

ARTIGOS ACEITOS PARA PUBLICAÇÃO
DIREITO DIGITAL E SETOR PÚBLICO - 2020.2

ITS RIO

Pós-Graduação em Direito Digital

CEPED



ITS

Lei Estadual nº 8.795/2020: O ICMS e a Responsabilidade Tributária dos Marketplaces no Estado do Rio de Janeiro

Stefany Kokkinovrachos

Lei Estadual nº 8.795/2020: O ICMS e a Responsabilidade Tributária dos *Marketplaces* no Estado do Rio de Janeiro¹

Stefany Kokkinovrachos

1. INTRODUÇÃO

A pandemia ocasionada pelo covid-19 no ano de 2020 trouxe uma série de medidas de restrição aos cidadãos brasileiros e ao comércio. Aos cidadãos brasileiros foi recomendado que permanecessem em suas casas e somente saíssem para aquilo que fosse considerado essencial e, ao comércio, as medidas de restrição impostas foram que, somente permaneceriam abertos os estabelecimentos cujas atividades eram consideradas essenciais e, caso não fossem, deveriam permanecer fechados.

Por conta de tais medidas de isolamento, é inquestionável afirmar que a economia brasileira, bem como o perfil dos hábitos de consumo da população brasileira, que antes poderia ser considerado mais conservador em relação à utilização dos meios digitais para a comercialização de produtos ou serviços, foram impactados de alguma forma.

Em face do atual cenário da pandemia e em razão do fechamento das atividades econômicas não essenciais por tempo indeterminado, houve uma alta demanda da comercialização de produtos e serviços pela internet através dos canais *online* e, através disso, os comerciantes notaram que, para que pudessem manter as suas receitas, deveriam se adaptar às tecnologias e ao comércio eletrônico, em especial dos chamados *marketplaces*.

Diante do aumento das demandas dos comércios eletrônicos o Estado do Rio de Janeiro editou a Lei Estadual nº 8.795 de 2020 que transfere a responsabilidade do pagamento do Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação - ICMS à pessoa jurídica detentora de plataforma eletrônica, assim como ao intermediador financeiro nas operações de comércio online.

2. A TRIBUTAÇÃO DA ECONOMIA DIGITAL

¹ Artigo apresentado como trabalho acadêmico para aprovação no 1º módulo no 2º semestre de 2020 do curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Direito Digital oferecido pelo Instituto de Tecnologia e Sociedade - ITS em parceria com a Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ.

A era digital trouxe diversos desafios no âmbito econômico e jurídico, principalmente em relação às conceituações. As atividades econômicas digitais podem ser explicadas como aquelas que se utilizam dos canais digitais para a compra e/ou venda de bens ou serviços de qualquer natureza, conduzidas através de uma rede de computadores ou através de plataformas como a internet, redes móveis ou sensores (BRAUNER; BAEZ, 2015, p. 12).

A economia digital baseia-se na parcela da economia que se fundamenta na tecnologia digital. Pode-se afirmar que essa porção da economia, atualmente, corresponde em grande parte pela produção mundial de riqueza. (BARROS, 2018, p. 358).

De acordo com as palavras de Maurício Barros:

As operações relacionadas a essa “nova economia”, que cresceram exponencialmente em um curto espaço de tempo e atualmente respondem por boa parte da produção mundial de riqueza, materializam-se com o uso maciço de tecnologia da informação e de comunicação e tendem a facilitar, baratear e potencializar o acesso a bens e serviços. Esse crescimento exponencial vem impactando diversos segmentos da economia nos últimos anos, a ponto de transformar radicalmente a vida das pessoas e das empresas em diversos aspectos. Essa nova realidade, além de forjar um mundo cada vez mais interconectado, contribui acentuadamente para uma mudança nos hábitos de consumo de indivíduos e empresas, que são atraídos pelas facilidades e pelos baixos custos que novas operações trazem consigo ².

