

O uso da elisão fiscal como ferramenta estratégica para os negócios digitais

Tax avoidance as a strategic tool for digital business

DOI: 10.54033/cadpedv20n6-010

Recebimento dos originais: 27/10/2023
Aceitação para publicação: 01/12/2023

Elizandra Reis do Nascimento

Graduanda em Ciências Contábeis
Instituição: Centro Universitário Fametro (CEUNI)
Endereço: Av. Constantino Nery, 3204, Chapada, Manaus – AM, CEP: 69050-001
E-mail: elizandrar.reis@gmail.com

Júlia Nádia Maia Avelino

Graduanda em Ciências Contábeis
Instituição: Centro Universitário Fametro (CEUNI)
Endereço: Av. Constantino Nery, 3204, Chapada, Manaus – AM, CEP: 69050-001
E-mail: julia.nadiaa@gmail.com

Juliana Lima Farias

Graduanda em Ciências Contábeis
Instituição: Centro Universitário Fametro (CEUNI)
Endereço: Av. Constantino Nery, 3204, Chapada, Manaus – AM, CEP: 69050-001
E-mail: julianalimafarias4@gmail.com

Kédma Késia da Fonsêca Silva

Graduanda em Ciências Contábeis
Instituição: Centro Universitário Fametro (CEUNI)
Endereço: Av. Constantino Nery, 3204, Chapada, Manaus – AM, CEP: 69050-001
E-mail: kedmamorais10@gmail.com

Paulo Ramon Zani Batista

Graduando em Ciências Contábeis
Instituição: Centro Universitário Fametro (CEUNI)
Endereço: Av. Constantino Nery, 3204, Chapada, Manaus – AM, CEP: 69050-001
E-mail: paulo.ramon.rz@gmail.com

Robert Mendonça dos Santos

Graduando em Ciências Contábeis
Instituição: Centro Universitário Fametro (CEUNI)
Endereço: Av. Constantino Nery, 3204, Chapada, Manaus – AM, CEP: 69050-001
E-mail: mendoncarobert99@gmail.com

Marcos André Abensur

Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM)
Instituição: Centro Universitário Fametro (CEUNI)

Endereço: Av. Constantino Nery, 3204, Chapada, Manaus – AM, CEP: 69050-001

E-mail: abensurmanaus2@gmail.com

RESUMO

Esta pesquisa é fundamentada no objetivo de discutir e apresentar formas em que a elisão fiscal se torna uma aliada para os negócios digitais. Este trabalho analisa o e-commerce nos últimos anos e como ele evoluiu durante a pandemia de COVID-19 e após o fim dela como estas empresas lidaram com o novo modo de trabalho adotado pela sociedade. A coleta de informações foi realizada por meio de revisão bibliográfica e questionário on-line no qual apresentamos as respostas dos contribuintes com suas opiniões sobre o tema abordado. Pode-se confirmar que o comércio eletrônico movimenta enormes quantias de dinheiro todos os anos e vive um novo momento no Brasil. A confiança dos consumidores no meio eletrônico está a crescer e as empresas têm investido fortemente nesta área, buscando estratégias para pagar menos tributos. O conteúdo dos subsídios deste estudo inclui a evolução do comércio eletrônico, a epidemia e a evolução do comércio eletrônico a nível mundial, as características do consumo eletrônico e as suas vantagens e desvantagens, etc. Portanto, com base na análise dos dados, pode-se concluir que a implementação do comércio eletrônico é importante para o crescimento das empresas, acreditando-se que este estudo possa servir de base para futuras pesquisas científicas.

Palavras-chave: elisão, comércio eletrônico, negócios digitais, empresas.

ABSTRACT

The objective of this research is to discuss and present ways in which tax avoidance becomes an ally for digital businesses. This work analyzes e-commerce in recent years, how it evolved during the COVID-19 pandemic, and how companies have dealt with the new way of working adopted by society after the COVID-19 pandemic ended. The information was collected through a literature review and an online questionnaire in which we presented the contributors' responses together with their opinions on the subject. It can be confirmed that e-commerce moves large amounts of money annually and is experiencing a new moment in Brazil. Consumer's trust in e-commerce is growing and companies are investing heavily in this area, looking for strategies to pay less taxes. The content of the subsidies in this study includes the evolution of e-commerce, the epidemic and the evolution of e-commerce worldwide, the characteristics of e-consumption and its advantages and disadvantages, etc. Therefore, based on the analysis of the data, it can be concluded that the implementation of e-commerce is important for the growth of companies, and it is believed that this study can serve as a basis for future scientific research.

Keywords: avoidance, e-commerce, digital business, companies.

1 INTRODUÇÃO

São infindáveis os desafios que os empresários brasileiros vêm enfrentando ao longo dos anos, tendo em vista que o Brasil ocupa o 2º lugar no mundo que mais tributa empresas. Os negócios digitais, nos últimos 10 anos tiveram um crescimento surpreendente e constante, com ascensão de atividades que sequer eram pensadas como parte do dia a dia dos cidadãos. Com a epidemia de COVID 19, onde ocorreu o lockdown no mundo, muitos empresários tiveram que adaptar um novo modo de pensar seus negócios e modificar sua forma de trabalho. A busca pela adaptação, ensejou a modernização dos meios de acesso ao cliente, e as estruturas de organização e funcionamento. Essa modificação, não raro, trouxe muitas dificuldades nos aspectos burocráticos e fiscais. Porém, o que muitas pessoas não sabem é que existem meios legais que podem auxiliar o empresário a contornar a questão da tributação sem prejudicar o negócio. Apesar de que a responsabilidade fiscal e a evasão fiscal sempre coexistiram ao longo da história, e há uma tensão constante entre a obrigação de pagar impostos e a tentativa dos contribuintes de contorná-la.

Para Crepaldi (2017), o planejamento tributário, também conhecido como 'elisão fiscal', é uma prática preventiva que, dentro da estrita análise das leis brasileiras atuais, visa obter ferramentas que possibilitem minimizar o gasto financeiro com pagamento de tributos. Seu intuito é evitar a incidência tributária com o objetivo de impedir a ocorrência do fato gerador do tributo, excluindo, desse modo, seu valor, na alíquota ou na base de cálculo.

A partir destas premissas, essa pesquisa nasceu com o intuito de discutir o uso da Elisão Fiscal para assessorar os empresários a continuar a crescer nessa esfera junto ao seu negócio mesmo diante a todos os problemas enfrentados, inclusive diante da situação de pandemia, ou outras situações similares, buscando aprimorar o recolhimento tributário, o cumprimento da obrigação acessória, e sem incidir na situação de sonegação de imposto.

Este estudo visa apresentar um olhar sobre as possibilidades de melhoria e discutir os meios de adaptação para os empresários que atuam em negócios por meios digitais, com o intuito de verificar a melhor situação de tributação a ser observada com vistas ao recolhimento, com redução da carga tributária.

Desde de que a tecnologia entrou junto ao mercado de trabalho muitas empresas buscaram adaptação na nova forma de operar e ingressaram no e-commerce.

“E-commerce (ou “comércio eletrônico” em português) é uma modalidade de comércio onde os negócios e transações financeiras são realizadas via dispositivos e plataformas eletrônicas, como computadores, tablets e smartphones” (BERTHOLDO, 2021, Online).

Até mesmo os profissionais contábeis. Os empresários consultam os contadores para especificar o caminho certo para as empresas digitais aprimorarem seus negócios.

O e-commerce transformou-se em um novo modelo de negócios, os consumidores não precisam sair de casa para comprar mercadorias, bastando acessar plataformas digitais que possuem uma alta diversidade de produtos em estoque. Entretanto, existem diferentes tipos de e-commerce no Brasil, levando os empresários à adotarem medidas no comércio digital a elisão fiscal. De acordo com Rocha e Barcelos (2016):

“A Elisão Fiscal é um proceder legalmente autorizado, que ajuda a lei tributária a atingir a sua finalidade extrafiscal, quando presente. É diferente da evasão fiscal, pois naquela são utilizados meios legais na busca da descaracterização do fato gerador do tributo.”

