

AVENPES

ASSOCIAÇÃO DAS EMPRESAS DE VENDA NÃO PRESENCIAL DO ESPÍRITO SANTO

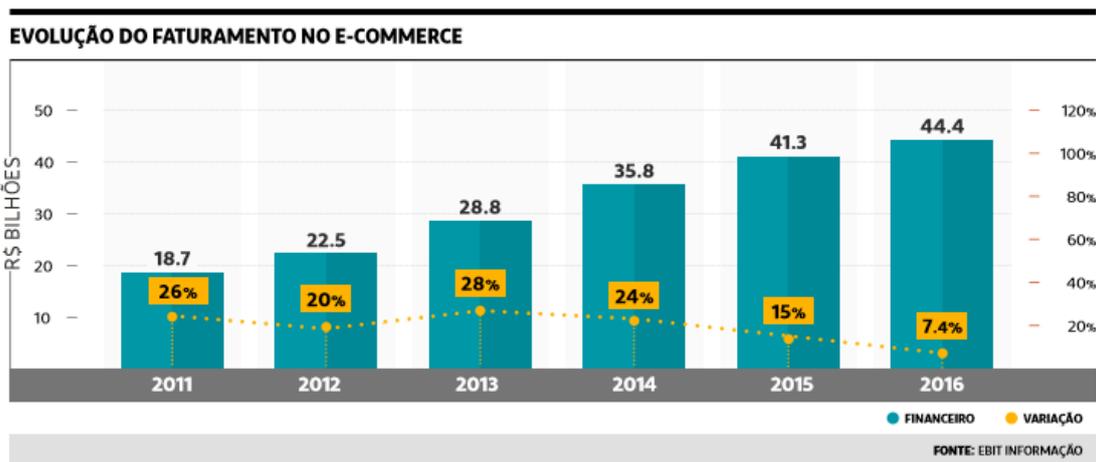
Ilmo. Senhor

JOSÉ EDUARDO FARIA DE AZEVEDO

Secretário de Estado de Desenvolvimento

Assunto: Análise de Competitividade do Setor de Vendas não Presencial do Estado do Espírito Santo.

O e-commerce brasileiro fechou 2016 com faturamento de R\$ 44,4 bilhões, e crescimento nominal de 7,4% ante os R\$ 41,3 bilhões registrados em 2015. O número de pedidos permaneceu estável, em 106,3 milhões, já o tíquete médio registrou alta de 8% na comparação entre os períodos, passando de R\$ 388,00 para R\$ 452,00. Os dados acima constam no relatório Webshoppers 35, divulgado em fevereiro de 2017 pela Ebit, empresa referência em informações sobre o varejo eletrônico nacional.



Apesar de ser o menor crescimento registrado desde 2011, o CEO da Ebit, Pedro Guasti, considera o resultado positivo. “O comércio eletrônico foi um dos poucos setores a andar na contramão da crise econômica. Além dos preços competitivos na comparação com o varejo físico, o e-commerce também foi beneficiado pela expansão do mercado de smartphones, que trouxe uma enorme gama de novos consumidores”, diz.

AVENPES

ASSOCIAÇÃO DAS EMPRESAS DE VENDA NÃO PRESENCIAL DO ESPÍRITO SANTO

De acordo com o mesmo relatório, o número de e-consumidores ativos cresceu 22% na comparação com 2015, de 39,14 milhões para 47,93 milhões. Ressaltamos ainda o aumento das vendas via dispositivos móveis (tablets e smartphones), estes, concentraram 21,5% das transações em 2016, ante 12,5% do ano anterior.



O Webshoppers nº 35 aponta que as compras realizadas no comércio eletrônico geraram um ganho econômico de R\$ 10,6 bilhões em 2016, relativo à economia de preço e do poder de barganha dos consumidores junto ao varejo físico derivado das buscas na internet.

Ainda que não tenha registrado o expressivo crescimento de outrora, o comércio eletrônico tem motivos para comemorar o desempenho de 2016. Foi um dos poucos setores a andar na contramão da crise, registrado expansão, enquanto o varejo físico, por exemplo, encolheu mais de 10% nos últimos dois anos, de acordo com a medição do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) voltando a patamares registrados em 2012.

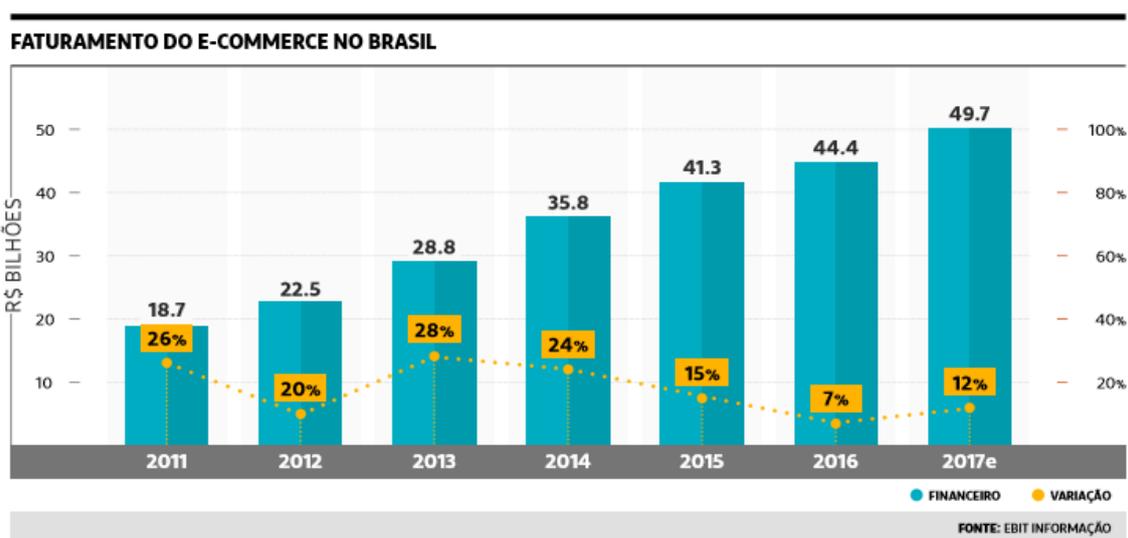
Na busca por maior rentabilidade e participação nas vendas, a estratégia das empresas de e-commerce em 2016 consistiu em acompanhar ainda mais de perto o preço dos produtos, prazo de entrega e preço do frete na concorrência, sendo esses os fatores decisivos no processo de aumento das vendas.

