



**FACULDADE DOCTUM DE JOÃO MONLEVADE
INSTITUTO ENSINAR BRASIL – REDE DOCTUM DE ENSINO**

INCENTIVOS FISCAIS: a baixa utilização das empresas optantes pelo lucro real

Thauana Bueno Andrade*

Kelsey de Souza Faria**

RESUMO

Os incentivos fiscais são estímulos apresentados pelos Governos, seja na esfera federal, estadual ou municipal, afim de que as empresas possam investir em projetos sociais e/ou entidades do Terceiro Setor. Estes recursos servirão de incentivo para estas entidades desenvolverem atividades em prol de determinada sociedade. Atualmente existe uma forte tendência, que leva a empresa a investir no meio social, levando-a assim a continuidade e ao reconhecimento da sociedade. Apesar de existir várias leis e explicações, ainda são pouco utilizados os incentivos. Este artigo mostrará quais são as empresas que podem participar e quais os valores que podem ser repassados as entidades e/ou projetos. Apresentará também uma pesquisa realizada nos municípios de Nova Era e João Monlevade, avaliando o conhecimento de gestores e empresários, com o objetivo de mostrar o porquê da baixa ou da não utilização dos incentivos pelas empresas optantes pelo Lucro Real.

Palavras-chave: Incentivo fiscal. Lucro real. Sociedade.

* Graduando em Ciências Contábeis na Faculdade Doctum de João Monlevade;
thauana_bueno@hotmail.com

** Professor orientador da Faculdade Doctum de João Monlevade; kelsey.unicont@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Os incentivos fiscais ou benefícios fiscais são apresentados pelos Governos, como um estímulo a pessoas e empresas a investirem em entidades do Terceiro Setor e projetos sociais, viabilizando a captação de recursos para o desenvolvimento de suas atividades, que fundamentalmente, complementam os serviços públicos.

Os incentivos foram estabelecidos pela Legislação Brasileira, de forma que a empresa contribuinte do Imposto de Renda possa destinar parte do valor a ser recolhido para projetos ou entidades cuja finalidade é a prestação de serviços de cunho social. Na prática a empresa pode escolher como uma parte do imposto, que seria destinado ao custeio do aparato estatal, será efetivamente utilizado.

Atualmente as empresas de sucesso apresentam uma forte tendência de se conectarem ao contexto social, buscando evitar a falha pejorativa do objetivo singular de maximização de lucros, evidenciando em suas atividades o investimento em produtos e serviços socialmente responsáveis e neste cenário a utilização dos incentivos fiscais não só poderá gerar ganhos em resultados financeiros e econômicos como também propiciar a aproximação da entidade com a sociedade, aumentando a garantia de sua continuidade.

No momento atual, mesmo com a vigência das leis de incentivos e com o avanço na preocupação da sociedade com a responsabilidade social, são poucas as empresas que se utilizam dos benefícios fiscais, seja por falta de conhecimento dos gestores, pela complexidade na operacionalização contábil entre outros fatores. Sabendo da razão pela qual os incentivos fiscais foram estabelecidos e da relevância de sua utilização como ferramenta de sustentação da continuidade das empresas na sociedade atual, surge uma questão que direciona o estudo a ser realizado neste trabalho: dada sua relevância, por quais motivos os benefícios fiscais são tão pouco utilizados pelas empresas?

O objetivo geral deste artigo é esclarecer a problemática, no entanto, devido a extensão do próprio tema e o universo de sua aplicabilidade, optou-se por realizar uma pesquisa nos municípios mineiros de Nova Era e João Monlevade, para avaliar o conhecimento dos gestores e empresários sobre os incentivos fiscais e as razões de sua subutilização.

A responsabilidade social, do ponto de vista empresarial, é um tema atual e

relevante. A empresa pode usar as leis dos incentivos fiscais para cumprir seu papel social, se beneficiando e, ao mesmo tempo, favorecendo diversas pessoas. Partindo do pressuposto que a mesma é responsável pelo meio que está inserida, é uma ótima forma de ser bem reconhecida pela sociedade e por todos, pois a partir do momento que ajuda o próximo, ela passa a ter respeito da sociedade que é diretamente impactada pelas suas atividades.

Este artigo pretende analisar a problemática proposta, mostrar os benefícios dos incentivos fiscais para as empresas. Mostrará também o índice de utilização dos incentivos fiscais pelas empresas situadas na cidade de Nova Era e João Monlevade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo serão abordados o conceito e os benefícios dos incentivos fiscais. Mostrará também alguns dos incentivos existentes, bem como a responsabilidade social do contador perante os incentivos fiscais.

2.1 Incentivos fiscais

O Código Tributário Nacional define tributo em seu artigo 3º:

“Art. 3º Tributo é toda prestação pecuniária compulsória, em 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 Imposto de Renda Pessoa Jurídica é um tributo federal, e como todos os demais, é estabelecido para ser arrecadado, mas o Governo pode ceder parte desta arrecadação para incentivar o desenvolvimento social de determinada região, por meio de atividades e projetos sociais.

Conforme Fabretti (2009, p. 280), “essa renúncia tem o nome técnico de extrafiscalidade, que significa o uso do imposto para fins outros que não o de arrecadação”.

Fabretti 2009 complementa que, incentivos fiscais e benefícios fiscais são sinônimos e foram criados a fim de estimular, incitar e incentivar as empresas a investirem na sociedade. É uma relação entre o fisco e o contribuinte, a renúncia

fiscal do Executivo constitui um benefício para o contribuinte, desde que sejam observados com rigor os requisitos da legislação.

Os incentivos fiscais é uma dentre as modalidades de renúncia fiscal. Consistem na permissão legal de deduzir do valor do imposto a pagar determinada importância apurada na forma prevista em lei. Portanto, sua base de cálculo é o valor do imposto. A alíquota do incentivo é um determinado percentual aplicável sobre o total do imposto, percentual este fixado em lei.

Sobre a subutilização, Rodrigues (2005, p. 8) diz que:

Os incentivos fiscais no Brasil tem um histórico de baixa utilização e estão na sua maior parte direcionados para a atividade cultural. Os incentivos fiscais direcionados especificamente para o Terceiro Setor são pouco expressivos tanto em opções quanto em valor da renúncia fiscal.

Rodrigues (2005, p. 8), acrescenta que, apesar de alguns avanços na área social, e esforços na divulgação, ainda não foi suficiente para que as empresas utilizem dos benefícios.