Vemos assim, que a elisão é um método eficaz do planejamento tributário, pois traz benefícios de redução de recolhimento de tributos aos empresários, especialmente nos negócios digitais. Desse modo, através deste processo de elisão atinge-se uma redução da carga tributária de uma empresa, fazendo com que sejam produzidos mais lucros para futuros investimentos. Por isso, existe a necessidade de um profissional contábil para auxiliar na estruturação fiscal desta determinada entidade. Mas, observe-se, que este profissional deve possuir conhecimentos aprofundados sobre o tema, a fim de propiciar a plenitude de redução da carga fiscal.

Portanto, temos como intenção ampliar o conhecimento a respeito da elisão fiscal como auxílio tático no planejamento tributário, promovendo vantagens competitivas no mercado. Tendo em vista que durante a pandemia

houve o ‘boom’ de consumidores virtuais¹, como consequência surgiram mudanças nos hábitos e formas de comprar, bem como também trouxe consigo dúvidas a respeito da tributação e sobre as legislações vigentes nesse período, fazendo com que até os dias atuais, empresários no e-commerce tenham incertezas no seu empreendimento sobre como pagar seus tributos sem burlar o fisco, mas se aproveitando do processo de elisão fiscal.

Considerando a alta demanda de aberturas de empresas virtuais no período da crise econômica, em decorrência da pandemia de Covid19, buscando a regularização das mesmas, muitos empresários incorreram em custos desnecessários nesse período, os quais os acompanham até os dias de hoje. Assim, prejudicando nos ganhos e também impedindo a sua expansão. Diante do cenário atual, ainda convém lembrar que considerando o total de impostos pagos, empresas brasileiras lideram ranking da América Latina devido a alta carga tributária², sejam elas físicas ou digitais.

Durante a pandemia, o comércio digital expandiu-se graças à sua adaptação. No entanto, os empreendedores enfrentam despesas fiscais adicionais devido à falta de planejamento tributário adequado e desatualização contábil por parte dos profissionais que lhes assessoram. A necessidade de manter registros precisos é crucial para evitar tais encargos. Assim, é essencial que as empresas priorizem a gestão contábil atualizada. Isso garantirá uma operação mais eficiente e conformidades fiscais.

Em síntese, vimos que surgem vários direcionamentos a partir do tema selecionado, porém, encontramos o esclarecimento do que será proposto neste etapado artigo. Desta forma, consegue-se entender que estamos em busca de discutir soluções a partir deste questionamento como pontos-chaves que devem ser analisados no tópico tributário, em que será evidenciado sua relevância para os empresários. Conforme explicam Crepaldi e Crepaldi (2018, p. 4)

¹ Segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), na primeira quinzena de março houve um aumento de cerca de 35% nas compras on-line, se comparado com o mesmo período de 2019. Disponível em: <https://www.uninter.com/noticias/e-commerce-cresce-35-em-periodo-de-pandemia>

² Brasil tem a maior carga de impostos da América Latina e Caribe, de acordo com dados de um relatório sobre estatísticas tributárias para a região da Organização para Cooperação do Desenvolvimento Econômico (OCDE).

“Conhecer os custos da empresa é importante por várias razões. Entre elas, pode-se citar as tomadas de decisão adequadas para enfrentar a concorrência e o conhecimento do lucro (ou prejuízo) resultante das operações da empresa.”

O objetivo geral de estudo desta pesquisa é apresentar e orientar os empresários, especialmente aqueles que atuam no *e-commerce* melhores formas de adaptar seu negócio para esta nova realidade através do uso adequado da elisão fiscal e trazer compreensão sobre as tributações que são incidentes no seu modelo de negócios, para não cair nas malhas que apuram a sonegação fiscal, buscando uma estratégia regular com as saídas fixas de caixa, gerando economia, e ainda sendo enquadrado no melhor regime tributário. A partir disso vem o principal questionamento debatido neste trabalho: “De que forma o uso da elisão fiscal pode ser usado como ferramenta estratégica para os negócios digitais?”

Espera-se afinal que sejam construídas orientações para conhecimento sobre:

- Analisar os tributos que são realmente incidentes na área de *ecommerce*;
- Identificar os tributos que estão sendo pagos irregularmente afim de organizar a parte contábil da empresa;
- Utilizar a elisão fiscal para diminuir o pagamento de tributos da empresa.

2 PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO

O planejamento tributário é definido como um conjunto de procedimentos lícitos realizados pelos contribuintes com a intenção de diminuir a carga tributária que necessita ser paga. Esta conduta é possível, de forma legal respeitando as leis tributárias vigentes. (GODOY, 2013).

Segundo Nobre e Oliveira (2022) pode se dizer que o planejamento tributário é uma forma de prevenção por meio de estudo e análise dos modos de tributação existentes no Brasil, com objetivo de identificar qual delas é a forma que proporciona menos arrecadação de tributos, trazendo assim maior economia aos caixas da empresa.

(Cabral 2020 apud Nobre e Oliveira, 2022) afirma que no país existe um sistema de tributação muito complexo, sendo assim, pode se dizer que devido as mudanças frequentes na legislação, o planejamento tributário se torna essencial para que os empresários tenham melhor compreensão das leis vigentes, limitando ações ilícitas nos negócios.

Pode se definir o sistema tributário nacional como um conjunto de princípios gerais, a limitação dos poderes tributários, a atribuição de poderes tributários privados entre a Federação, os estados, o Distrito Federal e os municípios (discriminação de renda e a repartição das receitas tributárias. (GODOY, 2015 apud CASSONE, 2008).

Segundo Júlio Cesar Zanluca (2010 apud Oliveira e Gonçalves, 2013), o contador é fundamental na construção e execução do Planejamento Tributário. Pois ele é um dos responsáveis pelas atividades internas da empresa, controle de pagamento de impostos, conciliações e outros procedimentos. Além de comandar a equipe responsável pelas outras funções do financeiro da empresa.

De acordo com (Oliveira et.al 2014) A falta do planejamento tributário estratégico gera um futuro incerto para a empresa em questões de investimentos, pois pode acontecer a falta de recursos monetários em caixa, gerando assim um desgaste de investimentos em uma tentativa de cobrir gastos que não estavam previstos. (OLIVEIRA, 2014).

Sendo assim, o planejamento tributário é essencial para uma boa evolução da empresa, evitando que a empresa pague muitos impostos e seja multada pelo fisco por irregularidades no pagamento de tributos. Desta forma, por meio da elisão fiscal que é uma forma de planejamento tributário é possível manter a empresa de acordo com a legislação tributária.

2.1 ELISÃO FISCAL

Segundo Rocha (2016) A elisão fiscal é um método legal que auxilia o direito e contabilidade tributária a atingir sua finalidade com alto desempenho de forma lícita. O que difere da evasão fiscal que recorre a meios jurídicos para encontrar falsas características de fato gerador, ludibriando assim o fisco.

Para Schitz et al. (2022) O contribuinte tem a obrigação moral de contribuir para o financiamento das atividades do Estado. Porém, ele poderá planejar

dentro dos limites legais como surgiram os fatos para tributação, de forma que tenha o menor valor possível.

De acordo com Baesso et al. (2022) O planejamento tributário é a única forma de trazer economia real para a empresa, sem grandes complicações por parte do fisco. No entanto, para uma organização obter bons resultados, ela deve ter uma contabilidade sólida, ou seja, uma contabilidade confiável, e deve seguir os princípios e padrões aceitos no que diz respeito ao funcionamento real da empresa.

Em concordância com Rocha et al. (2016) atualmente, a carga tributária no Brasil consiste em impostos e taxas acessórias, o que torna a carga tributária brasileira potencialmente alta, e como alternativa, diversas empresas estão tentando reduzir a carga tributária com base na legalidade. A elisão fiscal é, portanto, uma opção utilizada com o objetivo de alcançar a economia tributária e pode ser considerada como uma gestão tributária inteligente que busca evitar o surgimento da carga tributária, reduzir seu valor ou adiá-la.

Assim como também Crepaldi (2015) afirma, nestas circunstâncias, ou seja, nas situações em que é provável um crédito fiscal, conhecer as despesas e reservas dedutíveis à matéria coletável, explorar as lacunas da lei, identificar os incentivos fiscais concedidos pelo governo e escolher o modelo fiscal adequado, seja Lucro Real, Lucro Presumido ou Simples Nacional, que correspondem à estratégias de elisão fiscal usadas pelas empresas.

Dessa forma, conhecendo mais a respeito da elisão fiscal e que a mesma age como uma colaboradora ativa dentro da empresa, pode-se dizer que esses benefícios não se limitam apenas às empresas físicas, como também pode se estender para o novo modelo de empreendimento chamado e-commerce.