AVENPES

ASSOCIAÇÃO DAS EMPRESAS DE VENDA NÃO PRESENCIAL DO ESPÍRITO SANTO

Para 2017, o relatório aponta que o e-commerce brasileiro faturará R\$ 49,7 bilhões, com crescimento nominal de 12%. O tíquete médio deverá expandir em torno de 8%, enquanto o volume de pedidos, a expectativa é de uma alta de 4%. Além da migração de consumidores do varejo físico, o crescimento do e-commerce deverá ser impulsionado pelo aumento de preços e também pela participação das vendas de categorias de produtos de maior valor agregado, tais como eletrodomésticos, smartphones, eletrônicos, acessórios automotivos e casa e decoração.

A Ebit prevê 40% de crescimento das compras feitas por meio de dispositivos móveis no comércio eletrônico. A expectativa é que em 2017, 32% das transações provenham de smartphones e tablets em dezembro de 2017.



Além do relatório Webshoppers 35ª edição, a Ebit divulgou também a quarta edição da Pesquisa Cross Border, que avalia o comportamento de compra dos consumidores brasileiros em sites internacionais.

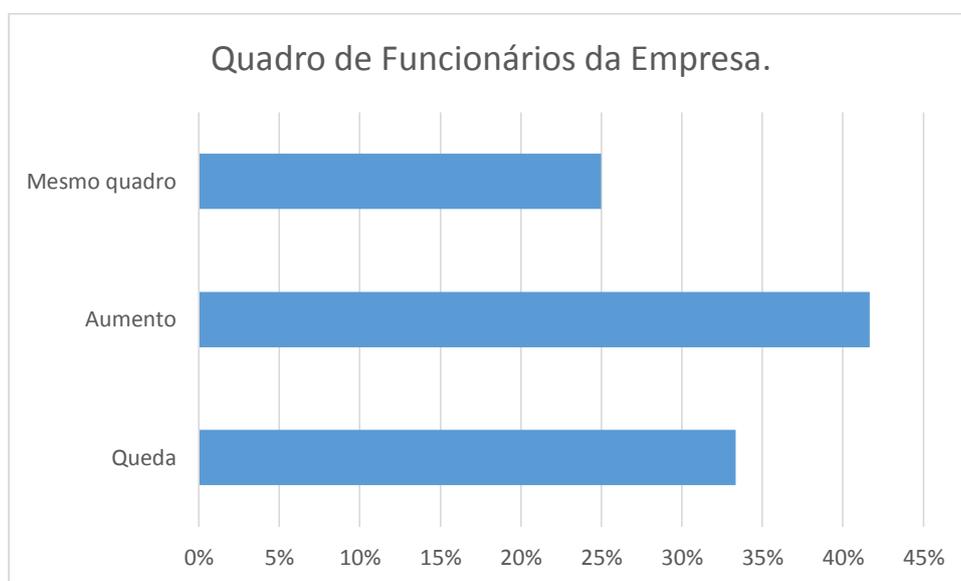
Mesmo em um cenário cambial desfavorável, quando o dólar ultrapassou os R\$ 4,00 no primeiro trimestre e a experiência de compra ruim dos consumidores brasileiros devido ao longo prazo de entrega e atrasos no recebimento dos produtos, os brasileiros gastaram US\$ 2,4 bilhões em sites de compra internacionais em 2016, alta de 17% ante os US\$ 2,02 bilhões registrados em 2015. O número de consumidores únicos aumentou 21% na comparação entre os períodos, para 21,2 milhões de consumidores únicos.

CONTEXTUALIZAÇÃO DO SETOR

A AVENPES levantou junto as Empresas de Venda Não Presencial, alguns números a fim de acompanhar as tendências e perspectivas deste setor. Temas ligados a capacitação, qualificação, aumento de funcionários e suporte em segurança e saúde, geram dados importantes para nosso entendimento.

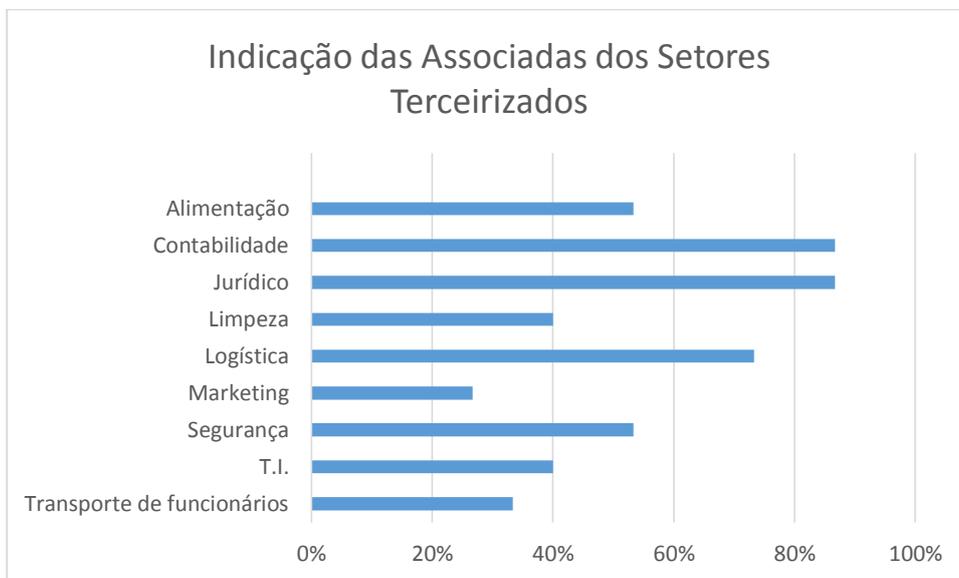
Os dados abaixo apresentados foram levantados através de questionário direcionado aos setores de recursos humanos das Empresas de Venda Não Presencial e estão relacionados ao ano de 2016.

QUADRO DE FUNCIONÁRIOS DAS EMPRESAS



Nossa pesquisa apontou ampliação do quadro de funcionários em 42% das empresas que responderam ao questionário, este número orbitou em torno de 60% em 2015. É fato que, em empresas com pequeno número de funcionários relacionados diretamente a venda não presencial, o percentual de contratação chegou a 300%, porém para empresas maiores o valor não passou de 19%. O percentual de Empresas que manteve seu quadro de funcionários inalterado foi de 25%, a queda no numero de funcionários foi indicada por 33% das Empresas.

