Ajustes fiscais e efeitos concorrenciais: Uma análise aplicada ao segmento de autopeças em Pernambuco.

Jose Lindenberg Julião Xavier Filho (UFPE) - lindenber.g.xavier@ufpe.br

Rogério dos Santos Chagas (Estácio do Ceará) - chagassr@gmail.com

Resumo:

Historicamente a intervenção do Estado na economia não é algo recente e é fato que vem se intensificando muito neste século. Um dos instrumentos desta intervenção é a política fiscal, afetando o nível dos preços e custos por meio da gestão dos tributos. Neste sentido, a questão norteadora da pesquisa é “quais os impactos que a mudança na legislação da substituição tributária do ICMS promovida pelos Protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 trarão para o “varejo livre” no segmento de autopeças em Pernambuco?”, tendo por objetivo geral analisar os impactos que a mudança na legislação da substituição tributária do ICMS promovida pelos Protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 trarão para o “varejo livre” no segmento de autopeças em Pernambuco. Para implementar esta pesquisa, de natureza descritiva, procedeu-se a análise documental dos textos legais e utilizou-se a técnica de simulação de eventos na tentativa de isolar o efeito de mudança de variável. Os resultados apontam que existe uma diferença flagrante entre a tributação do mercado livre e do mercado de concessão, ambos presentes no segmento varejista de autopeças, tendo sua principal diferença nas margens de valor agregado (MVA), apresentando que o aumento entre as MVAs para o mercado livre foi 106,78% maior que para as MVAs do mercado de concessão, tendo esta mesma evidência para o custo de aquisição e o valor recolhido de ICMS ST. Sugere-se aplicar em um ambiente real, reconstruindo o preço de compra e o custo de aquisição após a implementação dos protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012.

Palavras-chave: *ICMS substituição tributária; Canais de distribuição; Mercado livre.*

Área temática: *Custos como ferramenta para o planejamento, controle e apoio a decisões*

Ajustes fiscais e efeitos concorrenciais: Uma análise aplicada ao segmento de autopeças em Pernambuco.

Resumo

Historicamente a intervenção do Estado na economia não é algo recente e é fato que vem se intensificando muito neste século. Um dos instrumentos desta intervenção é a política fiscal, afetando o nível dos preços e custos por meio da gestão dos tributos. Neste sentido, a questão norteadora da pesquisa é “quais os impactos que a mudança na legislação da substituição tributária do ICMS promovida pelos Protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 trarão para o “varejo livre” no segmento de autopeças em Pernambuco?”, tendo por objetivo geral analisar os impactos que a mudança na legislação da substituição tributária do ICMS promovida pelos Protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 trarão para o “varejo livre” no segmento de autopeças em Pernambuco. Para implementar esta pesquisa, de natureza descritiva, procedeu-se a análise documental dos textos legais e utilizou-se a técnica de simulação de eventos na tentativa de isolar o efeito de mudança de variável. Os resultados apontam que existe uma diferença flagrante entre a tributação do mercado livre e do mercado de concessão, ambos presentes no segmento varejista de autopeças, tendo sua principal diferença nas margens de valor agregado (MVA), apresentando que o aumento entre as MVAs para o mercado livre foi 106,78% maior que para as MVAs do mercado de concessão, tendo esta mesma evidência para o custo de aquisição e o valor recolhido de ICMS ST. Sugere-se aplicar em um ambiente real, reconstruindo o preço de compra e o custo de aquisição após a implementação dos protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012.

Palavras-Chave: ICMS substituição tributária; Canais de distribuição; Mercado livre.

Área Temática: Custos como ferramenta para o planejamento, controle e apoio a decisões.

1. Introdução

Historicamente, como afirmam Troster e Mochón (2002), a intervenção do Estado na economia não é algo recente e é fato que vem se intensificando muito neste século. Esta intervenção em princípio deve ser balizada pelo bem estar-social, veiculado via promoção de bens e serviços públicos essenciais.

A promoção dos bens e serviços públicos é também conhecida como função e/ou objetivo do Estado que, de acordo com Troster e Mochón (2002), se dividem em 5 (cinco) funções: (1) Fiscalizadora, que objetiva o estabelecimento e cobrança de tributo; (2) Reguladora, que tem por característica a regulação da atividade econômica por meio de leis e disposições administrativas; (3) Provedora de bens e serviços, função mais próxima à origem do Estado e preocupado com a distribuição equitativa de bens e serviços necessários à população; (4) Redistributiva, preocupada com a distribuição de renda e em sua igualdade nacional e; (5) Estabilizadora, controlando os grandes grupos econômicos para evitar flutuações da atividade produtiva.

Nota-se, em todas as funções do Estado, a urgência de recursos para cumprir suas funções. Tais recursos advêm, inclusive, da própria função fiscalizadora do Estado, arrecadando tributos, principal ingresso de recurso para o Estado, e convertendo-os nas demais funções (TROSTER; MOCHÓN, 2002; MCGUIGAN; MOYER; HARRIS, 2007), garantindo o maior nível possível de emprego, a estabilidade de preços e o crescimento econômico.

Estes recursos, por sua vez, integram a política fiscal do Estado, principal instrumento arrecadatório estatal, que representa o gasto público e os tributos (TROSTER; MOCHÓN, 2002). A grande questão ao tratar do estudo dos tributos e, necessariamente, sua função na

economia, é que os tributos constituem um “estabilizador automático” da economia que, nos moldes de Troster e Mochón (2002, p. 221), “representa qualquer ação do sistema econômico que tende a reduzir mecanicamente as forças de recessão ou da expansão da demanda”.

Sendo assim, os tributos representam a visível intervenção na economia e, a esse respeito, diferentes correntes debatem as características desta intervenção. Em especial, os monetaristas defendem a não intervenção ou a máxima do mercado livre, frente aos Keynesianos que argumentam a favor da intervenção estatal pela proteção que proporcion ao sistema econômico e a estabilização por meio da política fiscal (MCGUIGAN; MOYER; HARRIS, 2007). O fato é que existe a intervenção estatal, pois existem tributos sobre a atividade produtiva, e o efeito destes tributos altera, de sobremaneira, o nível concorrencial do país em sua política externa, e das empresas em sua política interna ou mercado local (MCGUIGAN; MOYER; HARRIS, 2007).

Esta situação, da intervenção estatal, ocorre em qualquer segmento nacional, porém, em diversos segmentos teve uma abrupta alteração na arrecadação de um dos mais complexos tributos do ordenamento tributário nacional, o ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadoria e sobre Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação), em especial no Estado de Pernambuco após o ano de 2010.

Um dos segmentos econômicos mais influentes em todo o país, e em Pernambuco não é diferente, é o segmento de veículos, motos e autopeças que, em conjunto, representou em 2006 26,0% do total das vendas no varejo (DELOITTE, 2009), sendo o maior segmento do varejo nacional. Em 2010, com o aceite de Pernambuco ao protocolo ICMS 97/2010, e decreto PE 35.679/2010, o pagamento do ICMS no Estado de Pernambuco passou a ser por meio da substituição tributária para frente (MANEIRA, 2003).