2.1.1 Tipos de Elisão

Segundo Zanluca (2023), há duas espécies de elisão fiscal:

- Decorrente da própria lei;
- A que resulta de lacunas e brechas existentes na própria lei.

No caso da elisão decorrente da lei, o próprio dispositivo legal permite ou até mesmo induz a economia de tributos. Existe uma vontade clara e consciente do legislador de dar ao contribuinte determinados benefícios fiscais.

Os incentivos fiscais são exemplos típicos de elisão induzida por lei, uma vez que o próprio texto legal dá aos seus destinatários determinados benefícios. É o caso, por exemplo, dos Incentivos à Inovação Tecnológica (Lei 11.196/2005).

Já a segunda espécie, contempla hipóteses em que o contribuinte opta por configurar seus negócios de tal forma que se harmonizem com um menor ônus tributário, utilizando-se de elementos que a lei não proíbe ou que possibilitem evitar o fato gerador de determinado tributo com elementos da própria lei.

2.2 O E-COMMERCE

Conforme Vissotto e Boniati (2013) “O primeiro conceito de e-commerce surgiu no início dos anos 1970, quando as instituições financeiras fizeram as primeiras transferências eletrônicas de dinheiro. O interesse pelo acesso à Internet cresceu significativamente ao longo dos anos e, na década de 1990, com a entrada em mídia comercial, o termo *eletronic-commerce* (*e-commerce*)”.

Ao analisar o mercado atual, é possível perceber que o modelo de comércio vem sofrendo mudança radicais, em razão ao avanço da tecnologia dia após dia.

De acordo com o manual do Sebrae³, *‘e-commerce’* é um método de marketing bens e serviços para transações financeiras através do dispositivo e plataformas eletrônicas, como computadores e dispositivos móveis. eles não estão entre eles. Apenas transações comerciais, sim, todas as ações ou transações Pessoal e empresarial online

De acordo com Coelho (2013) a maioria das pessoas que decide iniciar uma loja online acredita erroneamente que a maior despesa é comprar ou alugar uma plataforma de e-commerce para dar suporte às operações. Porém, para alguns empreendedores, ter um negócio de sucesso, esse valor deve equivaler a cerca de 15% a 20% do investimento total. E a maior dificuldade não está na escolha da plataforma, outras tarefas, como operações, gestão e logística, também exigem um bom planejamento e planejamento empresarial.

³ Informe de Mercado *E-commerce* – SEBRAE 2017 p. 8

O comércio eletrônico pode ser definido como transações comerciais concluídas digitalmente (via web ou celular) entre organizações e entre indivíduos não necessariamente uma organização com um indivíduo não necessariamente uma organização com um indivíduo. Essas transações são trocas de dinheiro por produtos ou serviços (LAUDON; TRAVER, 2017).

Muller (2013) mudar para: afirma que “no Brasil muitas empresas estão adquirindo seus página na internet e com isso revelar sua loja física e também abrir uma loja virtual para crescer suas atividades e ampliar o seu alcance com os clientes”.

Para Helly (2020), existem vários tipos de e-commerce, os principais no Brasil e suas características:

- Business to business (B2B) - É feita entre corporações. Desta forma, existe o comércio de insumos de uma empresa pra a outra.
- Business to consumer (B2C) - É a relação entre companhia e cliente (consumidor final).
- Consumer to consumer (C2C) - É um comércio que veio se expandindo a partir da internet, criando novas possibilidades de compra e venda entre as pessoas.
- Consumer to business (C2B) - A relação dessa modalidade é realizada entre consumidor e as empresas, de maneira inversa ao B2C. Ou seja, é quando pessoas físicas fazem vendas para pessoas jurídicas.
- Business to administration (B2A) - Operações realizadas entre empresas e administração pública. É o caso de serviços fiscais, segurança social, serviços de empregos, documentos legais e registros.

Segundo Olist (2023), o comércio virtual é uma excelente opção para empresas que desejam ganhar visibilidade, atingir novos públicos, utilizar produtos de nicho, deduzir despesas e aumentar as vendas.

Vissoto e Boniati (2013) acrescentou-se que o e-commerce surgiu como um novo conceito de mercado que visa proporcionar novas oportunidades de negócios por meio do comércio virtual. Para eles, esse tipo de comércio oferece maior comodidade, segurança e confiabilidade na hora de realizar a compra, seja ela de um produto físico ou virtual.

No Brasil, o e-commerce tem inúmeras vantagens e as estatísticas mostram que esse mercado só tem a crescer⁴. As empresas brasileiras estão cada vez mais eliminando as etapas em suas transações comerciais e fechando negócios diretamente pela Internet, economizando e agilizando processos.

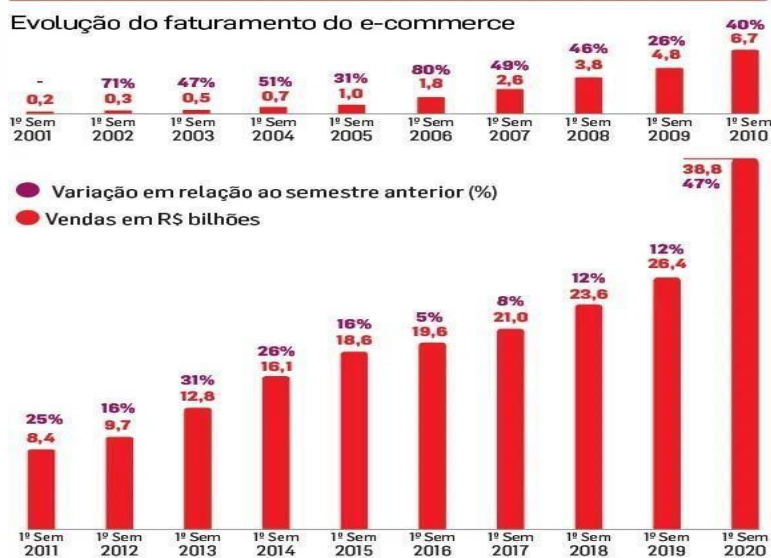
2.2.1 O Ecommerce na Pandemia na Covid-19

Conforme, Otimiza Empresa Júnior (2021) O comércio eletrônico é um dos nichos de mercado que mais cresce durante a pandemia de coronavírus, já que a maioria dos consumidores começa a comprar pela internet em meio ao distanciamento social. Enquanto algumas instituições precisam se adaptar a essa nova realidade, alguns empresários enxergam possibilidades de investimento e crescimento. No entanto, isso requer planejamento e construção em todas as frentes. Em março de 2020, o primeiro caso de Covid-19 chegou ao Brasil. Desde então, muitas pessoas ficaram em casa para se proteger e a maioria das empresas foi forçada a fechar seus serviços. Impossibilitados de fechar suas lojas, recorreram ao e-commerce para realizar suas compras, revolucionando o período. Quando a demanda aumenta, não se pode contar com nada. Segundo estudo da Nielsen IQEBit, o e-commerce foi o que mais cresceu nos últimos 20 anos, com alta de 47%. O gráfico apresenta os resultados dos últimos 20 anos.

Segundo Costa (2021) O comércio eletrônico brasileiro atingiu receita recorde em 2021, totalizando mais de R\$ 161 bilhões, uma alta de 26% no que se refere ao ano antecedente. Segundo pesquisa da Neotrust, empresa que monitora o comércio eletrônico no Brasil, o número de pedidos cresceu 16,9%, com 353 milhões de entregas. O valor médio de cada compra também aumentou 8,6% em relação a 2020, atingindo a média de R\$ 455.

⁴ O comércio eletrônico mundial deve crescer 55,3% até 2025, conforme estimativa do relatório Global Payments Report, divulgado pela Worldpay from FIS. No Brasil, as vendas do e-commerce devem aumentar 95% nos próximos dois anos, de acordo com o mesmo levantamento.

Gráfico 1 – Evolução do faturamento do e-commerce



De acordo com Rodrigues (2020) impactos negativos decorrentes da pandemia Covid-19 foram bastante sentidos pelo mercado mundial, uma vez que, enquanto no Brasil ainda não havia a declarado o primeiro caso da doença, o mundo já enfrentava um elevado aumento dos casos, levando os países a decretarem medidas restritivas que trouxeram a queda do mercado. Para a autora as novas perspectivas do mercado mundial influenciaram significativamente na diminuição da produção, levando a certa recessão.