As empresas que precisaram demitir mão de obra chegaram a uma redução de até 31% do quadro.

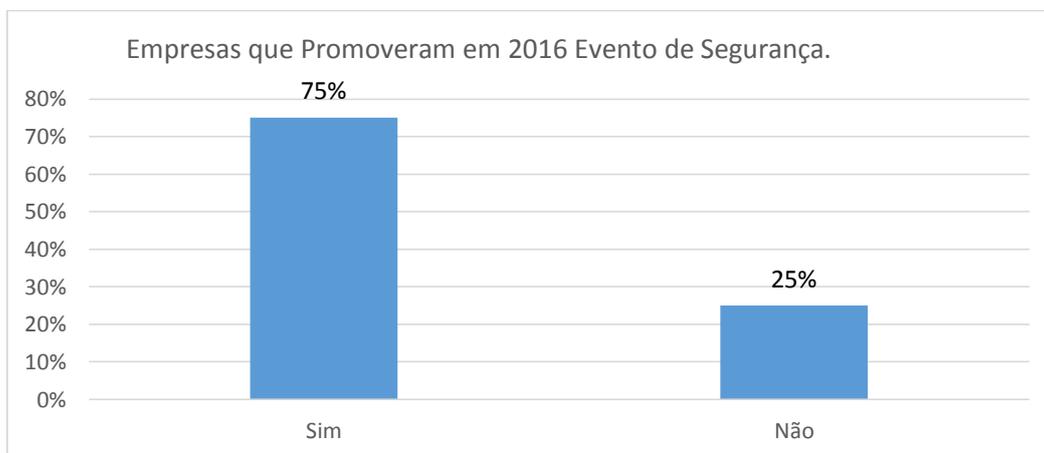
SETORES TERCEIRIZADOS

Considerando a importância na organização estrutural e na geração de empregos que não estão ligados diretamente a atividade-fim das Empresas, questionamos a estas, quais os setores e quantos, encontram-se contratados/terceirizados, como resposta, obtivemos os seguintes dados: 100% das empresas disseram que pelo menos um setor é terceirizado, com destaque para contabilidade e jurídico, e 50% das empresas indicaram terceirizam 06 ou mais setores, proporcionando maior disponibilidade de atenção para sua atividade-fim.

Questionadas sobre o investimento em tecnologia, 75% das empresas indicaram investiram na melhoria de processos, em 2015 apenas 41% tiveram qualquer investimento nesta área.

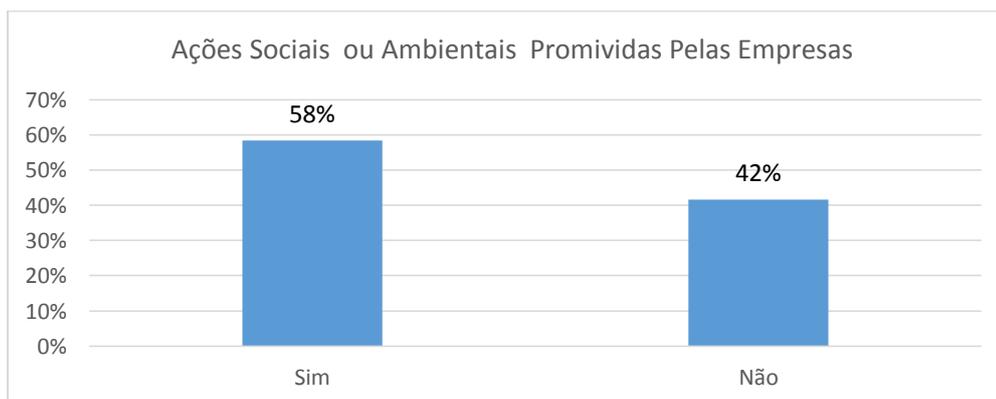
As principais aquisições foram:

- Contratação Geomarketing;
- Substituição ou aquisição de ERP;
- Implantação do BI;
- Compra de software;
- Compra de equipamentos.

SEGURANÇA DO TRABALHO

Assim como em 2015, a Semana Interna de Prevenção de Acidente de Trabalho SIPAT, foi o evento de segurança do trabalho mais citado entre as empresas, além de ações pontuais realizadas para setores distintos, como palestras, campanhas de segurança, treinamentos, treinamento de emergência com o corpo de bombeiros, curso de primeiros socorros, entre outros.

Observamos ainda que na pesquisa realizada, voltada para o ano de 2016, 100% empresas indicaram fornecem algum plano assistencial a seus funcionários, como plano de saúde, previdência e seguro de vida, em 2015, 80% destas empresas disse possuir alguma assistência.

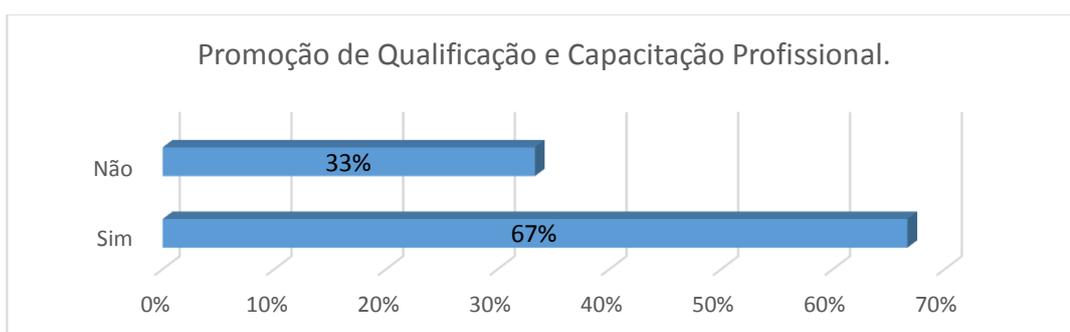
AÇÕES SOCIAIS E AMBIENTAIS

AVENPES

ASSOCIAÇÃO DAS EMPRESAS DE VENDA NÃO PRESENCIAL DO ESPÍRITO SANTO

Com relação às ações sociais ou ambientais promovidas pelas empresas, foram citados: o descarte para reciclagem de pallets e fitas de arquear (fitas de aço), a coleta seletiva, com apoio a associações e fundações, reciclagem de papelão e a destinação correta de resíduos ambientais. Importante ressaltar que junto as Associados este numero vem crescendo de forma gradativa. Neste ponto especifico a AVENPES vem trabalhando uma conscientização constante.

QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL



Alguns dos eventos de qualificação profissional que foram pontuados pelas empresas no ano de 2016 foram:

- Curso de Reciclagem para Operador de Ponte Rolante ministrado por instituição especializada nas dependências da empresa;
- Recertificação ISO 9001/2008;
- Programa de excelência com fornecedor;
- Técnicas de venda;
- Técnicas em gestão de almoxarifados;
- Programa interno de capacitação visando a qualificação de lideranças de todos os níveis.

AGENDA ESTRATÉGICA 2016

A agenda da AVENPES em 2016 esteve voltada para o acompanhamento junto as empresas na adaptação, orientação e troca de informação na aplicação da Emenda Constitucional 87/2015.

A pesquisa a seguir, que é resultado de parceria firmada com alunos da FUCAPE Business School, para o projeto de conclusão do curso de MBA em Direito

AVENPES

ASSOCIAÇÃO DAS EMPRESAS DE VENDA NÃO PRESENCIAL DO ESPÍRITO SANTO

Tributário e Sucessório, cujo tema “A EC 87/2015 E OS PRINCIPAIS IMPACTOS DECORRENTES DA NOVA SISTEMÁTICA DE COBRANÇA DO ICMS PARA AS EMPRESAS DE E-COMMERCE, sob a orientação do Professor André Vello, encontramos sustentabilidade para analisar o panorama dos impactos no setor de e-commerce no ES após a implantação desta Emenda Constitucional.

O ICMS está previsto constitucionalmente no artigo 155, II, da CF/88, tendo sido posteriormente regulamentado pela EC nº 87/1996, com suas alterações posteriores. Além de tais normas constitucionais, os Estados celebram Convênios, Protocolos, editam Decretos, Portarias e Instruções Normativas com o intuito de regulamentar o ICMS, instituir benefícios fiscais e diferentes formas de tributação do imposto.

No Estado do Espírito Santo, por exemplo, vige o Decreto nº 1.090-R, de 25 de outubro de 2002 (com alterações posteriores), tido como “Regulamento do Imposto sobre Operações Relativas a Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação – RICMS/ES”.

Sendo assim, para verificação da incidência do ICMS e cálculo do valor devido, além das normas constitucionais deve ser sempre analisada a legislação do Estado responsável pela arrecadação, considerando a vasta legislação aplicável ao caso concreto.

A Emenda Constitucional 87/2015 trouxe muitos impactos para as empresas de e-commerce no Brasil, porém, antes disso, muitos Estados já possuíam alguns benefícios fiscais que geravam incentivos a essas empresas, como exemplo os Estados da Bahia, Tocantins e o próprio Espírito Santo, sendo neste último o foco do questionário respondido pelas empresas.

No Estado do Espírito Santo temos o benefício conhecido pelos contribuintes capixabas como COMPETE - de venda não presencial - desde 2012, que foi regulamentado pelo Decreto 2.940 e no RICMS/ES de 2002, pelo qual inicialmente o crédito presumido variava de 5% a 2% do ICMS nas vendas para consumidores finais interestaduais, pessoas físicas ou jurídicas, o que dependia da alíquota da venda do produto interno (este não fazia distinção de ser ou não contribuinte do ICMS como no Estado da Bahia), mas exigia algumas regras como, caso importasse, usar a estrutura portuária do Estado dentre outros requisitos e ser exclusivamente não presencial. Após isto, houve novamente alteração pelo Decreto 3.373-R de 2013, onde a carga efetiva ficava apenas em 3,5% das operações interestaduais.

AVENPES

ASSOCIAÇÃO DAS EMPRESAS DE VENDA NÃO PRESENCIAL DO ESPÍRITO SANTO

Com a Emenda Constitucional 87/2015, houveram algumas mudanças, que estão estabelecidas no Decreto 3.903-R de 2015, o qual trouxe alterações relevantes em seu art. 530 L-R-I, como a redução da carga efetiva de 3,5% para 1,5% em 2016, caindo para 1,25% em 2017, e 1,10% em 2018, gradativamente, assim como a partilha da EC 87/2015. Com ele vieram também outras exigências, como ter CNAE principal de varejista, não utilizar ECF, ser usuário de DTE, utilizar nota fiscal eletrônica e não possuir outro benefício fiscal.

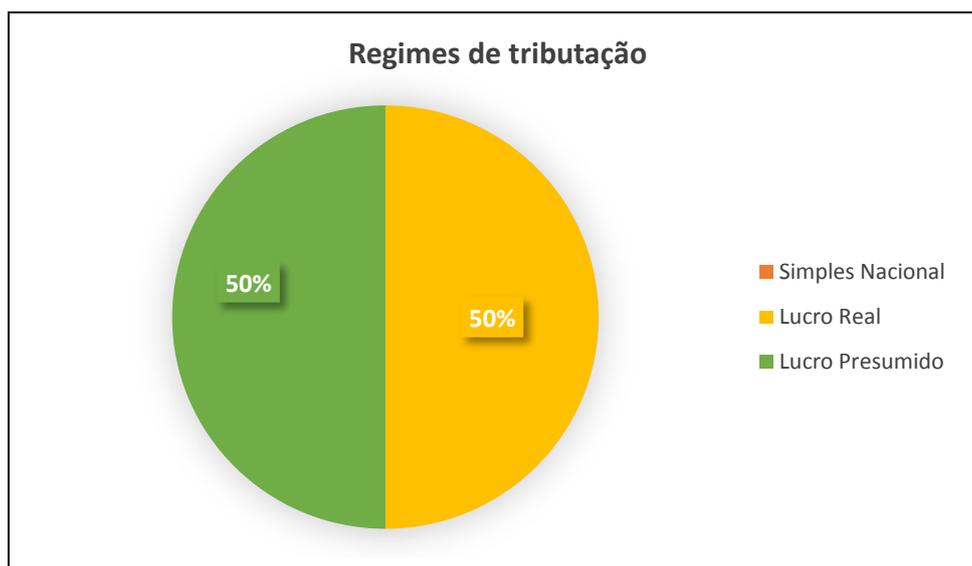
Estas alterações beneficiaram as Empresa que tiveram inviabilizadas suas operações devido ao aumento da carga tributária, absorvendo parte do montante que cabia ao Espírito Santo, o Estado se manteve competitivo, hoje as Empresas beneficiárias do COMPETE de Venda não Presencial pagam as alíquotas previstas no artigo 530L-R-I para o Estado de origem e a partilha para o Estado Destino, que em 2016 foi de 40%, conforme estabelece o Decreto Nº 3916-R, de 22 de Dezembro de 2015.