Até este acontecimento, o efeito para todos os integrantes desse segmento se daria de forma uniforme no custo, no preço de venda e no ICMS a recolher, conforme pesquisas de Biava Júnior e Oyadomari (2010), Xavier Filho, Barbosa e Souza (2012), Xavier Filho, Souza e Lopes (2011a; 2011b). O maior entrave para o entendimento da substituição tributária do ICMS em PE está na diferenciação, desde sua gênese, de dois blocos distintos de integrantes, a saber: (1) Concessionárias de veículos enquadradas na lei 6.729/79, conhecida como Lei Ferrari e; (2) Varejo livre nos termos definidos pelo SEBRAE (2008). Logo, conforme pesquisa do SEBRAE (2008), ressalvada por Chagas et al (2010), ambos os varejos estão presentes nos canais de distribuição do varejo de autopeças e, sendo assim, o efeito da mudança na sistemática do ICMS afeta, de sobremaneira, os competidores do segmento de autopeças em PE, pois os trata desigualmente.

A desigualdade que se apresenta no texto legal do protocolo ICMS 97/2010 e decreto PE 35.679/2010 está na determinação da MVA (Margem de Valor Agregado), que é menor para as concessionárias quando comparada a MVA do varejo livre, resultando em menor valor do ICMS pago por substituição tributária e, por consequência, menor custo de aquisição.

Esta intervenção promove vantagens competitivas baseadas na intervenção diferenciada do Estado na economia e, além da diferença nas MVAs encontradas no protocolo ICMS 97/2010, distinguindo a concessionária do varejo livre, este mesmo protocolo foi ajustado em 2012 com o protocolo ICMS 62/2012, que altera as MVAs para o segmento de autopeças para os estados signatários, incluindo Pernambuco.

Deste modo, a questão norteadora da pesquisa é “quais os impactos que a mudança na legislação da substituição tributária do ICMS promovida pelos Protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 trarão para o “varejo livre” no segmento de autopeças em Pernambuco?”, tendo por objetivo geral analisar os impactos que a mudança na legislação da substituição tributária do ICMS promovida pelos Protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 trarão para o “varejo livre” no segmento de autopeças em Pernambuco. Para implementar esta pesquisa, de natureza descritiva, procedeu-se a análise documental dos textos legais e utilizou-se a técnica de simulação de eventos na tentativa de isolar o efeito de mudança de variável.

2. Referencial Teórico

2.1. Competição e Canais de Distribuição no Varejo

Um dos elementos que compõem a cadeia de suprimentos é o canal de distribuição, cuja finalidade pode ser analisada por dois diferentes aspectos: pela visão dos profissionais de marketing e vendas, os quais focalizam os aspectos mais ligados à comercialização dos produtos e a realização dos serviços a ele associados; e pela visão dos especialistas em logística que visualizam os processos operacionais e de controle necessários a movimentação dos produtos da fábrica até o ponto em que a mercadoria é entregue ao consumidor (NOVAES, 2004). Qualquer um tem caráter estratégico (SKINNER, 1969) e deve ser incluído no planejamento estratégico, ou mesmo operacional (SLACK; LEWIS, 2001), das organizações, pois conferem vantagens competitivas.

Para Coughlan et al (2002, p. 20) o canal de distribuição é definido como sendo formado por “um conjunto de organizações interdependentes envolvidas no processo de disponibilizar um produto ou serviço para uso ou consumo”. Segundo Fleury (2000b), os diversos elementos que formam o canal de distribuição podem ser classificados em dois grupos: membros primários e membros especializados. Membros primários são as organizações que tem participação direta, assumindo inteira responsabilidade pela posse dos produtos, e incluem fabricantes, atacadistas, distribuidores e varejistas. Membros secundários são os que participam indiretamente, realizando serviços aos membros primários. Cada membro do canal, independente de sua classificação, depende dos demais para realizar eficientemente suas atividades.

Todos esses elementos que compõem o canal de distribuição são responsáveis em disponibilizar o produto para o consumidor final, sendo que cada organização, em função de sua estratégia competitiva, define a melhor estrutura a ser utilizada, conferindo assim vantagem competitiva (SKINNER, 1969).

De acordo com Novaes (2004), no processo de distribuição dos produtos desde a fábrica, até o consumidor final, podem ocorrer diversas situações, formando os canais típicos de comercialização. As principais estruturas de canais de distribuição existentes são as seguintes: (1) O fabricante fornece diretamente para as lojas de varejo; (2) O fabricante abastece seus próprios centros de distribuição e, a partir desses pontos, abastece as lojas de varejo; (3) O fabricante abastece os centros de distribuição do varejista que, por sua vez, abastece as lojas; (4) O fabricante abastece os depósitos do atacadista ou distribuidor que, por sua vez, abastece as lojas; (5) O fabricante distribui seus produtos para o centro de distribuição de um operador logístico, que posteriormente faz as entregas às lojas de varejo; e (6) O fabricante entrega o produto diretamente no domicílio do consumidor final, utilizando o correio ou serviço de *courier* (vendas pela internet, telefone, fax, catálogos).

Para Fleury (2000b), Coughlan et al. (2002) e Novaes (2004), os objetivos a serem alcançados pelos canais independem da estrutura escolhida, cada empresa os definem com base em sua estratégia competitiva e estrutura geral da cadeia de suprimentos.

A questão competitiva envolvendo os canais de distribuição se desenvolve em dois blocos, conforme Ballou (1993), Fleury (2000b), Slack e Lewis (2001) e Novaes (2004), que diz respeito (1) a escolha dos canais de distribuição que a empresa irá proceder em virtude de suas estratégias de produto e distribuição e (2) a concorrência entre canais de distribuição em um mesmo segmento. Em especial o segundo bloco adiciona cada vez mais ingredientes estratégicos no cenário concorrencial em virtude dos *trade-offs* inerentes à atividade empresarial, conforme Porter (1996) e Besanko et al (2006), que impede a empresa em atuar em diversas fontes, quer seja por questões financeiras, vantagens de escopo ou escala.

Logo, a concorrência se dá ao nível dos canais de distribuição escolhidos (SKINNER, 1969; FLEURY, 2000b), principalmente em situações que envolvem grandes deslocamentos de materiais como o caso Brasil. Nestes casos, a análise estratégica do concorrentes deve

incluir, necessariamente, a análise dos canais de distribuição utilizados (PORTER, 1996), pois a diferença competitiva pode se dá ao nível do domínio do canal de distribuição utilizado, ou seja, como o negócio está sendo construído e desenhado (PORTER, 1996), pois as atividades desempenhadas dentro do canal de distribuição oferecem barreiras a imitação.

Importante é, deste modo, entender como a organização se encaixa no contexto dos canais de distribuição existentes no segmento e sua participação nestes canais. Dessa forma, ao longo dos últimos anos as empresas tem se preocupado com a forma na qual estruturam seus canais de distribuição em decorrência do ambiente cada vez mais competitivo, da exigência de maior atenção por parte dos consumidores, dos avanços tecnológicos, do aumento da demanda por diversificação de produtos e pela necessidade de uma de uma distribuição física mais ágil e confiável.