Brandão (2021) diz que o Brasil é a maior economia da América Latina e continua a ter um rápido crescimento do comércio eletrônico, com 16% de aumento em relação ao ano anterior (apurado em 2021). Segundo o levantamento, as vendas do e-commerce no Brasil, por sua vez, devem avançar 95% até 2025.

Vindi (2021) De qualquer forma, um aumento dessa dimensão em tempos de crise econômica impressiona e demonstra o tamanho da oportunidade que o comércio eletrônico representa no Brasil.”

Quando a epidemia começou em 2020, várias lojas foram obrigadas a fechar devido à infecção por vírus, e muitas lojas tiveram que encontrar outro caminho. Foi um ano em que o comércio eletrônico aproveitou a realidade e se expandiu. As pessoas entravam em plataformas online e faziam pedidos e

⁵ Segundo a Ebit | Nielsen WebShoppers 42

compravam as mais diversas mercadorias e serviços, e então os correios e outros transportadores, pessoas jurídicas ou físicas os entregavam em sua porta. Por exemplo, nesse período, o próprio serviço de entregas passou pela adaptação aos meios digitais com evolução de empresas como Uber entrega, Uber moto, Ifood, 99 entre outras. (citação)

2.3 TRIBUTAÇÃO NO BRASIL

2.3.1 Código Tributário Nacional

O tributo nada mais é que o regulador da atividade humana, destinado a transferir em forma de dinheiro alguns dos frutos dessa atividade do indivíduo para o estado, para que este possa usar as quantias arrecadadas para cumprir suas obrigações através de seus agentes.

O Código Tributário Nacional define a tributação em seu artigo 3º.

Art. 3º Tributo é toda prestação pecuniária compulsória, em moeda ou cujo valor nele possa exprimir, que não constitua sanção de ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada. (BRASIL, 1966).

2.3.2 REGIMES DE TRIBUTAÇÃO NO ÂMBITO FEDERAL

2.3.2.1 Simples Nacional

Para Martins (2013) O Simples Nacional é considerado regime especial único de arrecadação de impostos e contribuições das microempresas e empresas de pequeno porte. Trata-se de um regime tributário diferenciado e simplificado para cálculo e recolhimento de impostos e contribuições devidos ao ME e EPP.

2.3.2.2 Lucro Presumido

O lucro presumido é entendido de acordo com a Receita Federal:

Desde que não esteja obrigada à apuração do lucro real e a partir de 01.01.2014, o limite de receita bruta total anual, para opção pelo lucro presumido, é de R\$ 78.000.000,00 (setenta e oito milhões de reais), ou a R\$ 6.500.000,00 (seis milhões e quinhentos mil reais) multiplicado pelo número de meses de atividade do ano-calendário anterior, quando inferior a 12 (doze) meses (levar este item para nota de rodapé => (SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL, 2017).

2.3.2.3 Lucro Real

De acordo com art. 247 RIR/1999, o lucro real é o lucro líquido do exercício ajustado pelas adições, exclusões ou créditos prescritos ou permitidos pela regulamentação fiscal. A determinação do lucro real será precedida da apuração do lucro líquido de cada período de apuração de acordo com a legislação comercial. Arte.247 RIR/1999.

2.4 A TRIBUTAÇÃO NO E-COMMERCE

Para Jodas (2017), o comércio eletrônico é uma realidade que vem se instalando. A transação de compra e venda de produtos e serviços é cada vez mais facilitada por um mercado em constante crescimento. As questões fiscais, portanto, vêm à tona quando a cobrança de impostos se torna exigida, especialmente ético.

Segundo Furlaneto (2013), o comércio eletrônico é eficaz como atividade comercial que permite a compra e venda de produtos e serviços físicos ou digitais, sendo uma atividade comercial diferente das demais. No e-commerce pode -se dizer que os impostos mais comuns dessa atividade são o ICMS (imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) e o ISS (Imposto Sobre Serviços).

Entretanto para Marcellos (2002) as empresas que trabalham com a comércio, na internet, de bens imateriais (intangíveis) no Brasil atualmente encontram no campo da não-incidência tributária, pois essas empresas não recolhem o Imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre as prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação (ICMS) e nem o Imposto sobre Serviços (ISS).

Como recorte, elegeu-se as principais discussões que estão emergindo relacionadas ao comércio eletrônico, quais sejam: o conceito de estabelecimento, já que no e-commerce não mais pode ser tratado como as operações tradicionais; a comercialização de produtos materiais realizados pela internet, porém entregues por meio físico em âmbito interestadual; a impossibilidade de caracterizar os bens intangíveis e os softwares negociados por meio do comércio eletrônico como mercadoria e a impossibilidade de

incidência do ISSQN e ICMS na comercialização dos softwares em que a entrega se dá por meio de download. (BENEDITO, 2019)

A principal diferença tributária para uma loja virtual e uma loja física é o ICMS quando se trata de vendas. De fato, enquanto uma loja física recolhe todo o ICMS ao vender no mesmo estado, uma loja de comércio eletrônico estará sujeita à cobrança de ICMS em outros estados.

Sendo assim, para Menezes et al. (2022) Diante do surgimento do Comércio Eletrônico – CE, a realidade apresentada é bem distinta, onde se observa a aplicação de uma nova realidade econômica, ensejando distorções no sistema de tributação. Isto porque de acordo com o modelo normativo idealizado à época, a tributação das operações do comércio eletrônico, ocorre essencialmente na origem, favorecendo os estados produtores. Por isso, também houve a necessidade de atualização nas regras de recolhimento do ICMS.

Agora, de acordo com a Emenda Constitucional 87/2015 e alterações, as regras de recolhimento do ICMS para vendas realizadas pelo comércio eletrônico são as seguintes:

VII - Nas operações e serviços que enviem bens e serviços a consumidores finais, contribuintes ou não contribuintes localizados em outro estado, incidirá a alíquota interestadual e o estado do destinatário será responsável pelo imposto correspondente à diferença entre o país destinatário interno e tarifas interestaduais;

2.5 A ELISÃO FISCAL NO E-COMMERCE

A verdade é que, enquanto continuar o descompasso entre a nova economia e as antigas empresas de impostos, tecnologia e e-commerce será beneficiado em primeiro lugar, em detrimento de seus concorrentes tradicionais. Programas financeiros especialmente 150 Revista Brasileira de Direito, Passo Fundo, vol. 15, no. Página 1 145-167, janeiro-abril, 2019 - ISSN 2238-0604 favorece o crescimento deste setor econômico. Explorando brechas na legislação existente, empresas de tecnologia e comércio eletrônico, com ajuda significativa do fisco, expandiram seus lucros muito além dos negócios tradicionais. Estima-se que as empresas por trás de aplicações e plataformas digitais paguem significativamente menos impostos globalmente do que as empresas tradicionais, com uma taxa média de 8,5% para atividades domésticas

e 10,15% para atividades internacionais, no primeiro caso, Isso comparado com uma taxa média de 20,9% para atividades internacionais e 23,2% para modelos de negócios antigos (AFONSO; PORTO, 2018).

Os impostos têm funções econômicas e sociais. Especialmente em tempos de crise, os governos realizam ativamente apoio direto aos cidadãos, indústria e setores empresariais, e sua infraestrutura física e econômica também precisa ser à prova de recessão. Agora, o governo se vê lutando para levantar fundos financeiros suficientes para fornecer o apoio necessário. Neste contexto, a já tão debatida revisão fiscal da economia digital torna-se ainda mais importante e visível. Porque, como se vê, é uma indústria em crescimento, ao contrário das empresas tradicionais (MOTA, 2021).

2.6 METODOLOGIA

Portanto, esta pesquisa utilizou métodos exploratórios buscando trazer um tema da atualidade. Assim, essa pesquisa se desenvolveu por meio de um estudo de caso, com aplicação de um questionário com 01 questão abertas e 10 fechadas, onde se procurou apurar na visão dos entrevistados as melhores alternativas de tributação para a atividades desenvolvidas sob a forma de e-commerce, traduzindo assim, as melhores alternativas com vistas ao uso da elisão fiscal. A revisão bibliográfica precede ao levantamento de dados, os quais foram construídos por meio de questionário estruturado para se chegar a conclusões do uso da elisão fiscal em empresas do seguimento digital.

