

ANA CAROLINA DIAS

**A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS VIABILIZADA  
PELOS INCENTIVOS FISCAIS GOVERNAMENTAIS COM O INTUITO  
DE FOMENTAR O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO**

Monografia apresentada como requisito  
para a obtenção do Grau de Bacharel  
em Ciências Contábeis da  
Universidade de Caxias do Sul

Orientador: Prof. Esp. Nilton José Goulart Martins

Caxias do Sul

2011

APROVAÇÃO

ANA CAROLINA DIAS

**A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS VIABILIZADA  
PELOS INCENTIVOS FISCAIS GOVERNAMENTAIS COM O INTUITO  
DE FOMENTAR O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO**

Monografia apresentada como requisito para a obtenção do Grau de Bacharel em Ciências Contábeis da Universidade de Caxias do Sul.

Banca examinadora:

Presidente/orientador

-----  
Nilton José Goulart Martins

Examinadores

-----  
Nome e titulação do banqueiro - UCS

-----  
Nome e titulação do banqueiro – UCS

Trabalho apresentado e aprovado pela banca examinadora em \_\_\_\_/\_\_\_\_/2011.

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este trabalho aos meus pais, por todo o amor e dedicação para comigo, por terem sido a peça fundamental para que eu tenha me tornado a pessoa que hoje sou. A minha família pelo carinho e apoio dispensados em todos os momentos que precisei.

## **AGRADECIMENTOS**

Quero expressar meus agradecimentos àqueles que estavam sempre ao meu lado por todos os momentos que passamos durante esses anos sem os quais essa trajetória não seria tão prazerosa; Ao meu orientador, professor Prof. Esp. Nilton José Goulart Martins, pelo ensinamento e dedicação dispensados no auxílio à concretização dessa monografia; A todos os professores do curso de contábeis, pela paciência, dedicação e ensinamentos disponibilizados nas aulas, contribuindo para a minha qualificação profissional.

## **PENSAMENTO**

Quando uma criatura humana desperta para um grande sonho e sobre ele lança toda a força de sua alma, todo o universo conspira a seu favor.

Johann Goethe

## RESUMO

Esta monografia tem por objetivo destacar algumas possibilidades de incentivos fiscais destinados a promover o desenvolvimento, de alguns segmentos da economia nacional de interesse governamental. Esses programas são viabilizados através de agentes oficiais de fomento e/ou através da redução ou isenção de impostos. A Contabilidade, através de suas técnicas pode potencializar esse processo sistematizando e informando os seus usuários e evidenciando a responsabilidade social das empresas. Através destes incentivos as empresas podem, além de alavancar a economia, fortalecer também o seu papel social. A utilização dos incentivos fiscais concedidos pelo governo coopera para um desenvolvimento sustentável e de bem - estar generalizado. Para a elaboração deste trabalho é utilizada a pesquisa bibliográfica, que consiste no exame de obras de vários autores da área contábil e da legislação e normas relacionadas aos Incentivos fiscais, Responsabilidade Social, Balanço Social, Sustentabilidade e Demonstração do Valor Adicionado. Tendo como finalidade verificar conceitos, pressupostos dos incentivos fiscais como fomento da economia e seus reflexos na sociedade. O referido estudo destaca a responsabilidade do profissional de contabilidade em disponibilizar aos diversos usuários demonstrações capazes de evidenciar o desenvolvimento das entidades como agentes do desenvolvimento social.