2.2. Substituição Tributária do ICMS e seus Efeitos no Custo e Preço de Venda

Para a manutenção dos serviços públicos, bem como para a continuidade de suas funções, a administração pública institui tributos, dos mais variados possíveis e que taxam, não com exclusividade, a atividade econômica (CASTRO et al, 2007; MACHADO, 2009). Um dos principais e mais complexos tributos de todo o ordenamento tributário nacional é, de acordo com Castro et al (2007), Machado (2009) e Oliveira et al. (2011), o ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços).

O ICMS, imposto indireto e não vinculado de competência estadual, já previsto na CF de 1988, em seu art. 155, II, tem como marco regularório em todo o território nacional a Lei Complementar 87/1996, sendo instituído em Pernambuco pela lei 10.259/89. Em Pernambuco este tributo tem um elevado peso nas finanças públicas, representando 65,09% do acumulado das principais receitas do Estado entre janeiro-julho de 2012 (PERNAMBUCO, 2012).

Deste modo, é de interesse prioritário do Estado gerenciar esta receita de forma a otimizar a gestão, arrecadação e aplicação do recursos. O problema reside no cruzamento da importância para o Estado desta receita e da inerente complexidade em seu gerenciamento, uma vez que desde sua constituição é um tributo não-cumulativo, conforme art. 155, § 2º da CF.

O ICMS incide, em regra geral, na saída, ou na transferência de propriedade, de mercadoria de estabelecimento do contribuinte, ainda que para estabelecimento do mesmo titular, além do início da prestação de serviço de transporte interestadual e intermunicipal de qualquer natureza, tendo no art. 12 da lei complementar 87/1996 outras situações caracterizadas como fato gerador, embora não sejam as mais frequentes.

Porém, dada sua sistemática não-cumulativa, o valor do ICMS na operação própria, referente a movimentação de mercadoria ou prestação de serviço do contribuinte, deve ser compensado pelo que foi devido na operação anterior para o devido recolhimento aos cofres estaduais, conforme a sistemática exemplificada apresentada na figura 1.

Conforme a figura 1, para o adequado cálculo do ICMS é necessário identificar o momento da aquisição e o momento da venda pelos contribuintes, bem como seus valores nominais, ou seja, é necessário conhecer o fato gerador da obrigação tributária, bem como a base de cálculo do imposto, que é o preço de venda da mercadoria (OLIVEIRA et al, 2011). Esses elementos são fundamentais pois, conhecendo a alíquota do tributo, que regra geral em Pernambuco é de 17%, e aplicando-a sobre a base de cálculo, o valor do ICMS na operação própria é calculado.

Indústria (PE = 17%)	Venda	R\$ 100,00	
	ICMS Operação Própria	R\$ 17,00	
	<i>Base de Cálculo x Alíquota = R\$ 100 x 17%</i>		
	ICMS Recolhido*	R\$ 17,00	a
Revenda (PE = 17%)	Compra	R\$ 100,00	
	Revenda	R\$ 160,00	
	ICMS Operação Própria	R\$ 27,20	b
	<i>Base de Cálculo x Alíquota = R\$ 100 x 17%</i>		
	ICMS a Recuperar	R\$ 17,00	a
	ICMS a Recolher	R\$ 10,20	c (b - a)
	<i>ICMS Operação Própria - ICMS a Recuperar</i>		
Consumidor Final	ICMS Total Recolhido	R\$ 27,20	d (a + c)
	<i>ICMS Recolhido Indústria + Revenda</i>		

* = Considerando que não houve crédito fiscal, ajuste hipotético para o exemplo.

Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 1 – Demonstração de apuração de ICMS

Essa não-cumulatividade do ICMS permite incluí-lo em uma classificação de tributo chamada de imposto sobre o valor adicionado (MACHADO, 2009), onde a principal característica é a aplicação de um percentual sobre o aumento do valor das mercadorias. De fato, na cadeia simples apresentada na figura 1, desde a extração até a revenda ao consumidor final foi adicionado a mercadoria o valor de R\$ 160, gerando R\$ 27,20 de ICMS recolhido na cadeia (recolhimento da indústria e da revenda), que representa a aplicação da alíquota de 17% sobre o valor adicionado.

Contudo, a problemática se dá em meio a existência das tentativas de sonegação, por parte do contribuinte, e dificuldade de fiscalização por parte do Estado, motivos pelos quais a sistemática de apuração de diversas mercadorias foi alterada (DISTRITO FEDERAL, 2011), saindo do então chamado regime normal de apuração, que necessita do reconhecimento do fato gerador, para o regime de substituição tributária.

Como se observa na figura 1, caso a empresa industrial ou a empresa revendedora proceda atos ilegais, tais como omissão de documento fiscal de saída ou redução do valor fiscal da operação, a base de cálculo do ICMS será, respectivamente, inexistente ou reduzida, gerando, em ambos os casos, uma redução na arrecadação. Por isso, a substituição tributária, já instituída legalmente, se torna interessante ao fisco (Estado).

O regime de substituição tributária consiste em presumir o fato gerador (MANEIRA, 2003; MACHADO, 2009), na tentativa de identificar o valor da operação posterior e, desta forma, aplicar a alíquota sem que a operação posterior de fato ocorra, não expondo o Estado a possibilidade de sonegação tributária e antecipando o recolhimento do imposto, sendo conhecida como substituição tributária para frente, não sendo esta a única forma, mas a aplicada para o caso do ICMS.

Esta sistemática tem por objetivo a praticidade tributária (MANEIRA, 2003; MACHADO, 2009), ampliar a base de arrecadação e reduzir a sonegação (DISTRITO FEDERAL, 2011), tendo a sistemática descrita na figura 2.

Na substituição tributária nascem duas figuras novas na tributação, o contribuinte substituto e o contribuinte substituído. Substituto, representado na figura 2 pela indústria, é o contribuinte que na qualidade de responsável, é obrigado por força da legislação tributária, a reter e recolher ao Estado destino o imposto de responsabilidade direta de terceiro, sendo este o contribuinte substituído, na figura 2 representado pela revenda (PERNAMBUCO, 2011).

Indústria (PE = 17%)	Venda	R\$ 100,00	a
	ICMS Operação Própria	R\$ 17,00	
	<i>Base de Cálculo x Alíquota = R\$ 100 x 17%</i>		
	ICMS Recolhido	R\$ 17,00	b
	MVA (Margem de Valor Agregado)	50,00%	<<<<<<
	Base de Cálculo ICMS Substituição Tributária	R\$ 150,00	
	ICMS Substituição Tributária	R\$ 8,50	c
	<i>ICMS ST=(BC+MVA%)x17% - Crédito Fiscal</i> <i>ICMS ST = (R\$ 100+50%)x17% - R\$ 17,00</i>		
Revenda (PE = 17%)	Compra	R\$ 108,50	d (a + c)
	Revenda	R\$ 160,00	
Consumidor Final	ICMS Total Recolhido	R\$ 25,50	e (b + c)
<i>ICMS Recolhido Indústria + Revenda (ICMS ST)</i>			

Fonte: Elaborado pelos autores

Figura 2 – Demonstração de apuração de ICMS Substituição Tributária

Percebe-se, pela demonstração contida na figura 2, que o contribuinte substituto recolheu R\$ 8,50 pelas saídas posteriores antes mesmo que ocorressem, ou seja, recolheu o tributo pela revenda presumindo o fato gerador, presumindo assim também a base de cálculo. De acordo com Maneira (2003, p. 7), “a base de cálculo presumida somente poderá ser definitiva, nos casos em que for comprovadamente inferior à base de cálculo real”. Isso implica dizer que para determinar a base de cálculo presumida o Estado deve, com base no art. 8º, inciso 4º, da lei complementar 87/1996, fazer um levantamento dos preços usualmente praticados no mercado considerado, obtidos por levantamento, ainda que por amostragem ou através de informações e outros elementos fornecidos por entidades representativas dos respectivos setores, adotando-se a média ponderada dos preços coletados.