Os novos negócios que surgiram com a economia digital, dentre eles o *marketplace*, podem ser explicados, conforme aduz Alessandra Okuma:

Admitem a aproximação das partes por intermédio de plataformas digitais que facilitam as transações, as quais envolvem mercadorias corpóreas ou incorpóreas, serviços presenciais ou remotos e operações financeiras. A desnecessidade de circulação física e ausência de bens tangíveis permite que empresas atuem em diversos países sem a presença física de um estabelecimento. Muitas operações são realizadas em ambiente virtual, pela internet, e as receitas de intermediação, publicidade são vultuosas ³.

Com isso, pode-se afirmar que os novos modelos de negócios que estão surgindo possuem como característica comum a perda da ação humana e a ausência de local físico onde a atividade está sendo desenvolvida. Tudo isso impacta os sistemas tributários atuais, uma vez que foram esculpidos com base na economia tradicional que se fundamenta em critérios, segundo Renato Vilela Faria, Alexandre Luiz Moraes do Rêgo Monteiro e Ricardo Maitto da Silveira: “como a localização física dos contribuintes (residência), a origem dos rendimentos

² BARROS, Maurício. Tributação da economia digital e os conflitos de competência entre ICMS e ISS. In: VILELA FARIA, Renato; MAITTO DA SILVEIRA, Ricardo; MORAES DO RÊGO MONTEIRO, Alexandre Luiz. Tributação da Economia Digital: Desafios no Brasil, Experiência Internacional e Novas Perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2018. Pág. 358.

³ OKUMA, Alessandra. Breve panorama da tributação da economia digital. Disponível em: < <https://www.conjur.com.br/2020-fev-16/alessandra-okuma-breve-panorama-tributacao-economia-digital>> Acesso em: 02 de Dezembro de 2020.

(fonte), a ação humana como um “dar” ou “fazer” e a já ultrapassada distinção entre mercadorias e serviços”⁴.

Diante de tantos desafios, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico - OCDE teve como iniciativa, com a ajuda dos países do G-20, a criação do chamado *BEPS (Base Erosion and Profit Shifting Program)*, que tem como objetivo a proteção das bases tributárias dos países e a reformulação das atuais regras da tributação internacional (VILELA FARIA; MAITTO DA SILVEIRA; MORAES DO RÊGO MONTEIRO, 2018).

2.1 A Tributação da Economia Digital no Brasil

Com relação à tributação da economia digital no Brasil, Renato Vilela Faria, Ricardo Maitto da Silveira e Alexandre Luiz Moraes do Rêgo Monteiro afirmam que:

No Brasil, a maior parte dos desafios para a tributação dos negócios desenvolvidos na economia digital está concentrada na tributação sobre o consumo, dada a existência de diferentes modalidades de tributos e a guerra fiscal entre as diferentes esferas de competência (estados *versus* municípios). De fato, a introdução de novas funcionalidades tem gerado um acirramento dos conflitos de competência já vivenciados entre estados e municípios, mais precisamente quanto à definição do que sejam “mercadorias” ou “serviços”, cada vez menos adequada para delimitar o âmbito de incidência do ISS ou do ICMS⁵.

A tributação da economia digital é complexa e traz muitos desafios para os Estados e contribuintes, principalmente no cenário brasileiro, que possui como característica uma tributação multinível e, com relação à tributação de consumo para a economia digital, o Brasil possui uma tributação subnacional, ou seja, possui tributação nas esferas federal, estadual e municipal, com negócios interjurisdicionais.

De acordo com Henrique Munia e Erbolato e Lucas Di Francesco Veiga, a tributação da economia digital, no Brasil, não é isenta de controvérsia, uma vez que:

No Brasil, a subsunção da hipótese de incidência descrita para um evento supostamente tributável na internet raramente é isenta de controvérsia e tem causado insegurança jurídica, dado que não há clareza se determinada tecnologia está sujeita a tributação específica, seja (i) pela rápida evolução das tecnologias, (ii) pela demora do poder Legislativo em acompanhá-la, ou ainda (iii) pelo alto volume de trabalho ou desinteresse por parte de quem fiscaliza empresas deste segmento⁶.

