permanecer como parte do patrimônio. O princípio da atualização monetária, que será analisado adiante, e o princípio do registro pelo valor original são compatíveis entre si e complementares, visto que o primeiro apenas atualiza e mantém atualizado o valor de entrada.

Dessa forma, o princípio em estudo determina que os fatos administrativos devem ser registrados pelos valores das transações, em conformidade com documentos idôneos, sempre em moeda corrente do país em que se situa a entidade. Isso quer dizer que os ativos são registrados pelo preço pago para adquiri-los ou fabricá-los, acrescido de todos os gastos necessários para colocá-los em condições de trazer benefícios para a empresa.

Segundo Ludícibus (2000, p. 54), a avaliação com base no custo original torna-se a base para as contabilizações posteriores, admitindo-se amortizações, depreciações e exaustão dos ativos que causaram estas diminuições de valor pelo uso, decurso do tempo ou obsolescência. A adoção deste princípio fundamenta-se na premissa de que o preço de aquisição é a melhor expressão do valor econômico de um ativo, no momento em que este é transacionado.

Entretanto, Ludícibus (2000, p. 55) afirma, ainda que, “se o valor de troca pode ser considerado como uma boa aproximação do valor econômico de um ativo na ocasião da transação, o mesmo pode não ocorrer futuramente”. Ao longo do tempo o ativo pode sofrer desgaste físico ou natural, bem como podem ocorrer

alterações no poder aquisitivo da moeda que influenciem o preço específico do ativo. Estas situações podem afetar o valor econômico do ativo, fazendo com que o valor de troca registrado pela contabilidade fique defasado.

É sabido que os preços de troca são obtidos no mercado. Segundo Hendriksen e Breda (1999, p. 305), “há dois mercados nos quais uma empresa opera e, portanto, dois tipos de preços ou valores de troca – os valores de saída e os valores de entrada”.

Os valores de saída seriam os recursos recebidos pela empresa e estariam baseados no preço de troca do que é produzido pela empresa. Já os valores de entrada seriam os sacrifícios feitos pela empresa para obter os ativos utilizados em suas operações. Há seis categorias básicas de valores de troca, sintetizadas no Quadro 1, a seguir:

	Valores de entrada	Valores de saída
Passados	Custos históricos	Preços de venda passados
Correntes	Custos de reposição	Preço corrente de venda
Futuros	Custos esperados	Valor realizável esperado

Quadro 1. Bases de mensuração

Fonte: Hendriksen e Breda (1999, p. 304).

O Quadro 1 demonstra que o valor de troca pode variar ao longo do tempo, podendo, hoje, ser diferente do que será amanhã, ou do que foi ontem. Nesse sentido, a Contabilidade, em relação aos valores de entrada, poderia registrar custos históricos, amparados em transações ocorridas no passado; ou custos de reposição, amparados em transações ocorridas no presente; e, finalmente, custos esperados, amparados em transações a serem realizadas no futuro.

As bases de mensuração expostas no Quadro 1 são muito diferentes entre si, uma vez que os valores obtidos em cada categoria tende a ser completamente diferente do obtido nas demais categorias. Considerando que os princípios contábeis objetivam dar à Contabilidade critérios uniformes, poder-se-ia imaginar que os contadores deveriam utilizar somente uma das seis categorias contempladas. Entretanto, para Hendriksen e Breda (1999, p. 305),

A questão não é tanto *qual* deve ser a medida usada, mas *quando* usá-la. Consideremos o estoque de mercadorias, por exemplo. Ao serem

adquiridas, as mercadorias foram contabilizadas pelo custo – corrente no momento da compra, mas rapidamente desatualizado, a partir desse momento. Quando o estoque é finalmente vendido, ele é efetivamente reavaliado a seu preço de venda – e rebatizado de contas a receber. A questão é quando, se for o caso, deve ser feita essa reavaliação. Alguns argumentam que deve esperar o momento da venda; outros dizem que a reavaliação deve seguir-se a explosões inesperadas de inflação e assim por diante.

Em suma, o que se discute é quando devem ser reconhecidas as variações nos valores de troca, uma vez que estas serão, cedo ou tarde, refletidas no patrimônio da entidade. Em relação aos estoques de mercadorias, percebe-se que o critério de avaliação com base no valor de troca, estabelecido no momento de sua aquisição, é rapidamente prejudicado pelas oscilações de preço da mercadoria, não refletidas pela Contabilidade. Ocorre, entretanto, que esta distorção acaba sendo resolvida quando a mercadoria é vendida, e novo valor de troca é, então, estabelecido.

A questão é que, até este momento as demonstrações contábeis da entidade estão oferecendo informações que não podem ser consideradas precisas e tempestivas, conforme dispõe o Princípio da Oportunidade, anteriormente estudado. Nesse sentido, Ludícibus (2000, p. 55) afirma que a Contabilidade preocupa-se em fixar adequadamente, na dimensão tempo e valor, as transações. Assim, “se o valor econômico do ativo alterou-se no transcorrer do tempo, a Contabilidade reconhecerá o fato, apenas na variação total das receitas da empresa ou em provisionamento, na despesa, quando houver uma perda acentuada do potencial econômico”.

De qualquer forma, esta situação acaba por prejudicar uma avaliação de tendências futuras, uma vez que os ativos estão avaliados pelo valor de entrada, sem levar em consideração as eventuais variações ocorridas no decorrer do tempo. Em razão disto, Ludícibus (2000, p. 56) conclui que a Contabilidade a valores de realização seria mais informativa para o usuário.

2.2.3 Princípio da atualização monetária

Este princípio indica a necessidade de reconhecer-se a perda de poder aquisitivo da moeda, em decorrência do que é necessária a atualização monetária

das demonstrações financeiras. Deve haver ajuste dos valores originais para determinado período por indexadores ou índices econômicos.

Nesse sentido, Renck (2001, p. 135) oferece a seguinte análise:

Quando se usa um termo que tem significados diferentes no tempo histórico, não se consegue com ele manifestar uma verdade. Este raciocínio cabe também com inteira propriedade ao se medir o patrimônio. De que forma medir valor real, materialmente demonstrado – como exige o texto constitucional –, sem que se conte com uma medida fixa de valor? A única forma concreta de se atingir, mediante um cálculo, o valor concreto de renda informado pelo critério da universalidade é por via de uma medida de valor constante.

Por conta disto, o princípio da atualização monetária determina que os efeitos da variação do poder aquisitivo da moeda devem ser reconhecidos nos registros contábeis, através do ajuste da expressão formal dos itens do patrimônio.

A moeda, embora universalmente aceita como medida de valor, não é uma unidade constante de poder aquisitivo. Assim, sua expressão formal deve ser ajustada, a fim de que permaneçam substantivamente corretos os valores dos componentes patrimoniais (CFC, 1994).

Percebe-se que, com a adoção do princípio da atualização monetária, a Contabilidade demonstra entender que a informação contábil deve ser precisa e, assim, devem-se levar em consideração as variações que afetam os valores patrimoniais.

Ao atualizar os valores originais, reconhecendo a perda do poder aquisitivo da moeda, a Contabilidade reconhece que o registro pelo valor original, por si só, não é elemento suficiente para produzir informação contábil com qualidade, tempestividade e fidedignidade. O contador deve estar atento às variações que afetem estas informações e, tempestivamente, deve registrá-las.

2.2.4 Princípio da competência

Este princípio estabelece que as receitas e as despesas devem ser atribuídas aos períodos de acordo com a realização, isto é, de acordo com a data de realização do evento crítico que assegura o seu reconhecimento, e não quando o dinheiro é recebido ou pago. Portanto, as receitas devem ser reconhecidas quando

forem efetivamente auferidas, e as despesas devem com elas ser confrontadas quando incorridas. Essa metodologia de escrituração contábil é conhecida como “regime de competência”.

Na Lei n.º 6.404, de 15 de dezembro de 1976, o dispositivo legal que se refere ao princípio da competência é o parágrafo 1.º do artigo 187, que dispõe que, na determinação do resultado do exercício, serão computados: (a) as receitas e os rendimentos ganhos no período, independentemente de sua realização em dinheiro; e (b) os custos, despesas, encargos e perdas, pagos ou incorridos, correspondentes a essas receitas e rendimentos.

Este princípio ampara-se na definição de que as despesas são os gastos incorridos para gerar as receitas e, portanto, ambos devem ser reconhecidos no mesmo momento; ou seja, as despesas devem ser registradas no mesmo momento em que estão sendo reconhecidas as receitas que as geraram.

Iudícibus (2000, p. 59) afirma que “é importante notar que a base do confronto não está relacionada com os recursos entrados em caixa (do lado da receita) e dos pagamentos efetuados (do lado da despesa)”. Assim, pode haver receitas recebidas e despesas pagas, da mesma forma que pode haver receitas ainda não recebidas e despesas ainda não pagas.

Neste aspecto, o fundamental é, segundo Iudícibus (2000, p. 59), o “ganho” da receita (devendo ser, então, reconhecida) e o fato de termos “incorrido” a despesa. Incorrer a despesa significa realizar o sacrifício de consumir ativos (ou de assumir dívidas) no esforço de produção da receita.

Para Iudícibus (2000, p. 59), “ganhar” uma receita significa que se pode

reconhecê-la ou realizá-la, mas, mais profundamente, significa que temos direito de fazê-lo, porque realizamos uma troca, porque realizamos uma parcela substancial de um compromisso com clientes, porque realizamos uma parcela pré-combinada de um contrato de longo prazo com um cliente, ou porque existem condições objetivas de atribuir um valor de saída ao nosso estoque de produtos, mesmo sem ter sido vendido.

Assim, o princípio em estudo considera que a receita deve ser reconhecida, usualmente, quando os produtos ou serviços são transferidos ao comprador, situação que ocorre, quase sempre, no momento da venda. Iudícibus, Martins e Gelbcke (2003, p. 61) afirmam que a Contabilidade assim o faz porque:

- a) a transferência do bem ou serviço normalmente se concretiza quando todo, ou praticamente todo, o esforço para obter a receita já foi desenvolvido;
- b) nesse ponto, configura-se com mais objetividade e exatidão o valor de mercado (de transação) para a transferência; e
- c) nesse ponto já se conhecem todos os custos de produção do produto ou serviço transferido e outras despesas ou deduções da receita diretamente associáveis ao produto ou serviço, tais como: comissões sobre vendas, despesas com consertos ou reformas parciais decorrentes de garantias concedidas etc. Os desembolsos com tais despesas podem ocorrer e até ocorrem, após a transferência, mas o montante é conhecido ou razoavelmente estimável já no ato da transferência.

2.2.5 Princípio da prudência

Em casos de alternativas igualmente válidas, o princípio da prudência determina que a Contabilidade utilize valores menores para o ativo e receitas, e maiores para o passivo e despesas, para que resulte menor o valor do patrimônio líquido.

O princípio da prudência deve ser observado quando, existindo um ativo ou um passivo já registrados por determinados valores, segundo os princípios do registro pelo valor original e da atualização monetária, surge dúvida sobre a ainda correção deles. Havendo como se calcular os novos valores, deve-se optar sempre pelo que for menor do que o inicial, no caso de ativos, e maior, no caso de passivos (CFC, 1994).

Em suma, o princípio determina que entre vários valores escolhe-se o que influenciar de maneira menos otimista as expectativas dos usuários da informação contábil (IUDÍCIBUS, 2000, p. 74).

Tendo analisado os princípios contábeis que cuidam do valor do registro, da sua atualização, bem como do momento e dos cuidados que devem ser tomados para a adequada apresentação da informação contábil, faz-se necessário compreender os conceitos teóricos que contribuam com a definição do que deve ser considerado receita, uma vez que o estudo de caso envolve o registro, como receita, dos bônus recebidos da montadora.

2.3 Natureza da receita

A correta definição do que deve ser considerado receita ajudará na busca dos pontos que colaborarão com a elucidação do problema de pesquisa deste trabalho. Iudícibus (2000, p. 151) afirma que “o capítulo de receitas, despesas, perdas e ganhos, principalmente no que se refere a receitas, nem sempre tem recebido a atenção necessária, principalmente na literatura nacional”.

A Enciclopédia Saraiva de Direito (1977, p. 319) define o vocábulo receita da seguinte forma:

Na linguagem comum, assim se considera toda soma ou quantia que vem integrar um patrimônio, crescendo-o. Todas as entradas, recebimento de dinheiro ou bens denominam-se receita, em contraposição às despesas. Na técnica contábil, a receita é a entrada de dinheiro, contabilizada, que corresponde a um crédito da conta que a originou. No direito financeiro, em matéria de receita pública, esta se constitui, na definição de Aliomar Baleeiro, na “entrada que, integrando-se ao patrimônio público sem quaisquer reservas, condições ou correspondências no passivo, vem crescer o seu vulto, como elemento novo e positivo”.

Receita, na visão do Ibracon (2001, p. 238),

é a entrada bruta de benefícios econômicos durante o período em que ocorre no curso das atividades ordinárias de uma empresa, quando tais entradas resultam em aumento do patrimônio líquido, excluídos aqueles que decorrem de contribuições dos proprietários ou acionistas.

Segundo Hendriksen e Breda (1999, p. 223), as receitas podem ser definidas como o produto gerado por uma empresa, sendo tipicamente medidas em termos de preços correntes de troca, que devem ser reconhecidas após um evento crítico, ou assim que o processo de venda tenha sido cumprido em termos substanciais. Este entendimento é compartilhado por Kam (1990, p. 227), que apresenta os termos de preços correntes de troca como uma medição usual para as receitas.

A receita é um elemento fundamental para a empresa. Na visão de Hendriksen e Breda (1999, p. 224), as receitas são o fluido vital da empresa, pois sem receitas não haveria lucros, e sem lucros não haveria empresa. Sendo as receitas extremamente importantes para a sobrevivência das empresas, sua definição deveria ser facilmente identificada e aplicada pela Contabilidade e,

conseqüentemente, pelos contadores. Entretanto, na prática, não é isto o que ocorre.

Most (1977, p. 126) entende que receita é um fluxo da riqueza, sendo o capital o estoque da riqueza. Entretanto, o autor afirma que a riqueza representada como um fluxo torna-se capital em algum momento. Dessa forma, não poderia haver diferença fundamental entre renda e capital.

Ocorre que, como afirma Iudícibus (2000, p. 151), as definições de receita têm-se fixado, em geral, mais nos aspectos de *quando* reconhecer a receita e em que montante que na *caracterização de sua natureza*. Hendriksen e Breda (1999, p. 224) afirmam que dada a importância da receita, tem sido difícil defini-la como um elemento contábil, afirmando, também, que o mesmo ocorre com as despesas, que são de definição igualmente difícil.

Em termos ideais, Hendriksen e Breda (1999, p. 224) afirmam que deveria ser possível gerar uma definição de receita com base na definição de lucro, dado que receitas e despesas são elementos do lucro. Seria possível, também, determinar o momento mais apropriado para reconhecer receitas e despesas com base em definições de lucro.

Esta vinculação entre receita e lucro, entretanto, contribui para dificultar uma definição mais precisa de receitas. Minatel (2005, p. 74), ao tratar do assunto, concluiu que,

o conceito de *receita* exteriorizado pela Ciência Contábil é sempre relativo, pois é apreendido na perspectiva de realidade que o vincula com a apuração do *resultado*; avaliação que pressupõe cotejo com os custos ou despesas necessários para sua obtenção.

Hendriksen e Breda (1999, p. 224) afirmam que diante dessa dificuldade, muitos recorrem a definições independentes de uma conceituação de lucro, e apóiam-se, em lugar disso, em variações de ativos e passivos. O resultado é que o lucro tende a decorrer de definições de receita e despesa, e não o contrário. Em função disso é que o reconhecimento de receitas e despesas tende a obedecer à prática usual, e não à prática ideal.

Tais dificuldades seriam meramente acadêmicas, caso o reconhecimento de receitas e despesas não fosse ingrediente tão importante da mensuração do desempenho empresarial. As empresas têm, freqüentemente, se valido das

deficiências de definições para apresentar cifras discutíveis a título de receitas, inflacionando assim seu resultado econômico. De maneira análoga, as empresas têm encontrado brechas com as quais evitam incluir certos itens como despesa de determinado exercício.

Schroeder e Clark (1998, p. 106) afirmam que receitas são, geralmente, associadas a certos tipos de variação de valor, regras presumidas ou implícitas de determinação do momento no qual uma receita deve ser registrada. Essa prática transforma a separação entre uma definição de receita e os problemas de avaliação, e a determinação do momento de ocorrência numa tarefa bastante complexa.

Em seu nível mais fundamental, receita é um aumento de resultado (no caso, o lucro). O lucro envolve o fluxo – a criação de valor por uma empresa durante um período. Geralmente, embora a mensuração da receita, de acordo com esse conceito, seja passível de discussão sem que se altere a natureza da receita que esteja sendo medida, a receita é expressa em termos monetários.

Várias definições similares também informam que a receita é o produto da empresa, mas acrescentam que o produto deve deixar a empresa antes de poder ser considerado como receita. Iudícibus (2000, p. 155) prefere a definição de receita como “a expressão monetária conferida pelo mercado à produção de bens e serviços da entidade, em sentido amplo, em determinado período”, e conclui que:

Ficam perfeitamente caracterizadas as dimensões básicas da receita, embora a definição seja excessivamente longa:

1. está ligada à produção de bens e serviços em *sentido amplo*;
2. embora possa ser estimada pela entidade, seu valor final deverá ser validado pelo mercado;
3. está ligada a certo período de tempo; e
4. embora se reconheça que o esforço para produzir receita provoca, direta ou indiretamente, despesas (diminuição do ativo e do patrimônio líquido), não subordina, no tempo, o reconhecimento da receita ao lançamento da despesa.

O enfoque baseado na idéia de entrada também requer definição cuidadosa das entradas que devem ser consideradas como receitas e de quais não devem sê-lo (HENDRIKSEN; BREDA, 1999, p. 225). Não é apenas a geração de receitas que faz com que os ativos aumentem e os passivos diminuam. Na verdade, pode ser argumentado que todas as vendas a prazo ocorrem antes de haver uma entrada de ativos. A venda, na melhor das hipóteses, cria um ativo, a saber, contas a receber; mas esta conta não cria vendas.