2.1.1 Benefícios para empresa ao utilizar dos incentivos fiscais

Diante da valorização do conceito de desenvolvimento sustentável, a preocupação das empresas passa a ser maior com o meio social. Com isso a necessidade do investimento social passa a ser necessário. O incentivo fiscal é uma ótima opção, pois além de contribuir com o meio no qual está inserida, a empresa passa a ter isto como uma grande estratégia de mercado sem custos adicionais, pois utilizará do próprio imposto de renda, que já seria pago, para destinar a atividades e/ou entidades da região. A utilização é uma ferramenta de sustentação da continuidade das empresas. Resumindo a empresa passa a ter um melhor relacionamento com clientes e sociedade, visto que a ação social é uma boa estratégia de comunicação, passa a ter maior visibilidade e valorização de sua marca e assim o impacto comercial com certeza será positivo.

2.2 Leis de Incentivos Fiscais

Visando atender as necessidades da sociedade, as empresas podem optar por destinar parte do seu Imposto de Renda devido, em projetos sociais de sua

escolha. Esta seção visa mostrar os principais incentivos a pessoas jurídicas tributadas pelo lucro real.

2.2.1 Atividades culturais e artísticas

O Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) foi sancionado em 1991, pela Lei 8.313 é mais conhecido como Lei Rouanet, por ter sido submetido e aprovado pelo então Secretário de Cultura do Governo Collor, Sérgio Paulo Rouanet.

Este incentivo é uma ferramenta oferecida pelo Governo Federal, para que a empresa tenha a oportunidade de fazer patrocínios e/ou doações, no apoio direto a projetos e produções culturais ou contribuições, feita diretamente ao Fundo Nacional da Cultura.

O objetivo do Governo é a ampliação do volume dos recursos aplicados no setor, atribuindo a ele mais potência. A empresa utilizará de parte do imposto que será pago para destinar as atividades culturais e artísticas. Desta forma, o incentivo fiscal estimula a participação da iniciativa privada.

As doações e os patrocínios referentes a produções culturais abrangidas pelo Art. 18 atenderão os seguintes segmentos:

- a) artes cênicas; (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001)
- b) livros de valor artístico, literário ou humanístico; (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001)
- c) música erudita ou instrumental; (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001)
- d) exposições de artes visuais; (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001)
- e) doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas, bem como treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para a manutenção desses acervos; (Redação dada pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001)
- f) produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual; e (Incluída pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001)
- g) preservação do patrimônio cultural material e imaterial. (Incluída pela Medida Provisória nº 2.228-1, de 2001)
- h) construção e manutenção de salas de cinema e teatro, que poderão funcionar também como centros culturais comunitários, em Municípios com menos de 100.000 (cem mil) habitantes. (Incluído pela Lei nº 11.646, de 2008)

A empresa contribuinte poderá deduzir do imposto de renda devido às quantias efetivamente despendidas nas produções culturais elencadas acima, desde

que estejam previamente aprovados pelo Ministério da Cultura e obedeça ao valor limite de 4% (quatro por cento) do Imposto de Renda Devido.

O contribuinte não poderá deduzir o valor da doação ou do patrocínio referido como despesa operacional. (Art18 § 2º), veja um exemplo no quadro a seguir:

Quadro 1 - Exemplo de patrocínio para produções culturais, baseado no Art. 18 da Lei Rouanet

		Cálculo do IR com patrocínio (R\$)	Cálculo do IR sem patrocínio (R\$)
1	Lucro Operacional Bruto antes do Incentivo Fiscal	10.000.000	10.000.000
2	Patrocínio – (Lei Rouanet pelo Art. 18)	100.000	0
3	Base de cálculo da CSLL (abatimento do item 2 como despesa)	9.900.000	10.000.000
4	Lucro – Base de cálculo do IR (item 2 não pode sofrer abatimento)	10.000.000	10.000.000
5	CSLL (9% sobre item 3)	891.000,00	900.000
6	IR (alíquota de 15% sobre item 4)	1.500.000	1.500.000
7	Adicional IR (10% sobre [(item 4) – (12x20.000,00)])	976.000	976.000
8	Limite de dedução no IR (item 6 + item 7) x 4%	99.040	0
9	Dedução IR (100% sobre item 2)	99.040	0
10	Imposto de Renda a Pagar (item 6+item 7-item 8)	2.376.960	2.476.000
11	Carga tributária total do IR e CSLL (item 9+item 5)	3.267.960	3.376.000
12	Lucro líquido (item 1-item 2-item 10)	6.632.040	6.624.000

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

No quadro acima, pode se notar que com o patrocínio, houve um aumento do resultado da empresa, conforme o item 12, no valor de R\$ 8.040,00 (oito mil e quarenta reais) pela opção de realização do patrocínio. No exemplo o valor patrocinado pode ser abatido como despesa somente para efeito de cálculo de Contribuição Social e não para cálculo do Imposto de Renda. Além da economia tributária evidenciada pela melhora do resultado, a empresa, ao realizar o patrocínio adquire melhor visibilidade de sua marca ao incentivar atividades artísticas e culturais.

Já os projetos culturais estão dispostos no artigo 25:

Art. 25. Os projetos a serem apresentados por pessoas físicas ou pessoas jurídicas, de natureza cultural para fins de incentivo, objetivarão desenvolver as formas de expressão, os modos de criar e fazer, os processos de preservação e proteção do patrimônio cultural brasileiro, e os estudos e métodos de interpretação da realidade cultural, bem como contribuir para propiciar meios, à população em geral, que permitam o

conhecimento dos bens de valores artísticos e culturais, compreendendo, entre outros, os seguintes segmentos:

- I – teatro, dança, circo, ópera, mímica e congêneres;
- II – produção cinematográfica, videográfica, fotográfica, discográficas e congêneres;
- III – literatura, inclusive obras de referência;
- IV – música;
- V – artes plásticas, artes gráficas, gravuras, cartazes, filatelia e outras congêneres;
- VI – folclore e artesanato;
- VII – patrimônio cultural, inclusive histórico, arquitetônico, arqueológico, bibliotecas, museus, arquivos e demais acervos;
- VIII – humanidades; e
- IX – rádio e televisão, educativas e culturais, de caráter não-comercial.

Conforme o Art. 26 da Lei 8313, de 23 de Dezembro de 1991, no caso de pessoa jurídica tributada pelo lucro real, poderá deduzir do imposto devido os valores efetivamente contribuídos em favor dos projetos culturais, tendo como base o percentual de 40% (quarenta por cento) das doações e 30% (trinta por cento) dos patrocínios. Neste caso a empresa poderá abater as doações e patrocínios como despesa operacional.