⁴ VILELA FARIA, Renato; MAITTO DA SILVEIRA, Ricardo; MORAES DO RÊGO MONTEIRO, Alexandre Luiz. Os desafios da tributação dos negócios desenvolvidos na economia digital. Disponível em: < <https://www.conjur.com.br/2018-out-11/opiniao-desafios-tributacao-economia-digital> > Acesso em: 07 de Dezembro de 2020.

⁵ Idem.

⁶ MUNIA E ERBOLATO, Henrique; DI FRANCESCO VEIGA, Lucas. Aspectos da tributação decorrente da importação do *cloud computing* no Brasil. In: VILELA FARIA, Renato; MAITTO DA SILVEIRA, Ricardo;

Logo, é possível se concluir que, diante do cenário brasileiro, há um quadro de instabilidade e indefinição acerca dos aspectos tributários dos novos negócios da economia digital, gerando insegurança jurídica.

3. PLATAFORMAS ELETRÔNICAS: *MARKETPLACE*

Com o avanço cada vez mais acelerado do comércio digital e da economia digital, novos modelos de negócios digitais que se utilizam de plataformas eletrônicas surgiram ao longo dos anos, como os chamados *marketplaces*.

3.1 *Marketplace* no Brasil

Por enquanto, no cenário brasileiro, ainda não há uma definição conceitual de *marketplace*, mas nas palavras de Carol Kuviatkoski “o *marketplace* é uma plataforma que conecta oferta e demanda de produtos ou serviços. Ou seja, ela reúne vendedores ou prestadores de serviço em um só ambiente *online*”⁷.

Na mesma linha de pensamento, Daniel Sampaio afirma que “o *marketplace* remete a um conceito mais coletivo de vendas *online*. Nessa plataforma, diferentes lojas podem anunciar seus produtos, dando ao cliente um leque de opções”⁸.

No Brasil, o mercado de *marketplace* está em expansão, assim como em outros países ao redor do mundo. Alguns exemplos de *marketplace* de vendas de produtos ou serviços no Brasil são: Magazine Luiza, Americanas, Enjoei, ZZ Mall, Uber, IFood, AirBnb, dentre outros.

Assim sendo, os *marketplaces* facilitam a navegação de seus usuários, uma vez que são capazes de reunir diversos produtos e serviços em uma só plataforma *online* e, dessa forma, há uma maior oferta dos produtos e serviços, fazendo com que os seus clientes possam comparar preços e avaliações, mas também ajuda os vendedores e prestadores de serviços que podem atrair novos clientes através do canal digital, já que não há barreira territorial impeditiva,

MORAES DO RÊGO MONTEIRO, Alexandre Luiz. Tributação da Economia Digital: Desafios no Brasil, Experiência Internacional e Novas Perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2018. Pág. 237.

⁷ KUVIATKOSKI, Carol. Marketplace: O que é, Exemplos e Como Criar um Marketplace. Disponível em: < <https://www.ideianoar.com.br/marketplace/#commerce> > Acesso em: 02 de Dezembro de 2020.

⁸ SAMPAIO, Daniel. Marketplace: O que é e como alavancar as vendas por meio de uma plataforma online. Disponível em: < <https://rockcontent.com/br/blog/marketplace/> > Acesso em: 02 de Dezembro de 2020.

fazendo com que seu alcance e potencial crescimento sejam muito maiores (KUVIATKOSKI, 2020).

Por fim, pode-se afirmar que o *marketplace* é um modelo de negócio vantajoso para seus clientes, vendedores e prestadores de serviço, bem como para os administradores dessas plataformas digitais, posto que os mesmos não precisam se preocupar com a fabricação e estoque dos produtos ali ofertados, uma vez que são de responsabilidade dos fornecedores da plataforma (KUVIATKOSKI, 2020).