A receita é, muitas vezes, definida em termos de seu efeito sobre o patrimônio dos acionistas. Nesse sentido, é certo que a conta de receita possui um saldo credor e é encerrada, no final do exercício contábil, contra lucros acumulados, por meio da conta apuração de resultados. Assim, é possível afirmar que a receita provoca elevação do patrimônio dos acionistas. Todavia, este enfoque, na visão de Hendriksen e Breda (1999, p. 225), apenas relaciona a receita à escrituração por partidas dobradas, e ainda apresenta como desvantagem a definição de receita em termos de um resíduo.

O patrimônio dos acionistas, por si mesmo, só é definido como diferença entre ativos e passivos. Além disso, afirmam, há diversos motivos para que haja aumentos de patrimônio não associados a receitas, tais como, por exemplo, a doação de imóveis, que causa aumento bruto de ativos e afeta o patrimônio dos acionistas, mas não é, geralmente, considerada como receita.

De qualquer forma, parece que a Contabilidade ainda deve uma definição melhor do que é receita. Wolk e Tearney (1997, p. 323) concordam que definições de receita, por meio de ingressos de valores e elevações patrimoniais, não são suficientes para elucidar todas as questões relacionadas com o tema.

Os Princípios Contábeis Geralmente Aceitos, na visão de Hendriksen e Breda (1999, p. 229), determinam que a receita e, portanto, o lucro, devem ser reconhecidos nas demonstrações contábeis quando os seguintes critérios são atendidos:

1. deve ter sido acrescentado valor pela empresa a seu produto;
2. o nível da receita deve ser mensurável;
3. a mensuração deve ser verificável e relativamente isenta de distorções; e
4. deve ser possível estimar as despesas correspondentes com um grau razoável de precisão.

Os referidos autores afirmam que, em suma, definir e reconhecer a receita ainda é tarefa complexa para o contador. A simplificação de que a receita deve ser reconhecida quando ocorre uma elevação do patrimônio da entidade é relativamente pobre, e não permite solucionar todas as questões atinentes ao tema.

Minatel (2005, p. 124) contribui com a definição de que receita pode ser traduzida

pelo ingresso de recursos financeiros ao patrimônio da pessoa jurídica, em caráter definitivo, proveniente dos negócios jurídicos que envolvam o exercício da atividade empresarial, que corresponda à contraprestação pela

venda de mercadorias, pela prestação de serviços, assim como pela remuneração de investimentos ou pela cessão onerosa e temporária de bens e direitos a terceiros, aferido instantaneamente pela contrapartida que remunera cada um desses eventos.

Além da questão relacionada com a definição e o reconhecimento de receitas, é necessário compreender os critérios que definem e avaliam os ativos, uma vez que o presente estudo abordará estes conceitos.

2.4 O ativo e sua avaliação

Uma grande questão da Contabilidade é a que diz respeito à avaliação dos ativos de uma entidade. Ludícibus (2000, p. 129) diz que o estudo do ativo é tão importante que, “poderíamos dizer que é o capítulo fundamental da Contabilidade, porque à sua definição e avaliação está ligada a multiplicidade de relacionamentos contábeis que envolvem receitas e despesas”.

Entretanto, antes de discorrer sobre a avaliação do ativo é importante definir com clareza o que pode ser considerado um ativo.

2.4.1 Definição de ativo

A partir da clássica definição de que ativo é o conjunto de bens e direitos da entidade expressos em moeda, pode-se partir para definições mais específicas.

Para Francisco D’Auria *apud* Ludícibus (2000, p. 129), ativo é “o conjunto de meios ou a matéria posta à disposição do administrador para que este possa operar de modo a conseguir os fins que a entidade, entregue à sua direção, tem em vista”. Esta definição contribui para o entendimento de que ativos são elementos econômicos detidos por uma empresa para que esta possa existir.

Ludícibus (2000, p. 130) conclui que:

1. o ativo deve ser considerado à luz da sua propriedade e/ou à luz de sua posse e controle; normalmente as duas condições virão juntas;
2. precisa estar incluído no ativo, em seu bojo, algum direito específico a benefícios futuros (por exemplo, a proteção à cobertura de sinistro, como direito em contraprestação ao prêmio de seguro pago pela empresa) ou, em sentido mais amplo, o elemento precisa apresentar uma potencialidade de serviços futuros (fluxos de caixa futuros) para a entidade; e

3. o direito precisa ser exclusivo da entidade; por exemplo, o direito de transportar a mercadoria da entidade por uma via expressa, embora benéfico, não é ativo, pois é geral, não sendo exclusivo da entidade.

Assim, considera-se ativo o bem ou direito exclusivo da entidade que tenha potencialidade de produzir riqueza futura. Este conceito permite compreender o que deve ser registrado, sem, entretanto, elucidar como mensurar a potencialidade de produzir riqueza futura, intrínseca ao ativo.

2.4.2 Avaliação e mensuração dos ativos

Uma vez definido o que pode ser caracterizado como ativo, torna-se imperioso conhecer os conceitos de avaliação e mensuração destes ativos. Hendriksen e Breda (1999, p. 304) dizem que “tem havido, durante décadas, um debate furioso a respeito de qual é a melhor maneira de medir ativos”. Os autores afirmam que existem, basicamente, duas correntes, uma defendendo os custos históricos da empresa, e outra defendendo os custos correntes.

Uma das correntes privilegia a visão do Balanço Patrimonial, enquanto a outra enfatiza a Demonstração do Resultado. Para ilustrar esta diferença de enfoques, Hendriksen e Breda (1999, p. 304) citam o exemplo de utilização do critério do Último que Entra, Primeiro que Sai (UEPS) e do Primeiro que Entra, Primeiro que Sai (PEPS) na avaliação do estoque.

O método do UEPS, geralmente, é o preferido por aqueles que defendem os custos históricos, uma vez que, em períodos de inflação, leva a uma apuração mais apropriada do lucro bruto. A desvantagem, entretanto, estaria no fato de que o estoque estaria representado por uma medida menos correta no balanço. Ressalte-se que, no Brasil, este método não é admitido pelo Regulamento do Imposto de Renda (art. 295 do Decreto n.º 3.000, de 26 de março de 1999), sendo possível a avaliação dos estoques apenas com a utilização do método do preço específico, do custo médio ou o dos bens adquiridos mais recentemente (PEPS).

O método do PEPS, geralmente, é o preferido dos futuristas, porque o balanço estará apresentando um valor mais correto para os estoques, apesar de o custo dos produtos vendidos estar com um valor menos correto. Essa discussão demonstra que existem diversas medidas possíveis de avaliação dos ativos, o que

torna difícil a adoção de um conceito único. Esta dificuldade decorre do fato de que um único conceito de avaliação tende a não atender, de forma satisfatória, a todas as finalidades a que se propõe. O conceito adequado dependerá, fundamentalmente, de quem será o usuário da informação e que uso dará a ela.

Entre os itens que compõem o ativo, encontram-se as mercadorias para revenda. Os estoques de mercadorias e seus critérios de avaliação serão abordados a seguir.

2.5 Estoque e sua avaliação

Um dos ativos mais importantes da maioria das empresas industriais e comerciais, os estoques, deve ter a correta determinação no início e no fim do período contábil, uma vez que essa determinação será fundamental para uma adequada apuração do resultado (lucro ou prejuízo) líquido do exercício.

De acordo com Gitman (1997, p. 713),

os estoques, ou bens em mãos, são ativos circulantes necessários que possibilitam o funcionamento dos processos de produção e vendas com um mínimo de distúrbio e, como as duplicatas a receber, representam um investimento significativo por parte da maioria das empresas. Dependendo do porte da empresa, podem representar cerca de 42% dos ativos circulantes e aproximadamente 18% dos ativos totais.

Assim é que, no âmbito da questão financeira, Gitman (1997, p. 714) afirma que:

Estoque é um investimento, no sentido de que exige o comprometimento de recursos que a empresa poderia aplicar em outras alternativas rentáveis. Em geral, quanto maiores forem os saldos médios dos estoques, maiores a quantia investida e os custos envolvidos e vice-versa.

Dessa forma, percebe-se que a questão da avaliação dos ativos torna-se, ainda, mais relevante quando se refere aos itens de estoque. Para uma correta análise do tema é fundamental entender todos os processos envolvidos com o registro contábil de estoques.

2.5.1 Registro contábil do estoque

O princípio da realização da receita considera a receita realizada, e passível de ser registrada pela Contabilidade, quando produtos produzidos pela entidade são transferidos para outra entidade. Esse princípio permite a afirmação de que o momento da contabilização de compras de itens do estoque, assim como o das vendas a terceiros, deve ser o da transmissão do direito de propriedade destes e não sua posse física. Dessa forma, os estoques podem ser assim representados na Contabilidade, tal como sugerem Ludícibus, Martins e Gelbcke (2003, p. 115), como:

- Itens que existem fisicamente em estoques, excluindo-se os que estão fisicamente na empresa, mas que são de propriedade de terceiros, seja por terem sido recebidos em consignação, seja para beneficiamento ou armazenagem por qualquer outro motivo;
- Itens adquiridos pela empresa, mas que estão em trânsito, a caminho da sociedade, na data do balanço, nos casos em que o comprador é responsável pelo transporte da mercadoria;
- Itens da empresa que foram remetidos para terceiros em consignação, normalmente em poder de prováveis clientes para venda posterior, cujos direitos de propriedade permanecem com a sociedade; e
- Itens de propriedade da empresa que estão em poder de terceiros para armazenagem, beneficiamento, embarque etc.

A Lei n.º 6.404/76 (Lei das Sociedades por Ações), em seu artigo 183, menciona os estoques como “direitos que tiverem por objeto mercadorias e produtos do comércio da companhia, assim como matérias-primas, produtos em fabricação e bens do almoxarifado”.

Para empresas comerciais, os estoques seriam, tão-somente, os produtos do comércio adquiridos para revenda e, eventualmente, uma conta de almoxarifado. Para empresas industriais há necessidade de diversas contas, tais como: Produtos Acabados; Mercadorias para Revenda; Produtos em elaboração; Matérias-Primas; Materiais de acondicionamento e embalagem; Materiais auxiliares; Manutenção e suprimentos gerais e Importações em andamento.

O estoque de mercadorias para revenda engloba todos os itens que, adquiridos de terceiros para revenda, não sofrem nenhum processo de transformação na empresa. O estoque de produtos acabados representa aqueles terminados e decorrentes da própria produção da empresa e disponíveis para venda.

A conta Produtos em Elaboração engloba todos os itens que estão em processo de produção, mas que se encontram em algum estágio intermediário de acabamento, ainda não finalizado, e não disponíveis para venda. Finalmente, o estoque de matérias-primas abriga todos os materiais mais importantes e essenciais que sofrem transformações no processo produtivo, e fundamentais para uso na elaboração dos produtos. Nos casos de empresas que fabricam produtos bastante complexos, com inúmeros componentes, o estoque de matérias-primas pode constituir-se de itens já processados, que foram comprados de outras empresas ou transferidos de outra divisão da mesma empresa.

Normalmente, os estoques são registrados apenas no ativo circulante, uma vez que as normas contábeis tratam como circulante os bens e direitos do ativo cuja realização está prevista para ocorrer no transcorrer do próximo exercício contábil. Entretanto, poderá ocorrer, em algumas empresas, de existirem estoques cuja realização ultrapasse o exercício seguinte. Nesse caso, os estoques deverão estar classificados no grupo de contas do Realizável no Longo Prazo.

Outro ponto que merece destaque diz respeito a outras contas contábeis que, normalmente, aparecem no ativo, em subconta de estoques, tal como é o caso dos adiantamentos a fornecedores que devem ser classificados em conta específica, a fim de abrigar os adiantamentos efetuados pela empresa a fornecedores de materiais que serão incorporados aos estoques quando do seu efetivo recebimento. Também, deverão ser classificadas em subcontas de estoque a provisão para redução ao valor de mercado e a provisão para perdas em estoque, ambas de natureza credora.

No próximo tópico, será tratada a provisão para redução ao valor de mercado, pois esse assunto será comentado na análise dos resultados da pesquisa (Capítulo 4).

2.5.2 Provisão para redução ao valor de mercado

A provisão para redução ao valor de mercado é determinada pelo item II do artigo 183 da Lei das Sociedades por Ações (ou das Sociedades Anônimas), que dispõe que, no balanço, os direitos que tiverem por objeto mercadorias e produtos do comércio da companhia, assim como matérias-primas e bens de almoxarifado, serão avaliados pelo custo de aquisição ou produção, deduzido da provisão para ajustá-lo ao valor de mercado, quando esse for inferior.

Assim, pode-se afirmar que a Lei das Sociedades Anônimas (1976), no Brasil, define que a base elementar da contabilização dos estoques é o custo. No caso de produtos adquiridos para revenda, de matérias-primas ou de outros tipos de materiais utilizados no processo de produção, tal custo é o *custo de aquisição* dos itens. No caso de produtos em processo e acabados, o critério de avaliação é com base no custo de produção.

Ocorre que a Lei das Sociedades Anônimas (1976) prevê, também, a dedução de uma provisão para ajustar o estoque, quando o valor de mercado for inferior ao valor do custo de aquisição. Dessa forma, é possível concluir que, segundo a norma legal, a regra básica de avaliação do estoque na data do balanço é a do custo de aquisição ou valor de mercado, dos dois o menor.

A Lei das Sociedades Anônimas (1976), então, apesar de adotar o custo como base para avaliação dos estoques, considera que a redução no preço de venda ou de reposição de um item a um nível abaixo do custo deve ser refletida na Contabilidade, por meio de uma provisão que reduza o valor do custo ao valor de mercado.

Esse método de avaliar os estoques com base no custo ou mercado, dos dois o menor, objetiva, segundo Iudícibus, Martins e Gelbcke (2003, p. 118), “eliminar dos estoques a parcela dos custos que provavelmente não seja recuperável”. Este critério deve ser aplicado quando da elaboração do balanço anual, a fim de que

as perdas resultantes de estragos, deterioração, obsolescência, redução na estrutura de preços de venda ou de reposição sejam reconhecidas nos resultados do exercício em que tais perdas ocorrem e não no exercício em que a mercadoria é vendida, repostada ou transformada em sucata. (IUDÍCIBUS; MARTINS; GELBCKE, 2003, p. 119)

De qualquer forma, a adoção do critério de avaliação com base no valor de mercado, quando este for inferior ao valor do custo de aquisição, mediante o reconhecimento da provisão, precisa ser realizada com cautela. O cuidado decorre do fato de que a alínea *b*, do § 1º, do artigo 183 da Lei n.º 6.404/76, estabelece que o valor de mercado é o “preço líquido da realização mediante venda no mercado, deduzidos os impostos e demais despesas necessárias para a venda, e a margem de lucros”.

Iudícibus, Martins e Gelbcke (2003, p. 131) ensinam que:

Não se aplica pura e simplesmente a dedução da margem de lucro como regra, isto é, não se diminui também do preço de venda o lucro normal, já que isso simplesmente faz voltar ao custo. A aplicação indiscriminada desse critério acaba por fazer a empresa reconhecer prejuízo cada vez que o preço de venda cair, para, talvez, reconhecer lucro no exercício seguinte.

Assim, o critério deve ser utilizado quando o preço estiver em baixa e com previsão de continuar baixando ao longo do tempo, ou quando o preço de venda, sem computar o lucro, esteja abaixo do preço de custo.

Ainda com relação a esta provisão é importante ressaltar que a legislação tributária brasileira (art. 13, I, da Lei n.º 9.249/95) determina que as provisões contábeis (com exceção da provisão para o pagamento de férias e 13º salário, e respectivos encargos) sejam adicionadas ao lucro líquido, para fins de determinação da base de cálculo do imposto de renda e da contribuição social sobre o lucro; ou seja, efetuada a provisão para redução dos estoques ao valor de mercado, em consonância com o que determina a Lei n.º 6.404/76, o valor debitado ao resultado (como contrapartida da conta credora no ativo) deverá ser adicionado na base de cálculo do imposto de renda e da contribuição social sobre o lucro.

2.5.3 Provisão para perdas em estoques

Esta provisão deve ser efetuada quando existirem perdas conhecidas em estoques e calculadas por estimativa. Estas perdas, normalmente, estão relacionadas com itens de giro lento, obsoletos, ou danificados. Nesses casos, quando a baixa ou a redução direta nos estoques não for possível, constitui-se uma provisão para reconhecer tal perda.

Consideram-se obsoletos os estoques que não possam ser usados na produção normal por estarem danificados, fora de especificações, por serem relativos às linhas de produto fora de produção etc. Já os estoques morosos são os itens existentes em quantidades excessivas em relação ao uso ou venda normal prevista, exceto quando tal volume tenha sido adquirido voluntariamente por motivos de garantia ou segurança industrial, caso em que deveriam ser reclassificados para o realizável no longo prazo (IUDÍCIBUS; MARTINS; GELBCKE, 2003, p. 129).

Esta provisão, por força provisão do artigo 13, I, da Lei n.º 9.249/95, também não é admitida para fins fiscais, devendo, portanto, ser adicionada ao lucro líquido para fins de determinação das bases de cálculo do Imposto sobre a Renda e da Contribuição Social sobre o Lucro.

2.5.4 Critérios de avaliação

O critério básico de avaliação dos estoques, já examinado, é o custo de aquisição ou mercado, dos dois o menor. Entretanto, um dos aspectos mais complexos na Contabilidade prende-se à apuração e determinação dos custos dos estoques. A seguir, serão analisados conceitos gerais de avaliação dos estoques, notadamente, os estoques de mercadorias, a fim de subsidiar a pesquisa em questão.

A princípio, a avaliação do estoque de mercadorias é relativamente simples, uma vez que a avaliação é efetuada com base no custo de aquisição (custo histórico). Dessa forma, bastaria verificar os valores de compra das mercadorias para se ter o valor dos estoques. Entretanto, existe um problema na determinação do custo de aquisição das mercadorias pelo fato de a empresa ter em estoque o mesmo produto adquirido em datas distintas, com custos unitários diferentes. Em razão disto, surge a questão: qual preço unitário deve ser atribuído a tais estoques na data do balanço?

Existem algumas possibilidades, a saber: a) preço específico; b) PEPS; c) UEPS; e d) média ponderada móvel. O presente trabalho irá discorrer sobre o método do preço específico, uma vez que este método de avaliação de estoques é o utilizado pela empresa objeto da pesquisa, e portanto, o entendimento de seu funcionamento é importante para o desenvolvimento do estudo.

O método do preço específico consiste em valorizar cada unidade do estoque ao preço efetivamente pago por esta unidade; ou seja, cada unidade do estoque é valorizada pelo montante efetivamente pago quando de sua aquisição.

