



PLANEJAMENTO FISCAL NO SEGMENTO SUPERMERCADISTA

Tax Planning in the Segment Supermarket

Diego Cunha de Abreu ¹

Graduando em Administração pela UniEVANGÉLICA - GO.

Prof. M.e Ieso Costa Marques.

Orientador do Trabalho de Conclusão de Curso - UniEVANGÉLICA - GO.

¹ Diego Cunha de Abreu - Bacharelado no curso de Administração pela Universidade Evangélica de Goiás – Brasil – e-mail: diegoabreucunha2@hotmail.com

² Ieso Costa Marques – Professor do Curso de Administração da Universidade Evangélica de Goiás – Brasil – e-mail: iesocosta@unievangelica.edu.br



RESUMO

O planejamento fiscal foi identificado como uma ferramenta indispensável para reconhecer oportunidades de economia, evitar sanções e multas, e garantir o cumprimento das obrigações tributárias da empresa. A pesquisa buscou responder à seguinte questão: ****Como o planejamento tributário pode ser estruturado e implementado de forma eficaz no segmento supermercadista, para garantir a conformidade com as obrigações tributárias e, simultaneamente, aprimorar a carga tributária, melhorar a eficiência operacional e aumentar a competitividade no mercado?*** O objetivo geral foi identificar premissas para um planejamento fiscal voltado ao segmento supermercadista que assegurasse a conformidade fiscal e otimizasse a carga tributária do negócio. Os objetivos específicos incluíram a análise crítica dos regimes tributários e dos tipos de tributos aplicáveis ao setor, bem como o levantamento das principais dificuldades enfrentadas pelos gestores na implantação do planejamento tributário. A pesquisa foi um estudo de caso com abordagem mista (qualitativa e quantitativa), realizada em uma empresa supermercadista selecionada intencionalmente. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas com gestores financeiros e fiscais, aplicação de questionários estruturados e análise documental de relatórios fiscais e financeiros, garantindo triangulação dos dados para aumentar a validade dos resultados. Os achados evidenciaram que a escolha do regime tributário é uma decisão estratégica, com o Lucro Real sendo o mais vantajoso para a maioria das empresas do setor, por permitir maior flexibilidade e um planejamento tributário mais eficiente e alinhado à realidade financeira. Dessa forma, empresas que realizam planejamento fiscal de forma estruturada conseguem prevenir crimes tributários, reduzir custos e investir em áreas cruciais para seu crescimento, como treinamento de pessoal e tecnologia.

Palavras-chave: Planejamento Fiscal; Estratégias fiscais; Lucro Real.

ABSTRACT

Tax planning was identified as an essential tool for recognizing cost-saving opportunities, avoiding sanctions and fines, and ensuring compliance with the company's tax obligations. The research sought to answer the following question: **How can tax planning be effectively structured and implemented in the supermarket sector to ensure compliance with tax obligations while simultaneously improving the tax burden, enhancing operational efficiency, and increasing market competitiveness?** The general objective was to identify premises for tax planning aimed at the supermarket sector, ensuring tax compliance and optimizing the business's tax burden. The specific objectives included critically analyzing the tax regimes and types of taxes applicable to the sector and identifying the main challenges faced by managers in implementing tax planning. The research was a case study with a mixed approach (qualitative and quantitative), conducted in a supermarket company intentionally selected for its relevance. Data collection was carried out through semi-structured interviews with financial and tax managers, structured questionnaires, and document analysis of tax and financial reports, ensuring data triangulation to increase the validity of the results. The findings highlighted that the choice of the tax regime is a strategic decision, with the Real Profit regime being the most advantageous for most companies in the sector, as it allows greater flexibility and more efficient tax planning aligned with the company's financial reality. Thus, companies that engage in well-structured tax planning can prevent tax crimes, reduce costs, and invest in critical areas for their growth, such as personnel training and technology.

Keywords: Tax Planning; Tax Strategies; Real Profit.



1 INTRODUÇÃO

O planejamento fiscal é uma prática essencial para empresas que buscam maximizar sua eficiência financeira e competitividade no mercado. No segmento supermercadista, caracterizado por margens de lucro estreitas e alta rotatividade de produtos, a gestão fiscal estratégica torna-se crucial para a sustentabilidade e o crescimento das empresas. Este trabalho tem como objetivo geral identificar premissas para um planejamento fiscal voltado ao segmento supermercadista que assegure a conformidade fiscal e otimize a carga tributária do negócio.

A pesquisa parte da seguinte problemática: Como o planejamento tributário pode ser estruturado e implementado de forma eficaz no segmento supermercadista, para garantir a conformidade com as obrigações tributárias e, simultaneamente, aprimorar a carga tributária, melhorar a eficiência operacional e aumentar a competitividade no mercado? Nesse contexto, o planejamento fiscal emerge como uma ferramenta indispensável para que empresas do setor não apenas cumpram suas obrigações tributárias de forma correta e pontual, mas também identifiquem oportunidades de economia, evitem sanções e multas, e invistam os recursos economizados em áreas críticas, como infraestrutura, tecnologia e atendimento ao cliente.

Para alcançar o objetivo geral, este trabalho estabelece os seguintes objetivos específicos: I) Analisar criticamente os regimes tributários e os tipos de tributos que se aplicam ao setor supermercadista. II) Levantar as principais dificuldades enfrentadas pelos gestores para a implantação do planejamento tributário.

