

# AGÊNCIA DE VIAGENS: ASPECTOS CONTÁBEIS E TRIBUTÁRIOS

*Cibelle Scorpioni Contini<sup>1</sup>, Jonas Comin de Campos<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> Rua Afonsina Pelóia Simão, 55 – Urbanova – CEP 12244-020 – São José dos Campos, SP, Brasil.  
E-mail: scorpioni@bol.com.br

<sup>2</sup> Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – Universidade do Vale do Paraíba – Avenida Shishima Hifumi, 2911 – Urbanova – CEP 12244-000 – São José dos Campos, SP, Brasil.  
E-mail: comin@uol.com.br

**Resumo** - É fato que o turismo no mundo tem crescido a cada ano, alavancando todos os segmentos ligados a ele. As agências de viagens englobam e oferecem a maioria dos serviços ligados a atividade turística e, conseqüentemente, contribuem significativamente para o crescimento da economia mundial e do País. Com a importância dessa atividade, torna-se necessário um material contábil específico para o segmento. Porém, o que se constata é que não existe bibliografia específica que envolva os dois temas: agências de viagens e contabilidade. Assim, percebe-se a necessidade de uma contabilidade voltada para esse setor, objetivando um ótimo controle financeiro e econômico e uma maior facilidade para a tomada de decisões. Utilizando-se de um plano de contas adaptado ao setor, conceitos de fluxo de caixa e formação do preço de venda, além de conhecimentos sobre a carga tributária incidente sobre o segmento, pode-se diminuir consideravelmente a taxa de mortalidade das agências de viagens.

**Palavras-Chave:** Agência de Viagens, Contabilidade, Tributação.

**Áreas do Conhecimento:** Ciências Sociais Aplicadas.

## Introdução

O turismo bem planejado produz diversos efeitos positivos sobre a economia. Em primeiro lugar, pela potencialidade de criação de empregos e renda, o que é particularmente importante para as regiões mais pobres do País. Em segundo lugar, pelo benefício ao balanço de pagamentos, já que gera ingresso de divisas trazidas pelos turistas estrangeiros e, sobretudo investimento externo. Atualmente, o turismo mundial movimenta, por ano, cerca de 694 milhões de pessoas (EMBRATUR, 2005), sendo que o Brasil responde por 4.090.590 desses turistas, ou seja, 0,59% dos turistas no mundo. Esses dados reafirmam o papel do turismo como atividade econômica capaz de promover a inclusão social com a geração de empregos e renda. A Organização Mundial de Turismo, órgão das Nações Unidas, apontou um crescimento médio de 15,99% no fluxo internacional de turistas no Brasil em 2004 (EMBRATUR, 2005).

Nesse contexto, as agências de viagens se tornam essenciais para os turistas, pois relacionam a maioria das prestações de serviços turísticos, como: transportadoras aéreas e terrestres, hotéis e empresas de serviços receptivos, que são os principais fornecedores para a montagem dos pacotes turísticos. Em 2004, existiam no País 8.421 agências de viagens cadastradas na Embratur. Comparando-se com o ano de 2002, que possuía 7.896 empresas

cadastradas, percebe-se que esse segmento está crescendo a cada ano.

Assim, é notória a importância do turismo e das agências de viagens para a economia brasileira. Essa relevância deveria resultar em uma contabilidade diferenciada para as agências de viagens, mas o que ainda se percebe, é uma grande carência de material sobre contabilidade nesse segmento.

Diante dessa necessidade, o objetivo deste trabalho é estudar uma metodologia de contabilidade específica para o ramo de agenciamento de turismo e contribuir com o desenvolvimento de material sobre o assunto.

## Material e Métodos

Inicialmente foi feita a pesquisa exploratória, a fim de obter literatura específica sobre o assunto. Com a literatura em mãos, veio a revisão bibliográfica, atividade necessária, pois dá o embasamento teórico para o desenvolvimento do trabalho. Nesse momento foram pesquisados assuntos ligados à área de turismo, agências de viagens e contabilidade; além do levantamento de dados relativos ao setor turístico. Após essa etapa, seguiu-se o desenvolvimento do artigo, através da análise de bibliografias relacionadas ao tema: agências de viagens e contabilidade, separadamente. Com o artigo já desenvolvido, foi possível chegar às conclusões, fundamentadas na pesquisa sobre o assunto.

## Resultados

Foram confirmados os pressupostos que norteiam a pesquisa, já que fica claro a importância do setor de turismo na economia e seu crescimento nos últimos anos. É também constatada a necessidade de materiais específicos sobre a contabilidade de agências de viagens, já que, durante a pesquisa, percebeu-se a falta de bibliografia que envolvesse o assunto.

