

A CPMF: CUSTO OU DESPESA NA FORMAÇÃO DE PREÇOS ?

BLÊNIO CESAR SEVERO PEIXE

Moisés Prates Silveira

Resumo:

O cenário da globalização tem provocado desafios dos mais variados para o mundo empresarial. A competitividade não tem barreiras, exigindo cada vez melhoras quanto a qualidade, atendimento, pontualidade, prazo, preços,, etc. Recentemente o Governo convocou as pequenas e médias empresas para maior participação no mercado exportador, oferecendo incentivos. Entre as várias mudanças que tais empresas precisam efetuar para tornarem-se mais competitivas, o sistema de formação de preços deve ser profundamente analisado e avaliado face aos mercados. O presente trabalho aborda uma das questões de influência quanto a formação de preços, que é o da Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira (CPMF). Criou-se uma hipótese numa cadeia produtiva, com um único produto, envolvendo três empresas com o objetivo de demonstrar os efeitos da CPMF na formação de preços. Deverá a CPMF ser considerada como custo ou despesa? Quais os reflexos quando considerada na formação de preços? Trata-se de um assunto polêmico e indefinido, sendo necessário uma atenção especial objetivando o auxílio na tomada de decisão.

Palavras-chave:

Área temática: *Gestão Estratégica de Custos no Processo Decisório das Organizações*

**BLÊNIO CESAR SEVERO PEIXE, Doutorando
Prof. Assistente da Universidade Federal do Paraná**

**MOISES PRATES SILVEIRA, Mestre
Prof. Adjunto da Universidade Federal do Paraná**

TEMÁRIO: Gestão Estratégica de Custos no processo decisório das organizações

A CPMF: CUSTO OU DESPESA NA FORMAÇÃO DE PREÇOS ?

**Endereço: Rua Dr. Faivre, 405 - Sala 200
Edifício D. Pedro II - Centro
80.060.140 - Curitiba - Pr**

**Fone: (041)362-3038 – R: 2483
Fone Fax: (041) 262-28-92**

E - mail : prates@sociais.ufpr.br

E – mail : blenio@sociais.ufpr.br

A CPMF: CUSTO OU DESPESA NA FORMAÇÃO DE PREÇOS

**BLÊNIO CÉSAR SEVERO PEIXE, DOUTORANDO
MOISÉS PRATES SILVEIRA, MESTRE**

**Universidade Federal do Paraná – UFPR
Departamento de Contabilidade**

**Rua Dr. Faivre, 405 - sala 200 - 2º andar
Edifício D. Pedro II – Centro
CEP 80060-140 – CURITIBA - Pr.**

E-mail: prates@Sociais.ufpr.br

E-mail: blenio@Sociais.ufpr.br

RESUMO

O cenário da globalização tem provocado desafios dos mais variados para o mundo empresarial. A competitividade não tem barreiras, exigindo cada vez melhoras quanto a qualidade, atendimento, pontualidade, prazo, preços,, etc.

Recentemente o Governo convocou as pequenas e médias empresas para maior participação no mercado exportador, oferecendo incentivos. Entre as várias mudanças que tais empresas precisam efetuar para tornarem-se mais competitivas, o sistema de formação de preços deve ser profundamente analisado e avaliado face aos mercados.

O presente trabalho aborda uma das questões de influência quanto a formação de preços, que é o da Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira (CPMF). Criou-se uma hipótese numa cadeia produtiva, com um único produto, envolvendo três empresas com o objetivo de demonstrar os efeitos da CPMF na formação de preços.

Deverá a CPMF ser considerada como custo ou despesa? Quais os reflexos quando considerada na formação de preços? Trata-se de um assunto polêmico e indefinido, sendo necessário uma atenção especial objetivando o auxílio na tomada de decisão.

**TEMÁRIO: GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS NO PROCESSO DECISÓRIO
DAS ORGANIZAÇÕES**

A CPMF: CUSTO OU DESPESA NA FORMAÇÃO DE PREÇOS

1. INTRODUÇÃO

OS EFEITOS DA CPMF NA FORMAÇÃO DE PREÇOS

“ A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidade, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores”.

A determinação de preços de produtos ou serviços é uma decisão estratégica porque afeta diretamente a comunicação com o mercado, implicando numa tarefa de conquista ou perda de clientes dependendo de fatores tanto interno quanto externo da empresa. Portanto, a determinação dos preços merece especial atenção dos principais gestores de empresa de qualquer ramo e porte.