Esse procedimento tem por finalidade aproximar a base de cálculo presumida da base de cálculo real, desta forma, não interferindo no valor recolhido de ICMS. Como se observa na figura 2, o valor total do ICMS recolhido reduziu em comparação ao exemplo dado na figura 1, pois a base de cálculo presumida na figura 2 foi de R\$ 150, frente aos R\$ 160 da base de cálculo real exemplificada na figura 1.

Assim, definir a base de cálculo presumida equivale a acrescentar sobre o preço da mercadoria um percentual que tenta se equiparar ao valor da revenda direta ao consumidor. Este percentual é a Margem de Valor Adicionado (MVA), definida em função dos produtos e, desta forma, variável, sendo estabelecido seus limites máximos, para o estado de Pernambuco, no anexo único do decreto 19.528/96.

É notório e de fácil constatação que se MVA presumida for maior que a MVA real o recolhimento do ICMS será maior. Já se a MVA presumida for menor que a MVA real o recolhimento do ICMS será menor, reduzindo a arrecadação do Estado, porém, como afirma Maneira (2003), esta é a forma de tornar definitiva a MVA presumida. Esta evidência já foi apresentada por Xavier Filho, Souza e Lopes (2011a), que também evidenciaram que o preço de venda acompanha o mesmo efeito da MVA, aumentando quando a MVA presumida (legal) for maior que a MVA real.

Então, alterar a forma de tributar o ICMS impacta no custo de aquisição e preço das mercadorias, como já discutido por Biava Júnior e Oyadomari (2010), Xavier Filho, Souza e Lopes (2011a; 2011b) e Xavier Filho, Barbosa e Souza (2012).

3. Metodologia

Tendo por base a questão de pesquisa, “quais os impactos que a mudança na legislação da substituição tributária do ICMS promovida pelos Protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 trarão para o “varejo livre” no segmento de autopeças em Pernambuco?”, esta pesquisa se caracteriza por ser descritiva (MARTINS; THEÓPHILO, 2009), com abordagem quantitativa, dado que seu objetivo geral é analisar os impactos que a mudança na legislação da substituição tributária do ICMS promovida pelos Protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 trarão para o “varejo livre” no segmento de autopeças em Pernambuco.

Como se observa no próprio objetivo, uma comparação deverá ser feita entre os períodos anteriores e posteriores aos Protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012. Metodologicamente nestes casos é adequado comparar produtos de uma cesta de itens com demandas puxadas pelo mercado e verificar os efeitos no custo, ICMS recolhido e preço de venda, conforme fizeram Xavier Filho, Barbosa e Souza (2012) e Xavier Filho, Souza e Lopes (2011b).

Porém, o efeito real de uma mudança na legislação do ICMS ST no custo e no preço de venda, embora se altere em virtude do tipo de elasticidade-preço-demanda do produto (FLEURY, 2000a), tende a um efeito médio ponderado no nível dos preços e custos, dada a sistemática legalmente adotada para determinar os percentuais da MVA estabelecida na lei 87/96 em seu artigo 8º. Por isso, uma forma alternativa é o estabelecimento de marcos (preços) padronizados e, a partir de tais marcos, simular o efeito da variável ICMS ST, na tentativa de isolar o efeito da variável no momento anterior e após a implementação da mudança na legislação.

Por isso, nesta pesquisa, se estabeleceu que o preço de venda da unidade de um produto teórico qualquer, com elasticidade-preço-demanda igual a 1, ou produto normal (FLEURY, 2000a), da fábrica de autopeças/montadora (substituto tributário do ICMS) para o elo posterior da cadeia de suprimentos é de R\$ 100. Sendo assim, as simulações envolvem os seguintes canais de distribuição:

1. Fábrica de Autopeças » Montadora de Veículos » Mercado de Concessão (Concessionárias)
2. Fábrica de Autopeças » Mercado Livre (Varejo Livre e/ou Distribuidor Livre)

Embora estes não sejam os únicos canais de distribuição, já apresentados em Chagas et al (2010), são os canais que envolvem o varejo livre, na linguagem do SEBRAE (2008), elo objetivado nesta pesquisa.

Para melhor entendimento, utilizou-se a nomenclatura “mercado livre”, estabelecida pelo SEBRAE (2008), para determinar o mercado que não é regulado pela lei 6.729/79, também conhecida por Lei Ferrari, que tem por integrantes o atacado/distribuidor e varejo livres, sendo este último o elo objetivado nesta pesquisa. Quando se tratar da análise do varejo de autopeças via concessionária de veículos autorizada e, deste modo, regulamentada pela Lei 6.729/79, nesta pesquisa utilizou-se a nomenclatura “mercado de concessão”.

Também é certo, porém, não comprovado nesta pesquisa, que o preço do fornecimento do produto da fábrica de autopeças para a montadora, e esta para a concessionária, é menor que o preço do fornecimento direto da fábrica de autopeças para o mercado livre (atacados e varejos livres) em virtude do volume negociado. Mesmo sabendo desta limitação, considerou-se que o preço do fornecimento é igual para os dois segmentos por ser uma posição prudente para a análise do ponto de vista do varejo livre.

Após esta separação conceitual para simular eventos, aplicou-se sobre este cenário teórico os efeitos das legislações Protocolo ICMS 97/2010 e 129/2010, válidos nas operações até 31/7/2012 juntamente com o decreto PE 35.679/2010, e os Protocolos ICMS 62/2012 e

88/2012, que altera os protocolos anteriores e tem efeito a partir de 1/8/2012, atualizando o decreto PE 35.679/2010, apresentando as diferenças e variações entre o mercado de concessão e o mercado livre para as MVAs, ICMS ST e Custo de Aquisição. A ideia subjacente a estes procedimentos é identificar as diferenças já existentes na legislação no que diz respeito ao valor absoluto das MVAs, do ICMS ST e do Custo de Aquisição para o mercado livre frente ao mercado de concessão e, com as mudanças legais, o aumento absoluto e em percentual para ambos os segmentos.

Não houve distinção, neste estudo, do regime de tributação escolhido pela empresa virtual, uma vez que em qualquer regime de tributação, a saber lucro presumido, lucro real e simples nacional, a sistemática de apuração do ICMS ST é igual. Além disso, não se considerou para o cálculo do custo de aquisição, nem tampouco do ICMS ST, o IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados), uma vez que este mesmo tributo integraria a fórmula do ICMS em qualquer tipo de aquisição e, por isso, seu efeito seria mínimo nas considerações finais.