## Discussão

Como constatado, existe atualmente grande carência de material específico sobre contabilidade no segmento de agência de viagens. Dessa maneira, faz-se necessário uma discussão sobre o tema, destacando alguns pontos importantes, como plano de contas, fluxo de caixa, preço de venda e carga tributária incidente no segmento. Existem três segmentações de empresas de turismo: operadoras de turismo, agências de viagens e agências de turismo. Nesse trabalho, falaremos sobre as agências de viagens, que segundo a Embratur (2005), são empresas destinadas à prestação de serviços exclusivamente no campo da intermediação, já que não produzem, não criam e não organizam eventos turísticos. Sua atividade é agenciar (vender em nome de terceiros), programas, eventos, passeios e viagens.

É necessário às agências de viagem ter uma contabilidade específica para a área. Ludícibus (2000) diz que os objetivos da contabilidade podem ser divididos em abordagens distintas: o primeiro considera que o objetivo da contabilidade é fornecer aos usuários, independentemente de sua natureza, um conjunto básico de informações que deveria atender igualmente bem a todos os tipos de usuários, ou a contabilidade deveria ser responsável pela apresentação de cadastros de informações totalmente diferenciados, para cada tipo de usuário. Assim, o objetivo principal da contabilidade é o de prover seus usuários com demonstrações e análises de naturezas econômicas, financeiras, com relação à empresa objeto da contabilização. Nesse contexto, o plano de contas é o principal instrumento de controle econômico-financeiro e patrimonial das empresas. Ele facilita o fornecimento de informações gerenciais; permite a uniformização das demonstrações contábeis; propicia informações para acompanhamento e análise do desempenho da empresa; além de um comparativo entre sociedades semelhantes. Dessa forma, cada empresa deve ter seu plano de contas diferenciado, de acordo com suas necessidades. Através de pesquisa em agências de viagens de São José dos Campos, pode-se confirmar os

grupos de receitas mais importantes e desenvolver um plano de contas específico para o segmento:

Nos Grupos do Ativo, Passivo e Despesas não há alterações específicas.

No Grupo das Receitas:

- Comissão sobre tarifas hoteleiras: esta conta é utilizada quando da intermediação remunerada na reserva de acomodações;
- Comissão sobre bilhetes aéreos e terrestres: nesta conta se encaixam a venda comissionada ou intermediação remunerada de passagens individuais ou coletivas;
- Comissão sobre traslados e receptivos: entram nesta conta comissões sobre passeios, viagens e excursões, recepção, transferência de turistas e viajantes.
- Comissão sobre locação de carros: entram nesta conta as comissões sobre a intermediação de aluguel de carros.
- Comissão sobre seguros de viagem e saúde: entram nesta conta as comissões sobre seguros de viagem e saúde.
- Comissão sobre a intermediação de pacotes turísticos completos: um pacote turístico, tanto nacional quanto internacional, é composto da hospedagem, transporte (aéreo, rodoviário, ferroviário), alimentação, traslados, guias locais, entre outros. Os pacotes completos são adquiridos das operadoras de turismo pelas agências de viagens e repassados para os clientes. Assim, nessa conta, são contabilizadas as comissões sobre a intermediação dos pacotes completos.
- Comissão sobre reservas de ingressos: reserva e venda, mediante comissionamento, de ingressos para espetáculos públicos, artísticos, esportivos, culturais e outros.

Como em outras atividades, uma ferramenta que deve ser integrada à Contabilidade é o Fluxo de Caixa, pois desde a fase inicial de planejamento de uma agência de viagens, deve-se ordenar as previsões de entrada e de saída de dinheiro e a Demonstração de Fluxo de Caixa (DFC), que auxiliará diariamente na tomada de decisões, equilibrando as saídas com as entradas.

Ludícibus e Marion (1999) afirmam que a DFC “demonstra a origem e a aplicação de todo o dinheiro que transitou pelo caixa em um determinado período e o resultado desse fluxo”, sendo que o caixa engloba as contas de Caixa e Bancos, evidenciando as entradas e saídas de valores monetários no decorrer das operações que ocorrem ao longo do tempo nas organizações.

Enfim, o Fluxo de Caixa baseia-se na disponibilidade imediata, dentro do regime de caixa, mostrando as modificações ocorridas no saldo de disponibilidades da empresa durante determinado período por meio das entradas e saídas (recebimentos e pagamentos).

Para um bom nível de controle do Fluxo de Caixa, Zdanowicz (1998) recomenda a adoção de dois modelos:

- Fluxo Real: no qual organizam-se os compromissos que a agência já assumiu e levarão a desembolsos futuros, e vendas já realizadas que levarão a recebimentos futuros.

Esse modelo procura mostrar a situação real pela qual a empresa está passando.