O setor supermercadista enfrenta desafios constantes devido à complexidade do sistema tributário brasileiro. A alta incidência de tributos como ICMS, PIS e COFINS, combinada com frequentes alterações na legislação, tem gerado dificuldades para manter a conformidade fiscal e, ao mesmo tempo, minimizar os custos tributários. Nos últimos anos, erros na apuração desses impostos resultaram em multas significativas, perda de credibilidade junto aos órgãos fiscais e prejuízos financeiros. Tais falhas são frequentemente causadas



por uma gestão fiscal inadequada e pela ausência de um planejamento fiscal eficiente, capaz de contemplar todas as variáveis envolvidas na operação de um supermercado.

A pesquisa foi realizada por meio de um estudo de caso com abordagem mista (qualitativa e quantitativa), em uma empresa supermercadista selecionada intencionalmente por sua relevância no setor. A coleta de dados incluiu entrevistas semiestruturadas com gestores financeiros e fiscais, aplicação de questionários estruturados e análise documental de relatórios fiscais e financeiros. Os dados foram triangulados para garantir maior validade e confiabilidade nos resultados.

Este trabalho está estruturado em cinco partes. A introdução apresenta o tema, a problemática e os objetivos do estudo, além de contextualizar sua relevância. O referencial teórico aborda os principais conceitos relacionados ao planejamento fiscal e à gestão tributária no setor supermercadista. Na metodologia, são descritos os procedimentos de coleta e análise de dados utilizados na pesquisa. Os resultados apresentam as principais descobertas, como a análise crítica dos regimes tributários e as dificuldades enfrentadas pelos gestores. Por fim, as referências reúnem as fontes utilizadas na construção deste estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O segmento supermercadista

O segmento supermercadista refere-se ao setor de supermercados, que são estabelecimentos de varejo especializados na venda de uma variedade de produtos alimentícios e não alimentícios. O setor engloba desde pequenos mercados locais até grandes redes de supermercados. Os supermercados oferecem aos consumidores uma vasta gama de produtos, incluindo alimentos frescos, produtos de mercearia, itens de higiene pessoal, produtos de limpeza e outros derivados.

Os supermercados representam um papel fundamental na área de abastecimento de alimentos e bens de consumo, proporcionando utilidade aos



consumidores ao oferecer uma variedade de produtos em um único local. Além do que, eles costumam competir por meio de estratégias de preço, promoções e serviços adicionais, como programas de fidelidade e serviços de entrega facilitada.

Para Cyrillo (1987), a partir da década de 1920, diversos fatores conduziram a expansão do autosserviço. Inicialmente, foi introduzido um imposto com alíquota progressiva com base no número de lojas da empresa, o que afetou negativamente as grandes cadeias de mercearias que operavam com margens de lucro reduzidas por loja. Outro fator relevante foi a redução da vantagem de alcançar economias de escala por parte das cadeias, já que as lojas independentes começaram a formar associações para aumentar seu poder de compra e capacidade de negociação com fornecedores. Posteriormente, o *Patman Act* foi promulgado para eliminar as disparidades de preços impostas pelos fornecedores, abolindo assim as vantagens econômicas associadas a essas práticas.

O segmento supermercadista é dinâmico e está sujeito a mudanças comumente nas preferências dos consumidores, inovações tecnológicas e tendências de mercado. Empresas deste setor precisam adaptar-se continuamente para atender às demandas do público e permanecer nas competitividades no mercado varejista.

2.1.1 Como está o mercado varejista?

O varejo brasileiro sofreu grandes impactos com as medidas de contenção da pandemia da COVID-19, iniciada em 2020. Entretanto, o setor de supermercados apresentou resultados positivos mesmo durante o isolamento social crescendo. Ainda que esteja em um bom momento, o comércio de alimentos, produtos de limpeza e outros gêneros deve ficar atento às transformações pelas quais o mundo está passando de modo acelerado.

Os supermercados e hipermercados são resilientes a períodos de crise econômica, dado que trabalham com bens essenciais e diversificação de produtos



e marcas. Em caso de queda de poder de compra, o consumidor pode optar por bens substitutos, mas a necessidade de se alimentar continua. As maiores empresas possuem vantagem competitiva de escala, liderança regional, melhores índices de eficiência e pontos comerciais estratégicos.

O campo é muito correlacionado com nível de atividade econômica e variáveis macroeconômicas ligadas ao consumo, como emprego, inflação e confiança. Cenário macro pode trazer maiores dificuldades dependendo do rumo da economia.

O âmbito varejista tem experimentado várias mudanças. Nos últimos anos, apesar de registrar um crescimento anual de 6% no número de pontos de venda e um aumento de 7% ao ano na área física total de vendas, o valor dos negócios tem permanecido praticamente estável, com uma taxa de crescimento de apenas 0,6% (SOUZA e SORRENTINO, 2002).

O mercado de varejo no Brasil tem passado por grandes transformações que, em boa parte, estão associadas às inovações tecnológicas e ao crescimento do e-commerce. A pandemia impulsionou muitas mudanças nos hábitos de consumo, que seguem demandando uma transformação dos mais diversos segmentos, incluindo o varejo. Tudo isso tem um impacto dentro da economia e o consumo, diante das oscilações no preço, o varejista precisa se reestruturar e se adaptar aos novos hábitos dos clientes para ganhar destaque em sua área.

2.1.1.1 O segmento em números

Por definição, uma empresa de varejo é aquela que trabalha com vendas de bens e/ou serviços diretamente para o consumidor final. No conceito amplo de uma empresa que vende produtos físicos aos clientes, os varejistas serão lojas que os produtos podem ser vendidos em pequenas quantidades ou frações, assim diferenciando do setor varejista.