**Palavras-chave:** Incentivos Fiscais. Responsabilidade Social. Balanço Social. Demonstração do Valor Adicionado.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente .....	19
Figura 2: Lei Rouanet.....	21
Figura 3: Ponto de equilíbrio e lei dos rendimentos decrescentes .....	31
Figura 4: PAT – Programa de Alimentação do Trabalhador.....	41
Figura 5: Entidades Sem Fins Lucrativos .....	44
Figura 6: Incentivos Fiscais à Inovação da Lei do Bem .....	47
Figura 7: Vantagens da Responsabilidade Social.....	57
Figura 8: Eixo da Responsabilidade Social .....	58
Figura 9: Pilares da Responsabilidade Social .....	59
Figura 10: Usuários Primários da Empresa.....	60
Figura 11: Usuários Secundários da Empresa.....	61
Figura 12: Sustentabilidade Empresarial.....	65

## **LISTAS DE QUADROS**

Quadro 1: Certidões a serem apresentadas – na fase de aprovação. ....	24
Quadro 2: Documentos obrigatórios para apresentação de projetos .....	26
Quadro 3: Importância do Balanço Social .....	64
Quadro 4: DVA – Conceitos Contábeis / Conceitos Econômicos.....	71
Quadro 5: Usuários do Balanço Social e Demonstrações do Valor Adicionado.....	74

## **LISTA DE SÍMBOLOS, ABREVIATURAS E SIGLAS**

CF/88 – Constituição Federal de 1988  
C&T – Ciência e Tecnologia  
COFINS – Contribuição Para o Financiamento de Seguridade Social  
CSLL – Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido  
CT&I – Ciência, Tecnologia e Inovação  
,DVA – Demonstração do Valor Adicionado  
FICART – Fundo de Investimento Cultural e Artístico  
FNC – Fundo Nacional de Cultura  
FNC – Fundo Nacional de Cultura  
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística  
IR – Imposto de Renda  
IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica  
ME – Ministério do Esporte  
OSCIPs – Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público  
P&D – Pesquisa e Desenvolvimento  
PASEP – Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público  
PD&I – Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação  
PIS – Programa de Integração Social  
PNL – Produto Nacional Líquido  
PPA – Programa Plurianual  
PRONAC – Programa Nacional de Apoio à Cultura  
SIMPLES– Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições.

## SUMÁRIO

<b>1 MONOGRAFIA CIÊNCIAS CONTÁBEIS .....</b>	<b>12</b>
1.1 IMPORTÂNCIA DO ESTUDO .....	12
1.2 QUESTÃO DE PESQUISA .....	13
1.3 OBJETIVOS .....	13
1.3.1 <i>Objetivo geral</i> .....	13
1.3.2 <i>Objetivos específicos</i> .....	13
1.4 METODOLOGIA .....	14
1.5 ESTRUTURA DO ESTUDO .....	15
<b>2 INCENTIVOS FISCAIS .....</b>	<b>16</b>
2.1 CONCEITO .....	16
2.2 INSTITUIÇÃO DOS INCENTIVOS FISCAIS .....	17
2.3 FUNDO MUNICIPAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE.....	18
2.3.1 <i>Base Legal</i> .....	18
2.3.2 <i>Conceitos</i> .....	19
2.3.3 <i>Como são feitas as destinações e a Quem se Destina</i> .....	20
2.3.4 <i>Doações</i> .....	21
2.4 LEI ROUANET.....	21
2.4.1 <i>Base Legal</i> .....	22
2.4.2 <i>Conceitos</i> .....	27
2.4.3 <i>Como são feitas as destinações e a Quem se Destina</i> : .....	28
2.4.4 <i>Doações e Patrocínios</i> .....	29
2.5 LEI DE INCENTIVO AO ESPORTE .....	30
2.5.1 <i>Base Legal</i> .....	30
2.5.2 <i>Conceitos</i> .....	31
2.5.3 <i>Como são feitas as destinações e a Quem se Destina</i> .....	32
2.5.4 <i>Doações e Patrocínios</i> .....	35
2.6 PROGRAMA DE ALIMENTAÇÃO DO TRABALHADOR.....	40
2.6.1 <i>Base Legal</i> .....	40
2.6.2 <i>Conceito</i> : .....	41
2.6.3 <i>Como são feitas as destinações e a quem se destina</i> .....	42
2.6.4 <i>Dedução do Imposto de Renda para Pessoa Jurídica</i> .....	43