2.7 COLETA DE DADOS

Assim, para este estudo, as informações serão coletadas por meio de um questionário com o objetivo de responder de forma concisa ao tema da pesquisa por meio das respostas dos respondentes. Portanto, os participantes eram estudantes de contabilidade e especialistas que atuavam ou já atuaram na área. A seleção dos participantes foi feita por meio de persona virtual e os formulários de coleta de dados foram enviados após aprovação dos participantes. O instrumento de coleta observou informações como idade, ramo de atuação, nível tecnológico e relação do profissional com a tecnologia. O questionário online foi distribuído a 64 estudantes e profissionais do setor de diferentes idades e foram

recebidas 64 respostas durante o segundo semestre de 2023, no prazo de 15 dias após o envio do questionário.

Para assegurar a confiabilidade das respostas e evitar duplicidades, é obrigatório que se identifique, seguindo a metodologia descrita abaixo:

Quadro 1 – Metodologia descrita

Tipo de Método	Quantitativo e Qualitativo
Estratégia de Pesquisa	Levantamento de informações
Coleta de Dados	Formulário online.
Unidade de Análise	Estudantes e Profissionais atuantes em diversas áreas da contabilidade
Amostra	64 respondentes, representando uma demonstração de 57,8% em diferentes idades.
Análise de Dados	Uso de médias e frequências estatísticas.
Confiabilidade	Adotou-se o envio do formulário para estudantes e profissionais de diferentes idades solicitando obrigatoriamente a identificação a fim de evitar duplicidades de envio.

Fonte: Elaborado pelos autores conforme dados coletados do formulário de pesquisa.

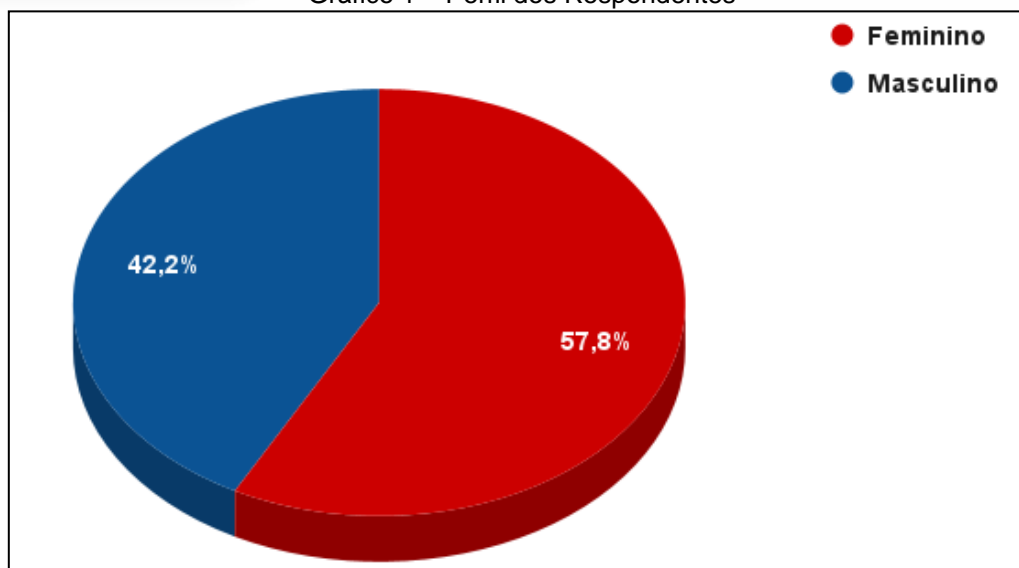
2.8 ANÁLISE DOS RESULTADOS E DISCUSSÕES

Objetivo geral da pesquisa foi analisar quanto aos níveis de conhecimento dos negócios digitais, na época da Pandemia Covid-19, em uma análise que primeiramente apresenta o perfil identificado que caracteriza a amostra coletada, e em seguida demonstrando os resultados dos questionários aplicados e suas respectivas apreciações que possam contribuir com a interpretação do quanto cresceu os negócios digitais junto com a elisão fiscal na pandemia.

2.8.1 Perfil dos Respondentes

Em relação ao perfil dos respondentes a maior concentração foi no alvo Feminino (57,8%), Masculino (42,2%). Conforme se verifica através do Gráfico 1.

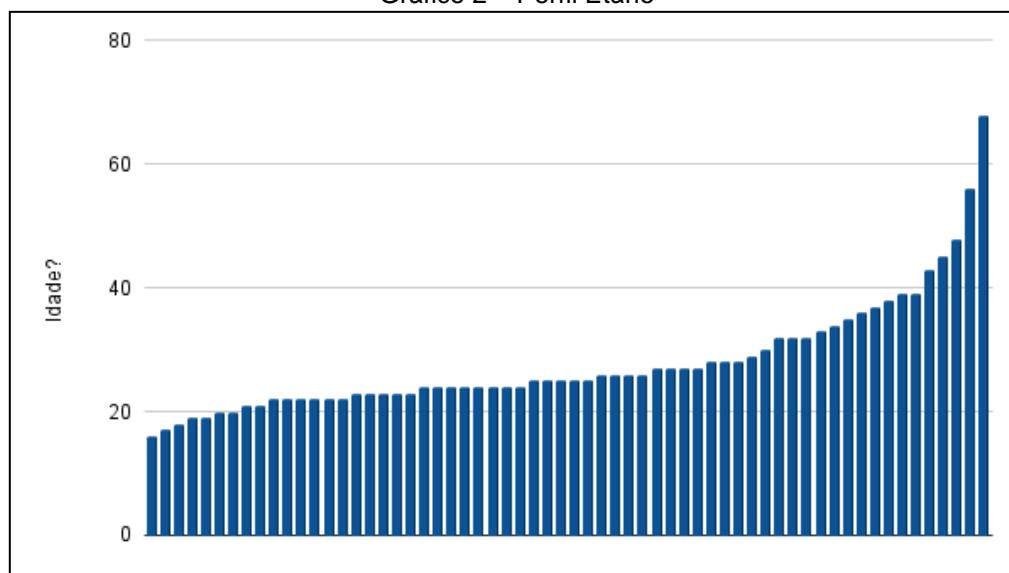
Gráfico 1 – Perfil dos Respondentes



Fonte: Pesquisa de Campo

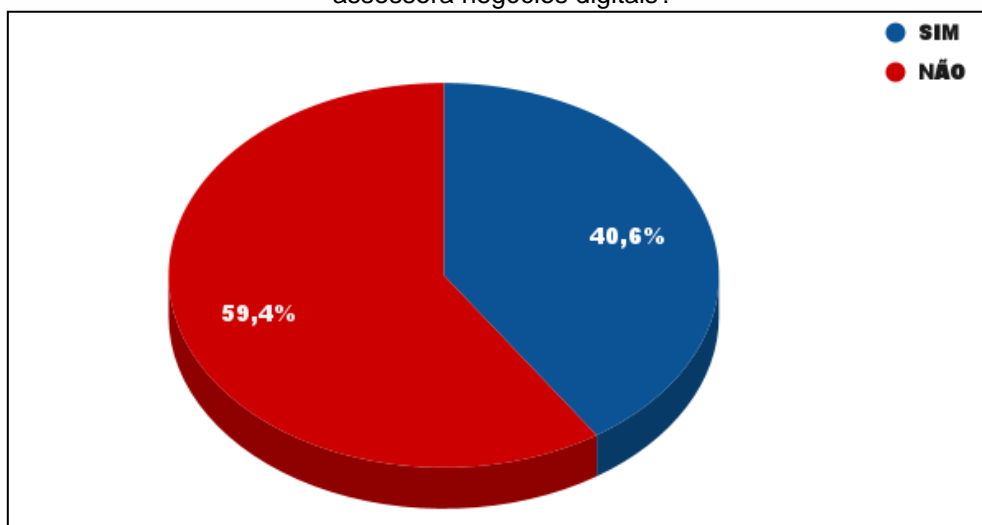
Em relação a idade, a maior concentração etária está na faixa dos 20-30 anos; 31-40 anos estão acima de 60 anos. Identifica-se esses índices no Gráfico 2.