O setor supermercadista tem observado um aumento contínuo no faturamento, registrando um crescimento real de 1,8% no ano de 2014 em comparação com 2013. Esses números refletem o potencial de crescimento



desse setor e do mercado de consumo brasileiro. Entretanto, para que esse crescimento prossiga em meio à atual crise econômica, são necessárias a implementação de medidas políticas adequadas (YAMADA, 2015).

Figura 01: Principais números do setor supermercadista em 2021.



Fonte: ABRAS, SUPERHIPER apud XP RESEARCH (2022).

Nesse sentido, o segmento influencia os padrões de alimentos (BELL, DAVIES e HOWARD, 1997) e é economicamente, culturalmente e politicamente central em muitos países (KEH e PARK, 1997). No Brasil, é um dos maiores empregadores de mão-de-obra (IBGE, 2004), sendo responsável por 800.922 empregos diretos em 2005 com faturamento que representou 5,5% do PIB (Produto Interno Bruto) naquele ano (LUKIANOCENKO, 2006).

O setor varejista está intimamente ligado às variáveis macroeconômicas que influenciam o consumo das famílias, como empregos, poder de compra (Inflação), confiança no consumo, crédito etc. Porém, para supermercados, cenários macro difíceis tendem a impactar no desempenho do setor varejista. O segmento de bens e serviços essenciais é mais resiliente devido às necessidades de consumo, referente a alimentos e produtos farmacêuticos.

2.1.1.2 O Sistema Tributário Nacional



O Sistema Tributário Brasileiro consiste resumidamente no recolhimento de tributos afim de subsidiar as ações do governo no que diz respeito aos serviços prestados à população, melhoria da infraestrutura das entidades governamentais e pagamento dos servidores públicos. O sistema tributário brasileiro estabelece a forma como os impostos são arrecadados. Sendo dividido em três esferas com tributos federais, estaduais e municipais.

O sistema tributário nacional pode ser definido como o conjunto de normas constitucionais e infraconstitucionais sendo elas leis complementares e ordinárias, medidas provisórias, tratados e convenções internacionais, decretos, resoluções do senado, convênios, dentre outros, que versam no todo ou em parte sobre a tributação.

Conforme ensinamento de Machado (2004, p.254) os sistemas tributários podem ser:

a) rígidos e flexíveis; e. b) racionais e históricos. Rígidos são os sistemas nos quais o legislador ordinário de quase nenhuma opção dispõe, visto como a Constituição estabelece o disciplinamento completo, traçando todas as normas essenciais do sistema. Flexíveis são aqueles sistemas nos quais o legislador ordinário goza de faculdades amplas, podendo inclusive alterar a própria discriminação de rendas. Racionais são os sistemas elaborados à luz dos princípios ditados pela Ciência das Finanças e tendo em vista determinados objetivos políticos. Históricos são aqueles resultantes da instituição de tributos sem prévio planejamento. Os tributos são instituídos de forma casuística, sem qualquer preocupação com o todo. A rigor, não devem ser considerados sistemas, posto que a este conceito não corresponda.

O papel do sistema tributário nacional é justamente dispor sobre a tributação e impor limites aos entes tributantes. Em uma esfera constitucional, há a divisão expressa de competências entre os entes, a delimitação dos limites do poder de tributar e a repartição de receitas tributárias.

Nossa atual Constituição dedicou especial relevância ao Título que legisla sobre Sistema Tributário garantindo os direitos fundamentais ao impor os princípios constitucionais que limitam o poder estatal de tributar. Consoante aos ensinamentos do grande mestre Aliomar Baleeiro (2010, p.21) “O tributo é vetusto e fiel sombra do poder político há mais de 20 séculos. Onde se ergue um governante, ele se projeta sobre o solo de sua dominação”.



Dentre as espécies de tributos ocorre outra divisão: os tributos vinculados a uma prestação estatal e os tributos não vinculados que não dependem de qualquer atuação estatal. Os impostos são tributos não vinculados, enquanto as taxas e contribuições de melhoria são tributos vinculados, destarte aduz com precisão o mestre Sacha Calmon Navarro Coelho (2008, p.29 e 30):

Pois bem, o constituinte de 1988, como de resto ocorreu com a Constituição de 1967, adotou, em sede doutrinária, a teoria jurídica dos tributos vinculados e não-vinculados a uma atuação estatal para operar a resolução do problema da repartição das competências tributárias, utilizando-a com grande mestria. Predica dita teoria que os fatos geradores dos tributos são vinculados ou não-vinculados. O vínculo, no caso, dá-se em relação a uma atuação estatal. Os tributos vinculados a uma atuação estatal são as taxas e as contribuições: os não-vinculados são os impostos. Significa que o fato jurígeno genérico das taxas e contribuições necessariamente implica em uma atuação do Estado.

O pagamento de tributos é intrinsecamente compulsório, constituindo uma forma de intervenção do estado no patrimônio privado. No entanto, também representa o cumprimento de um dever essencial do cidadão, estreitamente ligado à ideia fundamental de cidadania.

2.1.1.3 Os Principais Impostos Pagos por Supermercados

Imposto é um tributo cobrado nas instâncias federal, estadual e municipal e que tem como finalidade o custeamento das atividades do setor público e dos serviços à população. O imposto consiste em um tributo obrigatório, cujo valor é destinado ao governo, que tem como destino os cofres públicos, pertencentes ao Estado, à unidade federativa ou ao município. Nesse sentido, o imposto custeia os serviços públicos ofertados à população de um território cuja garantia deve ser feita pelo governo.