Diante dos fatos, observamos que o Poder Legislativo procura implantar medidas para minimizar a chamada Guerra Fiscal no tocante à cobrança do ICMS, de competência dos Estados da Federação, principalmente no que atine à tributação decorrente da circulação de mercadorias entre Estados.

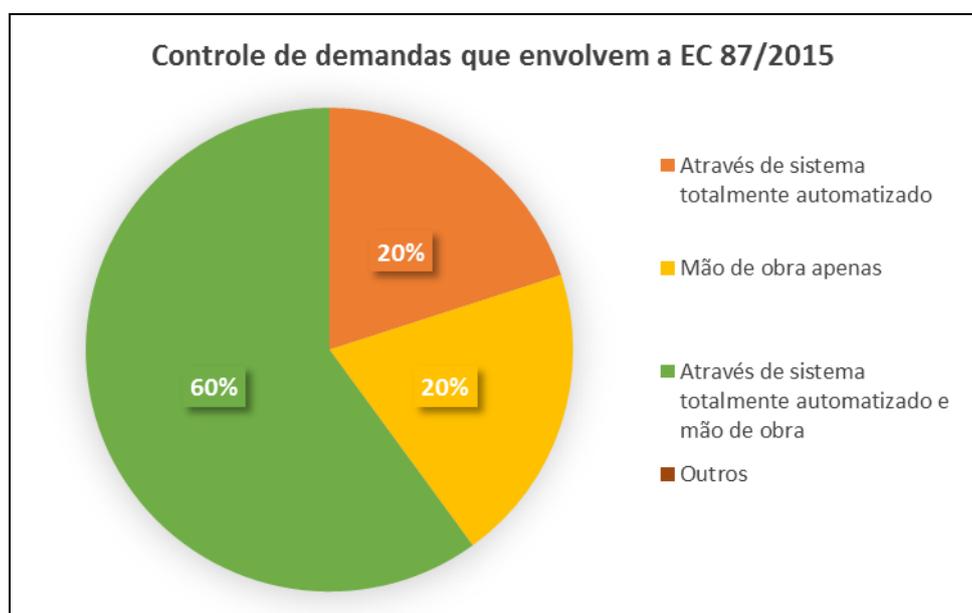
Diante de tais constatações práticas, a pesquisa realizada com apoio da AVENPES teve como premissa: Os impactos decorrentes da nova sistemática de cobrança do ICMS trazida pela EC 87/2015 para as empresas de e-commerce. Além de outras dificuldades que as empresas vêm experimentando após a Emenda.

A metodologia de pesquisa utilizada foi descritiva e exploratória, pois além de descrever as alterações trazidas pela EC 87/2015, no que tange à sistemática de recolhimento do ICMS para as empresas de e-commerce, identificou e explorou os impactos práticos advindos dessas mudanças, em especial o aumento do preço de venda dos produtos comercializados.

Das empresas que participaram do questionário todas são varejistas, sendo que metade delas é tributada pelo regime do Lucro Presumido e a outra metade tributada pelo Lucro Real. Em relação aos segmentos, dentre as empresas atuantes no mercado de e-commerce, temos: utilidades domésticas, setor de bebidas, informática e eletrônicos, móveis e eletrodomésticos, artigos religiosos e autopeças; o que demonstra a versatilidade do comércio eletrônico no Estado capixaba.



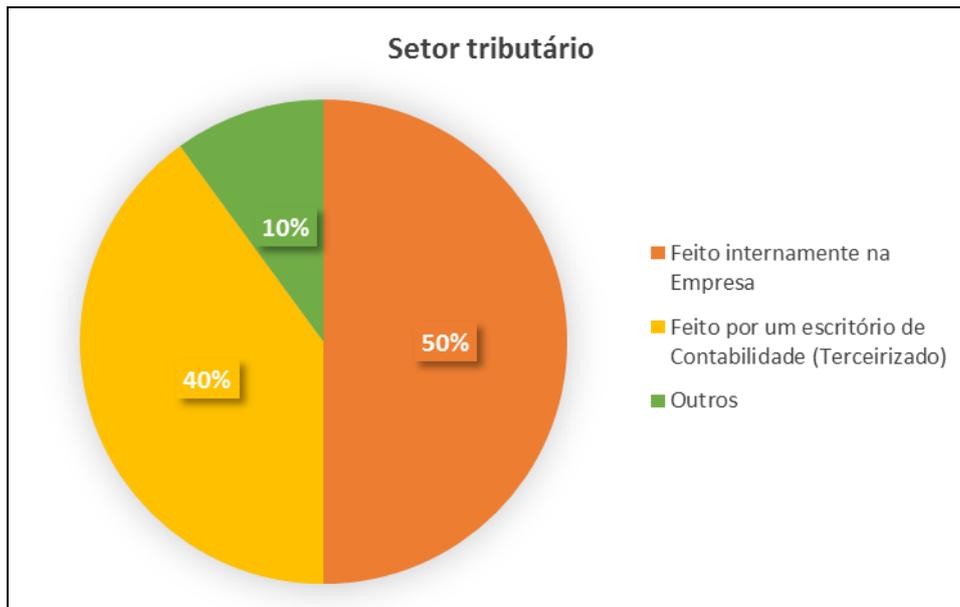
Entre as empresas participantes da pesquisa, 30% responderam não possuir nenhum tipo de benefício fiscal e as outras 70% afirmaram utilizar o benefício capixaba instituído pelo art. 530 L.R.I, do RICMS/ES. Quando perguntado como as empresas controlam as obrigações e demandas que envolvem a Emenda Constitucional 87/2015, 60% responderam que utilizam sistema ou software com a ajuda de mão de obra, 20% utilizam sistema totalmente automatizado e as restantes fazem uso de mão de obra apenas.