O preço tem como função a recuperação dos custos e a formação do lucro, sendo que este garante o crescimento do negócio e consequentemente determina a rentabilidade da empresa.

O que se tem visto, no Brasil, é que grande parte das empresas não utilizam uma estratégia adequada de formação de preços, a maioria trata-os como tarefa operacional de simples atualização monetária ou de submissão aos de mercado, sem revisão dos componentes de custos, principalmente as comerciais.

Essa afirmação é facilmente confirmada no mercado ao se verificar a não existência da diferenciação entre os preços à vista para preços a prazo. Quase sempre se constata que o preço parcelado é idêntico ao preço à vista, isto pode ferir o Código de Defesa do Consumidor que diz:

Art. 52. “ No fornecimento de produto ou serviços que envolva outorga de crédito ou concessão de financiamento ao consumidor, o fornecedor deverá, entre outros requisitos, informá-lo prévia e adequadamente sobre:

- I - preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional;
- II - montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros;
- III - acréscimos legalmente previstos;
- IV - número e periodicidade das prestações;
- V - soma total a pagar, com e sem financiamento.”

A Contribuição Provisória sobre Movimentação ou Transmissão de Valores de Créditos e Direitos de Natureza Financeira (CPMF) foi instituída pela Lei nº 9311, de 25 de outubro de 1996, no uso da competência outorgada pela emenda Constitucional nº 12, de 15 de agosto de 1996.

Essa contribuição incide basicamente sobre os débitos efetuados em conta corrente de empréstimo, conta de depósito de poupança, ordens de pagamento, depósitos especiais,, etc. Sua alíquota é de 0,20% sendo a cobrança que foi prevista para um período de tempo correspondente a treze meses, contados a partir de 23 de janeiro de 1997. São considerados contribuintes os titulares, pessoas físicas ou jurídicas.

Questionamento tem sido feito quanto ao tratamento contábil que deverá ser dado a essa contribuição. A resposta a essa questão requer muito cuidado e detalhes poderão ser levantados para que a definição do tratamento esteja adequado, principalmente tendo em vista os Princípios Fundamentais da Contabilidade. Enfim, a CPMF deve ser considerada como custo ou despesa do período? Do ponto de vista técnico, se tomarmos a aquisição de matéria prima para a produção, deveremos, ao registrar a compra, provisionarmos a CPMF, agregando-o ao custo dos estoques. A CPMF tem a mesma base de cálculo e fato gerador de vários outros impostos do sistema.

O presente estudo não pretende fornecer um sistema de formação de preços porque seria necessário conhecer o sistema de custos e os outros três elementos do composto mercadológico como: produto, praça e promoção de cada empresa.

Portanto, nosso objetivo é demonstrar, para fins gerenciais, os efeitos gerado pela CPMF na formação de preço.

2 . OS EFEITOS DA CPMF NA FORMAÇÃO DE PREÇOS

Tomando-se a hipótese de uma cadeia produtiva envolvendo três empresas, sendo as duas primeiras industriais, e a última (a empresa 3), vende o produto ao consumidor. Com as três empresas fazer-se-à o estudo de um só produto, admitindo para a empresa 1 a compra de matéria-prima ao preço de R\$ 10,00, incluindo o ICMS e sem IPI; a empresa 2 compra da empresa 1 a prazo; a empresa 3 compra também a prazo da empresa 2, sendo que nenhuma delas incorpora o custo financeiro no custo de aquisição.

Além disso, coloca-se como premissa que o “Mark-up” de todas as empresas é o mesmo, formado pelo seguinte: ICMS de 17%; PIS de 0,65%; COFINS de 2%; Margem de Contribuição de 20%; IPI de 10%; CPMF de 0,20%. Com base nessas informações, primeiramente deve ser calculado o preço de venda à vista, com CPMF e sem CPMF, os quais são:

$$P V V c / c p m f = \frac{12,90}{0,6015} = 21,45$$

$$P V V s / c p m f = \frac{12,90}{0,6035} = 21,38$$

Admitindo-se que o custo financeiro é de 4 % a.m. e que o prazo concedido pelo vendedor seja sempre de 30 dias, o preço de venda a prazo deve gerar uma margem equivalente à gerada pelo preço à vista. Para o PVP, considerando-se o custo financeiro agregado temos:

$$PVP = V / 1 - (0,04 / 1 - 0,3965)$$

Tabela I - Preço a Prazo com CPMF

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3
Matéria - Prima	7,90	17,83	35,54
Mão-de-Obra	5,00	5,00	5,00
CUSTO TOTAL	12,90	22,83	40,54
P.V.V.	21,45	37,96	67,40
ICMS incluso	3,65	6,45	11,46
Encargos Financeiro incluso	0,86	1,52	2,70
P.V.P.	22,52	39,85	70,77
ICMS incluso	3,83	6,77	12,03
IPI	2,25	3,99	
P.V.P. com IPI	24,77	43,84	
P.V.V. com IPI	23,59	41,75	