4. LEI ESTADUAL Nº 8.795/2020 E O IMPOSTO SOBRE A CIRCULAÇÃO DE MERCADORIAS E PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE TRANSPORTE INTERESTADUAL E INTERMUNICIPAL E DE COMUNICAÇÃO - ICMS

A Lei Estadual nº 8.795 de 2020 trouxe diversas alterações relacionadas ao Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação - ICMS no que diz respeito aos seus contribuintes e acerca da responsabilidade tributária, que restará demonstrado a seguir.

4.1 O Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação - ICMS

O ICMS encontra previsão no art. 155, II da Constituição Federal de 1988, que dispõe:

Art. 155. Compete aos Estados e ao Distrito Federal instituir impostos sobre: (...) II - operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação, ainda que as operações e as prestações se iniciem no exterior; [...] ⁹.

No que se refere às características gerais do ICMS, se destaca: se tratar de um imposto com finalidade **fiscal**, sendo a principal fonte de arrecadação estadual, mas, também, pode possuir função **extrafiscal**, servindo como forma de controle estatal na economia. O ICMS é seletivo, ou seja, sua alíquota varia de acordo com a essencialidade do produto. É um imposto **real**, incidindo em razão da coisa objeto da tributação e **não-vinculado**, ou seja, seu fato gerador independe de qualquer atividade estatal específica e é **não cumulativo**, em outras

⁹ BRASIL. Constituição Federal de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm> Acesso em: 02 de Dezembro de 2020.

palavras, o montante devido em cada operação será compensando com o montante cobrando nas operações anteriores (CARNEIRO, 2018, p. 259).

Em adição às características acima mencionadas, o ICMS é um imposto **indireto**, já que permite a ocorrência da repercussão tributária, em outros termos, admite que o contribuinte de direito repasse o encargo financeiro do tributo ao contribuinte de fato. Além disso, é um imposto **proporcional**, logo, o seu valor final varia conforme o valor do bem ou serviço que será tributado e, também possui como característica ser **plurifásico**, incidindo em todas as etapas da cadeia de circulação e, por fim, o ICMS sofre a **repartição de receita** com os Municípios, conforme disposto no art. 158, inciso IV da Constituição Federal de 1988¹⁰, que dispõe que vinte e cinco por cento da arrecadação do ICMS será destinado aos Municípios (CARNEIRO, 2018, p. 261).

Por se tratar de um tema bastante complexo, sintetiza-se que o ICMS responde por grande parte dos tributos pagos pelas empresas localizadas no território brasileiro e possui como fato gerador a comercialização de mercadorias, em suma, abarcando também, as vendas realizadas através da internet, que se encontram diretamente relacionadas com as atividades desenvolvidas pelos *marketplaces*.

4.2 A Lei Estadual nº 8.795/2020 do Estado do Rio de Janeiro

No dia 20 de Abril de 2020 foi publicado no D.O.E. a Lei Estadual nº 8.795/2020 do Estado do Rio de Janeiro, sancionada pelo Governador Wilson Witzel, que alterou em alguns pontos a Lei nº 2.657 de 1996 que trata sobre o ICMS no Estado do Rio de Janeiro, no que tange a sujeição passiva nos casos de operações com bens e mercadorias digitais e não digitais, além das prestações de serviço de comunicação realizadas por pessoa jurídica detentora de site ou plataforma eletrônica.

A explicação para a edição da nova Lei Estadual é a sua adequação ao Convênio ICMS 106/17¹¹ que trata da incidência do imposto estadual nas operações de bens e mercadorias digitais que são comercializados através da transferência eletrônica de dados. Tal medida é

¹⁰ Art. 158. Pertencem aos Municípios: [...] IV - vinte e cinco por cento do produto da arrecadação do imposto do Estado sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação.

¹¹ BRASIL. Convênio ICMS 106 de 29 de Setembro de 2017. Disponível em: < https://www.confaz.fazenda.gov.br/legislacao/convenios/2017/CV106_17 > Acesso em: 07 de Dezembro de 2020.

relevante levando-se em conta que, por conta da pandemia ocasionada pela covid-19, houve um grande aumento de operações digitais realizadas através dos *marketplaces*.