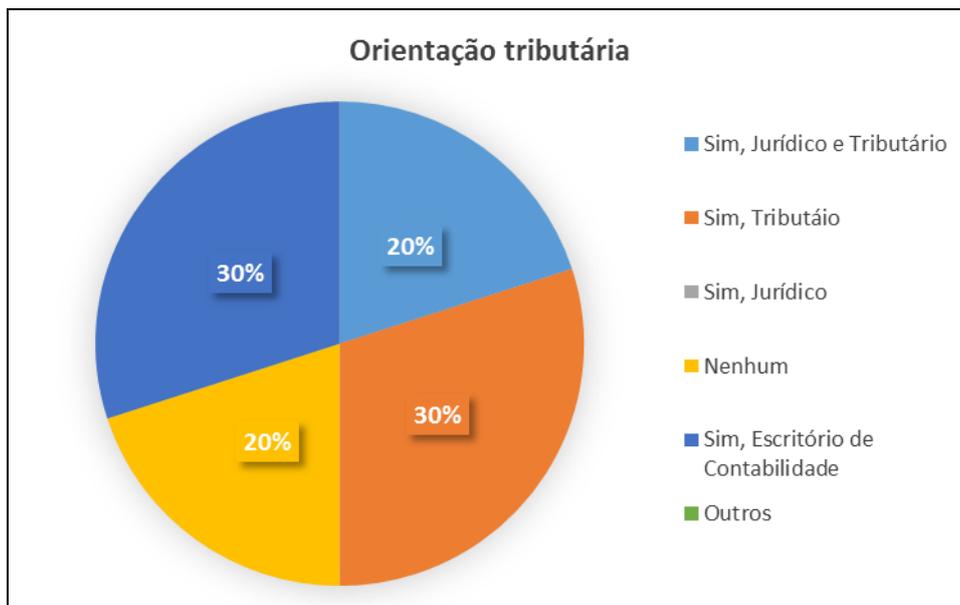
Sobre o setor tributário da empresa, foi indagado se é próprio (interno) ou terceirizado, o que reflete na forma das entregas de obrigações relativas às alterações da EC 87/2015, obtivemos os seguintes resultados:

AVENPES

ASSOCIAÇÃO DAS EMPRESAS DE VENDA NÃO PRESENCIAL DO ESPÍRITO SANTO



Em relação aos departamentos de orientação e gestão tributária, a pesquisa retornou os seguintes indicativos:

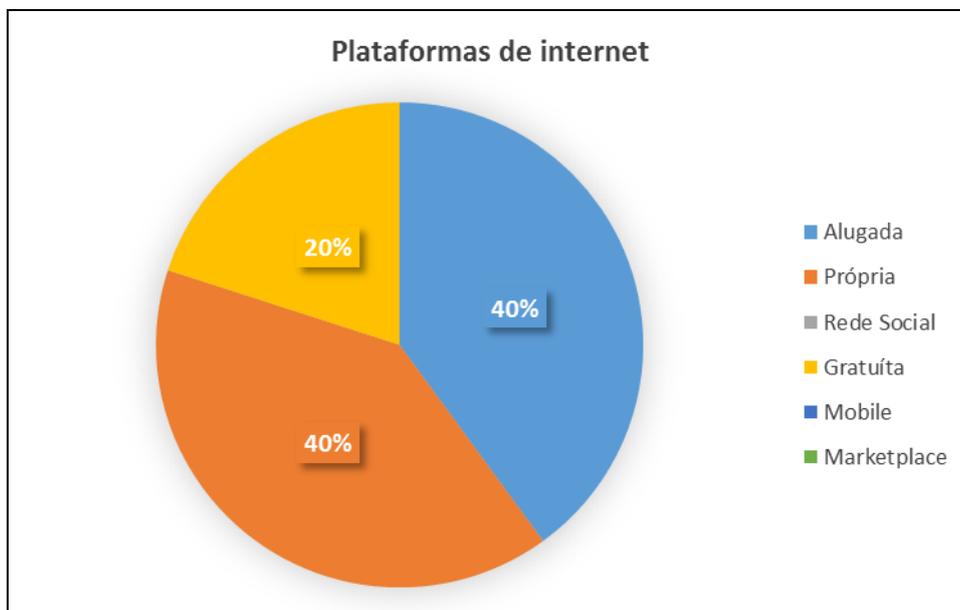


Sabemos que as plataformas de internet são essenciais para um bom desempenho das vendas das empresas e-commerce. Das empresas que

AVENPES

ASSOCIAÇÃO DAS EMPRESAS DE VENDA NÃO PRESENCIAL DO ESPÍRITO SANTO

responderam à pesquisa, quanto ao tipo de plataforma utilizada, destaca-se a seguinte situação:



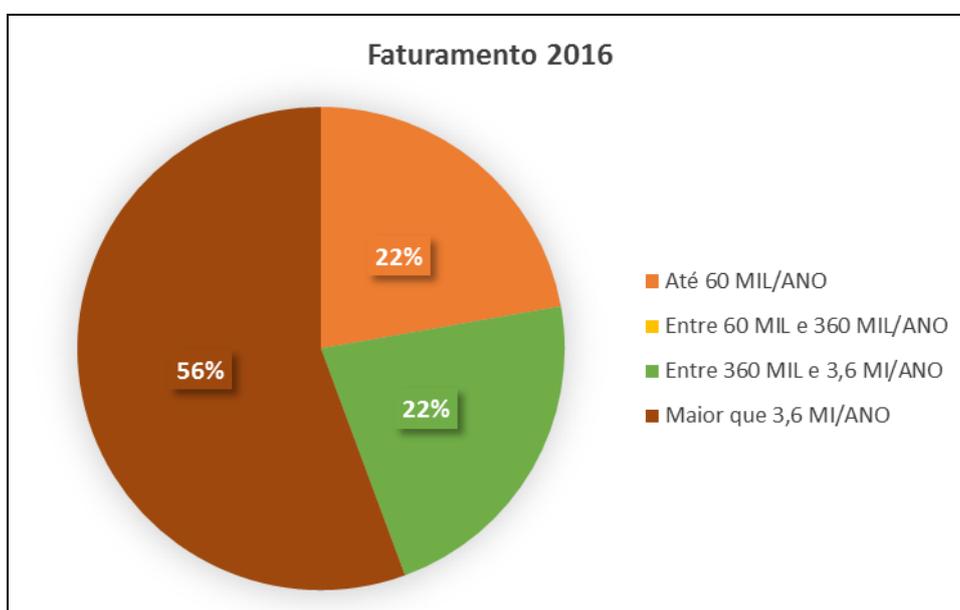
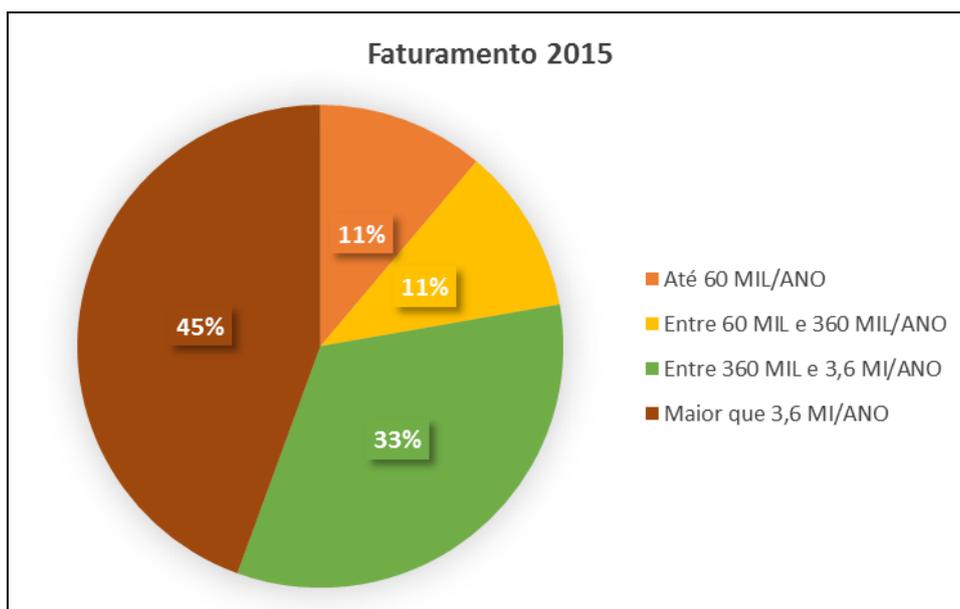
Questionado sobre o ano de constituição das empresas, a fim de verificar o tempo médio de existência e se ainda estavam em atividade à época da pesquisa, observando que as respostas variaram entre 1997 a 2015, em média 08 anos, podemos concluir que mesmo com os impactos das novas exigências trazidas pela Emenda Constitucional 87/2015, essas pessoas jurídicas tentam se manter no mercado.

Todas as empresas entrevistadas, quando possuem Inscrição Estadual em outras unidades da Federação, utilizam o programa gerador GIA ST. Observamos que as que responderam não usar o referido programa, não possuem cadastro de contribuinte em outro Estado.

Sobre a média de faturamento antes e depois da EC 87/2015, avaliamos que a maioria das empresas conseguiram se manter na faixa das empresas de pequenos negócios:

AVENPES

ASSOCIAÇÃO DAS EMPRESAS DE VENDA NÃO PRESENCIAL DO ESPÍRITO SANTO



O objetivo da pesquisa proposta foi identificar os principais impactos trazidos pela nova sistemática de cobrança do ICMS introduzida pela EC 87/2015 para as empresas de e-commerce e, em especial, se as alterações impostas acarretaram, ou podem vir a acarretar, um aumento significativo no preço de venda dos produtos comercializados por essas empresas.