Quadro 2 – Exemplo de patrocínio para produções culturais, baseado no Art. 25 da Lei Rouanet

		Cálculo do IR com patrocínio (R\$)	Cálculo do IR sem patrocínio (R\$)
1	Lucro Operacional Bruto antes do Incentivo Fiscal	10.000.000	10.000.000
2	Patrocínio – (Lei Rouanet pelo Art. 25) – Teto máximo 4% do IR devido	100.000	0
3	Base de cálculo da CSLL *abatimento do item 2 como despesa	9.900.000	10.000.000
4	Lucro – Base de cálculo do IR *abatimento do item 2 como despesa	9.900.000	10.000.000
5	CSLL (9% sobre item 3)	891.000	900.000
6	IR (alíquota de 15% sobre item 4)	1.485.000	1.500.000
7	Adicional IR (10% sobre [(item4)-(12x20.000,00)])	966.000	976.000
8	Limite de dedução no IR (item 6 + item 7) x 4%	98.040	0
9	Dedução IR (30% sobre item 2)	30.000	0
10	Imposto de Renda a Pagar (item 6+item 7-item 8)	2.421.000	2.476.000
11	Carga tributária total do IR e CSLL (item 9+item 5)	3.312.000	3.376.000
12	Lucro líquido (item 1-item 2-item 10)	6.588.000	6.624.000

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

Na simulação acima se verifica que o valor do patrocínio foi abatido como despesa tanto para base de cálculo da Contribuição Social quanto para o Imposto de Renda devido, reduzindo assim o valor a pagar. Houve uma diferença na carga tributária de 64.000,00.

Neste incentivo a dedução não poderá exceder a quatro por cento do imposto de renda devido.

O governo tem como objetivo, ampliação do volume dos recursos aplicados no setor, atribuindo a ele mais potência. A empresa utilizará de parte do imposto que será pago para destinar as atividades.

2.2.2 Fundos do direito da criança e do adolescente

O FIA (Fundo para infância e adolescência), foi criado com objetivo de captar recursos financeiros para atender crianças e adolescentes. O fundo apoia diversos programas, como: erradicação da fome, erradicação do trabalho infantil, proteção ao trabalhador adolescente, profissionalização de jovens, entre outros projetos de assistência social a crianças e jovens.

Este fundo é administrado pelos Conselhos de Direito da Criança e do Adolescente e foi autorizado pela Lei Federal 8.242/91.

Todas as empresas tributadas pelo lucro real podem deduzir contribuições feitas ao FIA.

A Lei Nº 8.069, DE 13 DE JULHO DE 1990, dispõe do percentual para empresas optantes pelo Lucro Real:

Art. 260. Os contribuintes poderão efetuar doações aos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente nacional, distrital, estaduais ou municipais, devidamente comprovadas, sendo essas integralmente deduzidas do imposto de renda, obedecidos os seguintes limites: (Redação dada pela Lei nº 12.594, de 2012) (Vide)

I – 1% (um por cento) do imposto sobre a renda devido apurado pelas pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real; e (Redação dada pela Lei nº 12.594, de 2012)

Art. 260. § 5º Inciso II, as doações feitas ao Fundo da Criança e da Adolescência não poderão ser computadas como despesa operacional na apuração do lucro real. O quadro abaixo mostra que o incentivo é estritamente social e não traz nenhum benefício de redução de carga tributária para a empresa. Neste caso a empresa ganha com a imagem social da mesma.

Quadro 3 – Exemplo de contribuição FIA (Fundo para Infância e Adolescência)

		Cálculo com investimento	Cálculo sem investimento
1	Lucro Operacional Bruto	10.000,00	10.000,00
2	Imposto Devido	1.500,00	1.500,00
3	Valor destinado ao fundo (Teto máximo 1% do IR devido)	100,00	0,00
4	Imposto a recolher	1.400,00	1.500,00
5	Lucro Líquido	8.500,00	8.500,00

Fonte: Elaborado pela autora (2016)

2.2.3 Outros incentivos fiscais

No Brasil a legislação que versa sobre os benefícios fiscais é bastante extensa, existindo diversos benefícios em todas as esferas de governo, federal, estadual e municipal. A seguir apresentam-se alguns destes benefícios.

Além do Fundo para Criança e Adolescência, existe também o Fundo do Idoso, que é regulamentado pela Lei 12.213, de 20 de Janeiro de 2010 e tem amparo na Lei 10.741, de 1º de Outubro de 2003, que dispõe sobre o Estatuto do Idoso. A contribuição pode ser deduzida integralmente obedecendo ao limite de 1% (um por cento) do Imposto de Renda devido. Também é vedada a contabilização como despesa operacional.

A Lei do Audiovisual de nº 8.685 de 20 de julho de 1993 em seu artigo 1º autoriza que a dedução dos valores investidos na produção de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras de produção independente respeite o percentual de 1% (um por cento) do Imposto de Renda devido para pessoas jurídicas tributadas pelo Lucro Real e, o valor investido pode ser lançado como despesa operacional. É importante destacar que este limite está dentro do teto de quatro por cento da Lei Rouanet. Já o seu artigo 1ºA, diz que os valores investidos na produção cinematográfica brasileira de produção independente, podem ser deduzidos do Imposto de Renda de pessoas jurídicas optantes pelo Lucro Real desde que limite o valor de 4% (quatro por cento) do imposto devido e que, não poderão deduzir o valor do patrocínio para determinação de lucro real e da base para cálculo da Contribuição Social.

O quadro a seguir apresenta uma relação dos incentivos fiscais passíveis de dedução no Imposto de Renda das empresas, sua base legal e o limite de dedução no imposto.

Quadro 4 – Incentivos Fiscais

Incentivo fiscal	Base Legal	Limite de dedução individual
Incentivos culturais e artísticos – Lei Rouanet	Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991	4%
Doação para o Fundo para Criança e Adolescência	Lei Nº 8.069, DE 13 de julho de 1990	1%
Doação para o Fundo do Idoso	Lei 12.213, de 20 de janeiro de 2010	1%
Lei de Audiovisual	Lei nº 8.685 de 20 de julho de 1993	Art1º - 1% Art1ºA – 4%
Programa de Alimentação ao Trabalhador – PAT	Lei nº 6.321, DE 14 de abril de 1976	4%
	Decreto nº 5, de 14 de janeiro de 1991	
Programa de Desenvolvimento Tecnológico Industrial ou Agropecuário – PDTI/PDTA	LEI No 8.661, de 2 de junho de 1993	4%
	Decreto nº 949, de 5 de outubro de 1993	
Lei do Esporte	Lei nº 11.438, de 29 de dezembro de 2006	1%
PRONON/PRONAS/PCD	Lei nº 12.715, de 17 de setembro de 2012	1%
	Decreto nº 7.988, de 17 de abril de 2013	

Fonte: elaborado pela autora (2016)

2.3 Responsabilidade Social do Contador

O contador tem um importante papel na responsabilidade social empresarial. No que se refere a este assunto, Gomes (2013, p. 2), afirma que:

O contador é parte fundamental do desenvolvimento da sociedade, portanto buscar atualização profissional e ter um comportamento ético é a resposta para o sucesso. Esse profissional é o elo entre o fisco, o contribuinte e a sociedade, sendo de fundamental importância o aprimoramento de seu entendimento tributário.