Este método costuma ser usado nos casos em que é possível fazer uma determinação do preço específico de cada unidade em estoque, mediante identificação física, como, por exemplo, os imóveis para revenda e os automóveis novos e usados vendidos por uma concessionária de automóveis.

O método é aplicável uma vez que cada item, tal como nos exemplos supracitados, é único e passível de ser correta e efetivamente reconhecido. Um veículo usado é identificado fisicamente por meio de suas placas e do número do chassi, assim como ocorre com os veículos novos que, por meio do número do chassi, são identificados individualmente.

Outros itens também podem ser individualmente identificados. Ocorre que o valor ou a característica da mercadoria, na maioria dos casos, torna difícil e/ou inviável economicamente sua aplicação. Em razão disto, o método somente é aplicável nas situações em que a quantidade, o valor e a característica da mercadoria o permitam, tal como é o caso dos veículos para as concessionárias de automóveis.

Para que se possa registrar o estoque com base no preço específico é importante conhecer a forma pela qual devem ser contabilizados os impostos incluídos no preço da mercadoria adquirida.

2.5.5 Aspectos fiscais inerentes aos estoques

Na composição do custo dos estoques, atenção especial deve ser dada aos tributos incidentes sobre as aquisições de mercadorias. O ICMS incluso no preço deve compor o custo de aquisição, desde que este não seja recuperável fiscalmente. Na hipótese de o ICMS ser recuperável fiscalmente, não deverá compor o custo de aquisição, devendo ser lançado em conta própria de ICMS a recuperar, no Ativo Circulante.

O IPI, diferentemente do ICMS, é um imposto destacado do preço da mercadoria, mas tratado contabilmente da mesma forma, pelo adquirente da

mercadoria. Assim como o ICMS, o IPI irá compor o custo de aquisição apenas nos casos em que não seja possível sua recuperação fiscal. O Imposto de Importação, por sua vez, faz parte do custo do produto, pois não existe hipótese legal de sua recuperação.

As empresas sujeitas ao regime da não-cumulatividade para as contribuições ao PIS e à Cofins também podem ter estes tributos inclusos no preço de aquisição de seus itens de estoque. Sendo assim, o custo a ser lançado em estoque deverá estar deduzido do montante de PIS e Cofins a ser recuperado.

Assim, compreender os conceitos teóricos que definem receita, bem como os conceitos que determinam o registro, a mensuração e a avaliação de ativos, notadamente, os estoques, é de fundamental importância para compreender as questões relacionadas com a pesquisa de campo, que será apresentada no próximo capítulo.

Antes, porém, será necessário abordar o tema da prevalência da essência sobre a forma, a fim de compreender a importância desta premissa para a correta aplicação dos conceitos contábeis.

2.6 Essência *versus* forma

A teoria contábil defende a posição de que a Contabilidade deve estar atenta à substância ou essência da operação mais do que com a forma jurídica com que esta está revestida. Assim, o Conselho Federal de Contabilidade (CFC), ao tratar dos princípios contábeis na Resolução CFC n.º 774 (1994), estabeleceu que,

na realização do objetivo central da contabilidade, defrontamo-nos, muitas vezes, com situações nas quais os aspectos jurídico-formais das transações ainda não estão completa ou suficientemente dilucidados. Nesses casos, deve-se considerar o efeito mais provável das mutações sobre o patrimônio, quantitativa e qualitativamente, concedendo-se prevalência à substância das transações.

Iudícibus (2000, p. 77), por sua vez, afirma que, “sempre que houver discrepância entre a forma jurídica de uma operação a ser contabilizada e sua essência econômica, a Contabilidade deverá *privilegiar a essência sobre a forma*”.

Resta claro, então, que o contador deverá, sempre, buscar a essência da operação ou transação, a fim de efetuar os registros que melhor traduzam para os leitores das informações contábeis o resultado obtido com a operação.

Esta opção não implica afirmar que se deve deixar de considerar as formas jurídicas; entretanto, quando a forma jurídica estiver dissimulando a realidade econômica dos fatos ou estiver provocando distorções ao usuário das demonstrações contábeis, deve ser dada prioridade à realidade econômica (IOB, 2000).

Nesse sentido é que se deve analisar atentamente a conceituação dos descontos e abatimentos, conforme abordagem que será efetuada a seguir;

2.7 Descontos e abatimentos

Segundo a Lei n.º 6.404/76 (Lei das Sociedades Anônimas), a Demonstração do Resultado do Exercício deve discriminar a receita bruta das vendas, as deduções das vendas, dos abatimentos e dos impostos e a receita líquida.

Na conta abatimentos, segundo Iudícibus, Martins e Gelbcke (2003, p. 334), devem ser registrados “os descontos concedidos a clientes posteriormente à entrega dos produtos, por defeitos de qualidade apresentados nos produtos entregues, ou por defeitos oriundos do transporte ou desembarque etc.”.

Os descontos de preço dados no momento da venda, geralmente, são deduzidos diretamente nas notas fiscais. Nesses casos, a empresa vendedora registra a receita pelo valor líquido da operação, sem registrar o desconto concedido. Entretanto, Iudícibus, Martins e Gelbcke (2003, p. 334) afirmam que,

há empresas que adotam sistemas de contabilização das vendas de forma a registrar em conta especial de Descontos Comerciais as reduções dadas no preço, relativas a clientes especiais, grandes volumes etc., para controle desses descontos. Nesse caso, tal conta deve também figurar como redução das vendas brutas para apurar a receita operacional líquida.

Assim, pode-se afirmar que os descontos no preço de venda, concedidos sem imposição de nenhuma condição, ou o abatimento de preço, devem ser lançados no subgrupo de Deduções de Vendas. Já, os descontos concedidos aos clientes por antecipação nos pagamentos de duplicatas e outros títulos devem ser registrados como Despesa Financeira.

Da mesma forma, para as empresas que obtenham os descontos incondicionais ou o abatimento de preço, o registro contábil da compra dar-se-á pelo valor líquido da operação. Enquanto os descontos obtidos pela antecipação nos

pagamentos de duplicatas de fornecedores e outros títulos devem ser registrados como Receita Financeira.

2.8 Registro contábil das chamadas “Dúzias de 13”

A prática comercial de promover vendas mediante a adoção de desconto comercial disfarçado na quantidade negociada, conhecida como “dúzia de 13”, em função de o vendedor entregar uma quantidade de mercadoria maior do que a efetivamente adquirida, também deve ser objeto de reflexão neste trabalho.

Quando, por exemplo, o preço de tabela de uma dezena de determinado produto é de R\$ 120,00, mas a empresa vendedora, com a intenção de vender mais barato, entrega 12 unidades do produto pelo mesmo preço de R\$ 120,00, o que ocorre é que o preço unitário do produto foi reduzido de R\$ 12,00 para R\$ 10,00.

Se o custo unitário do produto for de R\$ 8,00, existiriam pelo menos duas formas de registro contábil da operação. A primeira forma seria considerar que as duas unidades entregues constituem-se Despesa Comercial. A segunda forma seria considerar que as duas unidades que foram entregues compõem o custo da venda das dez unidades.

Assim, no primeiro caso, tem-se a seguinte situação:

Receita de Vendas	120,00	10 un. ao preço de R\$ 12,00 a unidade
Custo das vendas	(80,00)	10 un. ao custo de R\$ 8,00 a unidade
Lucro Bruto	40,00	
Despesa comercial	(16,00)	2 un. ao custo de R\$ 8,00 a unidade
Lucro líquido	24,00	

Por outro lado, caso a opção fosse no sentido de considerar que as unidades bonificadas fazem parte do custo das unidades vendidas, tem-se a seguinte situação:

Receita de Vendas	120,00	12 un. ao preço de R\$ 10,00 a unidade
Custo das vendas	(96,00)	12 un. ao custo de R\$ 8,00 a unidade
Lucro Bruto	24,00	
Despesa comercial	-0-	
Lucro líquido	24,00	

O resultado final é, logicamente, o mesmo. Entretanto, a informação contábil que cada uma das duas formas fornece ao usuário é diferente.

A segunda forma evidencia a margem bruta efetivamente obtida na transação, que foi de 20% do valor da venda. Na primeira forma, a margem bruta demonstrada foi de 33,33%. Ao entregar maior quantidade de produto ao comprador pelo mesmo preço de uma quantidade menor, o que a empresa fez foi reduzir sua margem bruta de venda.

Assim, ao tratar o sacrifício da entrega de uma quantidade maior pelo mesmo preço de venda como Despesa Comercial ela distorce a real operação praticada, qual seja, a da concessão de um desconto comercial. E os descontos comerciais, negociados na transação de venda, devem ser tratados como reduções da receita.

Segundo IOB (1995), “a receita líquida deve ser o valor negociado, de forma objetiva e combinada, com terceiros. E o custo das mercadorias vendidas deve representar o sacrifício efetuado pela empresa em troca dessa receita líquida”.

Para o adquirente não há muito o que se discutir, pois parece não existir outra alternativa, a não ser registrar a compra de 12 unidades pelo valor de R\$ 120,00. “Neste caso, parece mesmo que na prática ninguém questiona que ele não poderá registrar as duas unidades adicionais como ‘receita’, ‘ganho’ etc.” (IOB, 1995).

Pode-se concluir, então, que as mercadorias bonificadas são registradas na contabilidade da empresa adquirente em conta contábil de estoque, fazendo com que o custo de aquisição das mercadorias fique menor do que o custo unitário das mesmas mercadorias, indicadas na Nota Fiscal de compra.

Assim, conforme o exemplo citado, as 12 unidades de mercadorias recebidas, sendo 10 unidades ao preço total de R\$ 120,00 (portanto, custo unitário de R\$ 12,00) e duas unidades bonificadas, foram registradas na contabilidade e nos controles de estoque pelo valor total da operação (R\$ 120,00), correspondentes ao total de unidades recebidas (12). Desta forma, o custo unitário das mercadorias, conforme registrado na contabilidade da empresa adquirente, foi de R\$ 10,00.

O entendimento acerca do registro contábil das chamadas “dúzias de 13”, principalmente no caso das empresas que recebem as mercadorias bonificadas, será de grande utilidade na elucidação do problema do presente trabalho.

No próximo capítulo serão abordados os aspectos de natureza tributária relacionados com as operações das concessionárias de automóveis.

3 ASPECTOS TRIBUTÁRIOS

A fim de que se possa entender a pesquisa em estudo, faz-se necessário conhecer o funcionamento dos tributos incidentes sobre as operações praticadas no segmento automobilístico brasileiro.

A carga tributária neste setor está, fundamentalmente, concentrada na incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS), Contribuição ao Programa de Integração Social (PIS) e Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins).

Nos tópicos, a seguir, serão analisados os princípios fundamentais de cada um destes tributos.

3.1 Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI)

O Imposto sobre Produtos Industrializados é um tributo de competência da União que incide sobre produtos industrializados nacionais e estrangeiros. Conforme dispõe a Constituição Federal de 1988 (art. 153, § 3º), o IPI é imposto não-cumulativo, em que se compensa o que for devido em cada operação com o montante cobrado nas operações anteriores.

Suas alíquotas obedecem ao princípio da seletividade, variando em função da essencialidade do produto. Oliveira *et al.* (2004, p. 90) afirmam que o princípio da seletividade objetiva taxar o produto proporcionalmente à sua essencialidade, fazendo com que produtos supérfluos recebam elevada taxaço pelo IPI, enquanto produtos essenciais ou populares recebem taxaço mais baixa.

Segundo Oliveira *et al.* (2004, p. 91), “carros e barcos de alta potência, de luxo, sofisticados etc. são taxados por altas alíquotas, enquanto carros populares, veículos e barcos de transportes coletivos, etc. são taxados por alíquotas menores”. Na opinião dos autores, a taxaço do IPI também pode variar em função da política governamental de subsídios a determinados setores, permitindo que se possam reduzir as alíquotas para a produção de máquinas agrícolas, com a finalidade de

subsidiar a agricultura, ou isentar o setor de produção de bens de capital para fortalecer determinado setor industrial.

3.1.1 Fato gerador e base de cálculo

As saídas de produtos industrializados dos estabelecimentos industriais ou equiparados a industriais e o desembaraço aduaneiro de produtos importados constituem-se nos fatos geradores do IPI. São equiparados aos industriais pelo Regulamento do Imposto sobre Produtos Industrializados (RIPI), que foi aprovado pelo Decreto n.º 4.544 em 26 de dezembro de 2002, entre outros, os importadores que derem saída aos produtos importados.

Em conformidade com o RIPI (art. 4º), caracteriza-se como industrialização qualquer operação que modifique a natureza, o funcionamento, o acabamento, a apresentação, a finalidade ou o aperfeiçoamento do produto para consumo, tal como a que:

- exercida sobre matérias-primas ou produtos intermediários, importe na obtenção de espécie nova (transformação);
- importe modificar, aperfeiçoar ou, de qualquer forma, alterar o funcionamento, a utilização, o acabamento ou a aparência do produto (beneficiamento);
- consista na reunião de produtos, peças ou partes e de que resulte um novo produto ou unidade autônoma, ainda que sob a mesma classificação fiscal (montagem);
- importe em alterar a apresentação do produto, pela colocação da embalagem, ainda que em substituição da original, salvo quando a embalagem colocada se destine apenas ao transporte da mercadoria (acondicionamento ou reacondicionamento); e
- exercida sobre produto usado ou parte remanescente de produto deteriorado ou inutilizado, renove ou restaure o produto para utilização (renovação ou recondicionamento).

A base de cálculo do IPI é o valor total da operação de que decorrer a saída do estabelecimento industrial ou equiparado a industrial. O valor total da operação compreende o preço do produto, acrescido do valor do frete e das demais despesas acessórias, cobradas ou debitadas pelo contribuinte ao comprador ou destinatário.

O imposto é calculado mediante aplicação das alíquotas variáveis constantes da Tabela de Incidência do IPI – TIPI, aprovada pelo Decreto n.º 4.542, de 26 de dezembro de 2002, sobre o valor tributável dos produtos.

3.1.2 Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) sobre automóveis

Os automóveis de passageiros e outros veículos automotores, principalmente, concebidos para transporte de pessoas, exceto os destinados para transporte de dez pessoas ou mais (ônibus e similares), estão classificados na posição 8703 da TIPI (2002).

Os automóveis de cilindrada não superior a 1.000 cm³ estão classificados na posição 8703.21.00, e a alíquota do IPI atualmente é de 7%. Já os automóveis de cilindrada superior a 1.000 cm³, mas não superior a 2.000 cm³, sujeitam-se à alíquota de IPI de 13%; e os de cilindrada superior a 2.000 cm³ são atualmente tributados com a alíquota de IPI de 25%. Os automóveis com motor a álcool ou com motor que utilize alternativa ou simultaneamente gasolina e álcool (*flexible fuel engine*), com cilindrada superior a 1.000 cm³ mas não superior a 2.000 cm³, sujeitam-se atualmente à alíquota de IPI de 11%, assim como os automóveis com cilindrada superior a 2.000 cm³, e equipados com esses motores, sujeitam-se à alíquota de IPI de 18% (Decreto n.º 4.542/2002).

No próximo tópico, será tratado outro imposto relevante, o ICMS.

3.2 Imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação (ICMS) no segmento automobilístico

Os contribuintes do ICMS são todas as pessoas naturais ou jurídicas que, de modo habitual, pratiquem operações concernentes à circulação de mercadorias, ou que prestem os serviços sujeitos ao tributo.

O ICMS é um tributo de competência dos Estados e do Distrito Federal e, em conformidade com o disposto na Constituição Federal de 1988 (art. 155, § 2º), é não-cumulativo, compensando-se o que for devido em cada operação relativa à circulação de mercadorias ou prestação de serviços com o montante cobrado nas anteriores pelo mesmo ou por outro Estado ou pelo Distrito Federal. A legislação do ICMS no Estado de São Paulo está consolidada no Regulamento do ICMS (RICMS), aprovado pelo Decreto n.º 45.490, de 30 de novembro de 2002. As alíquotas do ICMS podem ser seletivas, variando em função da essencialidade do produto.

Oliveira *et al.* (2004, p. 79) afirmam que “o ICMS é um imposto que possui muitas particularidades no que diz respeito ao fato gerador que envolve a circulação de mercadorias”. Isto ocorre, pois o ICMS integra a base de cálculo do próprio imposto; assim, quando uma mercadoria é tributada, o ICMS já estará incluso no preço que será pago ao vendedor.

Da mesma forma, quando uma empresa comercial ou industrial compra qualquer mercadoria, o ICMS está incluso no preço pago ao fornecedor. Quando esta empresa revender a mercadoria, este tributo também estará incluso no preço de venda que será pago pelo comprador.

Oliveira *et al.* (2004, p. 79) concluem que todas as empresas que transacionam com mercadorias sujeitas à incidência do ICMS “terão um gasto com esse tributo, que corresponderá à diferença entre o ICMS pago a seus fornecedores, nas compras de mercadorias, e o ICMS cobrado de seus clientes, nas vendas de mercadorias”.

3.2.1 Fato gerador e base de cálculo do ICMS

O fato gerador do ICMS é a circulação de mercadorias ou a prestação dos serviços sujeitos ao tributo. Assim, a saída da mercadoria, a qualquer título, de estabelecimento do contribuinte, bem como a prestação do serviço tributável, são fatos geradores do ICMS.

A base de cálculo do ICMS é o valor da operação com mercadorias ou o valor dos serviços prestados, incluindo as despesas acessórias cobradas do comprador ou destinatário, tais como: seguro e frete. Da base de cálculo, permitem-se excluir os descontos concedidos incondicionalmente.

Na hipótese de a operação de venda envolver duas empresas contribuintes do ICMS, e o produto ser destinado à industrialização ou à comercialização, o IPI não integrará a base de cálculo do ICMS. Entretanto, na hipótese de a operação de venda ser efetuada com empresa que não realizará a industrialização ou comercialização, tal como nos casos em que o adquirente irá consumir ou utilizar o produto para integrar seu ativo imobilizado, o IPI será incluído na base de cálculo do ICMS.

Assim, quando as montadoras de veículos vendem seus produtos aos concessionários, o ICMS é calculado sem a inclusão do IPI na base de cálculo, uma vez que os veículos serão objeto de comercialização por parte das concessionárias.