4.2.1 Os Novos Contribuintes do ICMS

A Lei nº 8.795 de 2020 alterou o art. 15 da Lei nº 2.657 de 1996 que elenca os contribuintes do ICMS no Estado do Rio de Janeiro, acrescentando os incisos XIX e XX entre os que ali estavam listados, quais sejam:

XIX - a pessoa jurídica detentora de site ou de plataforma eletrônica que realize a venda ou a disponibilização, ainda que por intermédio de pagamento periódico, de bens e mercadorias digitais mediante transferência eletrônica de dados;

XX - a pessoa jurídica detentora de site ou de plataforma eletrônica que realize prestação de serviço de comunicação, ainda que por intermédio de pagamento periódico ¹².

Além dos novos contribuintes dispostos nos incisos acrescentados, a nova Lei também inseriu os parágrafos 2º e 3º ao mesmo art. 15 da Lei nº 2.657 de 1996, trazendo:

§ 2º As pessoas físicas ou jurídicas indicadas nos incisos VI, VII, VIII, XVII, XVIII, XIX e XX deste artigo são contribuintes do imposto, independentemente da habitualidade com que pratiquem as operações ou prestações neles descritas.

§ 3º O disposto no inciso VI do § 1º aplica-se também no caso de importação de mercadoria digital ¹³.

4.2.2 Responsabilidade Tributária

Nas operações que envolvem bens e mercadorias digitais, foram acrescentados pela nova Lei os incisos VIII e IX ao art. 18 da Lei nº 2.657/96, informando que a responsabilidade pelo pagamento do ICMS será:

VIII - nas operações com bens e mercadorias digitais:

a) a pessoa jurídica detentora de site ou de plataforma eletrônica que realize a oferta, ou entrega por meio de transferência eletrônica de dados, em razão de contrato firmado com o comercializador ou prestador de serviço de comunicação, caso também operacionalize a transação financeira;

b) o intermediador financeiro, inclusive a administradora de cartão de crédito ou de outro meio de pagamento, caso a pessoa jurídica detentora de site ou de plataforma eletrônica apenas realize a oferta ou entrega por meio de transferência eletrônica de dados;

c) o adquirente do bem ou mercadoria digital, na hipótese de o contribuinte ou os responsáveis descritos nas alíneas "a" e "b" não serem inscritos no Estado do Rio de Janeiro;

¹² BRASIL. Lei Estadual nº 8.795 de 17 de Abril de 2020. Disponível em: <<https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=393236>> Acesso em: 07 de Dezembro de 2020.

¹³ Idem.

d) a administradora de cartão de crédito ou débito ou a intermediadora financeira responsável pelo câmbio, nas operações de importação ¹⁴.

Ademais, nas operações que não envolvam bens e mercadorias digitais, foi acrescentado o inciso IX ao artigo supracitado, qual seja:

IX - nas operações com mercadorias não digitais o proprietário ou possuidor de site ou de plataforma eletrônica que realize a oferta, captação de clientes ou venda, em razão de contrato firmado com o comercializador, quando operacionalizar a transação financeira e o acompanhamento do pedido, sem que seja emitida nota fiscal obrigatória ¹⁵.

Logo, a Lei nº 8.795 de 2020 ao alterar a Lei nº 2.657 de 1966, estabelece como responsáveis solidários pelo recolhimento do ICMS os *marketplaces* e as administradoras dos cartões de crédito.

Em suma, com as alterações abordadas acima, há a previsão legal para a exigência do recolhimento do imposto estadual que, ordinariamente, era de responsabilidade dos lojistas e vendedores que realizavam a venda de seus produtos e serviços através das plataformas digitais.

5. CONCLUSÃO

Com o advento da pandemia já anteriormente citada, houve um crescimento exponencial das demandas *online* através dos *marketplaces* no Brasil. Os avanços tecnológicos que estão sendo desenvolvidos ao longo do tempo têm propiciado cada vez mais um ambiente econômico e cultural que rompe com os modelos utilizados no passado.