2.7	DOAÇÕES A ENTIDADES CIVIS SEM FINS LUCRATIVOS:.....	44
2.7.1	<i>Base Legal:</i> .....	45
2.7.2	<i>Conceito:</i> .....	45
2.7.3	<i>Como são feitas as destinações e a quem se destina:</i> .....	46
2.7.4	<i>Doações:</i> .....	46
2.8	INCENTIVOS FISCAIS À INOVAÇÃO DA LEI DO BEM:.....	47
2.8.1	<i>Base Legal:</i> .....	47
2.8.2	<i>Conceito:</i> .....	48
2.8.3	<i>Beneficiários:</i> .....	50
2.8.4	<i>Deduções:</i> .....	51
<b>3</b>	<b>RESPONSABILIDADE SOCIAL.....</b>	<b>53</b>
3.1	CONCEITO .....	53
3.2	EVOLUÇÃO HISTÓRICA.....	54
3.3	IMPORTÂNCIA E VANTAGENS:.....	55
3.4	EIXOS E PILARES DA RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	57
<b>4</b>	<b>DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS .....</b>	<b>59</b>
4.1	EVOLUÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES .....	59
4.2	CONTABILIDADE E SUA FUNÇÃO SOCIAL .....	61
4.3	BALANÇO SOCIAL.....	63
4.4	MODELOS DE BALANÇO SOCIAL – IBASE .....	66
4.5	DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO.....	69
4.6	CONCEITO CONTÁBIL VERSUS CONCEITO ECONÔMICO DO DVA.....	71
4.7	MODELOS DE DEMONSTRAÇÕES DO VALOR ADICIONADO.....	72
4.8	USUÁRIOS DO BALANÇO SOCIAL/ DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO .....	74
<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>75</b>
5.1	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	75

# 1 MONOGRAFIA CIÊNCIAS CONTÁBEIS

## 1.1 IMPORTÂNCIA DO ESTUDO

No contexto histórico da humanidade vimos que com o progresso e o avanço de novas tecnologias resultando na era informatizada agregado a este contexto vieram a mazelas de uma sociedade carente e marginalizada em conjunto com a degradação ambiental.

Se partirmos do pressuposto que as empresas surgem não de um trabalho isolado, mas sim de uma interação desta com todo o meio que a cerca, do ponto de vista de Chiavenato apud Young & Dos Santos (2002, p.6), “é o grau de obrigações que uma organização assume através de ações que protejam e melhorem o bem-estar da sociedade à medida que procura atingir seus próprios interesses”, logo esta se torna co-responsável por esta sociedade a qual está inserida.

Contudo, nos deparamos com uma economia que inibe a empresa em atender às demandas e à responsabilidade social, além da elevada carga tributária.

Há de se salientar que muitas são as críticas quanto à política pública de incentivos fiscais, mas não podemos deixar de realçar que estas também resultam em um impacto positivo na economia.

O presente estudo tem por finalidade abordar os incentivos fiscais, destacando os principais, para que seja visto não só como uma forma de economia para as empresas, e ou uma forma de fomento econômico, mas como uma forma de contribuir para com a sociedade na qual a empresa está inserida. A proposta maior é esclarecer a aplicação das leis de incentivo fiscais e apostar em uma conscientização de cidadania. Para a demonstração das ações sociais desenvolvidas pelas empresas a contabilidade utiliza-se do Balanço Social e a Demonstração do Valor Adicionado.

O Balanço Social mostra como a contabilidade pode e deve enriquecer a informação que reporta aos diferenciados usuários, fazendo uso de um instrumento de gestão e de informação, visando evidenciar, da forma mais transparente possível, informações econômicas e sociais de desempenho das entidades. Isso possibilita uma melhor avaliação das empresas e o seu papel social.

Com a Demonstração do Valor Adicionado temos a oportunidade de apresentar sua contribuição para com a comunidade, isto é, demonstrar como essa

empresa esta interagindo entre os diferentes grupos sociais e de que forma distribui a riqueza gerada pelas suas operações.

## 1.2 QUESTÃO DE PESQUISA

Diante da deficiência do Estado em suprir as necessidades sociais, cabe então as empresas cada vez mais atuarem de forma pro ativa com o propósito de uma sociedade mais justa.

Os incentivos são leis que são instituídas pelos órgãos do direito público que possuam competência tributária e dessa forma, capacidade para renunciar ao recolhimento do imposto, Assim União, Estado e Municípios podem instituir leis de incentivos no âmbito de sua competência. Através destes incentivos fiscais as empresas além de gerarem maiores resultados econômicos para si, na economia de pagamento de tributos, auxiliam de forma efetiva junto à sociedade contribuindo para a diminuição das carências sociais.

O papel do contador como profissional capacitado para viabilizar o esclarecimento e a transparência desta efetiva contribuição da empresa para com a sociedade vem através das demonstrações do Balanço Social (DBS) e do Valor Adicionado (DVA).

## 1.3 OBJETIVOS

### *1.3.1 Objetivo geral*

Com base na delimitação do tema de pesquisa proposto, a questão de pesquisa para o estudo é: Levantar os principais incentivos governamentais destacando como e onde são aplicados. Destacar a importância das empresas quanto a sua responsabilidade social e como a contabilidade é ponto chave para essa ação.

### *1.3.2 Objetivos específicos*

- Mensurar os principais incentivos fiscais a nível Federal.

- Destacar como as empresas podem contribuir com o bem social fazendo uso dos incentivos fiscais, reduzindo a sua carga tributária e ou disponibilizando recursos, revertendo assim para o bem social comum.

- Demonstrar de que forma pode-se disponibilizar informações transparentes referentes a utilização destes incentivos e a efetiva reversão para a sociedade, utilizando-se das demonstrações – Balanço Social e Demonstração do Valor Adicionado.

- Apresentar os usuários que farão uso destas informações: investidores, fomentadores, governo, entre outros.

- Demonstrar a importância da contabilidade como viabilizadora de informações sobre as ações desenvolvidas pelas empresas em prol da sociedade e como fomentadora do progresso social, gerando emprego e distribuindo resultados de suas operações.

#### 1.4 METODOLOGIA

O método de pesquisa a ser utilizado será a pesquisa bibliográfica, onde, através de levantamentos dos assuntos relacionados a incentivos fiscais, contabilidade e a transparência na publicação das informações através das demonstrações contábeis tais como Balanço Social e Valor Adicionado, pretende-se evidenciar a importância destes incentivos na responsabilidade social das empresas. Verificando a aplicabilidade destes incentivos fiscais e conceitos levantados em virtude da pesquisa bibliográfica, evidenciando a contabilidade como fonte principal da sua prática.

Em relação à pesquisa será desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos e leis fiscais. A principal vantagem da pesquisa bibliográfica está em permitir verificar a aplicabilidade de forma mais ampla do que aquela que poderia pesquisar em um estudo de caso. Esta vantagem se torna particularmente importante quando o problema de pesquisa requer dados muito amplos e não restritos apenas a um caso específico. Assim através da pesquisa bibliográfica realizar um trabalho de amadurecimento do propósito do trabalho em questão.

- Levantamento bibliográfico de obras (livros, revistas, etc.) que tratem sobre Incentivos Fiscais, Responsabilidade Social e as Demonstrações contábeis, como Balanço Social e Demonstração do Valor Adicionado;
- Levantamento dos principais incentivos fiscais, conceitos, o que são esses incentivos, como são feitas as destinações financeiras e a quem se destina.
- Leitura de artigos e trabalhos acadêmicos que tratem sobre o tema;
- Consulta através de sites do CRC, Governo, fóruns entre outros;
- Apresentação de alguns modelos de demonstrações do Balanço Social e das Demonstrações do Valor Adicionado.