3.2.2 Alíquotas do ICMS

As alíquotas do ICMS são definidas pelas legislações de cada Estado, sendo que as alíquotas de 17% ou 18% são as mais comuns. No Estado de São Paulo, a alíquota utilizada para a maioria das operações é a de 18%.

Quando um contribuinte localizado em território paulista efetua uma operação com um contribuinte localizado em território de outro Estado, a alíquota aplicável à operação sofre mudanças. Assim, quando o destinatário da mercadoria estiver localizado nos Estados pertencentes às regiões: Norte, Nordeste e Centro-Oeste, e também, no Estado do Espírito Santo, a alíquota aplicável passa a ser a de 7%. Se o destinatário estiver localizado nos Estados pertencentes às regiões: Sul e Sudeste, exceto o Estado do Espírito Santo, a alíquota aplicável é de 12%.

Como o ICMS é um tributo seletivo, as alíquotas nas operações internas, ou seja, aquelas em que o remetente e o destinatário das mercadorias encontram-se dentro do território paulista, podem variar em função da essencialidade do item comercializado.

No Estado de São Paulo, conforme o Regulamento do ICMS aprovado pelo Decreto n.º 45.490 (2000), além da alíquota de 18%, são encontradas as alíquotas de 25%, 4%, 7% e 12%. As alíquotas são aplicáveis a diversos itens, conforme os exemplos a seguir:

- **alíquota de 25%, para:**
 - serviço de comunicação;
 - bebidas alcoólicas;
 - fumo e seus sucedâneos; e
 - perfumes e cosméticos.
- **alíquota de 4%**
 - operações interestaduais de transporte aéreo de passageiro, carga e mala postal, em que o destinatário do serviço seja contribuinte do imposto.
- **alíquota de 7%**
 - arroz, farinha de mandioca, feijão, charque, pão francês ou de sal e sal de cozinha; e
 - lingüiça, mortadela, salsicha, sardinha enlatada e vinagre.
- **alíquota de 12%**
 - serviço de transporte;
 - óleo diesel e álcool etílico hidratado carburante; e
 - **veículos automotores, quando as operações estiverem sob o regime jurídico-tributário da sujeição passiva por substituição tributária**, que será tratada na seqüência.

3.2.3 Substituição tributária

A Constituição Federal de 1988 (art. 150, § 7º) dispôs sobre a possibilidade de a lei poder atribuir ao sujeito passivo de obrigação tributária a condição de responsável pelo pagamento de imposto ou contribuição, cujo fato gerador deva ocorrer posteriormente, assegurando a imediata e preferencial restituição da quantia paga, caso não se realize o fato gerador presumido. Esta possibilidade é conhecida como "substituição tributária".

A substituição tributária consiste em transferir a obrigação pelo recolhimento do tributo para terceiro, que passa a ser obrigado a calcular, cobrar e recolher o tributo que seria devido por outro contribuinte.

Na legislação do ICMS existe a figura do substituto tributário que, segundo Oliveira *et al.* (2004, p. 80), é para o Fisco uma forma prática de tributar “operações de pequeno valor e grande movimentação, proporcionando um controle mais efetivo na arrecadação do tributo”.

A substituição tributária pode ocorrer de duas formas: “para a frente”, quando ocorre a antecipação do recolhimento do imposto, ou “para trás”, quando ocorre a postergação do recolhimento do imposto. Na substituição tributária “para trás”, também conhecida como operação de diferimento do imposto, atribui-se ao comprador da mercadoria ou ao tomador do serviço tributado pelo ICMS a obrigação pelo recolhimento do imposto referente à operação anterior.

Como exemplo, podem ser citadas as empresas tomadoras de serviços de transporte rodoviário de bens, mercadorias ou valores, que são responsáveis pelo recolhimento do ICMS devido pelas empresas transportadoras. Assim, a transportadora executa o serviço e o contratante do serviço é quem será obrigado a efetuar o recolhimento do ICMS devido na operação.

Na substituição tributária “para a frente” ocorre uma antecipação no recolhimento do imposto que seria devido nas operações subseqüentes. Assim, atribui-se ao vendedor da mercadoria a responsabilidade pelo recolhimento antecipado do ICMS que seria devido nas operações subseqüentes de venda da mesma mercadoria.

Existe uma grande variedade de mercadorias sujeitas ao regime de substituição tributária “para a frente” no ICMS. Alguns exemplos: álcool carburante; combustíveis, bebidas isotônicas e energéticas; cimento; refrigerantes, cerveja, chope e água; tintas, vernizes e outros produtos da indústria química; pneus; lubrificantes; veículo automotor novo etc.

O Regulamento do ICMS do Estado de São Paulo, aprovado pelo Decreto n.º 45.490 (2000), em seu artigo 269, admite a possibilidade de o contribuinte substituído ressarcir-se do valor do imposto retido a maior por substituição tributária,

na hipótese de ter havido retenção sobre valor superior ao valor da operação realizada com consumidor final.

Assim, por exemplo, caso uma concessionária de automóvel efetue a venda de um veículo ao consumidor final por valor inferior ao preço sugerido pela montadora, valor este que serviu de base para cálculo e retenção do ICMS substituição tributária, a concessionária poderá ressarcir-se do ICMS pago a maior sobre a diferença entre o valor que serviu de base de cálculo e o valor que foi efetivamente praticado na operação com o consumidor final.

Atualmente, o Supremo Tribunal Federal (STF) analisa Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADIN) proposta pelo Governo do Estado de São Paulo, que pretende ver declarada a inconstitucionalidade da lei que autoriza o ressarcimento do ICMS pago a maior por substituição tributária. Até julho/2005, o STF ainda não havia concluído o julgamento e o Estado de São Paulo ainda admitia em seu Regulamento do ICMS a possibilidade de ressarcimento (Decreto n.º 45.490/2000).

Na seqüência, será tratados o PIS e a Cofins.

3.3 Contribuição ao Programa de Integração Social (PIS) e Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins)

A Cofins foi instituída pela Lei Complementar n.º 70 de 30 de setembro de 1991 e o PIS foi criado pela Lei Complementar n.º 7 de 7 de setembro de 1970. A Cofins e o PIS são tributos que incidem sobre o valor do faturamento, que corresponde à receita bruta da pessoa jurídica.

Faturamento, segundo Diniz (1998, p. 524), é a formação ou extração da fatura comercial relativa às mercadorias vendidas. A mesma autora define receita, em direito comercial (1998, p. 51), como a entrada ou recebimento de dinheiro que constitui o crédito da conta; ou o resultado de vendas à vista ou de prestação de serviços levada a efeito em certo período.

A Lei Complementar n.º 70/91 fez menção à receita bruta como sinônimo de faturamento:

“Art. 2º – A contribuição de que trata o artigo anterior será de 2% e incidirá sobre o faturamento mensal, assim considerado a receita bruta das vendas de mercadorias, de mercadorias e serviços e de serviços de qualquer natureza”. [grifo nosso]

A Lei n.º 9.718/98, por sua vez, estende o conceito de receita bruta para a totalidade das receitas auferidas pela pessoa jurídica:

Art. 3º – O faturamento a que se refere o artigo anterior corresponde à receita bruta da pessoa jurídica.

§ 1º **Entende-se por receita bruta a totalidade das receitas auferidas pela pessoa jurídica**, sendo irrelevantes o tipo de atividade por ela exercida e a classificação contábil adotada para as receitas. [grifo nosso]

Silva Martins (1999, p. 118) afirma que os legisladores entenderam que o vocábulo "faturamento" abrangeria o conceito de "receita" e "legislaram como se 'faturamento' e 'receita' fossem termos equivalentes". Segundo o referido autor, faturamento é operação de "natureza mercantil que implica a emissão de documento de cobrança, que, duplicado, tem permitido às empresas descontarem seus títulos no sistema financeiro para antecipação de receitas". (MARTINS, 1999, p. 123). O documento utilizado para desconto no sistema financeiro é denominado duplicata, por tratar-se de uma cópia da fatura mercantil, que permite à empresa cobrar o valor da venda efetuada a seus clientes.

Nesse conceito, o faturamento, segundo Martins (1999, p. 124), não se confunde com receita, pois é operação que antecede à obtenção da receita, sendo operação fundamentalmente comercial. A fatura, segundo o autor, é um documento mercantil que pode ser substituído por outras formas de documentos de cobrança, como a nota promissória, a letra de câmbio aceita etc. Já a receita, pode decorrer de inúmeras outras operações e atividades não necessariamente mercantis, sendo resultado de operação posterior, e pode não implicar sequer nenhum faturamento anterior.

3.3.1 Base de cálculo

De qualquer forma, a Lei n.º 9.718/98, bem como as Leis n.º 10.637/2002 e 10.833/2003, estabeleceram que, por receita bruta deve ser entendida "a totalidade das receitas auferidas pela pessoa jurídica, sendo irrelevantes o tipo de atividade por ela exercida e a classificação contábil adotada para as receitas".

Nesse sentido, a base de cálculo da contribuição é o faturamento mensal, assim considerada a receita bruta das vendas de produtos, mercadorias e de

serviços de qualquer natureza, sendo irrelevante a atividade e classificação contábil das receitas, e excluídos os valores relativos:

- ao Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI);
- ao ICMS, quando cobrado pelo vendedor dos bens na condição de substituto tributário;
- às vendas canceladas, às devoluções e aos descontos concedidos incondicionalmente, a qualquer título;
- as reversões de provisões operacionais e recuperação de créditos baixados como perda, que não representem entrada de novas receitas;
- ao resultado positivo obtido em decorrência de avaliação de investimentos em participações societárias pelo método da equivalência patrimonial;
- aos lucros e dividendos recebidos ou a receber em decorrência de investimentos em participações societárias avaliadas pelo custo de aquisição, contabilizados como receita;
- à receita decorrente da venda de itens do ativo permanente;
- à exportação de mercadorias para o exterior; e
- aos serviços prestados a pessoa física ou jurídica residente ou domiciliada no exterior, cujo pagamento represente ingresso de divisas.

No que diz respeito às alíquotas, sobre a base de cálculo das contribuições, atualmente são aplicadas as alíquotas de 1,65% (um inteiro e sessenta e cinco centésimos por cento) para o PIS, e 7,6% (sete inteiros e seis décimos por cento) para a Cofins.

3.3.2 Não-cumulatividade

As Leis n.º 10.637/2002 (PIS) e n.º 10.833/2003 (Cofins) instituíram a sistemática da não-cumulatividade na incidência das contribuições ao PIS e à Cofins. Esta sistemática implica permitir que a empresa aproprie créditos sobre as

aquisições de bens e serviços que, na fase anterior da cadeia de produção ou de comercialização, sujeitaram-se às mesmas contribuições, e cuja receita da venda ou da revenda integra a base de cálculo do PIS e da Cofins não-cumulativa.

Assim, do valor das contribuições a pagar apurado pela aplicação das alíquotas sobre a base de cálculo, a empresa pode descontar os créditos determinados mediante a aplicação das alíquotas de 1,65% para o PIS e de 7,6% para a Cofins.

3.3.2.1 Base de cálculo dos créditos

A base de cálculo dos créditos é encontrada pela soma dos seguintes valores:

- aquisições efetuadas no mês de bens para revenda; de bens e serviços, inclusive combustíveis e lubrificantes, utilizados como insumos na produção ou fabricação de bens ou produtos destinados à venda, ou na prestação de serviços;
- despesas e custos incorridos no mês com energia elétrica consumida nos estabelecimentos da empresa; com aluguéis de prédios, máquinas e equipamentos, pagos à pessoa jurídica; com armazenagem de mercadoria e frete na operação de venda, quando o ônus for suportado pelo vendedor; e
- bens recebidos em devolução, no mês, cuja receita de venda tenha integrado o faturamento do mês ou de mês anterior, e tenha sido tributada na sistemática da não-cumulatividade.

3.3.2.2 Conceito de insumo

A Instrução Normativa do Secretário da Receita Federal n.º 247, de 21 de novembro de 2002, alterada pela Instrução Normativa do Secretário da Receita Federal n.º 358, de 9 de setembro de 2003, definiu insumo como as matérias-primas, os produtos intermediários, o material de embalagem e quaisquer outros bens que sofram alterações, tais como: o desgaste, o dano ou a perda de

propriedades físicas ou químicas, em função da ação diretamente exercida sobre o produto em fabricação, desde que não estejam incluídas no ativo imobilizado.

Os serviços prestados por pessoa jurídica domiciliada no País, aplicados ou consumidos na produção ou fabricação do produto, também foram definidos como insumos pelas instruções citadas.

3.3.3 Regime monofásico – automóveis

Por força da Lei n.º 10.485, de 3 de julho de 2002, os fabricantes e os importadores de veículos passaram, a partir de 1º de novembro de 2002, a submeterem-se ao regime de incidência monofásica das contribuições ao Programa de Integração Social (PIS) e à Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins).

O regime monofásico de incidência consiste em exigir do fabricante ou importador as contribuições ao PIS e à Cofins incidentes nas demais fases da cadeia de produção, distribuição e comercialização, mediante a aplicação de alíquotas diferenciadas, mais elevadas do que as alíquotas aplicáveis aos produtos não classificados no regime monofásico. Apesar de as leis n.º 10.637/2002 (PIS) e n.º 10.833/2003 (Cofins) terem instituído a sistemática da não-cumulatividade na incidência das contribuições ao PIS e à Cofins, o setor automotivo permaneceu no regime de incidência monofásica.

Como supracitado, a sistemática da não-cumulatividade implica permitir que as empresas possam apropriar-se de um crédito fiscal, a ser descontado das contribuições ao PIS e à Cofins a recolher, calculado com base nas entradas de insumos e de mercadorias. Em função de diversos ajustes decorrentes da entrada em vigor da sistemática da não-cumulatividade, a partir de 1º de agosto de 2004, por meio da Lei n.º 10.865/2004, os fabricantes e importadores de veículos passaram a apropriar-se de créditos para abatimento das contribuições devidas no regime monofásico.

Assim, a partir de agosto de 2004, as vendas de veículos novos, efetuadas pelos fabricantes e importadores, passaram a ser tributadas à alíquota de 2% (dois por cento) para o PIS e de 9,6% (nove inteiros e seis décimos por cento) para a Cofins. Para as demais empresas, sujeitas à sistemática da não-cumulatividade, as

alíquotas vigentes continuam sendo de 1,65% (um inteiro e sessenta e cinco centésimos por cento) para o PIS e de 7,6% (sete inteiros e seis décimos por cento) para a Cofins.

Dessa forma, os fabricantes e importadores de veículos contribuem com alíquotas majoradas de PIS e Cofins (2% e 9,6%, respectivamente), quando comparados com as demais empresas (1,65% e 7,6%, respectivamente). Estas alíquotas majoradas atendem ao princípio do regime monofásico, uma vez que as concessionárias distribuidoras dos veículos não mais contribuem com o PIS e a Cofins sobre a venda de veículos automotores novos.

O regime monofásico, então, consistiu em transferir o ônus do recolhimento das contribuições ao PIS e à Cofins no setor automotivo, para as montadoras, isentando as concessionárias do recolhimento destas contribuições, quando da venda dos veículos novos. Na realidade, com a entrada em vigor, em novembro de 2002, do regime monofásico, ocorreu um deslocamento do custo do encargo tributário do PIS e da Cofins das concessionárias para as montadoras, quando da venda dos veículos novos.

Este deslocamento ocorreu porque as montadoras passaram a recolher as contribuições ao PIS e à Cofins com as alíquotas majoradas, enquanto, no mesmo momento, as concessionárias de automóveis passaram a não mais recolher estas mesmas contribuições sobre a venda dos veículos novos.

Na ocasião, as montadoras efetuaram um reajuste no preço dos veículos vendidos aos concessionários, a fim de repassar o aumento de custo decorrente das alíquotas majoradas. Em razão disto, apesar de as concessionárias de automóveis não mais efetuarem o recolhimento das contribuições ao PIS e à Cofins sobre as vendas dos veículos novos, sua margem de lucro ficou inalterada.

Tendo ressaltado os principais tributos incidentes nas operações realizadas pelas montadoras de veículos e suas concessionárias, no próximo capítulo serão tratados os resultados obtidos na investigação empírica realizada nas concessionárias de automóveis.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

A distribuição de veículos automotores de via terrestre é efetuada por meio de concessão comercial entre produtores e distribuidores, daí decorrendo o fato de as distribuidoras de veículos serem conhecidas como “concessionárias” (*dealers*). Conforme comentado no Capítulo 1, foi realizada uma pesquisa de campo em concessionárias de automóveis com o intuito de constatar a forma pela qual os bônus recebidos das montadoras, para repasse aos consumidores finais, estão sendo registrados na contabilidade destas concessionárias.

Antes de apresentar os resultados obtidos na pesquisa de campo, serão examinadas a forma como se operacionaliza o financiamento das compras (penhor mercantil) e a aquisição dos veículos entre a montadora e as concessionárias, que ocorre em um primeiro instante (t_0).