Gráfico 2 – Perfil Etário



Fonte: Pesquisa de Campo

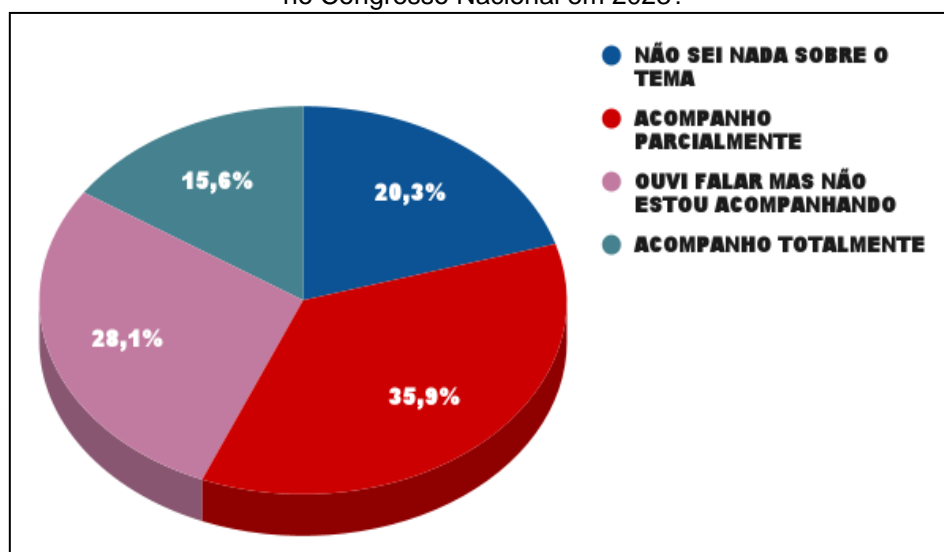
Gráfico 3 - Um negócio digital é uma empresa que opera completamente online, utilizando tecnologia e a Internet para desenvolver e comercializar seus produtos e serviços. Você assessora negócios digitais?



Fonte: Pesquisa de Campo

No gráfico 3, demonstra-se que muitas pessoas ainda não utilizam os negócios digitais, uma empresa totalmente online onde pode utilizar por meios de ferramentas como plataformas digitais. Observa-se que muitos empresários não conhecem os negócios digitais, meios que podem apresentar seus produtos de forma totalmente online. Para assessoria de um negócio digital os correspondentes responderam NÃO (59,4%) e poucos responderam SIM (40,6%) de acordo com o gráfico.

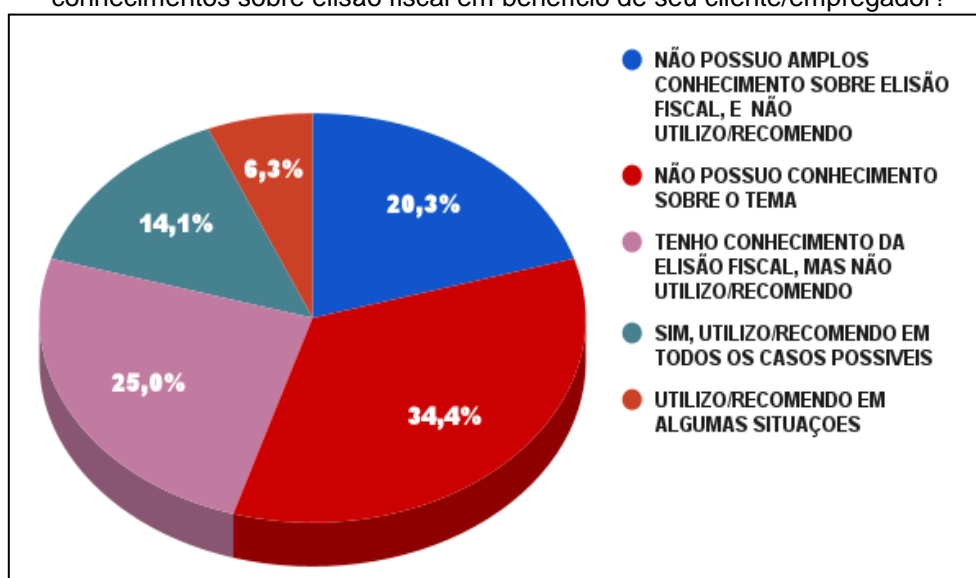
Gráfico 4 - Você está acompanhando os assuntos sobre a Reforma Tributária em andamento no Congresso Nacional em 2023?



Fonte: Pesquisa de Campo

De acordo com análise do gráfico 4, verifica-se que foram adotados 4 níveis de resultados, onde acompanham parcialmente sobre a reforma Tributária que está em andamento no Congresso Nacional no respectivo ano 35,9%, com 28,1% ouve falar mais não acompanha. Com 15,6% buscando e acompanhando totalmente. Demonstra-se que pouco dos representantes realmente acompanha o assunto abordado. A maior parte não sabe nada sobre o assunto com 20,3%.

Gráfico 5 - Enquanto contador ou profissional que atua na área, você se utiliza de conhecimentos sobre elisão fiscal em benefício de seu cliente/empregador?



Fonte: Pesquisa de Campo

O gráfico apresentado mostra os resultados de uma pesquisa realizada com contadores e profissionais da área que atuam no Brasil. A pesquisa foi realizada em novembro de 2023 e contou com a participação de 64 profissionais.

- O gráfico mostra que 6,3% dos profissionais não possuem amplos conhecimentos sobre elisão fiscal, e não utilizam/recomendam. Este grupo pode estar desinformado sobre o tema ou simplesmente não acredita nos benefícios da elisão fiscal.
- 14,1% dos profissionais não possuem conhecimento sobre o tema. Este grupo pode estar começando a carreira ou simplesmente não tem interesse pelo tema.

- 20,3% dos profissionais possuem conhecimento da elisão fiscal, mas não utilizam/recomendam. Este grupo pode acreditar que a elisão fiscal é ilegal ou que pode causar problemas para os clientes.
- 25,0% dos profissionais utilizam/recomendam a elisão fiscal em todos os casos possíveis. Este grupo acredita que a elisão fiscal é uma ferramenta legítima que pode ajudar os clientes a reduzir a carga tributária de forma legal.
- 34,4% dos profissionais utilizam/recomendam a elisão fiscal em algumas situações. Este grupo acredita que a elisão fiscal pode ser uma ferramenta útil, mas que deve ser utilizada com cautela.

Em geral, o gráfico sugere que a maioria dos contadores e profissionais da área que atuam no Brasil possuem conhecimento sobre elisão fiscal e utilizam a ferramenta em alguns casos. No entanto, também é importante ressaltar que um número significativo de profissionais não possuem conhecimento sobre o tema ou não acreditam nos benefícios da elisão fiscal.



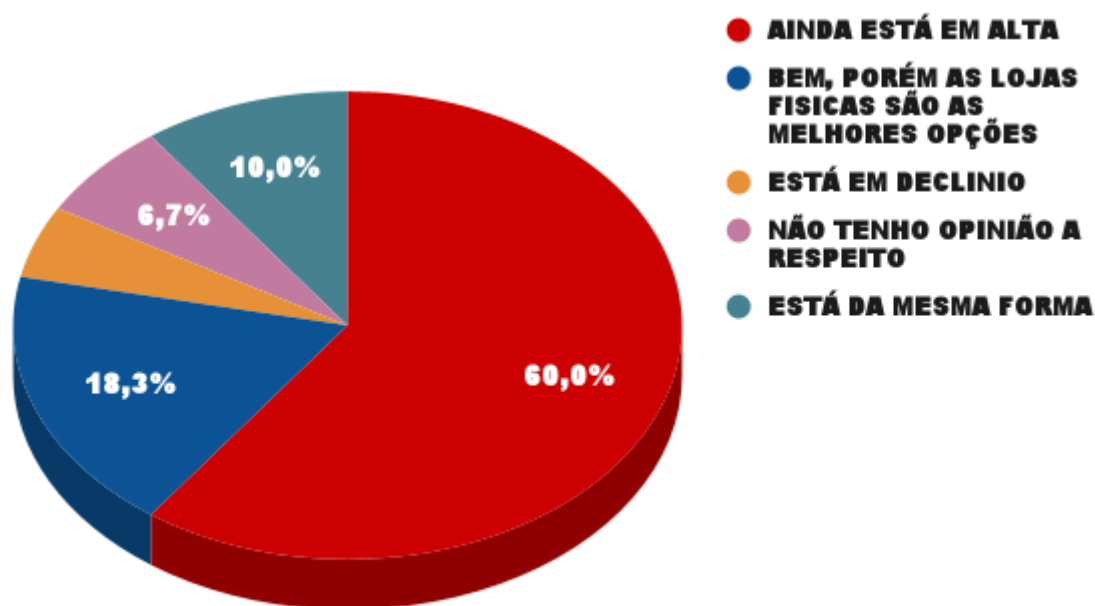
Fonte: Pesquisa de Campo

- Conforme o gráfico 6, 40% dos entrevistados têm excelentes expectativas em relação à reforma tributária. Este é o grupo com as expectativas mais positivas.