Muitas vezes a empresa deixa de realizar ações sociais devido à falta de recurso, mas com a utilização dos incentivos fiscais já não é mais necessário outro recurso a não ser o próprio imposto que já seria pago.

A NBC PG 100 dispõe sobre uma marca característica da profissão contábil:

Uma marca característica da profissão contábil é a aceitação da responsabilidade de agir no interesse público. Portanto, a responsabilidade do profissional da contabilidade não é exclusivamente satisfazer as necessidades do contratante.

Sendo assim o apoio do contador, na atualização e multiplicação da informação é de grande valia, e revela também a responsabilidade social do próprio profissional contábil.

3 METODOLOGIA

Quanto à natureza este trabalho caracteriza uma pesquisa aplicada. De acordo com Barros e Lehfeld (2000, p. 78), a pesquisa aplicada tem como motivação a necessidade de produzir conhecimento para aplicação de seus resultados, com o objetivo de “contribuir para fins práticos, visando à solução mais ou menos imediata do problema encontrado na realidade”. Appolinário (2004, p. 152) salienta que pesquisas aplicadas têm o objetivo de “resolver problemas ou necessidades concretas e imediatas”.

Quanto à abordagem, foi utilizada a pesquisa qualitativa e quantitativa. Qualitativa segundo Dias e Silva (2010, p. 47), “envolve o uso de dados qualitativos obtidos em entrevistas, documentos e observações para a compreensão e aplicação dos fenômenos”. O estudo classifica como qualitativo, na busca de informações referente ao tema, buscando responder a problemática sem representatividade numérica. Já na abordagem quantitativa, através do questionário aplicado a gestores, foi possível avaliar o conhecimento dos mesmos e o motivo da subutilização dos incentivos fiscais.

Quanto a seu objetivo é classificada como sendo uma pesquisa exploratória. Exploratória, pois segundo (GIL, 2010, p. 27), “têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, com vista de torná-lo mais explícito ou construir hipótese. Seu planejamento tende a ser bastante flexível, pois interessa considerar os mais variados aspectos relativos ao fato ou fenômeno estudado”. Esta pesquisa envolve levantamento bibliográfico, entrevistas, análise de exemplos, etc.

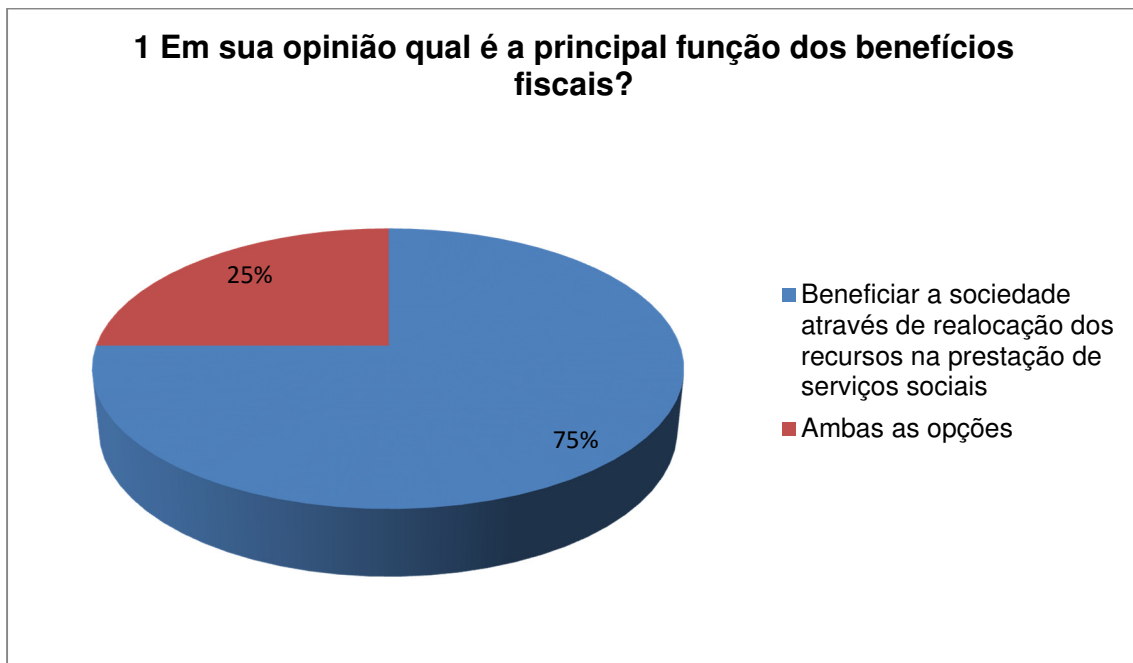
A pesquisa é classificada como bibliográfica, e será desenvolvida a partir de pesquisa em livros, internet, artigos científicos e Legislação Brasileira. Também será realizada pesquisa documental, na qual será feita a análise de um questionário respondido por gestores/empresários da cidade de João Monlevade e Nova Era.

4 ANÁLISE DE DADOS

Realizou-se uma pesquisa com intuito de avaliar o conhecimento dos gestores e empresários, no que diz respeito aos incentivos fiscais disponíveis hoje pela Legislação Brasileira e, constatar o porquê da subutilização dos mesmos.

Aplicou-se no mês de novembro de 2016, na cidade de João Monlevade e Nova Era estado de Minas Gerais, um questionário para 8 (oito) gestores de empresas optantes pelo Lucro Real, por meio de envio de e-mails e pessoalmente. Os nomes das empresas e dos gestores foram mantidos em sigilo, com intenção de resguarda-los e garantir a fidedignidade das informações transmitidas nas respostas. A análise de dados se dá a partir do questionário aplicado.