Quadro 01 - Os principais impostos pagos por supermercados

ICMS	O Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestações de Serviço é um tributo administrado pelos estados da federação. Cada um deles estabelece alíquotas próprias sobre os preços das
-------------	---



	<p>mercadorias. Sua incidência já está embutida no preço a ser pago pelo consumidor. O ICMS, varia entre os estados, levando em conta a essencialidade do produto. Assim, mercadorias de necessidade básica tendem a ter alíquotas menores, enquanto produtos supérfluos possuem maiores alíquotas. Havendo, variação de casos que alteram a alíquota do ICMS, como a compra de mercadoria de um estado para outro, obrigando-se a cobrança vir destacada na nota fiscal.</p>
PIS E COFINS	<p>PIS (Programa de Integração Social), COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social), trata-se de dois impostos correspondentes ao âmbito federal. O processo de recolhimento do PIS e COFINS depende das alíquotas aplicadas, que variam conforme o regime tributário utilizado pelo supermercado. Esses valores são destinados ao INSS e à seguridade social.</p>
CSLL	<p>A CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido), é um imposto destinado ao governo federal, também objetiva o pagamento da Seguridade Social. Destaca-se que a base de cálculo desse tributo varia conforme o modelo de tributação escolhido pelo supermercado.</p>
IRPJ	<p>O IRPJ (Imposto de Renda de Pessoa Jurídica), é um tributo federal que deve ser pago por todas as empresas com CNPJ ativo, isentas apenas algumas exceções. O valor da sua alíquota corresponderá a 15% sobre o valor do regime tributário, no qual a empresa está enquadrada. Além do mais, qualquer lucro que ultrapassar R\$20mil ao mês será taxado em 10% adicionais (sobre o excedente, não sobre o total).</p>

Fonte: CONTABILIZEI (2016).

De acordo com Lima (2019) desde os tempos do Egito Antigo, a tributação já estava presente no mundo, com agricultores e camponeses sendo obrigados a entregar um décimo de sua colheita, conhecido como dízimo, ao príncipe, representando uma taxa de 10% sobre a renda dos fiéis. A necessidade do pagamento de contribuições tornou-se obrigatória quando os derrotados em



guerras eram forçados a ceder parte ou até mesmo a totalidade de seus bens aos vencedores.

De acordo com o Art. 3º do Código Tributário Nacional (CTN), o tributo é definido como “Toda prestação pecuniária compulsória, em que a moeda ou cujo valor nela se possa exprimir, que não constitua sanção de ato ilícito, instituída em lei e cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada”.

O funcionamento dessas cobranças é a norma geral do sistema tributário. Existem cinco regimes de tributação: MEI, Simples Nacional, Lucro Presumido, Lucro Real e Lucro Arbitrário. O regime em que a empresa se enquadra determinará como os tributos serão aplicados. Além disso, a classificação dentro do sistema varia de acordo com o valor do faturamento ou lucro da empresa. A maioria dos mercados e supermercados está enquadrada no Simples Nacional, Lucro Real ou Lucro Presumido.

2.1.1.4 Tipos de enquadramento fiscal permitidos para supermercados

O enquadramento tributário é uma classificação referente à apuração de impostos sobre uma empresa. Sendo que, cada tipo de enquadramento tributário tem obrigações fiscais e carga tributária definidas.

O regime tributário é o sistema que estabelece as regras para o cálculo e recolhimento dos impostos de empresas, também definem quais as obrigações e declarações que devem ser entregues aos órgãos públicos. A escolha do regime tributário da empresa é apenas uma das etapas de abertura do CNPJ devendo estar alinhada com o restante das definições necessárias como porte, natureza jurídica, atividades, entre outras, seguem os tipos de regime, sendo eles: Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro real.

Simples Nacional – O Simples Nacional é um regime tributário instituído pela Lei Complementar 123 de dezembro de 2006 com a finalidade de simplificar o pagamento de tributos por Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP), propiciando um tratamento diferente e simplificado para esses pequenos empreendedores. As alíquotas variam de 4% a 22,90%, divididas em seis anexos



que contemplam os mais variados ramos e atividades econômicas. Fonte: CESCOTAB, GESTÃO TRIBUTÁRIA SUPERMERCADO (MAIO 2022).

A partir da Lei nº123/2006, algumas empresas prestadoras de serviço, classificadas como micro ou pequenas empresas, ganharam a opção de aderir ao Simples Nacional. Em dezembro de 2008, o comitê Gestor do Simples Nacional regulamentou a Lei Complementar 128/2008, que, entre outras alterações, incluiu novas atividades, como creches, pré-escolas, estabelecimentos de ensino fundamental, escolas técnicas, profissionais e de ensino médio, cursos de línguas estrangeiras, artes, pilotagem e outros cursos técnicos (FABRETTI, 2007).

Com base nas determinações das atividades ou formas societárias, certas categorias são proibidas de adotar o Simples Nacional, incluindo: cooperativas (exceto as de consumo), pessoas jurídicas cujo sócio ou titular seja administrador ou equiparado de outra pessoa jurídica com fins lucrativos, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite, e empresas cujo capital participe de outra pessoa jurídica (RODRIGUES, 2007).