- 30% dos entrevistados têm boas expectativas. Este grupo é mais moderado, mas ainda acredita que a reforma tributária pode trazer benefícios.
- 20% dos entrevistados têm ruins expectativas. Este grupo é mais pessimista e acredita que a reforma tributária pode trazer mais prejuízos do que benefícios.
- 10% dos entrevistados não conhecem o tema. Este grupo pode estar desinformado ou simplesmente não se interessar pelo tema.

Em geral, o gráfico sugere que a maioria dos entrevistados tem expectativas positivas em relação à reforma tributária. No entanto, também é importante ressaltar que um número significativo de entrevistados tem expectativas ruins ou não conhece o tema.

Gráfico 7 - Na pandemia muitos estabelecimentos tiveram que fechar por conta do lockdown, na sua opinião o e-commerce cresceu bastante? E hoje pós pandemia como está?

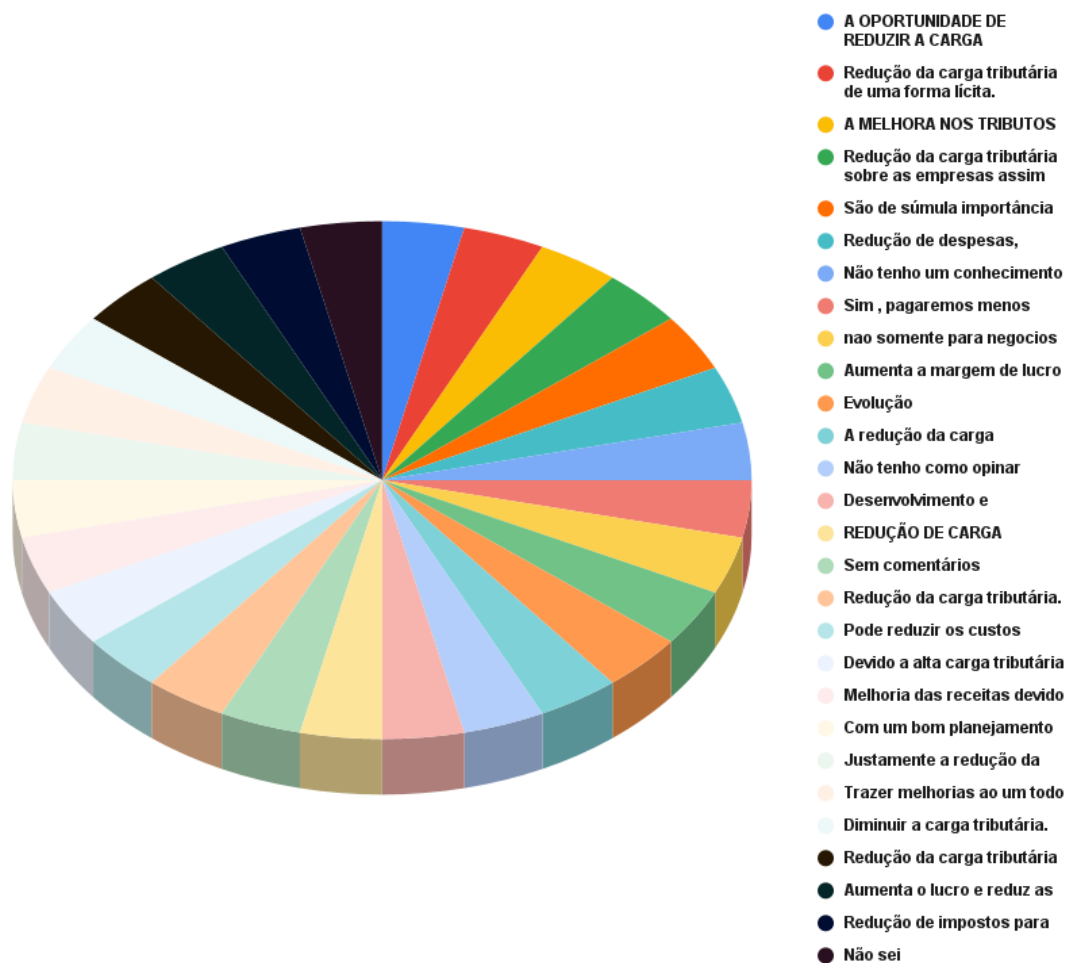


Fonte: Pesquisa de Campo

Durante a pandemia, houve um aumento notável no comércio eletrônico devido ao fechamento de muitos estabelecimentos físicos. As restrições impulsionaram a mudança de consumidores para compras online. Pós-

pandemia, essa tendência continua, com o e-commerce mantendo um papel significativo, pois os consumidores continuam a valorizar a conveniência e a variedade oferecidas pelas compras online.

Gráfico 8 - No seu ponto de vista profissional, quais são os principais benefícios da elisão fiscal para negócios digitais?



Fonte: Pesquisa de Campo

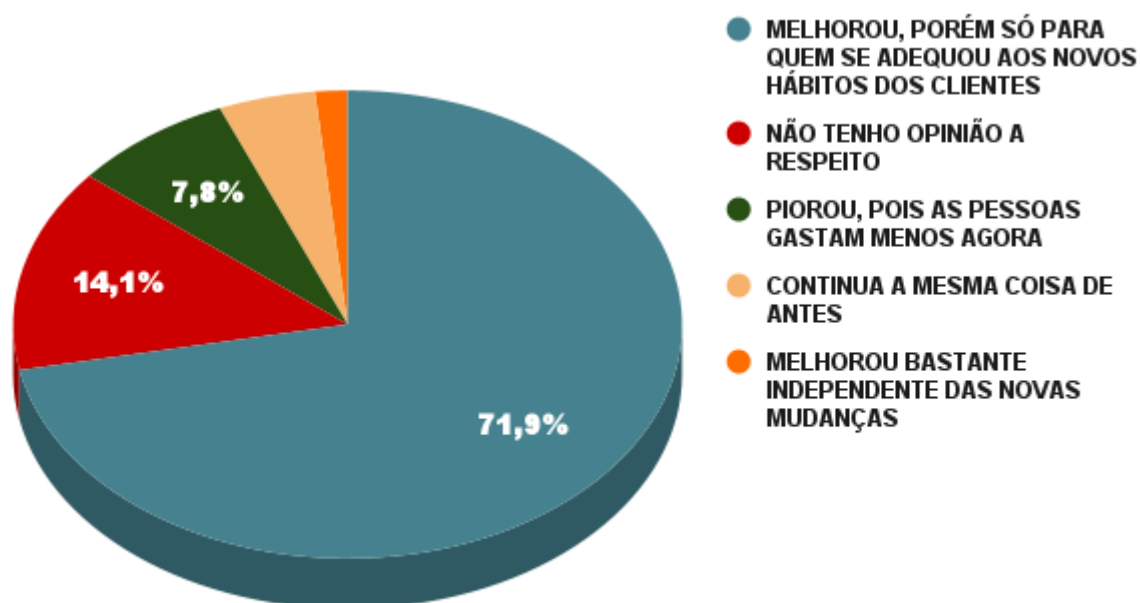
Conforme o gráfico 8, os principais benefícios da elisão fiscal para negócios digitais são:

- Redução da carga tributária: Este é o benefício mais citado, com 60% das respostas. A elisão fiscal permite que as empresas reduzam a sua carga tributária de forma lícita, por meio de planejamento tributário.

- **Melhoria nos tributos:** A elisão fiscal também pode contribuir para a melhoria dos tributos, por meio da simplificação e da redução da carga tributária.
- **Redução de despesas:** A elisão fiscal pode levar à redução de despesas, por meio da redução da carga tributária e da melhoria dos tributos.
- **Aumento da margem de lucro:** A elisão fiscal pode contribuir para o aumento da margem de lucro das empresas, por meio da redução da carga tributária e da melhoria dos tributos.