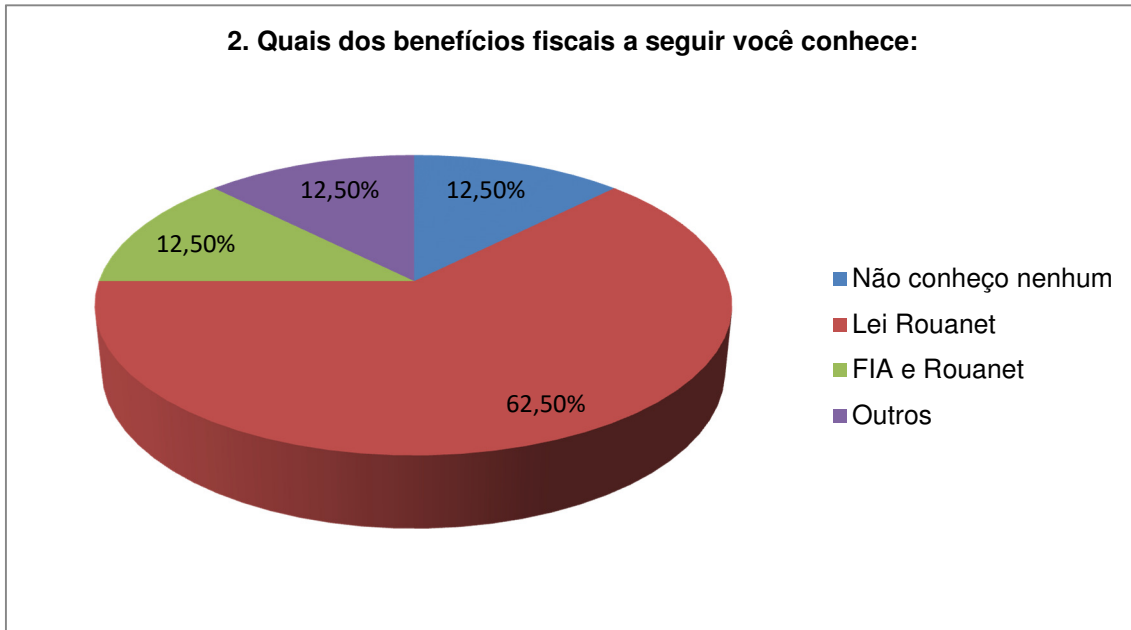
Gráfico 1 – Função dos benefícios fiscais



Fonte: dados do questionário aplicado (2016)

Pode-se avaliar que 75% dos gestores entrevistados conhecem a real principal função do benefício fiscal e que, a redução da carga tributária pode ou não ser uma consequência da utilização do mesmo.

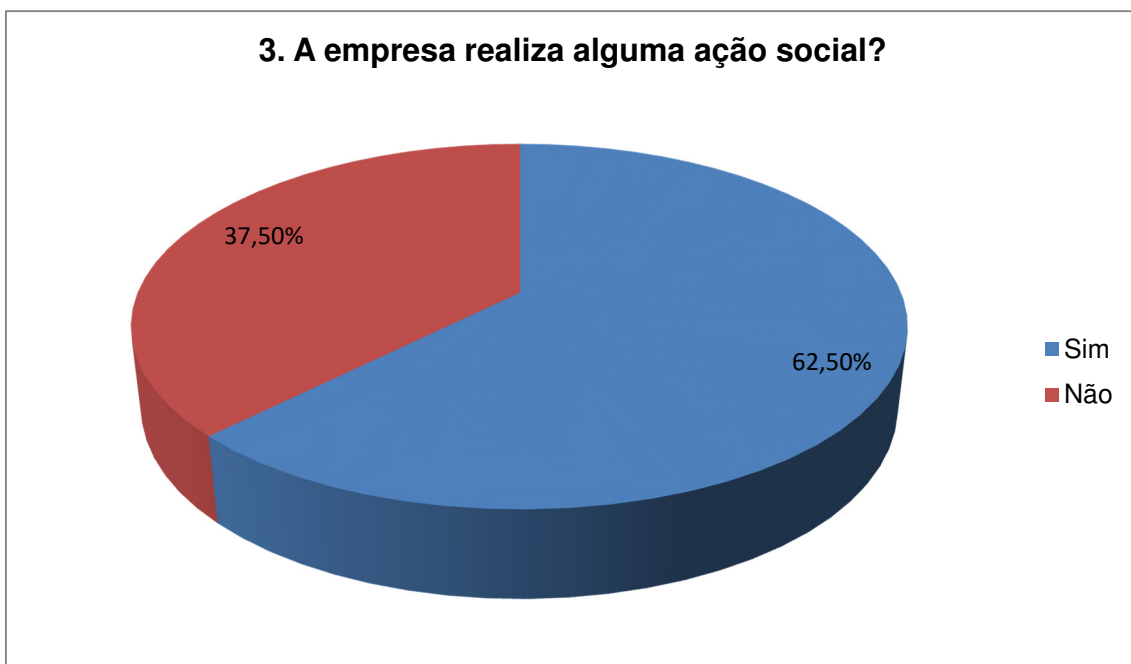
Gráfico 2 – Benefícios fiscais



Fonte: dados do questionário aplicado (2016)

Esta questão visa saber qual benefício o gestor conhece e pode-se concluir que 62,5% dos gestores disseram que conhecem a Lei Rouanet, obteve-se o mesmo percentual de 12,5% para aqueles que conhecem os demais incentivos.