4.1 O financiamento das compras (penhor mercantil)

As concessionárias são distribuidoras de veículos, que os adquirem da montadora para revendê-los aos consumidores. Essas operações, que ocorrem entre a montadora e sua rede de distribuidores (concessionárias), efetivam-se por meio de uma operação de financiamento, garantida com penhor mercantil. Nestas operações, o faturamento dos veículos às concessionárias dá-se por meio de operações garantidas com penhor mercantil e financiadas, quase sempre, pelo braço financeiro das montadoras, tal como se pode observar na Figura 1:

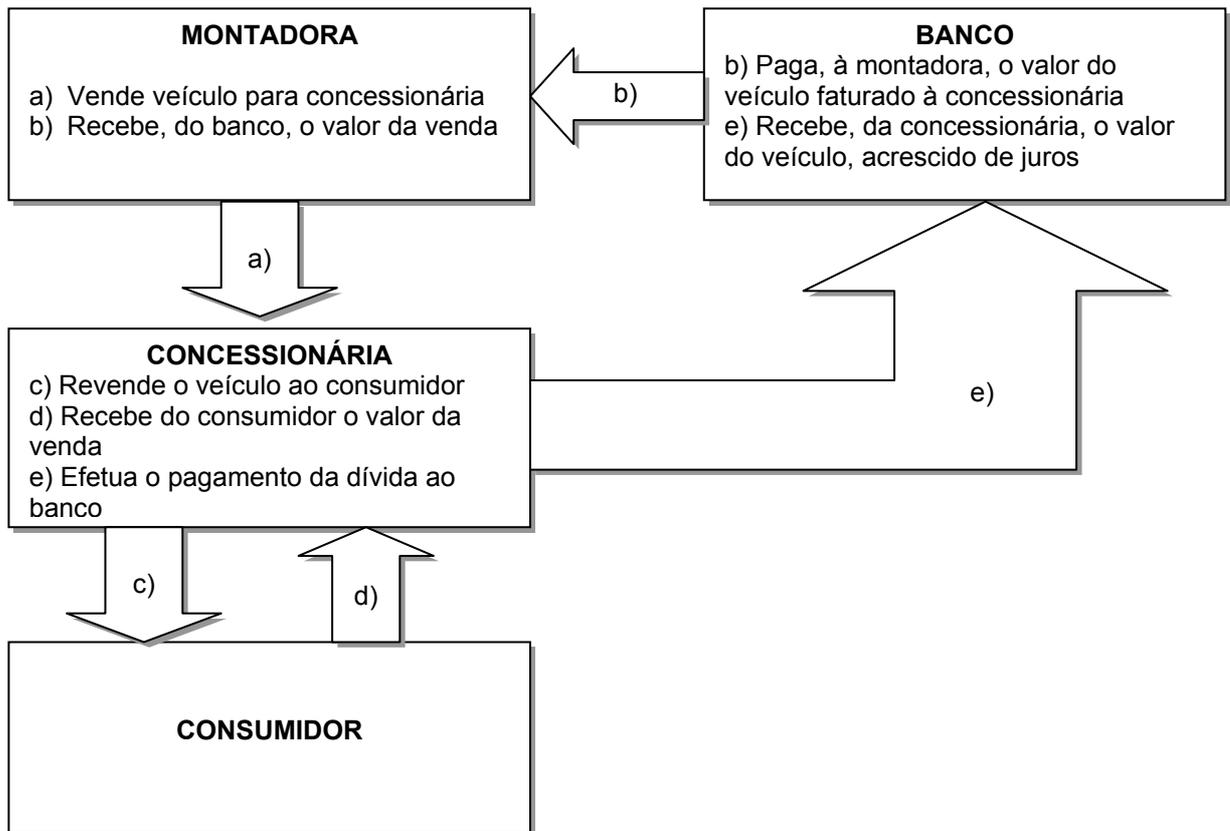


Figura 1. Fluxograma da operação de financiamento das compras da concessionária

Fonte: Elaborada pelo autor.

O penhor mercantil é o direito real que submete uma coisa móvel ao pagamento de uma dívida (NÁUFEL, 1989, p. 738). Ou seja, o penhor é a submissão de um bem mercantil móvel, em garantia de uma obrigação.

Normalmente, o penhor mercantil implica entrega da posse do bem pelo devedor ao credor. Muitas vezes, entretanto, o banco indica a empresa devedora, na pessoa do sócio desta, como depositária do bem, permanecendo a empresa, na prática, com a posse da mercadoria. Dessa forma, o veículo pode ser vendido pela concessionária que, então, efetuará o pagamento do valor financiado junto ao banco.

Algumas montadoras utilizam-se do procedimento de bloquear o cadastro do veículo no Registro Nacional de Veículos Automotores (Renavam), estabelecido no Código de Trânsito Brasileiro, instituído pela Lei n.º 9.503, de 23 de setembro de 1997. O bloqueio do Renavam impede que o veículo seja registrado em nome do

adquirente. Este recurso, então, é utilizado por algumas montadoras e bancos para garantir que a concessionária irá efetuar o pagamento do valor financiado pelo banco, uma vez que, não o fazendo, seu cliente não poderá registrar o veículo em seu nome.

Nos casos em que a montadora e o banco operem com penhor mercantil, faz-se necessário que a concessionária tenha um limite de crédito aprovado pelo banco para estas operações. Como, normalmente, as concessionárias têm uma quota de veículos a adquirir da montadora, esta estabelece um limite mínimo de crédito que as concessionárias devem manter com a instituição financeira que irá financiar a vendas dos veículos da montadora para a concessionária.

A obtenção do limite de crédito é efetuada com base na média do preço dos veículos vendidos pela montadora, na quantidade de veículos constante da quota mensal estabelecida e no giro médio do estoque de veículos da concessionária. Estes parâmetros objetivam fazer com que o limite de crédito concedido à concessionária seja compatível com a necessidade da montadora em faturar todos os veículos que estejam contemplados na quota daquele distribuidor.

Dessa forma, a montadora fatura e entrega veículos à concessionária, sempre que sejam atendidos os seguintes pressupostos:

- a montadora tenha veículos em estoque;
- a concessionária tenha veículos a receber em razão da quota estabelecida; e
- a concessionária tenha limite de crédito no banco que permite o faturamento dos veículos por parte da concessionária.

Assim, se a concessionária tem uma quota mensal de 150 veículos; se o valor médio de aquisição destes veículos é de R\$ 30.000,00; e se o giro médio de seu estoque é de 30 dias, o limite de crédito da concessionária no banco deverá ser de, pelo menos, R\$ 4.500.000,00.

Se a concessionária possui veículos em estoque em volume que importe comprometer integralmente o limite de crédito estabelecido, a montadora fica

impedida de faturar novos veículos para a concessionária, uma vez que o banco não irá aceitar a operação de penhor mercantil que ultrapassar o limite preestabelecido.

Assim, faz-se necessário que a concessionária efetue a venda de veículos de seu estoque, a fim de que, com isto, possa efetuar o pagamento parcial da dívida com o banco, e finalmente restabelecer, ainda que parcialmente, seu limite de crédito na instituição financeira, o que permitirá que a montadora fature novos veículos à concessionária.

A compreensão desta sistemática é importante para o desenvolvimento do presente estudo, pois esta é uma das questões que se relacionam com a adoção, por parte das montadoras, da política de bonificação na comercialização de veículos novos. A ocorrência da referida bonificação envolve três momentos, que serão tratados como t0, t1 e t2, respectivamente, conforme se pode observar na Figura 2:

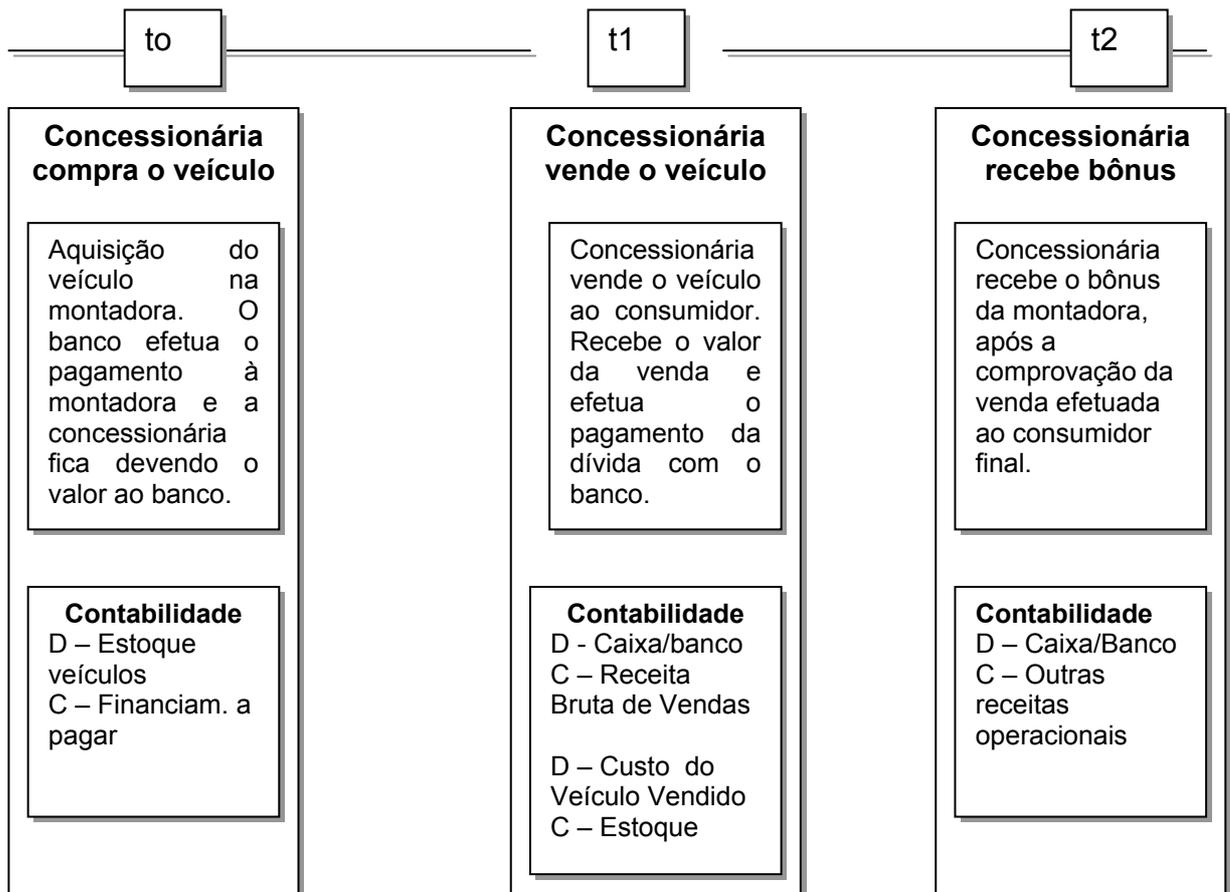


Figura 2. Linha do tempo das operações de compra/venda de veículos nas concessionárias
Fonte: Elaborada pelo autor.

No momento t_0 , ocorre a aquisição dos veículos novos pelas concessionárias. No momento t_1 , ocorre nas concessionárias a venda dos referidos veículos aos consumidores finais que, dependendo do preço praticado, dá origem ao fato gerador da bonificação, foco deste estudo. No momento t_2 ocorre o recebimento, por parte das concessionárias, dos bônus repassados aos consumidores finais, e reembolsados pelas montadoras.

Na seqüência, será tratado cada um desses momentos, ressaltando os impactos econômico-financeiros e patrimoniais.

4.2 A aquisição dos veículos (Momento t_0)

Conforme constatado, quando a montadora fatura veículos novos para a concessionária, o faz com base em uma operação de venda à vista, condição de pagamento esta consignada no corpo da nota fiscal emitida pela montadora. A montadora, então, recebe o recurso da instituição financeira, e a concessionária passa a dever a importância faturada para o banco.

O custo total da aquisição de veículos pela concessionária é formado pelo preço do veículo e dos acessórios, no qual o Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS) e o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) já estão embutidos, juntamente com as despesas de seguro e do ICMS cobrado por Substituição Tributária.

Cabe salientar que o ICMS e o IPI são tributos que incidem sobre o valor adicionado. Em outras palavras, o contribuinte destes impostos deve calcular o tributo devido nas suas operações de venda, descontando o imposto que foi cobrado na etapa anterior. Dessa forma, o imposto a ser pago pelo contribuinte, quando da revenda do bem, refere-se ao valor agregado por este ao produto ou mercadoria anteriormente adquirido.

Considerando que as concessionárias de automóveis são empresas comerciais, que não atuam no segmento de industrialização, e não são contribuintes do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), este tributo, para as concessionárias, configura-se como custo, devendo ser agregado ao valor da mercadoria que irá compor o montante do estoque da concessionária.

Por outro lado, sendo empresas que comercializam mercadorias, as concessionárias de automóveis são contribuintes do ICMS, o que as levaria a adotar a sistemática de calcular o tributo devido nas suas operações de venda, descontando o imposto que foi cobrado na etapa anterior. Entretanto, os veículos automotores estão sujeitos ao regime de substituição tributária do ICMS, já comentado no capítulo anterior.

O instituto da substituição tributária do ICMS é utilizado pelas administrações tributárias brasileiras com o intuito de facilitar a arrecadação e a fiscalização do tributo incidente sobre a circulação de mercadorias. Trata-se de um mecanismo que impõe a um terceiro a responsabilidade pelo recolhimento do imposto que, a princípio, seria devido por outro. A substituição tributária implica, então, exigir-se o tributo em determinada etapa do ciclo econômico em contemplação de fato gerador a ocorrer posteriormente.

Dessa forma, a atribuição da responsabilidade de retenção e recolhimento antecipado do imposto, que somente seria devido nas operações posteriores, leva a uma diminuição do universo de contribuintes a serem monitorados pelo Fisco. Trata-se, portanto, de um eficaz instrumento de arrecadação tributária.

O instituto da substituição tributária no segmento automobilístico faz com que as montadoras de automóveis sejam as responsáveis pelo recolhimento do imposto que seria devido por suas concessionárias. A mecânica do referido instituto determina que a montadora cobre, antecipadamente, o ICMS que seria devido pela concessionária quando da venda do veículo ao consumidor final. Assim, a concessionária passa a ser denominada contribuinte “substituído”, enquanto a montadora assume a condição de contribuinte “substituto”.

Na saída de veículos novos com destino às concessionárias localizadas em território paulista, a responsabilidade pela retenção e recolhimento do imposto incidente na saída subsequente é atribuída ao estabelecimento do fabricante ou importador, localizado em território paulista ou em outro Estado da Federação.

A base de cálculo relativa à operação própria efetuada pelo sujeito passivo por substituição, na qual ocorra a retenção do imposto, é o valor da operação. Por operação própria entende-se a operação normal de venda do veículo pela montadora, sem considerar a substituição tributária.

Entretanto, para fins de determinação da substituição tributária, a base de cálculo do imposto será o valor correspondente ao preço de venda a consumidor constante em tabela sugerida ao público pelo fabricante. Este preço sugerido leva em consideração que o preço ao consumidor final deverá ser apurado com base no custo da operação para a concessionária, acrescido de uma importância relativa à margem de lucro esperada.

Dessa forma, o IPI destacado na nota fiscal da montadora, que não compõe a base de cálculo do ICMS por ela devido, irá compor o preço sugerido pela montadora e, portanto, a base de cálculo do ICMS cobrado por substituição tributária da concessionária. Com a base de cálculo do ICMS substituição tributária apurada, a montadora aplica a alíquota de 12% incidente sobre as operações com veículos automotores, sujeitas ao regime de substituição tributária, com retenção na fonte do imposto relativo às operações subseqüentes.

O valor do imposto a ser recolhido, a título de sujeição passiva por substituição tributária, é a diferença entre o valor do imposto calculado mediante a aplicação da alíquota de 12% sobre a base de cálculo definida para a substituição tributária e o valor do imposto devido pela operação própria do remetente, conforme demonstrado a seguir:

ICMS Operação Própria	
Valor da operação própria ¹	R\$ 38.035,20
Valor do seguro	R\$ 20,72
Valor total da operação	R\$ 38.055,92
ICMS devido sobre operação própria	
(12% de R\$ 38.055,92)	R\$ 4.566,71

¹ Valor da operação de venda efetuada pela montadora à concessionária.

² Não foram recebidas autorizações para a divulgação dos referidos extratos.

ICMS Substituição Tributária

Preço público sugerido pela montadora	R\$ 47.968,00
---------------------------------------	---------------

ICMS devido por substituição tributária

(12% de R\$ 47.968,00)	R\$ 5.756,16
-------------------------------	---------------------

Retenção na fonte do ICMS Substituição Tributária

ICMS devido por substituição tributária	R\$ 5.756,16
-----------------------------------------	--------------

ICMS devido pela operação própria	R\$ 4.566,71
-----------------------------------	--------------

Valor a ser retido na operação	R\$ 1.189,45
---------------------------------------	---------------------

Nas operações sujeitas ao regime de substituição tributária, o fabricante (substituto) deve emitir nota fiscal que, além dos requisitos normalmente exigidos, deverá indicar a base de cálculo e o valor do imposto retido, cobrável da concessionária que irá receber o veículo. O imposto da operação própria não pode ser destacado na nota fiscal, sendo facultada a indicação do valor incidente sobre a própria operação no campo “Informações Complementares” do documento fiscal.

O contribuinte substituto (o fabricante ou o importador) deverá efetuar o recolhimento do ICMS retido na fonte, independentemente do resultado da apuração relativa às suas próprias operações. O contribuinte substituído (a concessionária) efetuará a venda do veículo ao consumidor final sem destaque do ICMS, informando em sua nota fiscal de venda que o ICMS foi retido anteriormente por substituição tributária.

O Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) incide sobre as saídas, de produtos industrializados, dos estabelecimentos industriais, sendo as montadoras os contribuintes deste tributo, no segmento automobilístico. As alíquotas do IPI são variáveis e seguem a classificação dos produtos na Tabela de Incidência do IPI – TIPI (2002). No exemplo citado, a alíquota do IPI é de 11%.

Tomando-se por base os mesmos dados expostos anteriormente, o custo do veículo para a concessionária é assim demonstrado:

Valor unitário (já incluso o ICMS):	R\$ 38.035,20
Valor do seguro:	R\$ 20,72
Valor do IPI (11%):	R\$ 4.186,15
Valor do ICMS substituição tributária:	R\$ 1.189,45
Valor total a ser pago pela concessionária	R\$ 43.431,52

Verifica-se, portanto, que o custo total para a concessionária é de R\$ 43.431,52, já incluso o ICMS substituição tributária, sendo que a montadora sugere que este veículo seja vendido ao consumidor final por R\$ 47.968,00, representando uma margem bruta esperada de R\$ 4.536,48, ou 9,46% sobre o preço de venda sugerido.

O registro contábil do custo do veículo nas concessionárias estudadas é efetuado com base no preço específico. Com a utilização de um sistema de gestão informatizado, as concessionárias controlam individualmente cada veículo, por meio do número do chassi. Estes controles permitem manter os estoques avaliados com base no preço específico.

A concessionária efetua o registro contábil do estoque pelo valor total da aquisição, que, com base nos dados anteriormente expostos, é de R\$ 43.431,52, uma vez que o IPI não é recuperável, e que o ICMS, sendo devido por substituição tributária, irá agregar custo do veículo no estoque, a fim de ser baixado quando da venda da mercadoria.