4. Resultados e Discussão

4.1. Efeitos na MVA, ICMS e Custo de Aquisição com os Protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 no Estado de Pernambuco

O segmento de autopeças em Pernambuco passou por drástica mudança na sistemática de recolhimento do ICMS durante o ano 2010, promovida pelos protocolos ICMS 97/2010 e 129/2010, nos quais Pernambuco é estado signatário. A regulamentação de tais protocolos em âmbito interno se deu por meio do decreto PE 35.679/2010 que, em seu artigo 3º, estabelece as MVAs para o cálculo do ICMS devido por substituição tributária.

O grande problema competitivo que esta regulamentação trouxe é a flagrante distinção entre o varejo de concessão e o varejo livre, estabelecendo diferentes MVAs para ambos os segmentos, sendo menor para qualquer alíquota de operação (interna, 12% e 7%) para o mercado de concessão, conforme tabela 1a.

Tabela 1a – Análise da diferença no aumento das MVAs aplicáveis aos segmentos mercado livre e mercado de concessão antes e depois dos protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 em PE (Alíquota Interna de 17%)

	Antes			Depois			Aumento Relativo
	Mercado de Concessão	Mercado Livre	Diferença	Mercado de Concessão	Mercado Livre	Diferença	
Alíquota Interna	26,50%	40,00%	50,94%	33,08%	59,60%	80,17%	57,37%
Alíquota 12%	34,10%	48,40%	41,94%	41,10%	69,21%	68,39%	63,09%
Alíquota 7%	41,70%	56,90%	36,45%	49,11%	78,83%	60,52%	66,02%
	Diferença Média		43,11%	Diferença Média		69,69%	61,66%
	<i>Protocolos 97/2010 e 129/2010 Decreto PE 35.679/2010</i>			<i>Protocolos 62/2012 e 88/2012 Decreto PE 35.679/2010</i>			

Tabela 1b – Análise da diferença no aumento das MVAs, por segmento, antes e depois dos protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 em PE (Alíquota Interna de 17%)

	MVAs para o Mercado de Concessão			MVAs para o Mercado Livre			Aumento Relativo
	Antes	Depois	Aumento	Antes	Depois	Aumento	
Alíquota Interna	26,50%	33,08%	24,83%	40,00%	59,60%	49,00%	97,34%
Alíquota 12%	34,10%	41,10%	20,53%	48,40%	69,21%	43,00%	109,45%
Alíquota 7%	41,70%	49,11%	17,77%	56,90%	78,83%	38,54%	116,88%
	Aumento Médio		21,04%	Aumento Médio		43,51%	106,78%

Fonte: Desenvolvido pelos autores.

Nota-se que, quando do estabelecimento das legislações já referenciadas para o ano de 2010, o texto legal separou os dois segmentos estabelecendo diferentes MVAs que, em média, são 43,11% maiores para o mercado livre em comparação ao mercado de concessão, conforme tabela 1a. Ou seja, desde o primeiro momento de aplicação da legislação, a MVA para o cálculo do ICMS ST para o mercado de concessão é menor que para o mercado livre e, na consideração de preço de compra iguais, o mercado de concessão goza de um recolhimento menor de ICMS nas aquisições, dado que a MVA para suas aquisições é menor que para o mercado livre.

Embora exista legislação que regula as relações entre os concessionários e as fábricas de veículos, lei 6.729/79 (Lei Ferrari), esta não estabelece critérios de diferenciação que tange a tributação do ICMS, e nem poderia em virtude do Princípio da Competência Tributária (BRASIL, 1967; MACHADO, 2009), uma vez que o ICMS é um tributo de competência estadual, conforme art. 52 da lei 5.172/66 (CTN). Logo, esta diferença, de origem tributária, impacta diretamente no custo de aquisição, pois o ICMS ST é um tributo não-recuperável e integra totalmente o custo de aquisição da mercadoria.

Porém, o maior problema concorrencial com o advento dos protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 é que manteve a separação já existente entre os dois segmentos e, para intensificar a concorrência, aumentou a diferença média das MVAs entre os segmentos, passando de 43,11% para 69,69% após a implementação dos protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012, conforme tabela 1a. Ou seja, a diferença da média das MVAs do mercado livre em comparação com o mercado de concessão aumentou em 61,66% após os protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 no estado de Pernambuco.

Analisando as MVAs para cada segmento, conforme apresentado na tabela 1b, para o mercado de concessão houve um aumento médio de 21,04% enquanto que para o mercado livre o aumento médio foi de 43,51%. Isso representa que, considerando as médias, o aumento entre as MVAs para o mercado livre foi 106,78% maior que para as MVAs do mercado de concessão.

Essa realidade não toca apenas no estabelecimento das MVAs, uma vez que a MVA nada mais é que um elemento da fórmula para o cálculo do ICMS ST e, sendo assim, o valor pago de ICMS ST também sofrerá mudanças, como apresentado nas tabelas 2a e 2b.

Quando comparados o valor do ICMS para cada segmento antes e depois dos protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012, percebe-se, como apresentado na tabela 2b, que houve um aumento médio de 14,33% para o mercado de concessão frente a um aumento médio de 31,56% para o mercado livre, ou seja, o aumento médio para o mercado livre foi 120,19% maior que para o mercado de concessão. Além disso, como se observa na tabela 2a, a diferença existente entre os segmentos para o pagamento de ICMS ST, que antes era de 29,51%, passou a ser 49,19% após as referidas legislações, representando um aumento de 66,69% na diferença de pagamento do ICMS ST entre os segmentos.

Tabela 2a – Análise da diferença no pagamento do ICMS ST antes e depois dos protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 para os segmentos Varejo de Concessão e Varejo Livre em PE (Alíquota Interna de 17%)

	Antes			Depois			Aumento Relativo
	Mercado de Concessão	Mercado Livre	Diferença	Mercado de Concessão	Mercado Livre	Diferença	
Alíquota Interna	4,51	6,80	50,94%	5,62	10,13	80,17%	57,37%
Alíquota 12%	10,80	13,23	22,50%	11,99	16,77	39,87%	77,18%
Alíquota 7%	17,09	19,67	15,10%	18,35	23,40	27,52%	82,30%
	Aumento Médio		29,51%	Aumento Médio		49,19%	66,69%
	<i>Protocolos 97/2010 e 129/2010 Decreto PE 35.679/2010</i>			<i>Protocolos 62/2012 e 88/2012 Decreto PE 35.679/2010</i>			

Tabela 2b – Análise da diferença no pagamento do ICMS ST, por segmento, antes e depois dos protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 em PE (Alíquota Interna de 17%)

	ICMS ST para o Mercado de Concessão			ICMS ST para o Mercado Livre			Aumento Relativo
	Antes	Depois	Aumento	Antes	Depois	Aumento	
Alíquota Interna	4,51	5,62	24,61%	6,80	10,13	48,97%	98,97%
Alíquota 12%	10,80	11,99	11,02%	13,23	16,77	26,76%	142,84%
Alíquota 7%	17,09	18,35	7,37%	19,67	23,40	18,96%	157,20%
	<i>Aumento Médio</i>		14,33%	<i>Aumento Médio</i>		31,56%	120,19%

Fonte: Desenvolvido pelos autores.

