

6 de outubro de 2021

NOTÍCIAS

1. MARKETPLACE SÓ DEVE RECOLHER IR SOBRE TAXA PAGA POR LOJISTA

Entendimento consta na Solução de Consulta nº 170, publicada pela Coordenação-Geral de Tributação (Cosit)

Por Bárbara Pombo e Adriana Mattos — De São Paulo

A Receita Federal publicou uma orientação favorável aos shoppings virtuais, conhecidos como marketplaces. Estabelece que as empresas que fazem a intermediação da venda de mercadorias na internet devem pagar tributos apenas sobre a comissão que cobram dos lojistas, e não sobre o valor cheio dos produtos vendidos.

O entendimento consta na Solução de Consulta nº 170, publicada pela Coordenação-Geral de Tributação (Cosit) na segunda-feira. Os auditores fiscais do país passam a ser obrigados a seguir a interpretação, que vale para o recolhimento do Imposto de Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ) e da CSLL, além do PIS e da Cofins.

Segundo advogados, essa é a primeira manifestação da Receita sobre o assunto e gera impacto positivo sobre o negócio dos shoppings virtuais. “A base de cálculo dos tributos reduz consideravelmente”, afirma Frederico de Almeida Fonseca, do escritório Rolim, Viotti, Goulart, Cardoso.

Na prática, a definição da Receita dá segurança para algo que já era feito no setor pelo menos desde 2017, segundo consultores e redes ouvidos pelo Valor. Naquele ano, o Banco Central sinalizou que o volume de venda transacionado pelo sistema (GMV, da sigla em inglês) não é receita

bruta do marketplace, mas do lojista que usa a plataforma.

“O marketplace já não tem contabilizado porque a venda não é dele, mas é toda do ‘seller’”, diz Roberto Wajnszok, fundador da Origin Consultoria e ex-executivo do Walmart e do Comprafacil.

Alvo de forte concorrência no setor atualmente, a comissão, chamada “take rate”, varia de 5% a 15% sobre o valor comercializado, a depender da categoria de produto e da estratégia comercial de cada plataforma.

A Receita, contudo, emitiu um alerta na solução de consulta. Afirma que a base de cálculo dos quatro tributos será a comissão apenas se estiverem bem definidas: a relação entre o shopping virtual e o fornecedor dos produtos; e a existente entre o vendedor e o consumidor final.

“Essas relações jurídicas devem ser atestadas pelos contratos firmados entre a consulente [marketplace] e a contratante [lojista] e pelos documentos fiscais emitidos por ambas. Em relação à contratante, o documento fiscal deve ser emitido ao consumidor final do produto enquanto a consulente deverá emitir, ao contratante, documento fiscal correspondente aos serviços especificamente prestados com seu respectivo preço (comissão cobrada)”, diz a Receita.

De acordo com um ex-diretor de um marketplace de varejo alimentar, as relações entre shoppings virtuais e lojistas são bem definidas nas grandes plataformas. Os maiores marketplaces hoje são

6 de outubro de 2021

Mercado Livre, Magazine Luiza, Amazon, Americanas e Via (Casas Bahia e Ponto).

Segundo a advogada Luiza Lacerda, sócia do escritório BMA, o marketplace pode arrecadar o montante da venda e repassar a parcela de cada fornecedor. Contudo, o lojista deve emitir a nota fiscal da venda ao consumidor final. "É uma orientação benéfica também para arranjos comerciais semelhantes em que uma empresa já conhecida no mercado abre espaço para oferecer produtos e serviços fornecidos por terceiros."

O tributarista Fabio Calcini, do escritório Brasil Salomão & Matthes, reforça que o recolhimento dos tributos sobre a comissão vale no enquadramento de marketplace, que faz a intermediação entre o fornecedor e o consumidor. "Para um e-commerce normal que anuncia e vende os próprios produtos, essa orientação do Fisco não vale", afirma.

A resposta da Receita veio a partir de pergunta de um contribuinte do setor. Ele questionou se integram a receita bruta da empresa os valores arrecadados e, posteriormente, repassados aos parceiros pelas vendas no próprio site ou só a comissão retida pela intermediação nas vendas. Esclareceu que quem emite as notas fiscais dos produtos é o lojista - fornecedor da mercadoria.

De acordo com a Receita, a comissão é o preço do serviço prestado pelo shopping virtual, que compõe integralmente a receita bruta da empresa. O valor da venda da mercadoria passaria pela contabilidade do intermediário, mas não integraria o patrimônio do do marketplace.

As alíquotas dos tributos dependem do porte e do regime de recolhimento a que está submetido o shopping virtual. Do IRPJ é de 25% no lucro real ou presumido, da CSLL é de 9%. A alíquota do PIS e da Cofins pode ser de 3,65% se estiver no regime cumulativo ou de 9,25%, no não cumulativo.

Base de cálculo dos tributos, as taxas de comissão vêm sendo reduzidas pelas varejistas para aumentar o volume de lojistas nas plataformas. Há reduções temporárias, com cortes até pela metade, de 10% para 5%, sobre o valor da venda do produto.

"Essa disputa é porque a venda desacelerou no comércio no terceiro trimestre e o marketplace precisa continuar atraindo 'sellers'. Ele reduz a comissão porque precisa ajudar o vendedor a dar maiores descontos na venda", disse Wajnszok, da Origin Consultoria.

Acesso em:

<https://valor.globo.com/legislacao/noticia/2021/10/06/marketplace-so-deve-recolher-ir-sobre-taxa-paga-por-lojista.ghtml>