É certo afirmar que a tecnologia avança a passos largos e rápidos, o que acaba gerando novos desafios aos Estados e contribuintes já que, o legislativo, na maioria das vezes, não consegue acompanhar essa rapidez tecnológica e acaba por propiciar um campo digital com ausência de leis que possam regular determinadas atividades digitais.

Ocorre que, ainda que o governo Estadual do Rio de Janeiro ao aprovar a Lei nº 8.795 de 2020 o tenha feito com a intenção de adequar a legislação estadual com as novas demandas digitais, o fez de maneira oposta às medidas de proteção econômicas adotadas por conta da pandemia do novo coronavírus (covid-19).

O governo Estadual, ao transferir a responsabilidade do recolhimento do ICMS para os *marketplaces*, gerará um grande impacto nas repercussões econômicas e financeiras para o segmento das plataformas digitais e, também, para o Estado do Rio de Janeiro.

¹⁴ Idem.

¹⁵ Idem.

No tocante ao impacto gerado para os *marketplaces*, os mesmos irão ter um aumento de gastos voltados para o controle do cumprimento das obrigações tributárias dos contribuintes que utilizarão a plataforma digital nas operações de compra e venda de bens e/ou serviços, para que, dessa forma, se atenuem o risco de responsabilização pelo pagamento do tributo estadual, em outras palavras, os *marketplaces* deverão fiscalizar a origem e o destino das operações de compra e venda realizadas através da plataforma para que, conseqüentemente, seja determinado em quais operações o tributo estadual será recolhido para o Fisco do Estado do Rio de Janeiro. Conjuntamente, no que se refere aos possíveis impactos sofridos pelo Estado do Rio de Janeiro, tal medida poderá ocasionar na migração dos centros administrativos e de gestão dessas plataformas digitais para outros Estados do Brasil, que não possuem essa responsabilização em suas legislações, uma vez que podem ser geridas em qualquer local (MENON; DUARTE BERNARDO, 2020).

É importante ressaltar que se encontra expresso no Código Tributário Nacional - CTN as definições de sujeito passivo da relação tributária e da responsabilidade tributária, logo, ao se analisar o CTN, conclui-se não ser possível a aplicação das hipóteses de responsabilidade de terceiros às figuras do *marketplace*, já que os mesmos não encontram previsão no CTN, em seu art. 134¹⁶, também não se enquadrando na figura do sujeito passivo, previsto no art. 121¹⁷ do mesmo Código (MENON; DUARTE BERNARDO, 2020).

Por fim, é notável o aumento das discussões acerca da tributação dos meios digitais não só no Brasil, como no mundo. Ocorre que, especificamente no caso do Rio de Janeiro, com a edição da Lei nº 8.795 de 2020, deveriam ter sido feitas análises dos possíveis impactos econômicos e financeiros que o Estado pode vir a sofrer com a referida lei, além de se levar em conta o atual momento que o Brasil, bem como o Rio de Janeiro, se encontra em relação à

¹⁶ Art. 134. Nos casos de impossibilidade de exigência do cumprimento da obrigação principal pelo contribuinte, respondem solidariamente com este nos atos em que intervierem ou pelas omissões de que forem responsáveis: I - os pais, pelos tributos devidos por seus filhos menores; II - os tutores e curadores, pelos tributos devidos por seus tutelados ou curatelados; III - os administradores de bens de terceiros, pelos tributos devidos por estes; IV - o inventariante, pelos tributos devidos pelo espólio; V - o síndico e o comissário, pelos tributos devidos pela massa falida ou pelo concordatário; VI - os tabeliães, escrivães e demais serventuários de ofício, pelos tributos devidos sobre os atos praticados por eles, ou perante eles, em razão do seu ofício; VII - os sócios, no caso de liquidação de sociedade de pessoas. Parágrafo único. O disposto neste artigo só se aplica, em matéria de penalidades, às de caráter moratório.

