



Por que empresas ignoram o impacto do ICMS na precificação e margens de lucro

Especialista alerta para os efeitos do ICMS no fluxo de caixa e na competitividade de negócios em setores como varejo, indústria e agronegócio; má gestão do imposto pode distorcer a formação de preços e gerar prejuízos

A carga tributária no Brasil é um dos maiores desafios para empresas de todos os portes. Mas entre os diversos impostos, o ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) se destaca por sua complexidade e impacto direto na operação. Apesar disso, muitos empresários ainda subestimam o peso que ele tem na precificação de produtos, no fluxo de caixa e nas margens de lucro — o que pode comprometer a saúde financeira do negócio.

“O ICMS é um imposto indireto que incide em praticamente todas as etapas da cadeia de produção e distribuição. Sua má gestão pode gerar distorções significativas na formação de preço, erodir margens e até criar passivos fiscais inesperados”, afirma Edna Dias, advogada tributarista especializada em impostos indiretos.

Erros comuns: crédito acumulado, bitributação e ausência de planejamento

Entre os equívocos mais frequentes estão o desconhecimento das alíquotas interestaduais, o acúmulo de créditos de ICMS que não são aproveitados corretamente e a falta de análise estratégica sobre regimes especiais. Em setores como o varejo e a indústria, por exemplo, é comum que empresas deixem de recuperar créditos gerados na compra de insumos ou produtos destinados à revenda.

“O empresário foca em vender mais, mas ignora o impacto do ICMS sobre cada etapa da operação. Muitas vezes, há lucro na venda, mas prejuízo no caixa por conta



do descompasso entre o imposto a recolher e o imposto a recuperar. Isso acontece muito em redes de varejo que operam com centros de distribuição em diferentes estados”, explica Edna.

Além disso, a ausência de um planejamento tributário detalhado pode gerar bitributação, principalmente em transações interestaduais com produtos sujeitos à substituição tributária, ou quando há erro na definição do contribuinte responsável.

Preços defasados e perda de competitividade

Outro ponto de atenção está na formação de preços. Empresas que não incorporam corretamente o ICMS no cálculo de preços de venda — seja por erro contábil ou por falta de entendimento do regime fiscal aplicável — acabam oferecendo preços defasados ou repassando custos desnecessários ao consumidor, perdendo competitividade frente a concorrentes mais estruturados.

“Em um cenário de concorrência acirrada e margens apertadas, erros no gerenciamento do ICMS são fatais. É como sangrar lentamente sem perceber. Além do prejuízo imediato, a empresa pode comprometer seu posicionamento no mercado”, alerta a especialista.

Recomendações da especialista

Para mitigar riscos e aumentar a eficiência tributária, Edna Dias elenca uma série de medidas que devem fazer parte da rotina de gestão das empresas:

- **Auditorias fiscais recorrentes:** Permitem identificar distorções na apuração do ICMS, detectar erros de escrituração e recuperar créditos acumulados que muitas vezes são negligenciados. Essa prática também reduz o risco de autuações e penalidades em fiscalizações.
- **Adoção de sistemas de gestão tributária integrados ao ERP da empresa:** Automatizar os processos reduz falhas humanas, garante maior controle sobre a apuração dos tributos e facilita o monitoramento de obrigações acessórias. Além disso, permite análises mais estratégicas sobre impactos tributários nas operações.
- **Capacitação contínua da equipe fiscal e contábil:** Em um cenário de constantes mudanças legislativas e interpretativas, manter os profissionais atualizados é essencial. Isso inclui treinamentos sobre regimes de tributação, novas decisões do STF e STJ, e atualizações das secretarias estaduais de Fazenda.
- **Consulta a especialistas em tributos indiretos:** Buscar assessoria jurídica especializada é fundamental para revisar contratos, estruturar operações interestaduais e entender as particularidades de regimes como substituição tributária, benefícios fiscais regionais e operações de exportação.

“O ICMS é uma peça central na engrenagem tributária das empresas brasileiras. Ignorá-lo ou tratá-lo de forma superficial pode comprometer o resultado do negócio e expor a companhia a riscos desnecessários. Um bom planejamento tributário, aliado à tecnologia e capacitação, transforma o ICMS de vilão a aliado da competitividade”, finaliza Edna.