Essa é uma evidência intrigante pois dois canais de distribuição presentes no mesmo segmento passam a ter tratamentos desiguais por parte do fisco (Estado), e as diferenças são consideráveis tendo em vista que em ambos os canais houve aumento no valor do ICMS ST, porém, o aumento para um mercado (livre) foi bem superior ao aumento para o mercado de concessão (+120,19%).

A soma do ICMS ST ao preço de compra pré-estabelecido em R\$ 100 resulta no custo de aquisição, desconsiderando o efeito de outras variáveis como tributos recuperáveis (PIS, COFINS), tributos não-recuperáveis (IPI) e demais elementos do custo de aquisição (Frete, Despesas Acessórias e Seguros). Como houve diferença no pagamento do ICMS ST haverá, por consequência, aumento do custo de aquisição, como se apresenta na tabela 3a e 3b.

Tabela 3a – Análise da diferença no custo de aquisição antes e depois dos protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 para os segmentos de varejo de concessão e varejo livre em PE (Alíquota Interna de 17%)

	Antes			Depois			Aumento Relativo
	Mercado de Concessão	Mercado Livre	Diferença	Mercado de Concessão	Mercado Livre	Diferença	
Alíquota Interna	104,51	106,80	2,19%	105,62	110,13	4,27%	57,37%
Alíquota 12%	110,80	113,23	2,19%	111,99	116,77	4,27%	77,18%
Alíquota 7%	117,09	119,67	2,20%	118,35	123,40	4,27%	82,30%
	<i>Aumento Médio</i>		2,20%	<i>Aumento Médio</i>		4,27%	94,38%
	<i>Protocolos 97/2010 e 129/2010 Decreto PE 35.679/2010</i>			<i>Protocolos 62/2012 e 88/2012 Decreto PE 35.679/2010</i>			

Tabela 3b – Análise da diferença no custo de aquisição, por segmento, antes e depois dos protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 em PE (Alíquota Interna de 17%)

	Custo de Aquisição para Mercado de Concessão			Custo de Aquisição para Mercado Livre			Aumento Relativo
	Antes	Depois	Diferença	Antes	Depois	Diferença	
Alíquota Interna	104,51	105,62	1,07%	106,80	110,13	3,12%	191,47%
Alíquota 12%	110,80	111,99	1,07%	113,23	116,77	3,12%	190,90%
Alíquota 7%	117,09	118,35	1,08%	119,67	123,40	3,12%	189,56%
	<i>Aumento Médio</i>		1,07%	<i>Aumento Médio</i>		3,12%	191,59%

Fonte: Desenvolvido pelos autores.

Observando a tabela 3a, o custo de aquisição em ambos os mercados também teve aumento, porém, bem como o foi para as MVAs e o ICMS ST, a diferença entre os custos de aquisição, considerando o mesmo preço de compra, também sofreu ajustes. A diferença entre o custo de aquisição para o mercado de concessão e o mercado livre era, em média, 2,20%, indicando que o mercado livre adquire o mesmo produto teórico do mercado de concessão com 2,20% a mais em seu custo de aquisição. Com o advento dos protocolos ICMS PE

62/2012 e 88/2012 esta diferença passou a ser de 4,27%, registrando um aumento de 94,38% no aumento do custo de aquisição para o mercado livre.

Analisando os segmentos separadamente, o aumento médio no custo de aquisição para o mercado livre foi de 3,12% frente aos 1,07% de aumento médio para o mercado de concessão, o que significa que o aumento para o mercado livre foi 191,59% maior que o aumento médio do mercado de concessão, conforme tabela 3b.

Nota-se que, embora a diferença entre o antes e o depois por segmento não apresentar um valor expressivo, chama a atenção a diferença entre os aumentos, uma vez que o aumento para o varejo livre foi maior em 191,59% do que o aumento para o varejo de concessão.

O que as análises deixam claro é que existia diferença e, com o advento dos protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012, tal diferença continua a existir aumentando ainda mais a desigualdade concorrencial entre os canais de distribuição do mesmo segmento.

4.2. Efeitos na Competição entre os Canais de Distribuição no segmento de Autopeças em Pernambuco

A análise das diferenças em percentuais, embora se mostrem bem maiores para o mercado livre do que para o mercado de concessão, não é, sozinha, o maior problema para o mercado livre.

No último semestre, de acordo com Akashi (2012), as fábricas de autopeças estão produzindo a todo vapor e alimentando dois grupos de consumidores: (1) As Montadoras e, por consequência, o mercado de concessão, e; (2) o Mercado Livre.

O grande problema é no fornecimento de peças para as concessionárias (mercado de concessão) que, como afirma Akashi (2012), tais mercadorias podem, e frequentemente são, fornecidas com as mercadorias destinadas das fábricas de autopeças às montadoras que, obviamente, tem um preço abaixo do que o praticado nos demais canais de distribuição em virtude do volume negociado.

Esse é um fator complicador à metodologia utilizada para simular os efeitos, pois supõem-se, como afirma Akashi (2012), que o preço de compra para as concessionárias (mercado de concessão) seja menor que para o mercado livre, diferença motivada pelas demandas elevadas das montadoras às fábricas de autopeças.

Essa situação culmina na evidência de que as concessionárias detêm atualmente 18,4% do fornecimento de peças direto para as oficinas ou consumidores finais (AKASHI, 2012). Parece que a montadora precisa recuperar as margens de lucratividade e rentabilidade e que esta recuperação não é apenas na venda de carros novos, pois este mercado está cada vez mais saturando. Um excelente mercado consumidor são as aplicações de peças e serviços em veículos automotor, que já é o 1º maior varejo do Brasil.

Em resumo, para Akashi (2012):

O varejo trabalha para atender bem, e leva um pedaço do bolo, o distribuidor se especializou em comprar barato e vender barato, mas para isso limitou o processo aos itens de maior liquidez, então tem margem apertada; e as concessionárias nadam de braçadas, pois compram barato da montadora, que compra mais barato ainda do fabricante de autopeças, e vendem ao preço que acham mais interessante, principalmente os itens mais técnicos que os distribuidores ignoraram, pois têm baixa rotatividade de estoque e, por consequência, o varejo também não.

A procura das montadoras pelo mercado de pós-venda, que engloba também manutenção e reparação automotiva, é uma estratégia para melhorar as margens globais dos negócios em um ambiente com um aumento acirrado na competição pela venda de veículos novos, com um grande aumento nos *players* do segmento (AKASHI, 2012). A venda de peças

e componentes para os veículos representa contento para o proprietário do veículo, já que o preço apresenta uma redução.

Além disso, Rossetti e Chaves (2012) apresentam que o argumento utilizado pelas montadoras de veículos para pleitear junto ao fisco a redução de suas margens de valor agregado (MVAs), como ocorreu na redução percentual do aumento quando comparado com o mercado livre, é que a cadeia de suprimentos apresentada pelas montadoras utiliza uma quantidade menor de elos do que no mercado livre de reposição, que inclui indústrias, distribuidoras, varejo e aplicador antes do consumidor final, sendo que a primeira é responsável pelo recolhimento do ICMS de toda a cadeia.