Gráfico 3 – Realização de ação social

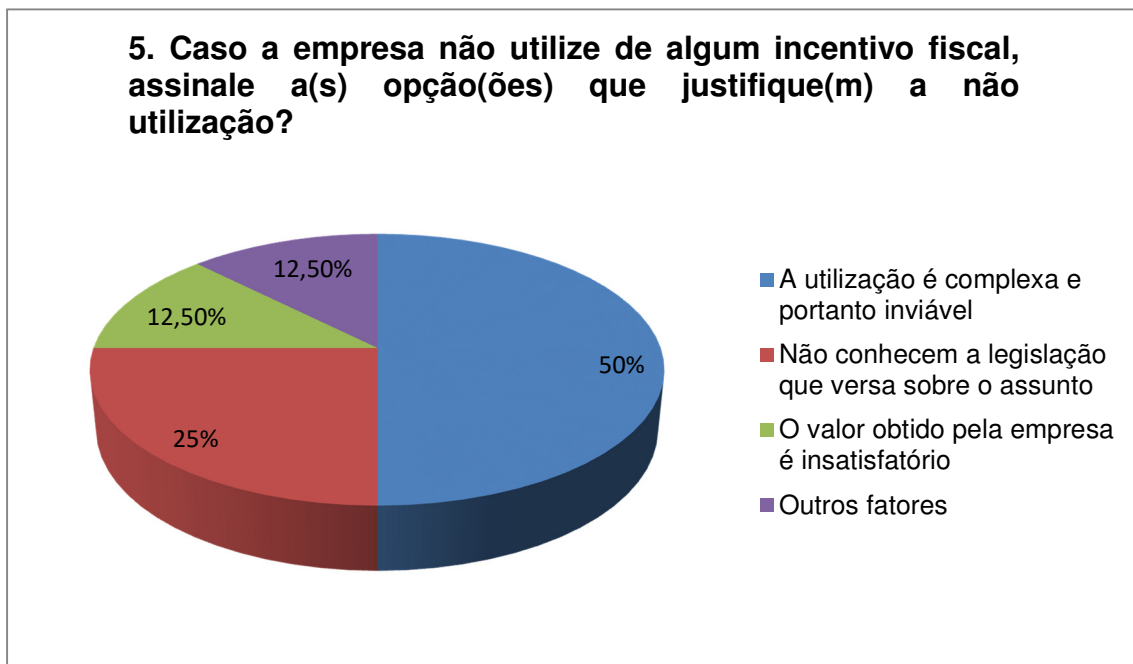


Fonte: dados do questionário aplicado (2016)

Quanto à realização de ação social, pôde-se perceber que 62,5% dos entrevistados realizam, e apenas 37,5% não realizam. Esta pergunta tem o objetivo de avaliar se a questão da responsabilidade social faz parte do cotidiano e da cultura da empresa. Nas respostas de quais ações, houve diversos retornos, como: doações financeiras e materiais a instituições como APAE, asilos, hospitais, polícia militar, campanhas de natal. A análise que pode ser feita até aqui é que, maiorias das empresas conhecem a real função dos incentivos e também realizam ações sociais.

A questão de número 4 tem como objetivo saber se a empresa utiliza dos benefícios previstos em lei e 100% não utilizam. Percebe-se até aqui que as empresas dizem conhecer a função do incentivo e, além disso, praticam ações sociais, ou seja, existe o desembolso em cunho social, mais não é utilizado disso através das leis de incentivos fiscais.

Gráfico 4 – O porquê da subutilização

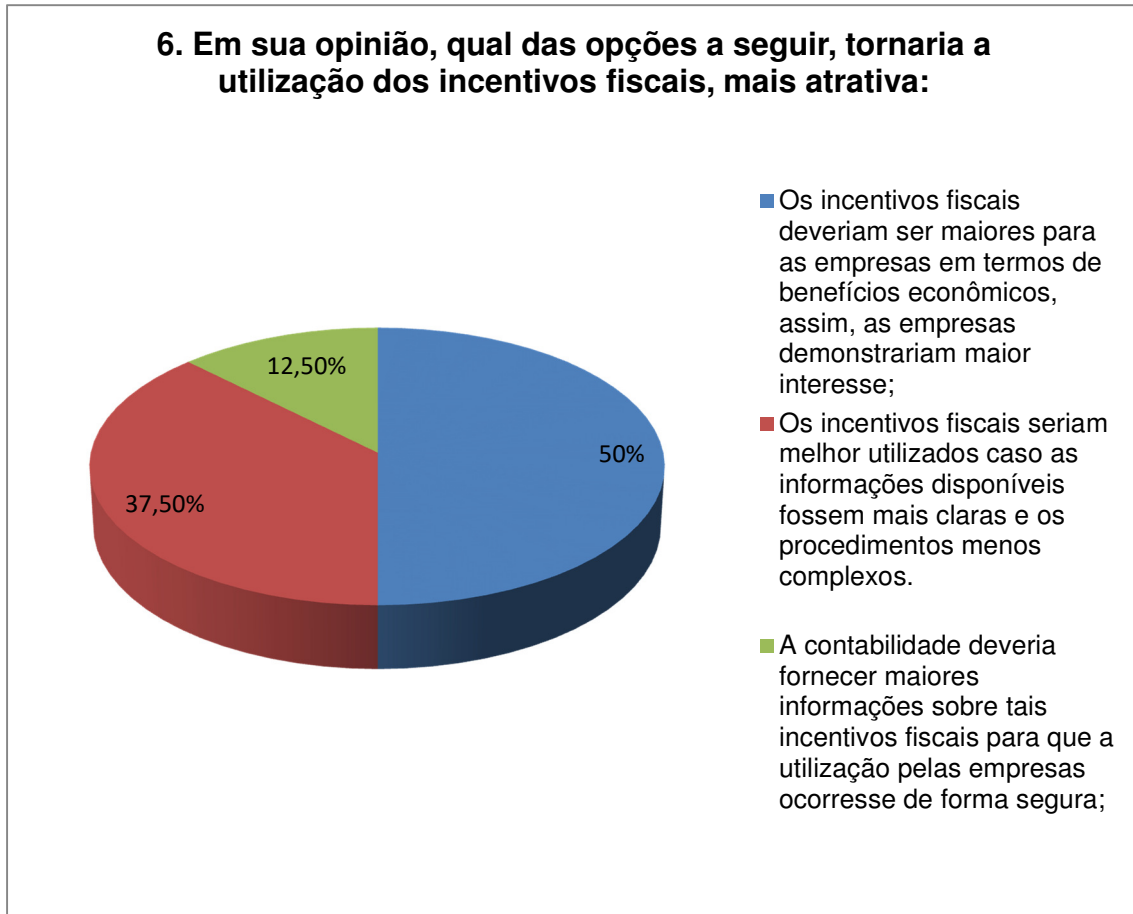


Fonte: dados do questionário aplicado (2016)

Como 100% das empresas responderam que não utilizam, todas ficaram aptas a responder esta questão que visa justificar o porquê da subutilização dos incentivos fiscais. Então foi identificado que 50% das empresas não utilizam porque é complexo e, portanto, inviável na empresa; Obteve-se o percentual para aqueles

que não conhecem a legislação que versa sobre o assunto de 25%; e apenas 12,5% responderam que o valor obtido pela empresa é insatisfatório. 12,5% outros fatores, e estes justificaram que os incentivos que já utilizaram foram extintos pelo governo.