Em conclusão, a elisão fiscal é uma ferramenta que pode trazer diversos benefícios para os negócios digitais, como a redução da carga tributária, a melhoria dos tributos, a redução de despesas e o aumento da margem de lucro. É importante ressaltar que a elisão fiscal deve ser realizada de forma lícita, por meio de um planejamento tributário adequado. A elisão fiscal ilegal pode levar a sanções administrativas e penais. No caso específico do Brasil, a elisão fiscal é regulamentada pela Lei Complementar nº 104/2001. Esta lei estabelece que a elisão fiscal é lícita quando não contraria a legislação tributária e não causa lesão ao interesse público.

Gráfico 9 - Em relação aos efeitos da pandemia para muitos empresários melhorou ou piorou? Conseguiram retornar aos seus comércios?



Fonte: Pesquisa de Campo

- De acordo com o gráfico 9, 75% das empresas brasileiras estão considerando retornar aos seus negócios após a pandemia. Este é um número significativo, que demonstra que a maioria das empresas está confiante na recuperação da economia brasileira.
- O gráfico também mostra que 25% das empresas ainda não estão considerando retornar aos seus negócios. Estas empresas podem estar enfrentando desafios específicos, como dificuldades financeiras ou falta de demanda.
- Em geral, o gráfico sugere que a economia brasileira está se recuperando da pandemia. No entanto, é importante ressaltar que a recuperação ainda está em andamento e que alguns setores podem enfrentar desafios maiores do que outros.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A legislação tributária está em constante atualização, por meio disso, entendemos que a elisão fiscal tem papel importante para os empresários. Um

bom planejamento tributário permite que as empresas paguem menos impostos estando de acordo a legislação, evitando assim serem punidas em uma possível avaliação do fisco.

Este artigo teve êxito de acordo com o seu objetivo geral, pois conforme a literatura trouxemos as informações sobre a legislação tributária vigente mostrando como as empresas digitais podem pagar menos tributos.

Este estudo tinha a intenção de mostrar a elisão fiscal como ferramenta estratégica para os negócios digitais e trouxe a confirmação de como ela pode ser aliada do empresário por meio do planejamento tributário aplicado por um profissional da área de contabilidade com conhecimento baseado na legislação.

Foram apresentadas as movimentações dos negócios digitais na atualidade, e trouxemos as informações sobre a legislação tributária vigente mostrando os tributos incidentes na área do e-commerce, e o tributos que não incidem nesse modelo de negócio e estão sendo pagos indevidamente. A partir disso, apontamos as vantagens da elisão fiscal para o empreendedor digital, reduzindo custos para empresa.

Conclui-se que as empresas digitais estão em constante crescimento no mercado, principalmente pós pandemia. Enfatizamos a necessidade do planejamento tributário na rotina da empresa, tornando o processo mais efetivo em relação às obrigações fiscais, permitindo que a entidade reduza custos por meio da elisão fiscal, evitando assim o pagamento de impostos indevidos ou até a ocorrência do fato gerador dos tributos.

REFERÊNCIAS

AFONSO, José Roberto; PORTO, LAÍS K. **Tributos sem Futuro. Conjuntura Econômica** (RIO DE JANEIRO), v. 72, p. 32-35, 2018).

BAESSO, Sofia Ramires; FORTES, Antonio Doniseti. **PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO: MÉTODOS DE ELISÃO FISCAL. PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO:MÉTODOS DE ELISÃO FISCAL**, 2022.

BERTHOLDO. **O que é E-commerce? Como Funciona e os Melhores em 2021.**

BERTHOLDO, 2021. Disponível em: <<https://www.bertholdo.com.br/blog/o-que-e-e-commerce/>>. Acesso em: 01 Nov 2023.

BENEDITO, Luiz Otávio **O e-commerce e as questões tributárias controversas** / Luiz Otávio Benedito; orientadora: Prof.a Daniela Ramos Marinho Gomes. Marília, SP: [S.n], 2014.)

COSTA, Mariana **Com pandemia, vendas pela internet crescem 27% e atingem R\$161bi em 2021.** Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2022/02/02/internas_economia,12064/com-pandemia-vendas-pela-cres-cem-27-e-atingem-r-161-bi-em-2021.shtml> Acessado em: 29 de abril de 2023.

CREPALDI; S. A.; CREPALDI, G. S. **Contabilidade fiscal e tributária: teoria e prática.** São Paulo: Saraiva, 2015.

CREPALDI, Silvio Aparecido; CREPALDI, Guilherme Simões. **Contabilidade de custos.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

CREPALDI, Silvio. **Planejamento tributário: Teoria e prática.** 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2017. 360p.

DA SILVA MENEZES, Marco Antonio; MIGANI, Eric José. **A TRIBUTAÇÃO DO “E- COMMERCE” PELO ICMS E OS CONFLITOS NOR 2022**

FLÁVIO, ANA CAROLINA CARVALHO Ferreira, Ronaldo Rodrigues **OS IMPACTOS DA PANDEMIA DA COVID-19 NA ECONOMIA MUNDIAL- 2020.**

FURLANETO, Tiago Polo. **Evasão Fiscal no Comércio Eletrônico.** Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA – Assis, 2013.

GODOY, Bianchi Max. **PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO**, Brasília, DF, 2013

GODOY, Max Bianchi. **CONTABILIDADE FISCAL E TRIBUTÁRIA**, Brasília-DF, 2015

JODAS, José Adriano. **E-COMMERCE-COMÉRCIO ELETRÔNICO EVASÃO FISCAL**. Facit Business and Technology Journal, v. 1, n. 4, 2017.

MARCELLOS, Paulo Sérgio - **Aspectos tributários do e-commerce e a figura do fiscal de tributos inerente ao ambiente globalizado brasileiro atual**.

MOTA, Karin Medeiros. **“A TRIBUTAÇÃO DA ECONOMIA DIGITAL: REALISMO OU ILUSÃO?”**, PORTO, 2021

NBR 6023 DE ABREU, Maristel Fogaça; DUTRA, Catherine Chiappin. **PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO: ESTUDO DE CASO SOBRE A ESCOLHA DE REGIME TRIBUTÁRIO EM UMA EMPRESA DE ENGENHARIA E AUTOMAÇÃO DE CAXIAS DO SUL.**)

NOBRE, Ana Clara de Sousa Viana; Oliveira, Leonardo Augusto Silva. **“SONEGAÇÃO FISCAL: PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO COMO FERRAMENTA DE GESTÃO NAS PESQUENAS EMPRESA”**, SEGET Faculdades Dom Bosco, RJ, 2022

OLIVEIRA, Luís Martins de et al. **Manual de contabilidade tributária**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2014

OLIVEIRA, Rodrigo Rios Faria. Gonçalves, Marina. **A IMPORTANCIA DO PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO PARA AS EMPRESAS**, FAEX, 2013

OTIMIZA EMPRESA JUNIOR, **COMO OBTER SUCESSO NO SEU E-COMMERCE? 2021**. Disponível em <<https://www.otimizej.com.br/conteudo/como-obter-sucesso-no-seu-e-commerce>>. Acessado em 29 de abril de 2023.

ROCHA, J. E. A., Barcelos, L. R., & Rocha, P. A. X. (2016). **O Planejamento Tributário e a Elisão Fiscal**. *Revista Controle - Doutrina E Artigos*, 14(1), 203–226.

TOMASCHITZ, Alexandre; DO VALLE, Maurício Dalri Timm; FAÜNDEZ-UGALDE, Antonio. **O conceito de elisão fiscal e o propósito negocial**. *Economic Analysis of Law Review*, v. 13, n. 2, p. 230-243, 2022.

VINDI, **Redação Crescimento do e-commerce em 2021**. Disponível em <<https://blog.vindi.com.br/crescimento-e-commerce>>. Acessado em 29 de abril de 2023.

VISSOTTO, Elisa Maria; BONIATI, Bruno Batista. **Comércio Eletrônico**. Rio Grandedo Sul: E-Tec, set. 2013.

WEBCOMPANY, **evolução do e-commerce em 2020**. Disponível em:
<<https://webcompany.com.br/evolucao-do-e-commerce-em-2020-veja-as-principais-tendencias/>> Acessado em 29 de abril de 2023.

ZANELLA; Liane Carly Hermes **Metodologia de pesquisa** – 2. ed. reimp. – Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração/ UFSC, 2013