Lucro Presumido – O Lucro presumido é um modelo de tributação em que a base de cálculo do imposto é realizada a partir de uma parcela do faturamento considerada como lucro pela legislação. Nesse regime tributário há uma forma de tributação simplificada para estabelecer a base de cálculo do imposto de renda de pessoa jurídica (IRPJ) e a Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido (CSLL) das empresas. Para ambos os impostos às alíquotas podem variar conforme a atividade exercida, sendo de 8% para atividades que envolvam indústria e comércio e de 32% nos casos de prestações de serviços (CESCOTAB, 2022)

Segundo Oliveira et al. (2002, p.174), o lucro presumido é uma maneira simplificada de calcular os tributos, como Imposto de Renda e Contribuição Social, reservada para contribuintes que não são obrigados a adotar o regime de lucro real. Este sistema foi introduzido como uma opção de tributação para algumas pessoas jurídicas, visando simplificar as obrigações burocráticas e administrativas de organizações de menor porte e estrutura. Isso ocorre porque o cálculo do lucro real demanda procedimentos contábeis e tributários mais complexos.



É importante ressaltar que, independentemente da opção de tributação adotada, a manutenção de uma escrituração contábil rigorosa, em conformidade com os princípios e normas contábeis, bem como com a legislação fiscal e societária, é essencial para qualquer organização. Essa prática é necessária tanto para propósitos gerenciais internos quanto para fins fiscais externos (OLIVEIRA et al.,2002).

Lucro Real – Bem como, o Lucro Presumido, é um regime tributário que tem como finalidade mensurar o Imposto de Renda de Pessoa Jurídica (IRPJ) e a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) das empresas. No entanto, incidem sobre esse regime as alíquotas de 15% e 9%, respectivamente, além do PIS e COFINS que, dependendo da situação, podem ser de 0,65% a 7,60%.

No Lucro Real, o imposto de Renda é definido por meio do lucro contábil da empresa, acrescido dos ajustes requeridos pela Lei fiscal. Devido a essas variações, é considerado um regime mais complexo e mais adequado para as empresas que têm margem de lucro menor que 32% (CESCONTAB, 2022).

Sendo obrigatório para alguns negócios, como: instituições bancárias; sociedade de crédito, financiamento e investimento; sociedades corretoras de títulos, valores mobiliários e câmbio; caixas econômicas; empresas de arrendamento mercantil; cooperativas de crédito; dentre outras.

Os autores Oliveira e outros (2012, p.230) definem lucro real afirmando que: “É o lucro líquido apurado no período ajustado pelas adições, exclusões e compensações permitidas pela legislação”. O autor Fabretti (2009, p. 202) define lucro real através de um conceito diferenciado afirmando que: “O lucro real é um conceito fiscal e não um conceito econômico”.

Conforme Pinto (2011), o Lucro Real é tributado com base em seu lucro líquido, o qual é ajustado por adições, exclusões ou compensações conforme determinado pela legislação do Imposto de Renda. Diferentemente de outras modalidades, o lucro fiscal não é presumido, mas sim calculado com base no resultado contábil da empresa, após os devidos ajustes. Sob essa perspectiva, o Lucro Real pode ser considerado a modalidade mais justa, pois a empresa paga



impostos de acordo com seus resultados reais, e caso apresente prejuízo, não há imposto a pagar.

Lucro real é uma modalidade para apurar o imposto de renda e consequentemente a contribuição social, o qual, de acordo com o art. 247 do RIR/99, é determinado através da seguinte equação: “lucro real é o lucro líquido do período de apuração ajustado pelas adições, exclusões ou compensações prescritas ou autorizada (PINTO, 2011, P. 73).

As empresas precisam manter um bom planejamento tributário, incluindo o setor supermercadista. É fundamental estar em dia com o fisco e pagar corretamente as obrigações tributárias e financeiras, além de obter um controle das finanças da empresa. O processo deve ser feito por profissionais especializados junto a uma contabilidade. Sendo realizado um bom planejamento tributário, indicando o melhor regime para a empresa, e assim evitando pagamentos desnecessários e reduzindo os prejuízos.

2.1.1.5 Planejamento fiscal na área supermercadista: é possível?

O Planejamento tributário é uma gestão de pagamentos dos tributos, mas também pode ser considerado como um estudo da melhor maneira de se obter a redução dos impostos e a carga tributária que incide sobre determinados produtos em sua legalidade.

Para efetuar um melhor planejamento tributário é necessário realizar uma análise de qual melhor regime tributário melhor se encaixa para o supermercado. Devendo ser analisados todos os gastos mensais e anuais, o tamanho e a capacidade da equipe contábil da empresa, os programas a serem utilizados na rotina da empresa e o nível da organização.

Identificar oportunidades de economia tributária é um passo fundamental no planejamento tributário estratégico para supermercados. Isso envolve a busca ativa por maneiras de reduzir a carga tributária da empresa, sem infringir a legislação fiscal vigente (CONTABILIZEI, 2023).

O planejamento tributário representa uma escolha para aqueles que desejam reduzir a carga tributária de acordo com as disposições legais. Essa estratégia é frequentemente respaldada pelo código civil, seja através de



contratos, seja em relação aos critérios e exigências dos negócios jurídicos em geral (GRECO, 2008).