Gráfico 5 – Atração para utilização dos benefícios



Fonte: dados do questionário aplicado (2016)

Nesta opção a metade, ou seja, 50% dos empresários, disseram que os incentivos fiscais deveriam ser maiores para as empresas em termos de benefícios econômicos, assim, as empresas demonstrariam maior interesse; atingiu-se o resultado de 37,5% para aqueles que marcaram que os incentivos seriam melhores utilizados se as informações fossem mais claras e 12,5% acham que a contabilidade deveria dispor de mais informações. Houve uma contradição no que diz respeito à resposta da questão anterior e desta, já que na anterior a maioria disse que não utilizava por ser complexo e inviável, então, entende-se que a maioria deveria responder que a utilização seria mais atrativa, se as informações fossem mais claras e os procedimentos menos complexos.

A última pergunta não foi de caráter obrigatório, foi deixado um espaço caso o empresário quisesse registrar algum comentário ou opinião. Sendo assim, somente dois empresários a responderam.

Quadro 1- Resposta gestor 3

“Melhorar a divulgação dos mesmos e explicar aos empresários os benefícios econômicos sociais.”

Fonte: dados do questionário aplicado (2016)

Quadro 2- Resposta gestor 5

“Muito pouco divulgado, acredito que o próprio governo não tem interesse em disseminar as informações, para assim manter o controle político da distribuição de benefícios.”

Fonte: dados do questionário aplicado (2016)

Ambos os relatos apontam a importância da divulgação dos incentivos fiscais, e comprovam que a não utilização deve-se ao fato do não conhecimento. Um deles acredita que o principal culpado seria o próprio Governo que institui as Leis, pois faz de forma complexa para dificultar a utilização, e assim, os recursos ficam sob o controle dele.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme mencionado na introdução, este artigo teve a pretensão de responder por quais motivos, os benefícios fiscais são tão pouco utilizados pelas empresas. Com a aplicação do questionário foi possível, em pequena escala, identificar e analisar o porquê da baixa utilização, avaliando o conhecimento dos gestores e empresários.

O estudo permitiu conhecer o conceito de incentivos fiscais, bem como as legislações vigentes. Mostrou também, algum dos incentivos fiscais federais existentes e quais benefícios eles podem trazer para a empresa.

Com a aplicação do questionário, constatou-se que 100%(cem por cento) das empresas entrevistadas não utilizam dos incentivos fiscais previstos em Lei. Os

motivos pelos quais os incentivos, são poucos utilizados, foram levantados e chegou-se a conclusão que há a necessidade de maiores divulgações das leis. Os incentivos têm metodologias de cálculo e procedimentos contábeis diferentes, e isso dificulta a compreensão, e que junto com a burocracia acabam desestimulando empresários e gestores. Mesmo que alguns dados mostraram que é de interesse dos empresários, que o valor das deduções seja elevado, os mesmos muitas vezes responderam que não conhecem a legislação. Houve uma contradição no que diz respeito a estas respostas. Pôde-se observar que mesmo sem conhecer acham o valor do incentivo baixo.

Nota-se, que falta também no mercado, pessoas capacitadas e com conhecimento para direcionar as empresas, quanto à correta utilização dos incentivos fiscais. O contador é peça fundamental, tendo em vista, que tem como responsabilidade de trabalhar no interesse público, logo buscar atualização profissional e ter comprometimento ético com a sociedade, é a resposta do sucesso. O profissional contábil, como já citado, é o elo entre a sociedade, o fisco e o contribuinte, sendo de essencial relevância na assimilação tributária.

Conclui-se, que é necessário a intensificação de esforços para divulgação das leis e, com isso, aumentando o conhecimento de todos os envolvidos no processo: contadores, gestores, empresários e sociedade.

FISCAL INCENTIVES: the low utilization of companies opting for real profit

ABSTRAT

Tax incentives are incentives presented by governments, whether at the federal, state or municipal levels, so that companies can invest in social projects and / or Third Sector entities. These resources will serve as an incentive for these entities to develop activities for a given society. Currently there is a strong trend, which leads the company to invest in the social environment, thus leading to the continuity and recognition of society. Although there are several laws and explanations, incentives are still rarely used. This article will show you which companies can participate and which values can be passed on to entities and / or projects. It will also present a research carried out in the municipalities of Nova Era and João Monlevade,

assessing the knowledge of managers and entrepreneurs, with the purpose of showing why the low or non-use of incentives by companies opting for Real Profit.

Keywords: Fiscal incentive. Real profit. Society.

REFERÊNCIAS

APPOLINÁRIO, Fábio. **Dicionário de metodologia científica**: um guia para a produção do conhecimento científico. São Paulo: Atlas, 2004

BARROS, Aidil Jesus da Silveira e LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de Metodologia**: Um guia para a Iniciação Científica. 2 Ed. São Paulo: Makron Books, 2000

CONSELHO ESTADUAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE DE MINAS GERAIS. **Fundo para criança e adolescência**. Disponível em: <<http://www.social.mg.gov.br/cedca/index.php/2014-05-02-11-21-51>> Acesso em: 02/11/2016

BRASIL. **Decreto nº 5**, de 14 de Janeiro de 1991. Regulamenta a Lei N° 6.321, de 14 de abril de 1976, que trata do Programa de Alimentação do Trabalhador, revoga o Decreto nº 78.676, de 8 de novembro de 1976 e dá outras providências

BRASIL. **Decreto nº 949**, de 5 de outubro de 1993. Regulamenta a Lei nº 8.661, de 2 de junho de 1993, que dispõe sobre os incentivos fiscais para a capacitação tecnológica da indústria e da agropecuária e dá outras providências

BRASIL. **Decreto nº 3.000**, de 26 de março de 1999. Regulamenta a tributação, fiscalização, arrecadação e administração do Imposto sobre a Renda e Proventos de Qualquer Natureza

BRASIL. **Lei nº 6.321**, de 14 de abril de 1976. Dispõe sobre a dedução, do lucro tributável para fins de imposto sobre a renda das pessoas jurídicas, do dobro das despesas realizadas em programas de alimentação do trabalhador

BRASIL. **Lei nº 7.988**, de 17 de abril de 2013. Regulamenta os arts. 1º a 13 da Lei nº 12.715, de 17 de setembro de 2012, que dispõem sobre o Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica - PRONON e o Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência - PRONAS/PCD

BRASIL. **Lei nº 8.069**, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente, e dá outras providências

BRASIL. **Lei nº 8.242**, de 12 de outubro de 1991. Cria o Conselho Nacional dos direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA), e dá outras providências

BRASIL. **Lei nº 8.313**, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura – PRONAC, e dá outras providências

BRASIL. **Lei nº 8.661**, de 2 de junho de 1993. Dispõe sobre os incentivos fiscais para a capacitação tecnológica da indústria e da agropecuária e dá outras providências