Negócios em Pauta



Fin4She Summit 2025 reúne mulheres líderes no mercado

O Fin4She Summit 2025, maior encontro de mulheres líderes do mercado financeiro no Brasil, acontecerá dias 16 e 17 de junho em São Paulo, na FAAP. Realizado pela Fin4She, plataforma que conecta mulheres e empresas na busca por maior equidade de gênero no mercado financeiro, o evento conhecido como Women in Finance nos anos anteriores, cresceu para 2025. Serão mais de 30 palestras e 40 horas de conteúdo nos dois dias do encontro, distribuídos por três palcos diferentes. A expectativa é reunir cerca de 2.000 mulheres ao todo, entre CEOs, executivas, empreendedoras e profissionais em posições estratégicas para networking e troca de experiências. Marília Fontes, sócia-fundadora da Nord Investimentos, Sigrid Guimarães, CEO da Alocc Gestão Patrimonial, e Louise Barsi, sócia-fundadora da AGF, são alguma das panelistas confirmadas (<https://www.fin4she.com.br/programacao-summit-25>). ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 3](#)

News@TI



Debate sobre o futuro da bioenergia no 'Energy Summit 2025'

A Atvos, uma das líderes na transição energética e entre as maiores produtoras de biocombustíveis do Brasil, reforça seu papel central no debate sobre o futuro da bioenergia no ‘Energy Summit 2025’, um evento internacional que conta com a chancela do MIT – Massachusetts Institute of Technology e que será realizado na Cidade das Artes, no Rio de Janeiro, entre os dias 24 e 26 de junho. Pelo segundo ano consecutivo como patrocinadora, a empresa vai apresentar mais detalhes sobre suas as soluções de baixo carbono e como vem trilhando sua trajetória para a construção de um planeta mais sustentável para todos, aliando produtividade e alta eficiência na geração de energia limpa. A Atvos também contará com um estande de ativação da marca, que permitirá a troca de experiências e conexões com o público presente. ▶▶▶ [Leia a coluna completa na página 2](#)

Inscrições para a 4ª Olimpíada Mirim-OBMEP terminam nesta terça-feira

As inscrições para a 4ª Olimpíada Mirim-OBMEP voltada para alunos do 2º ao 5º ano do Ensino Fundamental, terminam nesta terça-feira, 10 de junho. Criada pelo IMPA (Instituto de Matemática Pura e Aplicada), com apoio da B3 Social, para estimular a aprendizagem matemática nos anos iniciais, a competição é aberta para escolas públicas e privadas de todo o país. Em apenas três edições, quase 11 milhões de alunos já participaram da Olimpíada, que também busca envolver professores no processo de ensino, como explica o diretor-geral do IMPA, Marcelo Viana. “A Olimpíada Mirim está voltada tanto para as crianças dos anos iniciais quanto para seus professores, visando levar a matemática para dentro da sala de aula numa perspectiva lúdica e instigante” (<http://www.obmep.org.br/>).

O desafio de escolher um futuro em um mundo em constante mudança

Não é de hoje que a pergunta “o que você quer ser quando crescer?” causa desconforto em quem a ouve. ▶▶▶

Cinco dicas para evitar mal entendidos nas redes e não ser cancelado por "falhas" de comunicação

Brunno Falcão, autor do livro Zona Desconforto e especialista em comunicação avalia que, em um mundo onde o julgamento na internet ganha força constante, comunicar-se de forma clara e empática é obrigatório para preservar reputações e relacionamentos. ▶▶▶

Cinco desafios logísticos no mercado de distribuição de TI

Panorama de distribuidoras de tecnologia inclui enfrentar diferenças regionais e burocracia, demandando agilidade em infraestrutura e planejamento interno de entregas e remessas ▶▶▶

Entre algoritmos e emoções: os dilemas da IA no marketing

Quando se fala em inteligência artificial no marketing, é fácil cair na tentação de enxergar apenas um caminho de inovações e resultados. E sim, é inegável que a IA mudou profundamente a forma como marcas se comunicam, se posicionam e, principalmente, se relacionam com seus consumidores. Segundo a Salesforce (2023), 84% dos profissionais de marketing já usam alguma forma de IA em suas estratégias — um número que evidencia o quão presente essa tecnologia já está no setor. ▶▶▶

Para informações sobre o

MERCADO FINANCEIRO

faça a leitura do QR Code com seu celular