- Fluxo Projetado: organização dos compromissos que a agência assumirá e levará a desembolsos, e metas de recebimentos de vendas. Esse modelo consiste em uma projeção da situação financeira, e se eficiente, colabora para prever problemas futuros no caixa, em tempo de tomar decisões preventivas.

Através da análise da Demonstração de Fluxo de Caixa, podem-se detectar problemas na administração do caixa, necessidades e desempenho do fluxo financeiro, bem como otimizar os resultados da agência.

A formação do preço de venda é utilizada para garantir que o preço adotado para os serviços seja suficiente para pagar os custos variáveis, as despesas fixas e as despesas comerciais da agência de viagens. Segundo Dutra et al. (2005) a formação do preço de venda vem se transformando num importante fator de competição e, de sua correta formação, depende o sucesso de uma empresa, principalmente em estruturas de mercado altamente competitivas. As vantagens de se utilizar uma metodologia precisa para apurar o preço de venda, são entre outras: penetração no mercado e eliminação da concorrência através de preços competitivos, seleção de mercado através da determinação do preço, pronta recuperação de caixa e maximização dos lucros. A falta da utilização de um modelo adequado para a formação do preço de venda pode ocasionar um preço de venda abaixo do real, o que diminui os lucros da empresa, ou um preço de venda acima do preço de mercado, o que dificulta as vendas. Além disso, podem ocorrer também a má alocação de recursos, com a fabricação de produtos que dão pouco lucro em favor de produtos mais rentáveis e, ainda, dificuldade para perceber e implementar uma redução de custos e despesas, caso seja necessário.

O conhecimento da carga de impostos que incidem sobre a atividade de agências de viagens é de extrema importância, já que “a carga tributária representa um custo elevadíssimo para as empresas, muitas vezes inviabilizando os projetos iniciais, mas vale ressaltar que um planejamento eficaz antes de abrir o próprio negócio é importante para se ter o devido conhecimento desses tributos” (FELIPPE, ISHISAKI, KROM, 2005). De acordo com o Sebrae (2005), deve-se saber que existem quatro modalidades diferentes

de apuração e recolhimento dos tributos federais que se aplicam às pessoas jurídicas, porém somente duas poderão ser utilizadas pelas agências de viagens:

a) Lucro Real: é o lucro líquido do período de apuração ajustado pelas adições, exclusões ou compensações estabelecidas pela legislação. É determinado pelo resultado contábil, ou seja, receitas menos as despesas e os custos. Para se chegar ao tributo devido, a empresa deverá aplicar a alíquota de 15% sobre a base de cálculo (que é o lucro líquido). Haverá um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$20.000,00 multiplicado pelo número de meses do período. O imposto poderá ser determinado trimestralmente ou anualmente. Neste último caso, o imposto deverá ser recolhido mensalmente sobre a base de cálculo estimada.

b) Lucro Presumido: É o lucro que se presume através da receita bruta de vendas de mercadorias e/ou prestação de serviços. Trata-se de uma forma de tributação simplificada utilizada para determinar a base de cálculo do Imposto de Renda (IR) e da Contribuição Social sobre o Lucro (CSLL) das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração do lucro real. No regime do lucro presumido a apuração do imposto será feita trimestralmente. A base de cálculo corresponde a 1,6%, 8%, 16% ou 32% da receita bruta conforme a atividade principal desenvolvida pela pessoa jurídica. A alíquota é determinada em 15% a ser aplicada sobre a base de cálculo encontrada. Haverá um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20.000,00 multiplicado pelo número de meses do período.

Tanto o Simples Federal quanto o Lucro Arbitrado não são utilizados no enquadramento das agências. O sistema do Simples, apesar de se apresentar como a melhor opção para as micro e pequenas empresas, tanto na economia tributária como na simplificação para recolhimento dos tributos, não pode ser utilizado, já que a atividade de agenciamento necessita de mão-de-obra especializada, o que exclui a possibilidade de enquadramento como Simples. Assim, resta às agências de viagens, a opção de escolher uma das duas modalidades para apurar o imposto de renda, sejam, Lucro Real ou Lucro Presumido.

Como falado anteriormente, as agências de viagens são exclusivamente prestadoras de serviços. Dessa maneira, incide sobre o total das prestações de serviços o Imposto sobre Serviços (ISS), que é um Imposto Municipal. A alíquota do ISS varia conforme cada município, sendo que em São José dos Campos, a alíquota é de 5%. É necessário consultar a legislação municipal para verificar as alíquotas de outros municípios.

Ainda existem algumas taxas e encargos obrigatórios, que uma agência de viagens deve pagar:

- Taxa de Fiscalização de Estabelecimento (municipal): recolhimento anual, sendo que o valor varia de acordo com a atividade.

- FGTS (Fundo de Garantia por Tempo de Serviço): recolhimento mensal, calculado sobre o total da remuneração devida ao trabalhador a uma alíquota de 8,5%.

- INSS: O recolhimento do INSS é feito através da Guia de Previdência Social (GPS). O valor devido pela Empresa é de 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos; mais a contribuição a terceiros, que é variável, mas tem o limite máximo de 5,8%; mais o SAT (Seguro de Acidentes de Trabalho) cujas alíquotas variam de 1% a 3%, de acordo com a atividade da empresa, observado o limite máximo do salário de contribuição.

- Contribuição Sindical Patronal: é devida pelas empresas, em favor do sindicato que representa a respectiva categoria. O valor da contribuição sindical patronal corresponde à importância proporcional ao capital social da firma ou empresa.

- Cadastro na Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo): de acordo com a Lei 8.181/91 a Embratur tem o dever de “cadastrar as empresas, classificar os empreendimentos dedicados às atividades turísticas e exercer função fiscalizadora, nos termos da Legislação vigente”. Assim, é recomendável à agência de viagens a obtenção desse registro, que tem o objetivo de comprovar elevado padrão de qualidade e viabilizar algumas operações comerciais.

- Associação na ABAV (Associação Brasileira de Agências de Viagens): as agências de viagens costumam se cadastrar na ABAV, já que esta, além de permitir descontos em congressos, feiras e treinamentos técnicos, também promove o turismo no Brasil. Os documentos necessários para esse cadastramento são: cópia autenticada dos atos constitutivos sendo que o capital mínimo integralizado tem que ser equivalente a US\$ 5.000,00, certidão negativa da empresa, cópia do Alvará de Funcionamento, entre outros.

- Credenciamento IATA (*International Air Transport Association*): o credenciamento na IATA é feito para agências de viagens que desejam vender e emitir bilhetes aéreos internacionais. Para o credenciamento são observadas a situação financeira, a segurança das instalações e a capacitação profissional dos funcionários.

Além dos tributos, taxas e encargos sociais, uma agência de viagens também deverá cumprir uma série de obrigações acessórias exigidas pelas legislações fiscais, trabalhistas, previdenciárias e empresariais.

## Conclusão

Através desse estudo, pode-se dizer que para que as agências de viagens consigam alcançar seu objetivo maior - sobreviver e gerar lucros para seus sócios -, estas necessitam de uma ótima contabilidade. Para tanto, é necessário conhecer as especificidades contábeis e tributárias do segmento através de um plano de contas contábil adaptado, um controle financeiro ótimo, através do fluxo de caixa e, uma análise do preço de venda de cada serviço que será oferecido. Além disso, é necessário saber qual a carga tributária incidente nesse segmento e, taxas e encargos que deverão ser pagos para a manutenção da atividade. Porém, existe, ainda hoje, grande dificuldade em achar literatura específica sobre o assunto.

Uma boa contabilidade e um estudo sobre a tributação incidente nas agências de viagens podem contribuir significativamente para diminuição da taxa de mortalidade dessas empresas, já que a legislação brasileira é bastante complexa e estabelece várias obrigações, tais como comerciais, tributárias, fiscais, trabalhistas e previdenciárias.

## Referências

- DUTRA, D.; HATAKEYAMA, K. Preço de venda: a utilização da margem sobre o preço de venda líquido. In: I Encontro Estadual de Engenharia da Produção e I Simpósio de Gestão Industrial. Ponta Grossa, PR, 2005.

- EMBRATUR. Anuário Estatístico Embratur 2005. Brasília: Ministério do Turismo/Instituto Brasileiro de Turismo/Diretoria de Estudos e Pesquisas, 2004.V.31.

- EMBRATUR. Estatísticas Básicas do Turismo. Brasil, 2005. Disponível em: [http://200.189.169.141/site/arquivos/dados\\_fatos/e\\_volucao/EstatisticasBasicasdoTurismo.pdf](http://200.189.169.141/site/arquivos/dados_fatos/e_volucao/EstatisticasBasicasdoTurismo.pdf). Acesso em: 15 mai. 2005.

- FELIPPE, M.; ISHISAKI, N.; KROM, V. Fatores Condicionantes da Mortalidade das Pequenas e Médias Empresas na Cidade de São José dos Campos. In: VII SEMEAD. São Paulo: USP, 2005.

- IUDICIBUS, S.; MARION, J. C. Introdução à teoria da contabilidade: para o nível de graduação. São Paulo: Atlas, 1999.

- IUDÍBUS, S. Teoria da Contabilidade. São Paulo: Atlas, 2000.

- SEBRAE. Comece Certo - Agência de Viagens e Turismo. 1ª edição. São Paulo, 2005.

- ZDANOWICZ, José Eduardo. Fluxo de Caixa. 7ª edição. Porto Alegre: Sagra, 1998.