BRASIL. **Lei nº 8.685**, de 20 de julho de 1993. Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências

BRASIL. **Lei nº 9.532**, de 10 de dezembro de 1997. Altera a legislação tributária e dá outras providências

BRASIL. **Lei nº 9.874**, de 23 de novembro de 1999. Altera dispositivos da Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991, e dá outras providências

BRASIL. **Lei nº 10.741**, de 1º de outubro de 2003. Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências

BRASIL. **Lei nº 11.438**, de 29 de dezembro de 2006. Dispõe sobre incentivos e benefícios para fomentar as atividades de caráter desportivo e dá outras providências

BRASIL. **Lei nº 12.213**, de 20 de janeiro de 2010. Institui o Fundo Nacional do Idoso e autoriza deduzir do imposto de renda devido pelas pessoas físicas e jurídicas as doações efetuadas aos Fundos Municipais, Estaduais e Nacionais do Idoso; e altera a Lei nº 9.250, de 26 de dezembro de 1995

BRASIL. **Lei nº 12.715**, de 17 de setembro de 2012. Altera a alíquota das contribuições previdenciárias sobre a folha de salários devida pelas empresas que especifica; institui o Programa de Incentivo à Inovação Tecnológica e Adensamento da Cadeia Produtiva de Veículos Automotores, o Regime Especial de Tributação do

Programa Nacional de Banda Larga para Implantação de Redes de Telecomunicações, o Regime Especial de Incentivo a Computadores para Uso Educacional, o Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica e o Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência; restabelece o Programa Um Computador por Aluno; altera o Programa de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico da Indústria de Semicondutores, instituído pela Lei nº 11.484, de 31 de maio de 2007; altera as Leis nºs 9.250, de 26 de dezembro de 1995, 11.033, de 21 de dezembro de 2004, 9.430, de 27 de dezembro de 1996, 10.865, de 30 de abril de 2004, 11.774, de 17 de setembro de 2008, 12.546, de 14 de dezembro de 2011, 11.484, de 31 de maio de 2007, 10.637, de 30 de dezembro de 2002, 11.196, de 21 de novembro de 2005, 10.406, de 10 de janeiro de 2002, 9.532, de 10 de dezembro de 1997, 12.431, de 24 de junho de 2011, 12.414, de 9 de junho de 2011, 8.666, de 21 de junho de 1993, 10.925, de 23 de julho de 2004, os Decretos-Leis nºs 1.455, de 7 de abril de 1976, 1.593, de 21 de dezembro de 1977, e a Medida Provisória nº 2.199-14, de 24 de agosto de 2001; e dá outras providências

DIAS, Donaldo de Souza; DA SILVA, Monica Ferreira. **Como escrever uma Monografia**: Manual de Elaboração com Exemplo e Exercícios. São Paulo: Atlas, 2010

FABRETTI, Lúcio Camargo. **Contabilidade Tributária**. 11. Ed. São Paulo: Atlas, 2009

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 Ed. São Paulo: Atlas, 1999

GOMES, Cristiano; VON MENGDEN, Paulo Roberto de Aguiar. A responsabilidade social do contador expressa no uso das deduções fiscais do imposto de renda. **Revista Eletrônica do Curso de Ciências Contábeis**, n. 2, 2013

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Incentivo Fiscal**. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/incentivofiscal>> Acesso em: 10/10/2016

NBC PG. **Norma Brasileira de Contabilidade - PG Conselho Federal de Contabilidade - CFC nº 100 de 24.01.2014**. Disponível em: <<http://www.normaslegais.com.br/legislacao/nbc-pg-100.htm>> Acesso em 10/11/2016

OLIVEIRA, Gustavo Pedro de. **Contabilidade Tributária**. Editora Saraiva 2005

OLIVEIRA, Luís Martins de. **Manual de Contabilidade Tributária**. 9. Ed. São Paulo: Atlas, 2010

RODRIGES, Luís Fernando Rocha. **Incentivos Fiscais:** Uma reflexão sobre a baixa utilização em projetos socioculturais. **MBA EM RESPONSABILIDADE SOCIAL E TERCEIRO SETOR.** Agosto, 2005

APÊNDICE



FACULDADE DOCTUM DE JOÃO MONLEVADE INSTITUTO ENSINAR BRASIL – REDE DOCTUM DE ENSINO

Pesquisa sobre a utilização dos Incentivos fiscais nas empresas

Incentivos Fiscais são estímulos disponibilizados pelo Governo, para que as empresas possam investir em projetos e/ou entidades sociais utilizando do próprio imposto que já seria pago ao Governo. O objetivo deste questionário será avaliar o conhecimento dos gestores, e levantar as possíveis razões da subutilização dos incentivos.

1. Em sua opinião qual é a principal função dos benefícios fiscais?

- A) Redução da carga tributária das empresas;
- B) Beneficiar a sociedade através de realocação dos recursos na prestação de serviços sociais;
- C) Ambas as opções

2. Quais dos benefícios fiscais a seguir você conhece:

- A) Não conheço nenhum;
 - B) Lei Rouanet
 - C) Fundo para Infância e Adolescência
 - D) Outro.Qual(is)?
-

3. A empresa realiza alguma ação social?

- A) Não;
- B) Sim;

Se sim, qual(is) ação(ões)

4. A empresa utiliza de algum incentivo fiscal previsto em Lei?

- A) Sim;
- B) Não;

Se sim, qual(is) ação(ões)

5. Caso a empresa não utilize de algum incentivo fiscal, assinale a(s) opção(ões) que justifique(m) a não utilização?

- A) Não conheço a legislação que versa sobre o assunto;
- B) O valor do retorno obtido pela é insatisfatório
- C) A utilização é complexa e portanto inviável na empresa;
- D) Não faz parte da cultura organizacional da empresa;

Outros

fatores:

6. Em sua opinião, qual das opções a seguir, tornaria a utilização dos incentivos fiscais mais atrativa:

- A) Os incentivos fiscais deveriam ser maiores para as empresas em termos de benefícios econômicos, assim, as empresas demonstrariam maior interesse;
- B) A contabilidade deveria fornecer maiores informações sobre tais incentivos fiscais para que a utilização pelas empresas ocorresse de forma segura;
- C) Os incentivos fiscais seriam melhor utilizados caso as informações disponíveis fossem mais claras e os procedimentos menos complexos.

7. Caso queira registrar algum comentário ou opinião sobre os incentivos fiscais, peço que registre a seguir: