

Valores de coparticipação em custos e despesas: tratamento fiscal

A imprensa especializada noticiou neste mês de julho caso interessante de empresa varejista de grande porte, autuada pela Receita Federal por não oferecer à tributação das contribuições para o PIS e a Cofins valores recebidos como reembolso de custos decorrentes de gastos com propaganda. O caso será examinado pelo Conselho Administrativo de Recursos Fiscais (Carf). Em novembro de 2013, houve caso de outra varejista autuada pelos mesmos motivos, cujo recurso ao Carf foi negado, já que o ingresso dos recursos foi considerado receita tributável.

Nesses casos, supõe-se que a empresa varejista arcou, inicialmente, com o custo da propaganda veiculada para promover a venda de seus produtos, cuja fatura foi emitida em seu nome. Posteriormente, por conta de acordo firmado com os fornecedores dos produtos objeto de divulgação, recebeu destes o reembolso de parte dos custos incorridos a esse título.

Segundo a fiscalização, esse ingresso seria tributável pelas referidas contribuições por constituir receita.

Uma análise das normas e da própria característica da operação demonstra o equívoco da autuação e da decisão administrativa que manteve o lançamento.

A varejista poderia perfeitamente ter contratado os serviços de propaganda em conjunto com seus fornecedores. A empresa de publicidade emitiria duas faturas distintas, uma voltada à varejista e outra aos fornecedores, e a fiscalização jamais levantaria qualquer problema.

O fato de a empresa ter assumido integralmente o ônus dos serviços prestados em uma primeira etapa, e transferido parte dele em momento subsequente aos fornecedores, em nada altera a disciplina fiscal, desde que não esteja compreendida entre suas atividades principais a prestação de serviços de publicidade, propaganda, divulgação e veiculação de anúncios em geral.

Tampouco é relevante o fato de tratar-se de empresas sem qualquer vínculo societário. Nesse caso, o que ocorre é a associação temporária para a realização de um projeto específico de interesse comum, não havendo, portanto, razão para dispensar tratamento tributário diverso daquele atribuído a despesas comuns de empresas de um mesmo grupo.

Resta acrescentar que essa controvérsia já foi há muito analisada pelo então Conselho de Contribuintes do Ministério da Fazenda, que decidiu, à época do extinto Finsocial, que "as receitas recebidas a título de coparticipação em despesas de propaganda, promoção e publicidade cobradas [pelo fabricante] dos distribuidores do produto não integram a base de cálculo da contribuição."¹

Custa acreditar que as acertadas decisões, proferidas há mais de 20 anos, e já consolidadas na jurisprudência do Carf, venham a ser modificadas agora, ressuscitando polêmica que todos julgavam encerrada.

Vinicius Branco
vbranco@levysalomao.com.br

São Paulo

Av. Brig. Faria Lima, 2601
12º andar - 01452-924
São Paulo, SP - Brasil
Tel: (11) 3555 5000

Brasília

SBN, Q 1, BI B, 14, Ed. CNC
2º andar, sl. 201 - 70041-902
Brasília - DF - Brasil
Tel. (61) 2109 6070

Rio de Janeiro

Praia de Botafogo, 440
15º andar - 22250-908
Rio de Janeiro, RJ - Brasil
Tel: (21) 3503 2000

¹ 2º Conselho de Contribuintes / 2ª Câmara, acórdão 202-04.9590, em 28 de abril de 1992, DOU de 2 de setembro de 1992. Também o acórdão 103-8.605/88, da 3ª Câmara, publicado no DOU de 4 de maio de 1989, e acórdão 101-80-457/90, da 1ª. Câmara, publicado no DOU de 15 de outubro de 1990.