A contrapartida do lançamento dos R\$ 43.431,52 em conta de estoque de veículos novos é efetuada em conta de passivo circulante que registra o montante devido ao banco. Assim, efetuando uma linha do tempo, pode-se dizer que no momento 'T0' a concessionária adquire o veículo da montadora, registrando-o contabilmente no Estoque, em contrapartida de uma conta de passivo, que registra a obrigação de pagar o valor total da Nota Fiscal de compra do veículo ao banco financiador da operação, assim demonstrado:

Contabilização da aquisição do veículo da montadora

Débito: Estoque de veículos novos – Ativo Circulante 43.431,52

Crédito: Financiamento de Compras – Passivo Circulante 43.431,52

Caso a concessionária avaliasse os impactos econômicos e patrimoniais da referida operação por meio da elaboração de um Balanço Patrimonial, esta operação, se analisada isoladamente, seria demonstrada da seguinte forma:

BALANÇO PATRIMONIAL			
ATIVO		PASSIVO	
Ativo Circulante		Passivo Circulante	
Estoque Veículos	43.431,52	Financiam. a pagar	43.431,52
Total Ativo	43.431,52	Total Passivo	43.431,52

Antes de entrar na análise a respeito do registro contábil dos bônus recebidos das montadoras, será importante conhecer os resultados obtidos na pesquisa de campo que identificou como as concessionárias pesquisadas estão procedendo a este registro. Portanto, no próximo tópico, serão apresentados os resultados da pesquisa de campo, e posteriormente, será dada seqüência ao exemplo desenvolvido.

4.3 Análise dos resultados obtidos na pesquisa

Conforme descrito no Capítulo 1, foram obtidas respostas de 17 concessionárias localizadas no Estado de São Paulo, representantes de diversas marcas. Todas as concessionárias que responderam ao questionário preparado pelo pesquisador afirmaram conhecer a existência de uma política de concessão de bônus, sendo taxativas ao afirmar que a montadora que representam oferece

redução do preço final do veículo zero-quilômetro, mediante concessão de bônus ao consumidor.

Assim, uma primeira constatação é que General Motors, Fiat, Volkswagen, Ford, Ford Caminhões, Toyota, Audi, Volvo, Volvo Caminhões, Mitsubishi, Mercedes-Benz e Honda adotam a prática de oferecer bônus aos consumidores finais de veículos novos, por meio de sua rede de concessionárias.

Conforme o questionário aplicado (APÊNDICE A), nas questões 1 e 2 foi perguntado se a montadora que a concessionária representa oferecia redução do preço final do veículo zero-quilômetro, mediante concessão de bônus ao consumidor, bem como a forma como a montadora repassava os bônus à concessionária.

Segundo os dados obtidos, todas as montadoras representadas pelas concessionárias efetuam o pagamento dos bônus aos concessionários por meio de crédito em conta corrente mantida pelas partes, e utilizada para efetuar lançamentos diversos como pagamento de compra de veículos e peças, reembolso de gastos com garantia etc.

A questão 3 do questionário versava sobre o momento em que ocorria o pagamento do bônus ao concessionário, sendo que 100% das referidas concessionárias responderam que o pagamento ocorre **após a venda do veículo ao consumidor final (momento t2)**, situação que evidencia a intenção da montadora em fazer com que o benefício (bônus) seja, realmente, repassado ao consumidor final. Uma vez efetivada e comprovada a venda do veículo, a montadora efetua o reembolso do bônus.

A questão 4 objetivava verificar se a concessionária emitia algum documento fiscal para a montadora, a fim de receber o reembolso do bônus repassado ao consumidor. As concessionárias que representavam as marcas Toyota, Mercedes-Benz, Volvo e Volvo Caminhões, além de uma das concessionárias Volkswagen e uma das concessionárias Ford, afirmaram que emitem nota fiscal de prestação de serviços contra a respectiva montadora, conforme se verifica na Tabela 2:

Tabela 2. Concessionárias que emitem Nota Fiscal para receber o bônus

Marca representada pela concessionária	Concessionárias pesquisadas	Emitem Nota Fiscal
General Motors	2	-0-
Volkswagen	2	1
Ford	3	1
Fiat	2	-0-
Toyota	1	1
Mercedes-Benz	1	1
Mitsubishi	1	-0-
Ford Caminhões	1	-0-
Audi	1	-0-
Volvo Automóveis	1	1
Volvo Caminhões	1	1
Honda	1	-0-
Totais	17	6

Importante salientar que as concessionárias Toyota, Mercedes-Benz, Volkswagen e Ford que fizeram esta afirmação pertencem a um mesmo grupo econômico, assim como as duas concessionárias Volvo também pertencem a um mesmo grupo econômico.

Quando questionadas a respeito dos motivos (questão 5) que as levavam a emitir a nota fiscal de prestação de serviços, estas concessionárias afirmaram ser uma exigência da montadora. Entretanto, entre as concessionárias pesquisadas existiam outras duas concessionárias Ford e outra concessionária Volkswagen que afirmaram não emitir nenhum documento para receber o valor dos bônus.

Assim, o pesquisador entrou em contato, novamente, com todas as concessionárias Ford e Volkswagen pesquisadas, no intuito de confirmar o procedimento de emissão ou não da Nota Fiscal de Serviços. As informações anteriormente prestadas foram reiteradas por todos.

Quando os entrevistados das empresas que emitem Nota Fiscal de Serviço foram confrontados pelo pesquisador com a afirmação de que este tinha conhecimento de que outras concessionárias, da mesma marca, não emitiam Nota Fiscal para recebimento do bônus, surgiu uma nova versão para a questão. A versão era de que a Nota Fiscal era emitida após o crédito do valor do bônus em conta corrente, em razão do entendimento de que este procedimento era mais condizente com a realidade da operação.

No caso das concessionárias Volvo, acrescentou-se a informação de que assim procediam em razão de a montadora efetuar a retenção de Imposto de Renda

na Fonte, hipótese que evidenciaria, no entender da concessionária pesquisada, uma prestação de serviços da concessionária à montadora.

A questão da retenção do Imposto de Renda na Fonte advém da interpretação, por parte das montadoras que fazem a retenção, de que a operação pode ser entendida pelo Fisco Federal como sujeita ao disposto no artigo 651 do Regulamento do Imposto de Renda, aprovado pelo Decreto n.º 3.000/99, que determina a retenção de 1,5% sobre as importâncias pagas por pessoas jurídicas a outras pessoas jurídicas a título de comissões, corretagens ou qualquer outra remuneração pela representação comercial ou pela mediação na realização de negócios civis e comerciais.

Entretanto, a interpretação destas montadoras não condiz com a realidade da operação praticada, uma vez que a concessionária não realizou nenhum serviço à montadora. A primeira apenas repassou ao consumidor final a redução de preço que a montadora pretendeu a ele conceder. Ao ser reembolsada da redução de preço praticada na venda ao consumidor final, a concessionária não está auferindo renda pela prestação de serviços e, portanto, não poderia sofrer a retenção do Imposto de Renda na Fonte.

Ocorre que, como a legislação tributária impõe à fonte pagadora a responsabilidade pela retenção do imposto, sujeitando-a a diversas sanções, as montadoras que efetuam a retenção do Imposto de Renda na Fonte assim agem em busca de uma situação de conforto, em detrimento de suas concessionárias, a fim de evitar qualquer tipo de questionamento por parte das autoridades fiscais.

Na busca dessa situação confortável, entretanto, estas montadoras colocam suas concessionárias em situação de ter de arcar não apenas com a retenção do Imposto de Renda, mas também com a obrigatoriedade de recolher o Imposto sobre Serviços (ISS), uma vez que as conduz ao entendimento de que prestam serviços.

O pesquisador conseguiu obter comprovação documental, por meio dos extratos de crédito dos bônus apresentados pelas concessionárias que responderam à pesquisa², de que a General Motors, a Volkswagen e a Audi não efetuam a retenção do Imposto de Renda na Fonte; enquanto Ford e Volvo Automóveis (empresa pertencente ao Grupo Ford) fazem a retenção. Não foram obtidas

comprovações a respeito do procedimento adotado pelas demais montadoras, conforme demonstrado no Quadro 2:

Marca representada pela concessionária	Faz retenção de IR
Ford	Sim
Ford Caminhões	Sim
Volvo Automóveis	Sim
General Motors	Não
Volkswagen	Não
Audi	Não
Toyota	Não comprovado
Mercedes-Benz	Não comprovado
Mitsubishi	Não comprovado
Volvo Caminhões	Não comprovado
Fiat	Não comprovado
Honda	Não comprovado

Quadro 2. Montadoras que comprovadamente fazem retenção do IR

A questão da retenção na fonte estava prevista no questionário elaborado pelo pesquisador (questão 8) que, na questão seguinte, argüia a respeito dos tributos que a concessionária recolhia sobre os bônus recebidos.

As seis concessionárias que emitem a nota fiscal de prestação de serviços (Tabela 2) recolhem, por razões óbvias, o Imposto sobre Serviços (ISS). Estas concessionárias e as demais pesquisadas, com exceção de uma concessionária Ford e uma concessionária Ford Caminhões, pertencentes ao mesmo grupo econômico, ainda recolhem as contribuições ao PIS e à Cofins sobre os bônus recebidos, conforme demonstrado na Tabela 3 a seguir.

Tabela 3. Tributos recolhidos sobre os bônus recebidos pelas concessionárias

Marca representada pela concessionária	Concessionárias pesquisadas	Recolhem ISS	Recolhem PIS/Cofins
General Motors	2	-0-	2
Volkswagen	2	1	2
Ford	3	1	2
Fiat	2	-0-	2
Toyota	1	1	1
Mercedes-Benz	1	1	1
Mitsubishi	1	-0-	1
Ford Caminhões	1	-0-	-0-
Audi	1	-0-	1
Volvo Automóveis	1	1	1
Volvo Caminhões	1	1	1
Honda	1	-0-	1
Totais	17	6	15

A tributação das contribuições ao PIS e à Cofins sobre os bônus pagos pelas montadoras, no caso das concessionárias que emitem nota fiscal de prestação de serviços, é consequência do entendimento de que prestam serviços. Neste caso, a emissão da nota fiscal e o seu registro contábil como receita bruta operacional obriga ao recolhimento destas contribuições, conforme verificado no Capítulo 3, que tratou dos aspectos tributários.

Para as concessionárias que não emitem nota fiscal de serviços, a inclusão dos bônus na base de cálculo das contribuições ao PIS e à Cofins decorre do entendimento de que estes são caracterizados como outras receitas operacionais, sendo, inclusive, registrados na Contabilidade sob esta rubrica.

Apenas a concessionária Ford e a Ford Caminhões que pertencem ao mesmo grupo econômico não recolhem as contribuições ao PIS e à Cofins, apesar de registrarem os bônus como outras receitas operacionais. Segundo os responsáveis pela Contabilidade destas concessionárias, apesar de o registro contábil ser efetuado em conta contábil componente do subgrupo “outras receitas operacionais”, a Administração das empresas entende que os bônus recebidos não devem ser considerados como receita para fins de tributação das contribuições ao PIS e à Cofins.

De qualquer forma, a pesquisa evidenciou que 100% das concessionárias que responderam ao questionário enviado pelo pesquisador registram os bônus recebidos como receita. As concessionárias que emitem nota fiscal de serviços registram os bônus como Receita Bruta Operacional, e as que não emitem nota fiscal os registram como Outras Receitas Operacionais.

A questão de número 7 solicitava às concessionárias que justificassem o registro contábil dado aos bônus. As justificativas das concessionárias que não emitem nota fiscal para registrar os bônus como Outras Receitas Operacionais fundamentam-se no entendimento de que, sendo um valor recebido das montadoras, não existiria outra alternativa a não ser o reconhecimento de que se trata do ingresso de uma receita.

Neste ponto, o questionário aplicado solicitava uma opinião do entrevistado acerca da alternativa de registrar-se os bônus como redutores do custo de veículo ou do valor do estoque (questão 14). Em resumo, as opiniões foram no sentido de

que o assunto deveria ser mais bem avaliado e analisado, sendo que quase todos citaram como dificuldade para a adoção desta alternativa o eventual entendimento do Fisco sobre o assunto.

Nesse sentido, é importante considerar que a posição do contador diante do assunto não deveria estar submetida apenas ao entendimento do Fisco sobre o tema. A Contabilidade é quem deve oferecer os elementos fundamentais para a determinação do que deve ser reconhecido e registrado como receita, independentemente do posicionamento das autoridades fiscais. A legislação tributária, no que diz respeito às contribuições ao PIS e à Cofins, determina sua incidência sobre as receitas da pessoa jurídica sem, entretanto, definir o que deve ou não ser considerado como receita.

Na seqüência da aplicação do questionário, o pesquisador argüiu (perguntas 10, 11, 12 e 13) sobre a questão envolvendo a recuperação do ICMS pago a maior por substituição tributária, conforme tratado no Capítulo 3, quando se tratou dos aspectos tributários.

As questões formuladas diziam respeito aos seguintes aspectos:

- se a concessionária recuperava o ICMS pago a maior por substituição tributária;
- se sobre o montante da recuperação a concessionária recolhia algum tributo (PIS, Cofins e outros);
- qual a forma do registro contábil destas recuperações de ICMS; e
- as justificativas que conduziram ao entendimento de que o registro contábil adotado era o mais adequado.

Considerando que todas as concessionárias pesquisadas encontram-se localizadas no território do Estado de São Paulo, e que o Regulamento do ICMS/SP admite a possibilidade de ressarcimento do ICMS cobrado a maior por substituição tributária, as 17 concessionárias pesquisadas foram unânimes em afirmar que recuperavam o valor diretamente na escrituração fiscal do ICMS, conforme admitido pela legislação paulista. Da mesma forma, também foram unânimes em afirmar que sobre o valor recuperado não eram efetuados recolhimentos de outros tributos,

apesar de o registro contábil destas recuperações ser efetuado como Outras Receitas Operacionais.

O registro contábil da recuperação do ICMS pago a maior por substituição tributária em conta classificada no subgrupo de Outras Receitas Operacionais foi justificado pelos contadores das concessionárias, em linhas gerais, com base no argumento de que, como o ICMS cobrado por substituição tributária era lançado diretamente em conta de estoque, compondo o custo do veículo, a recuperação de parte daquele valor somente poderia ser lançada como Outras Receitas Operacionais.

O raciocínio desenvolvido pelos contadores é de que o custo do veículo incluía o ICMS pago por substituição tributária e a recuperação de parte daquele ICMS era uma nova receita, apurada pela entidade, apenas quando da venda do veículo por valor inferior ao sugerido pela montadora.

A não-inclusão dos valores recuperados a título de ICMS pago a maior por substituição tributária, na base de cálculo das contribuições ao PIS e à Cofins, está amparada em entendimento manifestado pelo Fisco, por meio do Ato Declaratório Interpretativo da Secretaria da Receita Federal n.º 25/2003.

Finalmente, as questões 15 e 16 do questionário objetivavam obter informações que permitissem ao pesquisador avaliar a magnitude e relevância dos bônus para as concessionárias pesquisadas. Estas foram informações mais difíceis de serem obtidas pelo pesquisador, que encontrou resistências dos entrevistados em fornecer os montantes do faturamento das empresas e dos montantes de bônus concedidos pelas montadoras.

De qualquer forma, apenas três concessionárias forneceram as informações solicitadas, sendo duas concessionárias Ford e uma concessionária Volkswagen. Com estas informações foi possível verificar que a receita de venda de veículos novos representa cerca de 65% do faturamento bruto total das concessionárias, e que os bônus recebidos em 2004 representaram em torno de 3% da receita bruta de vendas dos veículos novos, conforme se verifica na Tabela 4:

Tabela 4. Faturamento bruto e bônus obtidos em 2004 (valores em R\$ mil)

	Concessionária A FORD	Concessionária B FORD	Concessionária C VW	Total
Faturamento total 2004	34.260	53.747	96.740	184.747
Fat. veículos novos 2004	22.580	35.088	62.985	120.653
% Fat. veíc. novos sobre faturamento total	65,91%	65,28%	65,11%	65,31%
Bônus recebido em 2004	636	1.015	1.827	3.478
% Bônus s/ fat. veículos	2,82%	2,89%	2,90%	2,88%

Se a concessionária conseguisse efetuar todas as vendas de veículos novos com base no preço sugerido pela montadora, sua margem bruta de venda seria, em média, de cerca de 9%. Assim, quando se verifica que os bônus podem representar quase 3% do faturamento da concessionária com a venda de veículos novos, percebe-se a extrema relevância do tema para as concessionárias de automóveis.

Tendo identificado, por meio dos dados obtidos na pesquisa de campo, os procedimentos adotados pelas concessionárias para o reconhecimento contábil do bônus e os impactos tributários decorrentes, continuar-se-á a desenvolver, na seqüência, o exemplo supracitado no tópico 4.2.

4.4 O registro contábil do bônus (momentos t1 e t2)

Retomando os dados supracitados no tópico 4.2, em relação ao momento inicial (t0) das operações, a concessionária que adquiriu um veículo da montadora por R\$ 43.431,52 deveria vendê-lo ao consumidor final pelo preço sugerido pela indústria, ou seja, R\$ 47.968,00. Caso assim procedesse, a concessionária teria apurado uma margem bruta de R\$ 4.536,48.

Ocorre que, caso a concessionária tenha realizado a venda do referido veículo por R\$ 43.000,00, valor não apenas inferior ao preço sugerido pela montadora, mas inferior ao próprio custo do veículo, resultando, a princípio, um prejuízo bruto de R\$ 431,52. Entretanto, a montadora havia concedido uma bonificação para este veículo da ordem de R\$ 1.453,00. A bonificação ofertada pela montadora foi transferida, via redução do preço, ao consumidor final, e a montadora irá restituir a importância à concessionária.

Em resumo, a concessionária procedeu da seguinte forma:

- a) realizou a venda do veículo ao consumidor final por preço inferior ao sugerido pela montadora; e
- b) recebeu da montadora o valor referente ao bônus estabelecido para aquele veículo.

Na pesquisa realizada, constatou-se que a maioria das concessionárias, com exceção daquelas que emitem a Nota Fiscal de Serviços, tendo efetuado a operação, efetua os seguintes registros em sua Contabilidade:

Quando da venda do veículo ao consumidor final (momento t1):

Pelo registro da venda do veículo

Débito: Caixa/Bancos – Ativo Circulante 43.000,00

Crédito: Receita de Vendas – Resultado do exercício 43.000,00

Pelo registro do custo na venda do veículo

Débito: Custo das Mercadorias Vendidas – Resultado 43.431,52

Crédito: Estoque de veículos novos – Ativo Circulante 43.431,52

O custo do veículo vendido é apurado com base no método do preço específico, que permite baixar do estoque o valor efetivo da aquisição da mercadoria vendida, no caso o valor de R\$ 43.431,52. Assim, efetuando uma linha do tempo, pode-se dizer que a venda do veículo ocorre no momento 't1', quando a concessionária registra contabilmente a receita de venda, em contrapartida da conta contábil que registra a entrada de recursos em caixa/bancos, além de efetuar a baixa do veículo do estoque, em contrapartida da conta que registra o custo do veículo vendido.

Quando a concessionária recebe o bônus ofertado pela montadora, no momento 't2' ocorre o seguinte registro contábil:

Quando do recebimento do bônus da montadora (momento t2)

Débito: Caixa/Bancos – Ativo Circulante 1.453,00

Crédito: Outras receitas operacionais – Resultado 1.453,00

Caso a concessionária avaliasse os impactos econômicos e patrimoniais das referidas operações por meio da elaboração de um Balanço Patrimonial e de uma Demonstração de Resultado do Exercício, estas operações seriam demonstradas da seguinte forma:

a) quando da venda do veículo ao consumidor final (momento t1):

BALANÇO PATRIMONIAL			
ATIVO		PASSIVO	
Ativo Circulante		Passivo Circulante	
Caixa e bancos	43.000,00	Financiam. a pagar	43.431,52
		Patrimônio Líquido	
		Resultado Exercício	(431,52)
Total Ativo	43.000,00	Total Passivo	43.000,00

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO	
Receita Bruta da Venda de Mercadorias	43.000,00
Custo das Mercadorias Vendidas	(43.431,52)
Lucro Bruto	(431,52)

b) quando do recebimento do bônus da montadora (momento t2):

BALANÇO PATRIMONIAL			
ATIVO		PASSIVO	
Ativo Circulante		Passivo Circulante	
Caixa e bancos	44.453,00	Financiam. a pagar	43.431,52
		Patrimônio Líquido	
		Resultado Exercício	1.021,48
Total Ativo	44.453,00	Total Passivo	44.453,00

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO	
Receita Bruta da Venda de Mercadorias	43.000,00
Custo das Mercadorias Vendidas	(43.431,52)
Lucro Bruto	(431,52)
Outras Receitas Operacionais (bônus)	1.453,00
Resultado do período	1.021,48

Verifica-se que, da forma como a concessionária registrou a operação, seu lucro bruto (receita de venda menos custo da mercadoria vendida) é negativo, ou seja, apurou-se um prejuízo de R\$ 431,52. Isto ocorreu porque a concessionária efetuou a venda do veículo por valor inferior ao custo de aquisição. Entretanto, este fato ocorreu, fundamentalmente, porque a montadora concedeu uma bonificação no valor do veículo, a fim de que este pudesse ser vendido por valor inferior ao originariamente previsto.

Ao registrar o valor do bônus recebido da montadora, e repassado ao consumidor final, como “Outras Receitas Operacionais”, a concessionária acabou reconhecendo que o resultado final de toda a operação foi um lucro de R\$ 1.021,48. Entretanto, apesar de a informação contábil, do ponto de vista do acréscimo patrimonial, estar demonstrada, a qualidade da informação ficou prejudicada, uma vez que a informação de que a operação de venda gerou uma margem bruta negativa não é correta.

Da mesma forma, a informação de que a concessionária teve uma receita operacional marginal, não relacionada, intrinsecamente, aos seus objetivos sociais, não é correta. Em “Outras Receitas Operacionais” deveriam ser registradas apenas as receitas decorrentes de atividades acessórias ao objeto social da empresa, tal como se tratou no tópico 2.3, o que não é o caso.

Além de os registros contábeis estarem inadequados, se confrontados com a teoria contábil, tratada no Capítulo 2, a concessionária ainda está sendo prejudicada pelos impactos de ordem tributária, conforme analisado a seguir.

4.5 Bônus como receita e os impactos tributários

O entendimento de que os bônus recebidos da montadora e repassados ao consumidor final são configurados como “outras receitas” obrigou os contadores das concessionárias a incluírem referida “receita” na base de cálculo das contribuições ao PIS e à Cofins.

O entendimento de que o valor recebido da montadora, a título de reembolso do bônus repassado ao consumidor, configura-se uma receita decorre do entendimento de que a entidade tem um acréscimo patrimonial que precisa ser registrado. Este acréscimo patrimonial, na visão dos contadores das entidades, não poderia ser reconhecido de outra forma, que não no grupo de outras receitas operacionais, já que se trata de uma receita decorrente de uma operação tipicamente relacionada com a atividade da empresa.

Na visão dos contadores, existiriam dois momentos distintos. Em um primeiro momento ocorreria a venda da mercadoria por valor inferior ao do custo de aquisição. Nesse momento, a Contabilidade registraria o prejuízo. Depois, em um segundo momento, ocorreria o pagamento do bônus pela montadora, provocando, então, o registro da receita “extraordinária”.

Esta interpretação levou os contadores das concessionárias a assumirem que existiam receitas e, em respeito ao que determinam as Leis n.º 10.637/2002 e 10.833/2003, submeteram os valores recebidos a título de bônus à incidência das contribuições ao PIS e à Cofins. Dessa forma, considerando que as alíquotas de referidas contribuições somam 9,25% (1,65% de PIS e 7,6% de Cofins), as concessionárias não foram integralmente ressarcidas dos bônus repassados aos consumidores.

Como as concessionárias transferiram os bônus aos consumidores, não obtiveram acréscimo patrimonial que justificasse sua tributação. Este fato apenas ocorreu devido ao entendimento de que o valor recebido configura-se uma receita. A questão torna-se um pouco mais relevante quando se verifica que, por conta do regime de incidência monofásica das contribuições ao PIS e à Cofins, a venda do veículo já havia sido tributada por alíquota majorada na montadora.

A montadora recolhe as contribuições ao PIS e à Cofins por alíquotas majoradas, e a concessionária não recolhe estas contribuições sobre suas receitas

de venda dos veículos. Se a concessionária reconhece que o bônus é uma nova receita, ocorre uma nova tributação. Entretanto, a operação não gera nova receita para a concessionária, uma vez que o bônus recebido foi o mesmo bônus repassado ao consumidor final.

Para que se possa avaliar o impacto da tributação das contribuições ao PIS e à Cofins sobre os bônus, verificou-se que uma das concessionárias objeto de pesquisa recebeu, em 2004, mais de R\$ 2,1 milhões a título de bônus. A tributação do PIS e da Cofins (1,65% e 7,60%, respectivamente) sobre este montante representou um ônus de R\$ 194 mil, sendo que esta entidade apurou, em 2004, um prejuízo líquido de R\$ 192 mil.

Evidencia-se que o registro contábil dos bônus em rubrica de “Outras Receitas Operacionais”, além de provocar distorções nas informações contábeis, ainda está elevando indevidamente os custos tributários das concessionárias, conforme demonstrado.

Entretanto, caso a concessionária, em respeito aos preceitos anteriormente abordados, efetuasse o registro contábil dos bônus no exato momento da venda do veículo, reconhecendo o direito de crédito a receber da montadora, em contrapartida da conta contábil do estoque, reduzindo o custo do veículo, não haveria o reconhecimento indevido da receita e, portanto, não haveria a incidência indevida das contribuições ao PIS e à Cofins sobre o montante dos bônus.

O registro do direito de crédito do bônus deve ser efetuado no momento da venda do veículo (momento t1) pois é neste exato momento que a concessionária adquire o direito ao bônus. Ou seja, quando a concessionária efetua a venda do veículo com a redução ofertada pela montadora, ela está adquirindo o direito de receber o valor do bônus da mesma montadora.

Antes de efetuada a venda, a concessionária não tem direito ao bônus. O reconhecimento do direito em conta de ativo, nestas circunstâncias, então, estaria contrariando o princípio da prudência. Dessa forma, o registro do direito de crédito não poderia ser efetuado entre os momentos t0 e t1.

Assim, a concessionária deve reconhecer o direito a receber o bônus mediante registro contábil em conta de ativo no momento da venda do veículo (t1). A contrapartida do lançamento deve ser efetuada a crédito da conta contábil que

registra o estoque de veículos novos, a fim de evidenciar que o custo do veículo foi reduzido pela montadora, mediante o oferecimento do bônus repassado ao consumidor.

Dessa forma, o registro contábil seria assim efetuado:

a) quando da venda do veículo ao consumidor final (momento t1)

Pelo registro da venda do veículo

Débito: Caixa/Bancos – Ativo Circulante 43.000,00

Crédito: Receita de Vendas – Resultado do exercício 43.000,00

Pelo registro do bônus repassado ao consumidor

Débito: Contas a receber montadora – Ativo Circulante 1.453,00

Crédito: Estoque de veículos novos – Ativo Circulante 1.453,00

Pelo registro do custo na venda do veículo

Débito: Custo das Mercadorias Vendidas – Resultado 41.978,52

Crédito: Estoque de veículos novos – Ativo Circulante 41.978,52

b) quando do recebimento do bônus da montadora (momento t2)

Pelo registro do recebimento do bônus

Débito: Caixa/Bancos – Ativo Circulante 1.453,00

Crédito: Contas a receber montadora – Ativo Circulante 1.453,00

Caso a concessionária avaliasse os impactos econômicos e patrimoniais das referidas operações, assim evidenciadas por meio de um Balanço Patrimonial e de uma Demonstração de Resultado do Exercício, estas operações seriam demonstradas da seguinte forma:

a) quando da venda do veículo ao consumidor final (momento t1):

BALANÇO PATRIMONIAL			
ATIVO		PASSIVO	
Ativo Circulante		Passivo Circulante	
Caixa e bancos	43.000,00	Financiam. a pagar	43.431,52
Ctas. a receber	1.453,00		
		Patrimônio Líquido	
		Resultado Exercício	1.021,48
Total Ativo	44.453,00	Total Passivo	44.453,00

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO	
Receita Bruta da Venda de Mercadorias	43.000,00
Custo das Mercadorias Vendidas	(41.978,52)
Lucro Bruto	1.021,48

b) quando do recebimento do bônus da montadora (momento t2):

BALANÇO PATRIMONIAL			
ATIVO		PASSIVO	
Ativo Circulante		Passivo Circulante	
Caixa e bancos	44.453,00	Financiam. a pagar	43.431,52
		Patrimônio Líquido	
		Resultado Exercício	1.021,48
Total Ativo	44.453,00	Total Passivo	44.453,00

A concessionária deveria, quando da efetivação da venda do veículo bonificado ao consumidor final, reconhecer um Ativo, decorrente do direito de crédito a receber da montadora, em contrapartida de um lançamento a crédito na conta contábil de Estoque, que registra o custo específico do veículo.

Dessa forma, a concessionária estará ajustando o custo do veículo vendido, evitando distorções na demonstração da margem bruta de venda, e evitando o reconhecimento indevido de “outras receitas operacionais”, que pune a entidade, obrigando-a a recolher as contribuições ao PIS e à Cofins sobre o valor do bônus repassado ao consumidor final.

A contabilização do bônus no momento da venda do veículo (momento t1) atende ao princípio contábil da oportunidade, tratado no Capítulo 2 deste trabalho, uma vez que este princípio determina que as variações patrimoniais sejam registradas de forma fidedigna e tempestiva. Quando a concessionária opta por registrar o bônus apenas no recebimento (momento t2), ocorre uma distorção no patrimônio da entidade, conforme demonstrado no tópico 4.5.

Da mesma forma, o princípio da competência será observado quando o registro do bônus é efetuado no momento da venda do veículo.

A contrapartida do registro contábil do bônus em conta de ativo, representativa do direito de crédito a receber da montadora, não deve ser efetuada em conta de outras receitas operacionais, como vem sendo feito pelas concessionárias.

A justificativa do registro em conta de outras receitas operacionais está amparada em dois argumentos básicos. O primeiro, diz respeito ao fato de que a Contabilidade consagrou os valores de entrada como base para registro dos ativos. Assim, o valor de aquisição do veículo não deve ser alterado, sob pena de, no entender dos contadores das concessionárias, abandonar o valor de entrada do ativo e contrariar os preceitos contábeis estabelecidos.

Na realidade, a Contabilidade, ao adotar os valores de entrada como base para registro dos ativos, não estabeleceu que este valor não poderia sofrer alterações. Pelo contrário, a Contabilidade tratou de estabelecer critérios para que os valores de entrada fossem utilizados como registro inicial, sendo que as variações posteriores podem, e devem, ser reconhecidas.

Neste sentido o princípio da atualização monetária, ao reconhecer a perda do poder aquisitivo da moeda, determina que se abandone o registro do valor de entrada para que se possa utilizar o valor que reflita o valor efetivo do bem. No

mesmo sentido, a provisão para ajuste a valor de mercado e a provisão para perdas em estoque são obrigatórias para refletir justamente a variação no valor de entrada.

Dessa forma, claro está que a adoção do valor de entrada como base para registro inicial dos ativos não é justificativa que impeça o registro contábil do bônus em contrapartida de conta que registra o estoque de veículos, reduzindo seu valor.

O segundo argumento, utilizado pelos contadores para registro do bônus em conta de receita, é que a operação representa uma entrada de recursos financeiros na entidade e, como tal, deve ser registrada. Este raciocínio leva em consideração que toda entrada de recursos deve ser registrada como receita, o que não é correto.

No Capítulo 2 foi tratada a natureza da receita, em que se evidenciou a dificuldade em se definir com objetividade o que se deve registrar sob esta rubrica. Entretanto, demonstrou-se que a simples entrada de recursos financeiros na entidade não é motivo suficiente para se reconhecer uma receita.

Analisada sob o aspecto da essência da operação, verifica-se que a montadora concede um desconto à concessionária, a fim de que esta possa realizar a venda do veículo por valor também inferior. Na realidade a concessionária obtém da montadora um desconto, que permite que o custo do veículo seja reduzido, a fim de que o preço final ao consumidor também seja reduzido.

Analisada sob este prisma, o desconto oferecido pela montadora é um desconto comercial e, como tal, deve ser deduzido do valor do custo do veículo. A essência da operação consiste em reduzir o custo do veículo para a concessionária.

A operação praticada entre montadora e concessionária se assemelha às operações de bonificação em mercadorias, conhecidas como “dúzias de 13”, praticadas com certa habitualidade entre indústria e comércio. Nestas operações, as mercadorias recebidas em bonificação são lançadas em conta contábil de estoque, sem custo e sem o reconhecimento de receita. O ganho ou o lucro da operação será gerado a partir da venda da mercadoria recebida em bonificação.

O bônus recebido da montadora e registrado em conta de receita, além de distorcer a informação contábil, pelas razões já expostas, ainda provoca uma distorção significativa de ordem tributária, pois faz com que haja tributação de PIS e Cofins sobre o montante do bônus.

Tributação injusta e indevida, uma vez que, como visto no Capítulo 3, a receita de venda de automóveis na concessionária é tributada pela alíquota zero para as contribuições ao PIS e à Cofins, em função de as montadoras de automóveis efetuarem o recolhimento destas contribuições por alíquotas maiores do que as demais empresas. Ao “criar” nova receita, como se o bônus não tivesse nenhuma relação com a venda do veículo, os contadores punem a concessionária que, com o pagamento das contribuições ao PIS e à Cofins sobre estas “receitas”, já não conseguem ser integralmente ressarcidas dos bônus repassados aos consumidores.

A legislação tributária, como analisado no Capítulo 3, não define o que é receita. Apenas determina que, no caso das contribuições ao PIS e à Cofins, seja tributada a totalidade das receitas auferidas pela empresa. Nesse sentido, a legislação tributária recorre à legislação societária, em especial da Lei n.º 6.404/76, para esclarecer o conceito de receita. Como analisado no Capítulo 2, a legislação societária pouco contribuiu para a correta definição do termo receita, tendo se dedicado muito mais a definir o momento do seu reconhecimento.

Se os fundamentos da teoria contábil, bem como a aplicação das normas, princípios e regras de ordem legal, não determinam o registro dos bônus como receita, não há fundamento para que o Fisco venha interpretar como receita aquilo que não o é. Aliás, os fundamentos contábeis estudados determinam que os bônus não sejam reconhecidos como outras receitas operacionais e, portanto, não se submetam à tributação das contribuições ao PIS e à Cofins.

No próximo capítulo, serão tratadas as considerações finais deste trabalho.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo objetivou, a partir do desenvolvimento de uma pesquisa de campo, reconhecer a prática da concessão de bônus no segmento automotivo brasileiro, bem como compreender a forma pela qual as concessionárias pesquisadas registram, em sua Contabilidade, as operações deste tipo.

Dessa forma, procurou-se reconhecer a forma correta de registrar-se contabilmente os “bônus” recebidos pelas concessionárias de automóveis, considerando-se a essência da operação praticada, sem provocar impactos de natureza tributária.

Na pesquisa bibliográfica tratou-se da teoria contábil, visando analisar e conhecer os princípios contábeis, a natureza da receita, do ativo e de sua avaliação, bem como os demais conceitos relacionados com o registro contábil das operações comerciais praticadas entre as montadoras e suas concessionárias.

Ainda com relação à pesquisa bibliográfica, tratou-se dos aspectos da legislação tributária brasileira atinente ao segmento automobilístico, a fim de possibilitar um aprofundamento na questão que envolve a tributação dos automóveis e seus reflexos na prática da concessão dos bônus.

Os princípios contábeis, elementos fundamentais que regem a conduta dos contadores e a uniformização da Contabilidade, forneceram os subsídios elementares para o presente estudo.

O princípio do registro pelo valor original determina que os ativos devem ser registrados pelo preço pago para adquiri-los, sem, entretanto, considerar que este valor deva ficar “engessado” no ativo da entidade. O próprio princípio da atualização monetária colabora no entendimento de que os valores originais somente devem ser tomados como parâmetros iniciais de registro dos ativos.

Neste sentido, o princípio da oportunidade determina, em resumo, que as variações patrimoniais devem ser registradas de maneira fidedigna e tempestiva, atuando em perfeita consonância com o princípio da competência, que determina, em linhas gerais, que receitas e despesas devem ser atribuídas aos períodos a que

competirem. Finalmente, o princípio da prudência recomenda que sejam utilizados valores menores para o ativo e para as receitas e valores maiores para o passivo.

Os Princípios Fundamentais de Contabilidade, bem como a definição dos conceitos de receita, colaboraram para entender que não se pode considerar como receita todo e qualquer ingresso de valores, nem nenhuma elevação patrimonial ocorrida na entidade. Da mesma forma, os conceitos teóricos que definem os ativos e sua avaliação, bem como os princípios que regem o registro das variações dos estoques, colaboraram para a elucidação do problema da presente pesquisa.