A legislação tributária do Brasil é notoriamente complexa, repleta de uma variedade de leis e sujeita a frequentes alterações. Esta complexidade dificulta a tarefa dos empresários de manterem-se atualizados, especialmente devido às demandas da gestão empresarial. Nesse contexto, o planejamento tributário emerge como um fator crucial para o sucesso ou fracasso de uma empresa. Isso ocorre porque a elevada carga tributária no Brasil representa um considerável impacto financeiro, o qual influencia diretamente nos resultados econômicos da empresa (SANTOS; OLIVEIRA 2008).

O planejamento tributário, respaldado por bases legais, torna-se essencial diante da falta de equidade no relacionamento entre o contribuinte e o Fisco. O órgão fiscalizador dispõe de uma ampla gama de normas e recursos para monitorar as atividades empresariais e até mesmo presumir possíveis práticas fraudulentas por parte dos contribuintes. Diante disso, cabe aos contribuintes apresentarem provas por meio de recursos administrativos ou mesmo judiciais para se defenderem (YOUNG, 2005).

Assim sendo, é responsabilidade dos gestores, com o auxílio de contadores conceituados na legislação fiscal, estudar e identificar todas as alternativas legais aplicáveis a cada transação. Dessa maneira, por meio do planejamento tributário, é possível avaliar essas alternativas de modo a realizar as operações de forma menos onerosa, sempre em conformidade com a lei. Como resultado, a empresa poderá usufruir dessa economia proporcionada pelo planejamento tributário e transformá-la em maior lucratividade.

3 METODOLOGIA

Nesta seção, são detalhados os métodos e procedimentos utilizados para investigar o planejamento fiscal no segmento supermercadista, com foco em um estudo de caso em uma única empresa. A metodologia foi fundamentada em autores renomados como Vergara (2005) e Gil (2002). De acordo com Yin (2001),



o estudo de caso é uma estratégia de pesquisa que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes. Conforme sugerido por Gil (2002), a abordagem mista permitiu uma análise abrangente e detalhada dos dados. A abordagem qualitativa proporcionou uma compreensão profunda das práticas fiscais, enquanto a quantitativa forneceu uma análise estatística das informações coletadas.

No que se refere ao universo amostral, considerou-se que a população era composta por supermercados de médio e grande porte da cidade de Anápolis. Como amostra, foi selecionada uma empresa específica do segmento supermercadista, escolhida de forma intencional devido às suas características e facilidade de acesso aos dados.

A coleta de dados ocorreu entre os meses de agosto e novembro de 2024 e utilizou diferentes instrumentos, incluindo um roteiro de entrevista, que serviu como guia com questões abertas para orientar as entrevistas semiestruturadas; um questionário estruturado, contendo perguntas sobre métodos de planejamento fiscal, desafios enfrentados, legislação aplicável e resultados obtidos; e um formulário de análise documental, desenvolvido para registrar e analisar dados extraídos de documentos fiscais e financeiros.

Os procedimentos de coleta seguiram etapas detalhadas. As entrevistas foram realizadas presencialmente ou por meio de plataformas digitais, com agendamento prévio e garantia de confidencialidade dos participantes. Os questionários foram distribuídos por e-mail ou presencialmente, visando garantir um alto índice de resposta. Além disso, documentos fiscais e relatórios financeiros foram obtidos por meio de solicitação formal à empresa, com garantias de sigilo e confidencialidade, permitindo a análise das práticas de planejamento fiscal adotadas.

Os dados coletados foram analisados tanto qualitativa quanto quantitativamente. A análise qualitativa consistiu na análise de conteúdo das entrevistas e documentos, com categorização das respostas e identificação de temas recorrentes, seguindo as recomendações de Bardin (2011).



Por outro lado, a análise quantitativa utilizou ferramentas estatísticas, como os softwares SPSS e Excel, para interpretar os dados coletados por meio dos questionários, aplicando técnicas estatísticas descritivas. A validação dos dados foi realizada por meio da triangulação, conforme sugerido por Denzin (1978), cruzando as informações obtidas através das entrevistas, questionários e análise documental, o que conferiu maior confiabilidade e consistência aos resultados.

A pesquisa foi conduzida de acordo com princípios éticos rigorosos. Os participantes foram informados previamente sobre os objetivos do estudo e assinaram termos de consentimento informado antes de sua participação. Todas as informações coletadas foram tratadas de forma confidencial e utilizadas exclusivamente para os fins da pesquisa, garantindo assim o sigilo e a privacidade dos envolvidos.

RESULTADOS DA PESQUISA

A presente pesquisa evidenciou que o planejamento tributário no segmento supermercadista envolve uma série de estratégias legais que têm como principais objetivos minimizar a carga tributária, otimizar o fluxo de caixa e evitar problemas fiscais.

Os dados foram coletados de Agosto a Novembro de 2024 por meio de entrevistas, conversas e documentos junto ao setor fiscal da empresa pesquisada.

Os resultados também apontam que a escolha do regime tributário é uma das decisões mais estratégicas nesse contexto, sendo o Lucro Real o regime mais vantajoso para a maioria das empresas do setor, quando comparado ao Simples Nacional e ao Lucro Presumido.

Quadro 02 - Vantagens do Regime de Lucro Real no Segmento Supermercadista

<i>Aspecto</i>	<i>Descrição</i>
----------------	------------------



Tributação com base no lucro efetivo	O Lucro Real permite que a tributação seja feita com base no lucro líquido efetivo, após deduções de despesas e custos operacionais. Essa flexibilidade é especialmente vantajosa para supermercados, que operam com margens de lucro baixas, mas têm grandes volumes de vendas.
Compensação de prejuízos fiscais	A compensação de prejuízos fiscais é permitida no Lucro Real, beneficiando empresas com sazonalidade ou variabilidade nos lucros. Até 30% do lucro tributável pode ser abatido nos períodos subsequentes, trazendo vantagem competitiva.
Recuperação de créditos fiscais	O regime de Lucro Real permite a recuperação de créditos de PIS/COFINS e ICMS, relevante para supermercados que compram grandes volumes de fornecedores. Essa não cumulatividade permite deduzir impostos pagos anteriormente, resultando em menor carga tributária.

Fonte: Autor (2024)

Esses pontos podem ser sintetizados no Quadro 3, que compara as principais características dos regimes tributários aplicáveis ao setor.

Quadro 3: Comparação entre os regimes tributários para o setor supermercadista

Aspecto	Simplex Nacional	Lucro Presumido	Lucro Real
Base de cálculo	Faturamento total	Margem de lucro presumida	Lucro líquido efetivo
Flexibilidade fiscal	Baixa	Moderada	Alta
Compensação de prejuízos	Não permitida	Não permitida	Permitida
Recuperação de PIS/COFINS	Não permitida	Não permitida	Permitida
Recuperação de ICMS	Limitada	Limitada	Permitida
Indicada para empresas com	Pequeno porte	Margem de lucro previsível	Lucro variável ou sazonal

Fonte: Autor (2024)



Essas constatações sugerem que o Lucro Real proporciona maior flexibilidade para grandes redes de supermercados, permitindo um planejamento tributário mais eficiente e alinhado à realidade financeira da empresa.

Crimes Tributários no Setor Supermercadista

Além das estratégias legais, a pesquisa abordou a relevância da prevenção de crimes tributários, como forma de garantir a conformidade fiscal e evitar sanções legais. Os principais crimes tributários identificados incluem:

Quadro 04 - Principais tipos de irregularidades fiscais

TIPO DE IRREGULARIDADE	DESCRIÇÃO
<i>Sonegação Fiscal</i>	Ocorre quando a empresa deixa de emitir notas fiscais ou omite informações relevantes, reduzindo a receita tributária da Fazenda. Exemplo: Não registrar vendas de determinados produtos no sistema fiscal.
<i>Fraude Fiscal</i>	Envolve a alteração deliberada de documentos fiscais para reduzir a carga tributária. Difere da sonegação porque, na fraude, os dados são alterados, e não apenas omitidos.
<i>Conluio</i>	Consiste na aliança entre empresas ou indivíduos para praticar fraudes fiscais, muitas vezes envolvendo auditores ou funcionários internos.

Fonte: Autor (2024)

Os impactos desses crimes podem ser severos, com penalidades que variam de multas à reclusão, dependendo da gravidade do delito. O Quadro 5 resume as principais infrações e suas respectivas penalidades.

Quadro 5: Principais crimes tributários e penalidades

Crime Tributário	Descrição	Penalidade
Sonegação Fiscal	Omissão de informações fiscais	Multas, reclusão de 2 a 5 anos
Fraude Fiscal	Alteração intencional de documentos fiscais	Reclusão de 2 a 5 anos



Conluio	Aliança entre indivíduos para fraudes fiscais	Reclusão de 2 a 5 anos
---------	---	------------------------

Fonte: Autor (2024)

A pesquisa também destaca que as empresas supermercadistas devem investir em auditorias regulares e no cumprimento rigoroso das obrigações fiscais, como forma de prevenir crimes tributários e evitar punições severas, como a caracterização de Caixa 2 ou apropriação indébita de tributos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo principal identificar premissas para um planejamento fiscal voltado ao segmento supermercadista que assegurasse a conformidade fiscal e otimizasse a carga tributária do negócio. Para isso, investigou-se a problemática central: Como o planejamento tributário pode ser estruturado e implementado de forma eficaz no segmento supermercadista, para garantir a conformidade com as obrigações tributárias e, simultaneamente, aprimorar a carga tributária, melhorar a eficiência operacional e aumentar a competitividade no mercado?

A pesquisa demonstrou que a problemática foi elucidada ao longo do texto, considerando que se verificou, por meio do estudo de caso, que o planejamento fiscal eficaz depende de uma combinação de escolhas estratégicas, como a adoção do regime tributário mais adequado, alinhado às características operacionais e financeiras da empresa. A análise revelou que o Lucro Real oferece maior flexibilidade, permitindo a compensação de prejuízos fiscais e a recuperação de créditos tributários, elementos que potencializam a eficiência tributária das empresas supermercadistas.

Os objetivos específicos também foram alcançados. O primeiro objetivo, de analisar criticamente os regimes tributários e os tipos de tributos aplicáveis ao setor supermercadista, foi atendido por meio da apresentação detalhada das características do Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real, destacando



suas vantagens e limitações. O segundo objetivo, de levantar as principais dificuldades enfrentadas pelos gestores para a implantação do planejamento tributário, foi abordado a partir das entrevistas com gestores e da análise documental, evidenciando desafios como a complexidade do sistema tributário brasileiro, a necessidade de profissionais qualificados e a constante atualização frente às mudanças na legislação.

As principais contribuições da pesquisa residem em apresentar um panorama prático e teórico sobre o planejamento fiscal no segmento supermercadista, destacando estratégias que não apenas garantem a conformidade fiscal, mas também otimizam a eficiência financeira das empresas. Além disso, o estudo contribuiu ao evidenciar a relevância de práticas éticas e transparentes, como forma de evitar crimes tributários e fortalecer a credibilidade das empresas perante o mercado e os órgãos fiscais.