¹⁷ Art. 121. Sujeito passivo da obrigação principal é a pessoa obrigada ao pagamento de tributo ou penalidade pecuniária. Parágrafo único. O sujeito passivo da obrigação principal diz-se: I - contribuinte, quando tenha relação pessoal e direta com a situação que constitua o respectivo fato gerador; II - responsável, quando, sem revestir a condição de contribuinte, sua obrigação decorra de disposição expressa de lei.

pandemia e aos impactos financeiros e econômicos que a mesma já trouxe ao Estado e irá trazer futuramente.

REFERÊNCIAS

BARROS, Maurício. **Tributação da economia digital e os conflitos de competência entre ICMS e ISS**. In: VILELA FARIA, Renato; MAITTO DA SILVEIRA, Ricardo; MORAES DO RÊGO MONTEIRO, Alexandre Luiz. *Tributação da Economia Digital: Desafios no Brasil, Experiência Internacional e Novas Perspectivas*. São Paulo: Saraiva, 2018.

BRAUNER, Yariv; BAEZ, Andrés. **Withholding taxes in the service of BEPS action 1: address the tax challenges of the digital economy**. WU International Taxation Research Papers Series, No. 2015-14. Vienne: Wirtschafts Universitat, 2015.

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm >

BRASIL. **Convênio ICMS 106 de 29 de Setembro de 2017**. Disponível em: < https://www.confaz.fazenda.gov.br/legislacao/convenios/2017/CV106_17 >

BRASIL. **Lei nº 5.172 de 25 de Outubro de 1966**. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/15172compilado.htm >

BRASIL. **Lei Estadual nº 8.795 de 17 de Abril de 2020**. Disponível em: < <https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=393236> >

CARNEIRO, Claudio. **Impostos Federais, Estaduais e Municipais**. 6ª Ed. Ampliada e Atualizada. São Paulo: Saraiva, 2018.

KUVIATKOSKI, Carol. **Marketplace: O que é, Exemplos e Como Criar um Marketplace**. Disponível em: < <https://www.ideianoar.com.br/marketplace/#commerce> >

MENON, André; DUARTE BERNARDO, Manuella. **A Comercialização Via Plataformas Eletrônicas e a Nova Legislação do Estado do Rio de Janeiro**. Disponível em: < <https://www.machadomeyer.com.br/pt/imprensa-ij/a-comercializacao-via-plataformas-eletronicas-e-a-nova-legislacao-do-estado-do-rio-de-janeiro> >

MUNIA E ERBOLATO, Henrique; DI FRANCESCO VEIGA, Lucas. **Aspectos da tributação decorrente da importação do *cloud computing* no Brasil**. In: VILELA FARIA, Renato; MAITTO DA SILVEIRA, Ricardo; MORAES DO RÊGO MONTEIRO, Alexandre Luiz. **Tributação da Economia Digital: Desafios no Brasil, Experiência Internacional e Novas Perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2018.

OKUMA, Alessandra. **Breve Panorama da Tributação da Economia Digital**. Disponível em: < <https://www.conjur.com.br/2020-fev-16/alessandra-okuma-breve-panorama-tributacao-economia-digital> >

SAMPAIO, Daniel. **Marketplace: O que é e como alavancar as vendas por meio de uma plataforma online**. Disponível em: < <https://rockcontent.com/br/blog/marketplace/> >

VILELA FARIA, Renato; MAITTO DA SILVEIRA, Ricardo; MORAES DO RÊGO MONTEIRO, Alexandre Luiz. **Os desafios da tributação dos negócios desenvolvidos na economia digital**. Disponível em: < <https://www.conjur.com.br/2018-out-11/opinio-desafios-tributacao-economia-digital> >

VILELA FARIA, Renato; MAITTO DA SILVEIRA, Ricardo; MORAES DO RÊGO MONTEIRO, Alexandre Luiz. **Tributação da Economia Digital: Desafios no Brasil, Experiência Internacional e Novas Perspectivas**. São Paulo: Saraiva, 2018.