A pesquisa de campo foi realizada em 17 concessionárias, e objetivou verificar a existência dos bônus, a forma como estes são estabelecidos e pagos pelas montadoras, e o tratamento contábil que as concessionárias dão a eles. A pesquisa objetivou, também, a obtenção de informações que pudessem ajudar no entendimento das razões que levam os contadores a efetuarem o registro dos bônus como outras receitas operacionais, bem como na obtenção de dados que pudessem demonstrar a relevância do tema para o segmento automobilístico.

Assim, analisando-se a essência da operação praticada entre a montadora e a concessionária, percebeu-se que as bonificações concedidas pela primeira configuram-se, na realidade, descontos que, uma vez concedidos (ou repassados) ao consumidor, são objeto de reembolso pelas montadoras às concessionárias de automóveis. Dessa forma, os valores ou créditos recebidos pelas concessionárias, a título de “bônus”, equivalem à aquisição de veículos da montadora por um preço menor, a fim de que a concessionária possa também vendê-lo por preço menor.

A consideração efetuada pelos contadores das concessionárias, de que a operação mercantil de compra definiu o custo do veículo e tornou-o “imutável”, não é compatível com o entendimento de que a Contabilidade deve evidenciar as transações de forma clara, respeitando a essência da operação em detrimento da forma jurídica pela qual ela está revestida.

A essência da operação de concessão de bônus por parte das montadoras é a redução do custo do veículo, para que a concessionária possa reduzir o preço de venda do veículo ao consumidor final.

A despeito das dificuldades em se determinar com objetividade e clareza o que pode, e deve, ser reconhecido como receita, não é admissível que se trate como

tal toda e qualquer entrada de recursos na entidade. Os bônus recebidos das montadoras não se configuram como receita das concessionárias, tal como as mercadorias recebidas em bonificação não representam receitas no momento de seu ingresso na entidade, considera-se que os bônus recebidos pelas concessionárias de automóveis também não o são, devendo ser lançados em conta contábil que registra o estoque, reduzindo o custo dos veículos.

O lançamento contábil do bônus, no exato momento da venda do veículo, a crédito da conta de estoque de veículos novos, atende aos pressupostos estabelecidos pelos princípios contábeis e, sem ofendê-los, melhor evidencia a essência da operação, reproduzindo informação contábil de qualidade aos usuários das demonstrações contábeis.

O registro contábil, assim efetuado, implica desonerar a concessionária de submeter os bônus à tributação das contribuições ao PIS e à Cofins, uma vez que não existe receita a ser tributada. Das 17 concessionárias pesquisadas, apenas duas, pertencentes a um mesmo grupo econômico, não efetuam o recolhimento das contribuições ao PIS e à Cofins.

Assim, confirma-se a hipótese de que os bônus recebidos pelas concessionárias de automóveis devem ser reconhecidos como redutores do custo de aquisição dos veículos, uma vez que a essência da operação praticada entre as montadoras e suas concessionárias é a redução do custo do veículo, a fim de que estes possam ser vendidos por preços menores aos consumidores finais.

Este trabalho pode desencadear futuras pesquisas que possam contribuir para a elucidação do conceito contábil de receita, bem como sua correta aplicação pelos contadores das empresas. O conceito de receita é essencialmente contábil, e a Contabilidade vem devendo melhor definição deste termo. Além dos aspectos relacionados à teoria contábil, podem ser desenvolvidas novas pesquisas que envolvam a questão da tributação das receitas, seja no segmento automotivo, seja em outros segmentos específicos, a partir de uma melhor definição do conceito de receita.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE VEÍCULOS AUTOMOTORES – ANFAVEA. **Anuário estatístico da indústria automobilística brasileira – 2005**. 2005. Disponível em: <<http://www.anfavea.com.br>>. Acesso em: 11 jun. 2005.

ARBIX, Glauco; VEIGA, João Paulo Cândia. **A distribuição de veículos sob fogo cruzado**. 2005. Disponível em: <<http://www.fenabreve.org.br/noticias>>. Acesso em: 26 mar. 2005.

BIONDI, Mario. **Tratado de contabilidade intermedia y superior**. 5. ed. Buenos Aires: Ediciones Macchi, 1999.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**, promulgada em 5 de outubro de 1988. 1988. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 22 mar. 2005.

_____. **Decreto n.º 3.000**, de 26 de março de 1999. Regulamenta a tributação, fiscalização, arrecadação e administração do Imposto sobre a Renda e Proventos de Qualquer Natureza. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 10 jan. 2005.

_____. **Decreto n.º 4.544**, de 26 de dezembro de 2002. Regulamenta a tributação, fiscalização, arrecadação e administração do Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 24 mar. 2005.

_____. **Decreto n.º 4.542**, de 26 de dezembro de 2002. Aprova a Tabela de Incidência do Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 24 mar. 2005.

_____. **Lei n.º 6.404**, de 15 de dezembro de 1976. Dispõe sobre as Sociedade por Ações. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 13 mar. 2005.

_____. **Lei n.º 6.729**, de 28 de novembro de 1979. Dispõe sobre a concessão comercial entre produtores e distribuidores de veículos automotores de via terrestre. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 13 fev. 2005.

_____. **Lei n.º 8.132**, de 26 de dezembro de 1990. Altera a redação dos arts. 2º, 5º, 6º, 8º, 13 e 28, revoga o art. 14, da Lei n.º 6.729, de 28 de novembro de 1979, e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 13 fev. 2005.

_____. **Lei n.º 9.249**, de 26 de dezembro de 1995. Altera a legislação do imposto de renda das pessoas jurídicas, bem como da contribuição social sobre o lucro líquido, e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 13 fev. 2005.

_____. **Lei n.º 9.503**, de 23 de setembro de 1997. Institui o Código de Trânsito Brasileiro. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 3 abr. 2005.

_____. **Lei n.º 9.718**, de 27 de novembro de 1998. Altera a Legislação Tributária Federal. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 13 fev. 2005.

_____. **Lei n.º 10.485**, de 3 de julho de 2002. Dispõe sobre a incidência das contribuições para os Programas de Integração Social e de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PIS/Pasep) e da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins), nas hipóteses que menciona, e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 13 fev. 2005.

_____. **Lei n.º 10.637**, de 30 de dezembro de 2002. Dispõe sobre a não-cumulatividade na cobrança da contribuição para os Programas de Integração Social (PIS) e de Formação do Patrimônio do Servidor Público (Pasep), nos casos que especifica; sobre o pagamento e o parcelamento de débitos tributários federais, a compensação de créditos fiscais, a declaração de inaptidão de inscrição de pessoas jurídicas, a legislação aduaneira, e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 13 fev. 2005.

_____. **Lei n.º 10.833**, de 29 de dezembro de 2003. Altera a Legislação Tributária Federal e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 13 fev. 2005.

_____. **Lei n.º 10.865**, de 30 de abril de 2004. Dispõe sobre a Contribuição para os Programas de Integração Social e de Formação do Patrimônio do Servidor Público e a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social incidentes sobre a importação de bens e serviços e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 13 fev. 2005.

_____. **Lei Complementar n.º 7**, de 7 de setembro de 1970. Institui o Programa de Integração Social, e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 28 mar. 2005.

_____. **Lei Complementar n.º 70**, de 30 de dezembro de 1991. Institui contribuição para financiamento da Seguridade Social, eleva a alíquota da contribuição social sobre o lucro das instituições financeiras e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>>. Acesso em: 28 mar. 2005.

CAMPOS, Luiz Fernando de Lara. **Métodos e técnicas de pesquisa em psicologia**. Campinas: Alínea, 2000.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE – CFC. **Resolução CFC n.º 750**, de 29 de dezembro de 1993. Dispõe sobre os Princípios Fundamentais de Contabilidade (PFC). Disponível em:

<http://cfcspw.cfc.org.br/resolucoes_cfc/RES_750.DOC>. Acesso em: 4 abr. 2005.

_____. **Resolução CFC n.º 774**, de 16 de dezembro de 1994. Aprova o Apêndice à Resolução sobre os Princípios Fundamentais de Contabilidade. Disponível em: <http://cfcspw.cfc.org.br/resolucoes_cfc/RES_774.DOC>. Acesso em: 4 abr. 2005.

COOPER, Donald R.; SCHINDLER, Pamela S. **Métodos de pesquisa em administração**. Trad. Luciana de Oliveira da Rocha. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DINIZ, Maria Helena. **Dicionário jurídico**. São Paulo: Saraiva, 1998.

ENCICLOPÉDIA Saraiva do Direito. São Paulo: Saraiva, 1977. v. 63.

FEDERAÇÃO NACIONAL DA DISTRIBUIÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES – FENABRAVE. **Anuário da distribuição de veículos automotores no Brasil – 2004**. 2004. Disponível em: <<http://www.fenabrave.org.br/noticias/anuario.pdf>>. Acesso em: 11 jun. 2005.

FRANCO, Hilário. **A evolução dos princípios contábeis no Brasil**. São Paulo: Atlas, 1988.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1995.

GITMAN, J Lawrence. **Princípios de administração financeira**. 7. ed. São Paulo: Harbra, 1997.

GONÇALVES, José Artur Lima. Imposto de renda: o artigo 43 do CTN e a Lei Complementar 104/01. **Revista Dialética de Direito Tributário**, São Paulo, n. 67, 2001.

HENDRIKSEN, Eldon S.; BREDA, Michael F. Van. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.

HILL, Manuela M.; HILL, Andrew. **Investigação por questionário**. 2. ed. Lisboa: Sílabo, 2002.

HOUAISS, Antonio; VILLAR, Mauro de Salles; FRANCO, Francisco Manoel de Mello. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

IBRACON. **Normas Internacionais de Contabilidade**. São Paulo: Instituto Brasileiro de Contadores, 2001.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Nota Técnica n.º 01 de 2000**. 2000. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/precos/inpc_ipca/notatecnica012000.shtm>. Acesso em 11 jul. 2005.

IOB INFORMAÇÕES OBJETIVAS PUBLICAÇÕES JURÍDICAS. **Essência versus forma na Contabilidade**. Boletim Temática Contábil n.º 19, p. 7-9. São Paulo: IOB, 2000.

IOB - INFORMAÇÕES OBJETIVAS PUBLICAÇÕES JURÍDICAS. Registro Contábil das “Dúzias de 13”. **Boletim Temática Contábil**, São Paulo, n. 52, p. 469-468, 1995.

IUDÍCIBUS, Sérgio de *et al.* **Contabilidade introdutória**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

_____. **Teoria da contabilidade**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

_____; MARTINS, Eliseu; GELBECKE, Ernesto Rubens. **Manual de contabilidade das sociedades por ações (aplicáveis às demais sociedades)**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

KAM, Vernon. **Accounting theory**. 2nd ed. New York: John Wiley & Sons, 1990.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10. ed. São Paulo: Pearson, 2000.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, Gilberto A. **Manual para elaboração de monografia e dissertações**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MARTINS, Ives Gandra da Silva. O perfil da “receita” e do “faturamento” na Emenda Constitucional n.º 20/98. In: ROCHA, Valdir de Oliveira (Coord.). **Contribuições sociais: problemas jurídicos (Cofins, PIS, CSLL e CPMF)**. São Paulo: Dialética, 1999.

MINATEL, José Antonio. **Conteúdo do conceito de receita – e regime jurídico para sua tributação**. São Paulo: MP, 2005.

MOST, Kenneth S. **Accounting theory**. Columbus, Ohio: Grid, 1977.

NÁUFEL, José. **Novo dicionário jurídico brasileiro**. 8. ed. São Paulo: Ícone, 1989.

OLIVEIRA, Antonio Benedito Silva (Coord.). **Métodos e técnicas de pesquisa em contabilidade**. São Paulo: Saraiva, 2003.

OLIVEIRA, Luís Martins de *et al.* **Manual de contabilidade tributária**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

PIMENTA, Luiz José; CRUZ, Rossine. **A crise da rede de concessionárias de automóveis no Brasil**. 2005. Disponível em: <<http://www.fenabreve.org.br/noticias>>. Acesso em: 20 fev. 2005.

RENCK, Renato Romeu. **Imposto de renda da pessoa jurídica**: critérios constitucionais de apuração da base de cálculo. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001.

SÁ, Antonio Lopes de. **Princípio fundamentais de contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1995.

SÃO PAULO. **Decreto n.º 45.490**, de 30 de novembro de 2000. Aprova o Regulamento do Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação – RICMS. Disponível em: <<http://www.legislacao.sp.gov.br>>. Acesso em: 14 jan. 2005.

SCHROEDER, Richard G.; CLARK, Myrtle W. **Accounting theory**: text and reading. 6th ed. New York: John Wiley, 1998.

SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL. **Instrução Normativa SRF n.º 247**, de 21 de novembro de 2002. Dispõe sobre a Contribuição para o PIS/Pasep e a Cofins, devidas pelas pessoas jurídicas de direito privado em geral. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/ins/2002/in2472002.htm>>. Acesso em: 4 mar. 2005.

_____. **Instrução Normativa SRF n.º 358**, de 9 de setembro de 2003. Altera a Instrução Normativa SRF n.º 247, de 21 de novembro de 2002, que dispõe sobre o PIS/Pasep e a Cofins. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/ins/2003/in3582003.htm>>. Acesso em: 4 mar. 2005.

_____. **Ato Declaratório Interpretativo SRF n.º 25**, de 24 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a tributação de valores restituídos ao contribuinte pessoa jurídica, por força de sentença judicial em ação de repetição de indébito. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/AtosInterpretativos/2003/SRF/ADISRF025.htm>>. Acesso em: 22 jul. 2005.

SILVA, Antonio Carlos Ribeiro da. **Metodologia de pesquisa aplicada à contabilidade**: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses. São Paulo: Atlas, 2003.

WOLK, Harry I; TEARNEY, Michael G. **Accounting theory**: a conceptual and institutional approach. 4th ed. Cincinnati: South-Western College Publishing, 1997.

OBRAS CONSULTADAS

ANDRADE FILHO, Edmar Oliveira. **Manual do imposto de renda das pessoas jurídicas**: lucro real. São Paulo: Atlas, 2001.

ATALIBA, Geraldo. **Hipótese de incidência tributária**. 6. ed. São Paulo: Malheiros, 2000.

_____. **Elementos de direito tributário**. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 1978.

BITTAR, Eduardo. **Linguagem jurídica**. São Paulo: Saraiva, 2001.

BORGES, Humberto Bonavides. **Planejamento tributário**: IPI, ICMS, ISS e IR. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

FABRETTI, Láudio Camargo. **Contabilidade tributária**. São Paulo: Atlas, 2001.

GRECO, Marco Aurélio. **Substituição tributária**: ICMS, IPI, PIS, Cofins. São Paulo: IOB Informações Objetivas, 1998.

MALKOWSKI, Almir. **Planejamento tributário e a questão da elisão fiscal**. Leme: Editora de Direito, 2000.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Manual de contabilidade básica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

SÁ, Antonio Lopes de. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1998.

_____. **Vocabulário de contabilidade**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1994.

APÊNDICE A



Centro Universitário Álvares Penteado – UNIFECAP
Mestrado em Controladoria e Contabilidade Estratégica

Mestrando: Itamar Zonaro
Orientadora: Profa. Dra. Ana Cristina de Faria

QUESTIONÁRIO DE PESQUISA DE MESTRADO

Nome (opcional): _____

Cargo: _____

Empresa (opcional): _____

Concessionária (MARCA): _____

Cidade: _____ **Estado:** _____

Tel/Fax (opcional): (____) _____ **E-mail** (opcional): _____

1) A montadora que sua empresa representa oferece redução do preço final de veículo zero quilômetro, mediante concessão de bônus ao consumidor?

() Sim () Não () Não sei

2) Em caso afirmativo, como a montadora repassa os bônus à sua empresa?

() Mediante crédito em c/c bancária

() Mediante crédito em c/c com a montadora

De outra forma (especificar): _____



3) Em que momento a montadora repassa ou efetua o pagamento do bônus para sua empresa?

() No ato da compra do veículo pela concessionária

() No ato da venda do veículo ao consumidor final

() Após a venda do veículo ao consumidor final

Em outro momento (especificar): _____

4) Sua empresa emite algum documento (nota fiscal, recibo etc.) para que a montadora efetue o reembolso do bônus?

() Sim (especifique): _____

() Não

5) Em caso afirmativo, a emissão do documento é uma exigência da montadora?

() Sim (especifique os motivos, caso os conheça): _____

() Não

6) Como você registra em sua Contabilidade a operação de venda de veículos com recebimento de bônus da montadora?

7) Em linhas gerais, quais as justificativas/argumentos que conduziram ao entendimento de que este era o registro contábil mais adequado?



8) Sobre os bônus recebidos da montadora, há alguma espécie de retenção na fonte (IR, PIS, COFINS etc.)?

() Sim (especifique): _____

() Não

9) Sobre os bônus recebidos da montadora, sua empresa efetua algum recolhimento de tributo?

() Sim (especifique): _____

() Não

10) Quando sua empresa efetua a venda do veículo ao consumidor final por valor inferior ao preço sugerido pela montadora, esta recupera o ICMS pago a maior por substituição tributária?

() Sim (especifique a forma: crédito na escrita fiscal; transferência para a montadora; ressarcimento pelo Fisco): _____

() Não (especifique o motivo: falta de previsão legal; desconhecimento sobre a possibilidade, outro motivo): _____

11) Sobre o montante da recuperação de ICMS, caso exista, sua empresa recolhe algum tributo (PIS, Cofins etc.)?

() Sim (especifique os tributos): _____

() Não

12) Havendo a recuperação do ICMS pago a maior, como é efetuado o registro contábil desta operação?



13) Em linhas gerais, quais as justificativas/argumentos que conduziram ao entendimento de que este era o registro contábil mais adequado?

14) Qual sua opinião sobre a alternativa de registrar os bônus como redutores do custo do veículo vendido ou como redutores do valor do estoque, no momento da venda efetiva?

15) Qual o faturamento bruto da sua empresa com a venda de veículos novos no exercício de 2004? Quanto representa (%) de seu faturamento total?

Em milhares de R\$ _____ Em (%) _____

16) Qual o montante de bônus que sua empresa recebeu da montadora, relacionado com a venda de veículos novos no exercício de 2004? Quanto representa (%) de seu faturamento total?

Em milhares de R\$ _____ Em (%) _____