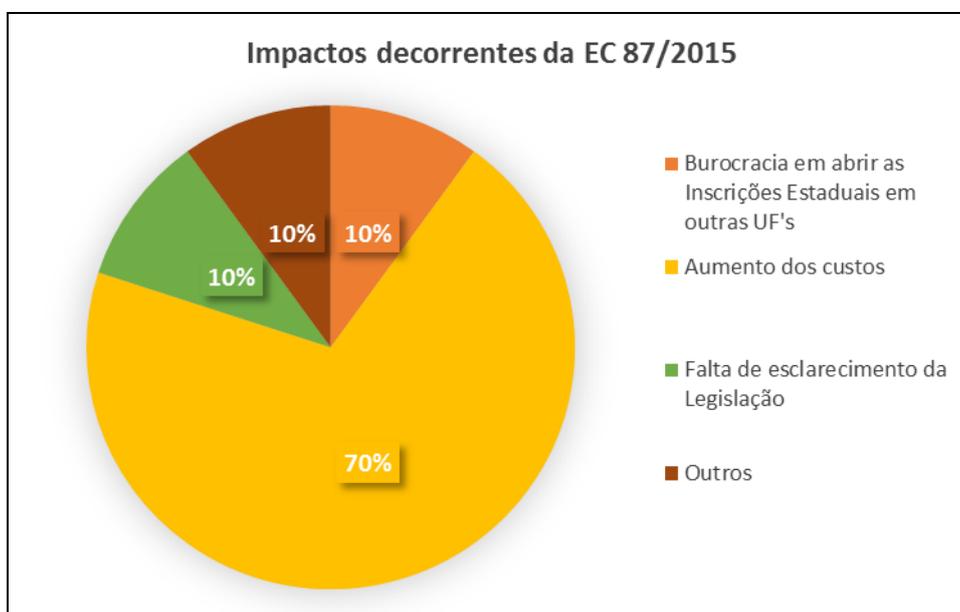
AVENPES

ASSOCIAÇÃO DAS EMPRESAS DE VENDA NÃO PRESENCIAL DO ESPÍRITO SANTO

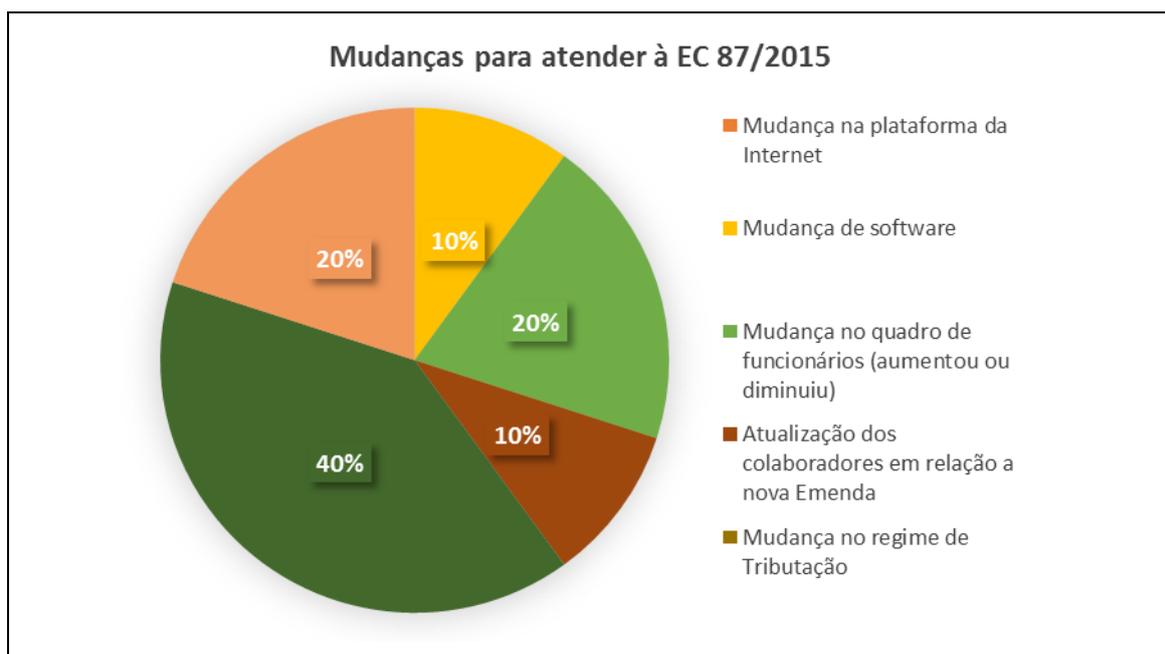
De acordo com os dados obtidos, a maioria das empresas indicou que após a instituição da EC 87/2015 o preço de venda ou do serviço aumentou. Este aumento foi em média de 8% com desvio padrão de 0,049.

Além do mais, outros objetivos secundários foram alcançados, conforme passamos a abordar a seguir, considerando os de maior relevância.

Dentre as dificuldades apontadas destacamos que: 70% dizem respeito a aumento dos custos e 30% estão divididos entre falta de esclarecimento da Legislação Tributária, burocracia exagerada para abrir os cadastros de contribuintes, dentre outros. Conforme entrevista pessoal realizada com o representante pela área contábil de uma das empresas participantes da pesquisa, foi relatado, ainda, a insegurança jurídica e o prazo exíguo para adaptação às novas regras trazidas pela EC 87/2015.



Com relação às mudanças que tiveram que ser implementadas pelas empresas de e-commerce para atender os requisitos da nova legislação, no tocante às vendas para o consumidor final, observa-se que a maior parte delas sofreu grandes impactos:



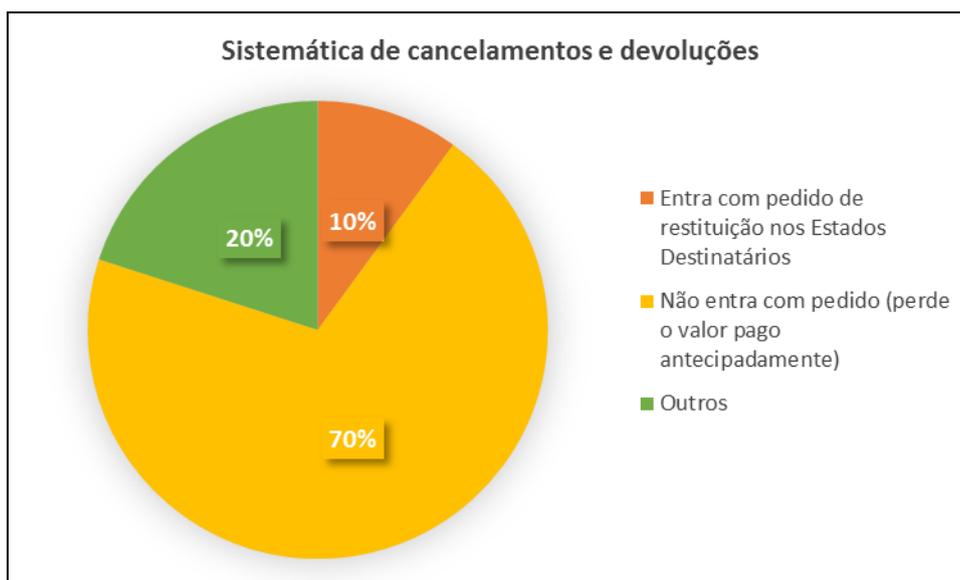
É interessante registrar que, as empresas tiveram grandes dificuldades para abrir as Inscrições Estaduais em outros Estados. Dentre as entrevistadas, apenas 01 obteve sucesso quanto ao cadastro em todas as unidades da Federação, 04 conseguiram em apenas alguns Estados e 05 não chegaram a tentar ou efetivamente não conseguiram obter o cadastro em nenhum Estado. Ou seja, essas últimas pagam o ICMS antecipado em toda venda interestadual.

As empresas também apontaram que necessitariam em torno de 10 colaboradores para atuar exclusivamente com as alterações implementadas pela Emenda, mas que tentaram absorver essa nova demanda com o quadro de funcionários já existente.

Um ponto polêmico e que merece ser abordado no tocante a obter o cadastro de contribuinte em outros Estados, diz respeito aos cancelamentos e devoluções a partir da vigência da EC 87/2015:

AVENPES

ASSOCIAÇÃO DAS EMPRESAS DE VENDA NÃO PRESENCIAL DO ESPÍRITO SANTO



Conforme gráfico acima, nessa operação, a maioria perde o valor recolhido antecipadamente em relação aos cancelamentos e devoluções de consumidores interestaduais, o que tem relação direta com o fato de não conseguirem a Inscrição Estadual naquele Estado, uma vez que com o cadastro o contribuinte conseguiria compensar com o imposto devido ao Estado de destino.

Foi relatado, ainda, na pesquisa, que as empresas passaram a ter que disponibilizar integralmente um colaborador para ficar responsável por essas aberturas de inscrição em outros Estados e, também, que os que tentaram realizar o cadastro tiveram gastos consideráveis, que variam de R\$ 2.500,00 a R\$ 50.000,00 para tal finalidade.

Depreende-se da pesquisa realizada que, apesar das tentativas de aberturas de cadastros, nenhuma das empresas necessitou abrir novo cadastro de CNPJ em nenhum dos entes federativos.

Por fim, segundo o questionário, destacam-se como os Estados de maior destinação das vendas e serviços, São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais.

AVENPES

Cordialmente,

ROGERIO MUNIZ SALUME

Presidente da AVENPES