No entanto, o trabalho também enfrentou desafios significativos. A limitação da amostra a uma única empresa restringiu a generalização dos resultados, embora tenha permitido uma análise aprofundada e específica. Além disso, a complexidade do sistema tributário brasileiro apresentou barreiras na compreensão de algumas regulamentações específicas, exigindo um esforço maior na análise e interpretação dos dados. Outro desafio relevante foi o receio e desconforto demonstrado pelos empresários ao falar sobre práticas fiscais, dificultando a coleta de informações mais detalhadas em alguns momentos.

A pesquisa abre caminho para estudos futuros em diversas frentes. Recomenda-se a ampliação do escopo para incluir empresas de diferentes portes e regiões, permitindo uma análise comparativa entre os regimes tributários adotados. Além disso, futuras investigações podem explorar o impacto das tecnologias fiscais, como softwares de gestão tributária, na redução de erros fiscais e no aprimoramento da eficiência operacional. Outra vertente promissora seria examinar os impactos socioeconômicos do planejamento tributário no setor supermercadista, especialmente em comunidades locais.

Em suma, pode-se dizer que este estudo reafirmou a importância do planejamento fiscal estratégico como uma ferramenta indispensável para a



sustentabilidade e o crescimento das empresas supermercadistas. Ao elucidar os desafios e apresentar soluções práticas, o trabalho espera contribuir para a formação de gestores mais preparados e conscientes da relevância de uma gestão fiscal ética e eficiente.

6 REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS (ABRAS). **40 Anos de Supermercado no Brasil**. São Paulo, 1993. 186p.

BALEEIRO, Aliomar. **Limitações Constitucionais ao Poder de Tributar**. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2010.

Bardin, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BELL, R.; DAVIES, R.; HOWARD, E. **The changing structure of food retailing in Europe: the implications for strategy**. *Long Range Planning*, v.30, n.6, p.853-861, 1997.

COÊLHO, Sacha Calmon Navarro. **Comentário à Constituição de 1988**. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2008.

CONTABILIZEI. **Planejamento tributário: como reduzir a carga tributária de maneira legal**. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br>. Acesso em: 2023.

CESCONTAB. **Gestão tributária no setor supermercadista**. 2022. Disponível em: <https://www.cescontab.com.br>. Acesso em: 2022.

CYRILLO, D.C. **O papel dos supermercados no varejo de alimentos**. São Paulo: Instituto de Pesquisas econômicas, 1987. 198p.

Denzin, N. K. **The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods**. McGraw-Hill, 1978.

FABRETTI, Laúdio Camargo. **Simples Nacional: estatuto nacional das microempresas – ME e das empresas de pequeno porte – EPP. Regime Tributário Simplificado, Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, Lei Complementar nº 124, de 14 de agosto de 2007**. São Paulo: Atlas, 2007.

FABRETTI, Laúdio Camargo. **Contabilidade Tributária**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

FABRETTI, Laúdio Camargo. **Contabilidade Tributária**. São Paulo: Atlas, 2009.



- Gil, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas, 2002.
- GRECO, Marco Aurélio. **Planejamento Tributário**. 2ª ed. São Paulo: Dialética, 2008.
- KEH, H. T.; PARK, S. Y. **To market, to market**: the changing face of grocery retailing. *Long Range Planning*, v.30, n.6, 1997, p.836-846.
- LIMA, E. **Um estudo sobre a evolução da carga tributária no Brasil**. Campo Grande, janeiro, 2019.
- LUKIANOCENKO, M. Setor prioriza os investimentos. *SuperHiper*, n.365, maio, 2006a, p.26-30.
- MACHADO, Hugo de Brito. **Curso de direito tributário**. 24ª ed. São Paulo: Malheiros, 2004.
- OLIVEIRA, Luís Martins de et al. **Manual de Contabilidade Tributária**. 9ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- OLIVEIRA, RODRIGO RIOS FARIA DE; GONÇALVES, MARINA. A Importância do planejamento tributário para as empresas. **Revista Científica e-locução**, v.1, n. 03, p. 9-9, 2013.
- PINTO, Leonardo José Seixas. **Contabilidade Tributária**. 1. ed. Curitiba: Juruá, 2011.
- RODRIGUES, Mayara. **Concorrência e regionalização no setor supermercadista**. Disponível em: <https://conteudos.xpi.com.br>. Acesso em: 13 mar. 2024.
- SANTOS, Adiléia Ribeiro; OLIVEIRA, Rúbia Carla Mendes. **Planejamento Tributário com ênfase em empresas optantes pelo lucro real**. Gramado: XVIII Congresso Nacional de Contabilidade, 2008. Disponível em: <http://www.ccontabeis.com.br>. Acesso em: ago. 2017.
- SOUZA, S.; SORRENTINO, G. **Estratégias e organizações no varejo**. São Paulo: Atlas, 2002.
- Vergara, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.
- YAMADA, Fernando Teruó. Política e Crescimento. *SuperHiper*, n.466, p.3, 2015.
- Yin, R. K. Estudo de Caso: Planejamento e Métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001.



UniEVANGÉLICA
UNIVERSIDADE EVANGÉLICA DE GOIÁS



YOUNG, Lúcia Helena Briski. **Planejamento tributário**. Curitiba: Juruá, 2005.

XP RESEARCH. Supermercados no Brasil: panorama e tendências. 2022.
Disponível em: <https://www.xpresearch.com.br>. Acesso em: 2022.