A questão de acatar esta justificativa é que se a MVA e, por consequência, a base para o estabelecimento do preço de venda corrente no mercado, tomar por base a média ponderada dos preços a varejo em todo o estado, o preço praticado pelas concessionárias integrariam a média e, assim, utilizariam a mesma MVA do restante do segmento. Ou seja, a justificativa apresentada pelas montadoras de veículos, apresentado por Rossetti e Chaves (2012) não tem peso conceitual nem tampouco legal, parecendo mais um *lobby* concorrencial em favor de recuperar as margens do segmento automotivo das montadoras e concessionárias.

Junte-se a esta diferença no pagamento do ICMS ST entre os canais de distribuição do mercado livre e mercado de concessão a já discutida presença da venda direta praticada pelos distribuidores/atacadistas apresentada por Chagas et al (2010), culminando em um novo patamar de concorrência para o segmento varejista de autopeças. Essa evidência já foi levantada em pesquisa realizada pelo SEBRAE (2008) onde identificou que a maior concorrência direta enfrentada pelo varejo de autopeças são os próprios varejos de autopeças (41% das respostas), tendo em segundo lugar as concessionárias de veículos (35% das respostas).

Esse fato foi também indicado como uma “inadequação do empreendimento/setor”, que foi a inexistência de uma legislação específica para o segmento, fazendo com que o comerciante varejista, além de todos os outros problemas operacionais, tenha que enfrentar a concorrência de distribuidoras, concessionárias e mesmo oficinas mecânicas. Em especial, as distribuidoras e as concessionárias que, respectivamente, tem a vantagem do volume negocial e da proteção da lei Ferrari (Lei 6.729/79), que protege as concessões e as distribuidoras de automóveis que, por trabalharem com um *mix* menor de produtos, ou por especialização de montadoras (GM, FIAT, FORD etc.) ou por só atuar com a curva A de giro, acabam tendo um estoque mais reduzido e maiores rentabilidades.

Ou seja, o varejo livre, componente do mercado livre, que já conta com uma presença em 50% dos canais de distribuição frente aos 75% que detinha na década de 90 (CHAGAS et al, 2010), compete em três frentes: (1) Com os demais varejistas livres, em mesmo nível; (2) Com o mercado de concessão que conta com blindagens tributária-legais que garantem o fornecimento a um custo de aquisição menor em virtude dos contratos de concessão com as montadoras e, a partir de 1/8/2012, com o aumento na diferença entre o ICMS ST e; (3) Com os distribuidores com blindagens de escala e escopo que praticam a venda direta, além de contarem com um *mix* menor e estoques mais enxutos por curva de giro.

5. Considerações Finais

Em atendimento ao objetivo geral da pesquisa, que foi analisar os impactos que a mudança na legislação da substituição tributária do ICMS promovida pelos Protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 trarão para o “varejo livre” no segmento de autopeças em Pernambuco, julga-se atingido o objetivo pois de forma clara e objetiva apresentou-se as diferenças e os aumentos nas MVAs, nos pagamento de ICMS ST e nos custos de aquisição, para os dois mercados, nos períodos antes e depois do início da vigência dos protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012.

Embora de forma descritiva, a pesquisa mostrou pontos importantes para a gestão do segmento varejista de autopeças, em especial, a flagrante distinção entre o mercado livre e o mercado de concessão, que passa a acirrar a competição entre estes dois canais de distribuição no segmento varejista de autopeças. Embora o estudo centrou-se no estado de Pernambuco, para os demais estados signatários dos protocolos ICMS 61/2012, 62/2012, 88/2012, 129/2012, as conclusões são generalizáveis pois os dispositivos legais apresentam as mesmas características.

Um posicionamento prudente adotado nesta pesquisa foi considerar um valor, preço, de partida igual para os dois mercados (livre e de concessão), embora evidências teóricas (AKASHI, 2012) e lógicas indiquem que o preço de fornecimento de componentes para as concessionárias (mercado de concessão) é menor do que aquele preço fornecido pela mesma fábrica de autopeças para o mercado livre, diferença essa resultante do volume negociado entre a montadora e a fábrica de autopeças. Isso indica que as diferenças são maiores do que apontadas neste estudo, o que torna ainda mais críticas os achados quantitativos desta pesquisa.

Sendo assim, fica evidente que o mercado livre precisa se mobilizar para manter a mesma competitividade, pois agora conta com mais um degrau construído pelo fisco estadual para superar. Embora o aumento médio no custo de aquisição para o mercado livre depois dos protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012 seja pequeno (3,12%), soma-se a esta situação a concorrência na venda direta promovida pelo distribuidor/atacadista, deixando o varejista em uma situação de total desconforto, pois não tem peso suficiente para pressionar o governo a rever o estabelecimento das MVAs seguindo o ditame legal contido na lei 87/96 (Lei Kandir), que indica a forma de calcular as MVAs por meio de médias ponderadas, nem tamanho suficiente para competir com o distribuidor em economias de escala e escopo.

Essas discussões tangentes ao objetivo geral surgem em meio a uma profunda mudança nos canais de distribuição do segmento varejista de autopeças, indicando que a forma de fazer negócio e estruturar organizações neste segmento deverá mudar e ser contingencial às demandas ambientais. A invasão de veículos e montadoras importados fez com que o negócio das montadoras não se limitasse a venda de veículos novos, mas também a manutenção e reparação dos veículos, abrindo uma nova frente de competição para as montadoras e mais um concorrente para o varejista de autopeças.

Como limitação desta pesquisa aponta-se o estudo de caráter teórico, bem como a fixação de preços de compras iguais para o mercado livre e o mercado de concessão. Sugere-se que esta pesquisa seja aplicada em um ambiente real, evidenciando a aquisição de uma cesta de mercadorias antes e depois dos protocolos ICMS 62/2012 e 88/2012, reconstruindo o preço de compra e o custo de aquisição. Além disso, analisar os procedimentos adotados pela Secretaria da Fazenda Estadual de Pernambuco para o estabelecimento das MVAs e a representatividade de todo o estado nestes procedimentos.

Referências

- AKASHI, A. *Aftermarketing* – Uma indústria em xeque? Disponível em <<http://www.oficinabrasil.com.br/mercado/808-aftermarket-uma-industria-em-xeque.html>>, com acesso em 26 de Jul. 2012.
- BALLOU, R. H. **Logística empresarial**: transportes, administração de materiais e distribuição física. São Paulo: Atlas, 1993.
- BESANKO, D. et al. **A economia da estratégia**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- BIAVA JÚNIOR, R.; OYADOMARI, J. C. T. Impactos da substituição tributária do ICMS na lucratividade e nos custos empresariais. **Revista de Contabilidade da UFBA**, v. 4, n. 2, p. 71-91, Maio-Agosto, 2010.

- BRASIL. Lei 5.172 de 25 de Outubro de 1966. Dispõe sobre o sistema tributário nacional e institui normas gerais de direito tributário aplicáveis à União, Estados e Municípios. **Diário Oficial da União**, Brasília, 25 de Out. 1967.
- BRASIL. Lei 6.729 de 28 de Novembro de 1979. Dispõe sobre a concessão comercial entre produtores e distribuidores de veículos automotores de via terrestre. **Diário Oficial da União**, Brasília, 29 de Nov. 1979.
- BRASIL. Lei Complementar 87 de 13 de Setembro de 1996. Dispõe sobre o imposto dos estados e do Distrito Federal e dá outras providências (LEI KANDIR). **Diário Oficial da União**, Brasília, 14 de Set. 1996.
- CASTRO, F. A. V. et al. **Gestão e Planejamento de Tributos**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.
- CHAGAS, R. S. et al. Movimentos competitivos no canal de distribuição: O varejo de autopeças. *In: Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (EGEPE)*, 6., 2010, Recife (PE). **Anais...** Recife (PE): UFPE, 2010.
- COUGHLAN, A. T. et al. **Canais de Marketing e Distribuição**. 6 ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.
- DELOITTE. **Análise setorial varejo**: Um setor em grande transformação. 2009. Disponível on-line em: <<http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Brazil/Local%20Assets/Documents/Analise%20Setorial%20Varejo.pdf>>, acesso em 09 Ago. 2012.
- DISTRITO FEDERAL. **Perguntas mais frequentes ICMS Substituição Tributária**. Disponível em: <http://www.fazenda.df.gov.br/arquivos/Word/pmf_iss_questoes_preliminares.doc>. Acesso em: 3 Jul. 2011.
- FLEURY, C.C. **Microeconomia**: Teoria, Questões e Exercícios. São Paulo: Makron Books, 2000a.
- FLEURY, P. F. Supply Chain Management. *In: FLEURY, P. F.; WANKE, Peter; FIGUEIREDO, K. F. (Org.). Logística Empresarial: a perspectiva brasileira*. São Paulo: Atlas, 2000b.
- MACHADO, H. B. **Curso de Direito Tributário**. 30 ed. São Paulo: Malheiros Editora, 2009.
- MANEIRA, E. Da substituição tributária “para frente” no ICMS. **Revista Dialética de Direito Tributário**, n. 95, 2003.
- MARTINS, G. de A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- MCGUIGAN, J. R.; MOYER, R. C.; HARRIS, F. H. B. **Economia de empresas**: Aplicações, estratégia e táticas. São Paulo: Thomson Learning, 2007.
- NOVAES, A. G. **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição**: estratégia, operação e avaliação. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- OLIVEIRA, L. M. et al. **Manual de Contabilidade Tributária**: Textos e testes com as respostas. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- PERNAMBUCO. 2012 – **Desempenho do acumulado das principais receitas**. Disponível em: <<http://www.sefaz.pe.gov.br/sefaz2/flexpub/versao1/filesdirectory/systems6501.pdf>>. Acesso em: 14 Ago. 2012.
- PERNAMBUCO. Decreto 19.528 de 30 de Dezembro de 1996. Consolida normas relativa de substituição tributária e dá outras providências. **Diário Oficial Estado de Pernambuco**, Recife, 30 de Dezembro de 1996.
- PERNAMBUCO. Decreto 35.679 de 13 de Outubro de 2010. Dispõe sobre o regime de substituição tributária do ICMS nas operações com autopeças. **Diário Oficial Estado Pernambuco**, Recife, 14 de Out. 2010.

PERNAMBUCO. Lei 10.259 de 27 de Janeiro de 1989. Institui o imposto sobre operações relativas à circulação de mercadoria e sobre prestação de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação – ICMS e dá outras providências. **Diário Oficial do Estado de Pernambuco**, Recife, 27 de Jan. 1989.

PERNAMBUCO. Protocolo ICMS 129 de 16 de Agosto de 2010. Dispõe sobre a substituição tributária nas operações interestaduais com autopeças. **Diário Oficial do Estado de Pernambuco**, Recife, 10 de Set. de 2010.

PERNAMBUCO. Protocolo ICMS 62 de 22 de Junho de 2012. Altera o protocolo ICMS 97/2010, que dispõe sobre a substituição tributária nas operações interestaduais com autopeças. **Diário Oficial do Estado de Pernambuco**, Recife, 28 de Jun. de 2012.

PERNAMBUCO. Protocolo ICMS 88 de 6 de Julho de 2012. Altera o protocolo ICMS 129/2010, que dispõe sobre a substituição tributária nas operações interestaduais com autopeças. **Diário Oficial do Estado de Pernambuco**, Recife, 10 de Jul. de 2012.

PERNAMBUCO. Protocolo ICMS 97 de 9 de Julho de 2010. Dispõe sobre a substituição tributária nas operações interestaduais com autopeças. **Diário Oficial do Estado de Pernambuco**, Recife, 14 de Jul. de 2010.

PERNAMBUCO. **Substituição Tributária**: Regras Gerais. Disponível em: <www.sefaz.pe.gov.br>. Acesso em 04 Jul. 2011.

PORTER, M. E. What is Strategy? **Harvard Business Review**, November/December, p. 61-78, 1996.

ROSSETTI, P.; CHAVES, A. **IVA de 65,1% - Reposição reúne-se na SEFAZ/SP**.

Disponível em: <<http://www.clubedaautopeca.com/noticias/noticias-do-setor/itemlist/user/44-andersondiego?start=30>>. Acesso em: 3 Ago. 2012.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Estudo de Atividade Empresarial**: Contextualização sobre comércio varejista de autopeças em Sergipe. Aracaju (RN): SEBRAE, 2008.

SKINNER, W. Manufacturing-missing link in corporate strategy. **Harvard Business Review**, n. 69312, May-June, p. 5-14, 1969.

SLACK, N.; LEWIS, M. **Operations Strategy**. New York: Financial Times Prentice Hall, 2001.

TROSTER, R. L.; MOCHÓN, F. **Introdução à economia**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2002.

XAVIER FILHO, J.L.J.; BARBOSA, H.L.H.; SOUZA, E.S. Substituição tributária do ICMS no segmento de Autopeças em PE: A influência no preço de venda praticado ao consumidor final. *In*: Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 22., 2012, Bento Gonçalves (RS). **Anais...** Bento Gonçalves (RS): 2012.

XAVIER FILHO, J.L.J.; SOUZA, E.V.; LOPES, C.C.V.M. Efeito da Substituição Tributária do ICMS em Pernambuco no Custo e no Preço de Venda: Uma Análise a partir de Simulações de MVA Aplicadas pelos Contribuintes. *In*: Seminário UFPE de Ciências Contábeis, 5., 2011, Recife (PE). **Anais...** Recife (PE): UFPE, 2011a.

XAVIER FILHO, J.L.J.; SOUZA, E.V.; LOPES, C.C.V.M. O impacto da substituição tributária do ICMS em Pernambuco no custo e preço de venda praticado pelo varejo de autopeças. *In*: Congresso Brasileiro de Custos, 18., 2011, Rio de Janeiro (RJ). **Anais...** Rio de Janeiro (RJ): UFSC, 2011b.