Tabela II - Preço a Prazo sem CPMF

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3
Matéria Prima	7,90	17,77	35,33
Mão-de-Obra	5,00	5,00	5,00
CUSTO TOTAL	12,90	22,77	40,33
P.V.V.	21,38	37,73	66,82
ICMS incluso	3,63	6,41	11,36
Encargo Financeiros incluso	0,86	1,51	2,67
P.V.P.	22,44	39,61	70,15
ICMS incluso	3,81	6,73	11,92
IPI	2,24	3,96	
P.V.P. com IPI	24,68	43,57	
P.V.V. com IPI	23,51	41,50	

Tabela III - D. R.E de Preço a Prazo com CPMF

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3
Faturamento	24,77	43,84	70,77
IPI Faturado	2,25	3,99	0,00
Receita Bruta	22,52	39,85	70,77
Deduções:			
ICMS faturado	3,83	6,77	12,03
PIS	0,15	0,26	0,46
Cofins	0,45	0,80	1,42
CPMF	0,05	0,08	0,14
Receita Líquida	18,05	31,94	56,72
C.P.V. / C.M.V.	12,90	22,83	40,54
Lucro Bruto:	5,15	9,11	16,18
Encargos Financeiros	0,86	1,52	2,70
Receita Financeira			
Margem Bruta:	4,29	7,59	13,48
MARGEM BRUTA %	0,20	0,20	0,2

Tabela IV - D.R.E de Preço a Prazo sem CPMF

	Empresa 1	Empresa 2	Empresa 3
Faturamento	24,68	43,57	70,15
IPI Faturado	2,24	3,96	0,00
Receita Bruta	22,44	39,61	70,15
Deduções:			
ICMS faturado	3,81	6,73	11,92
PIS	0,15	0,26	0,46
Cofins	0,45	0,79	1,40
CPMF			
Receita Líquida	18,03	31,82	56,36
C.P.V. / C.M.V.	12,90	22,77	40,33
Lucro Bruto	5,13	9,06	16,04
Encargos Financeiros	0,86	1,51	2,67
Receita Financeira			
Margem Bruta	4,28	7,55	13,36
MARGEM BRUTA %	0,20	0,20	0,20

As tabelas I e II acima, apresentam a formação de preços com e sem CPMF, respectivamente, enquanto que as tabelas III e IV correspondem aos Demonstrativos de Resultado servindo de base para confirmação dos preços correspondentes a cadeia produtiva.

3 . CONCLUSÕES

Algumas conclusões pode-se obter, de imediato, com as variações de preços de venda a prazo com CPMF e sem CPMF, tais como:

1) acréscimos de recolhimentos no ICMS, PIS, COFINS, quando o “Mark-up” inclui o CPMF na formação de preço; e

2) reduzindo a margem de contribuição, consequentemente ocorrerá queda na margem líquida da empresa, se o giro permanecer inalterado provocará a queda da rentabilidade da empresa.

Com isto, possivelmente o empresário nem se aperceba do diferencial que ocorre quando o CPMF for considerado no preço de venda a prazo, imaginando que esteja ganhando os 20% de margem de contribuição e que é vantajoso corrigir seus preços quando o mercado esta altamente competitivo e estável.

Finalmente, o que se pode afirmar é que o Governo não só arrecada com a CPMF mas também com o acréscimo dos demais impostos.

Para fins gerenciais, a melhor decisão do gestor é considerar a CPMF como despesa tributária, não repassando-a aos preços.

4 . REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERNARDI, Luiz Antônio. **Política e Formação de Preços**. São Paulo: Atlas, 1996.

BRASIL - Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor.

BRASIL - IOB - INFORMAÇÕES OBJETIVAS (Pasta Temática Contábil e Balanço) .

Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira (CPMF) . Aspectos Gerais e Contábeis. **São** Paulo; Ano XXXI. p: 1-4, 2^a semana de março de 1997.

CORDOVIL, Domingos et all. **Política e Formação de Preços**. São Paulo:Atlas-Provar-1996.