### 1.5 ESTRUTURA DO ESTUDO

Devido a grande importância do assunto para a sociedade em geral, nos últimos anos cobra-se a responsabilidade social das empresas, embora um problema, cuja maior responsabilidade seja do governo, este por sua vez investiu esforços significativos na proposta de incentivos fiscais.

No primeiro capítulo será apresentada a introdução, os objetivos e a justificativa, além dos diversos aspectos teóricos que devem ser observados sobre os incentivos fiscais, a transparência na divulgação das demonstrações; Balanço Social e Demonstração do Valor Adicionado e como isso nos reporta a responsabilidade social.

No segundo capítulo serão apresentados os principais incentivos fiscais, seus embasamentos legais a quem e como são destinados os recursos financeiros.

No terceiro capítulo será apresentado o foco da responsabilidade social das empresas, conceitos, princípios básicos de responsabilidade social e ainda como esta responsabilidade social pode vir ser suprida com o aproveitamento dos incentivos fiscais, e a importância no processo de transparência no uso efetivo destes incentivos em prol a sociedade. Serão apresentadas também demonstrações contábeis publicadas de empresas modelos como exemplos de aplicação efetiva destes incentivos

No quarto e último capítulo pretende-se atingir o objetivo principal da pesquisa, ou seja, identificar qual é a importância da contabilidade neste processo onde os incentivos fiscais utilizados de forma responsável possam fazer com que através de uma nova visão administrativa das empresas seja cumprido o seu papel

social e que a contabilidade não seja vista só como uma unidade de cálculos de impostos, de verificação de lucros, mas como co-responsável pela melhoria social de nossa Nação. E ainda, como fonte de informação e transparência destes objetivos aos mais diversos usuários.

Por fim, apresenta-se a conclusão.

## **2 INCENTIVOS FISCAIS**

### **2.1 CONCEITO**

O vocábulo incentivo possui um significado de base relacionado à atitude de estimular, incitar. Em geral os incentivos fiscais são estímulos criados pelos Governos para desenvolver e estimular, por meio de parcerias com a iniciativa privada, setores de interesse para o país. Os incentivos fiscais consistem, basicamente, em espécie de renúncia de receitas públicas para o administrador público e benefícios aos administrados (contribuintes), objetivando o desenvolvimento econômico e regional, o aumento de saldo da balança comercial, o desenvolvimento do parque industrial nacional, a geração de empregos, a colocação de produtos de fabricação nacional no mercado externo, dentre outros.

Diante da imensa divergência doutrinária acerca dos limites do conceito de incentivo fiscal, adota-se, nesta dissertação, a concepção de Ricardo Lobo Torres (1983, p. 207) no sentido de que:

“como concedente dos incentivos, o Estado opera através da receita (isenções, reduções de base de cálculo, créditos fiscais) ou da despesa (restituições, pelo menos, em sua forma pura). Os incentivos fiscais, por conseguinte, são todos aqueles benefícios concedidos com o fito de intervir na ordem econômica, seja para diminuir as desigualdades entre as pessoas e regiões do país,”

Em consequência desta opção, analisar-se-á a utilização da política concessiva de incentivos fiscais como mecanismo de redução das desigualdades regionais no cenário que se desenhou no Brasil.

Quando se fala em incentivos fiscais, dependendo da modalidade que se tem em foco, correlacionam-se fundamentalmente vários conceitos: É caso de renúncia fiscal para a área financeira, favor fiscal para a área tributária, e fomento para

determinada atividade ou setor, quando estes incentivos visam alocar recursos para o desenvolvimento econômico.

Na procura de tornar este trabalho atrativo para o leitor e compreensível em relação a cada incentivo fiscal é plausível citá-los como estímulos para o fomento cultural, social e econômico, medidas de isenções fiscais dadas pelo governo para viabilizar os recursos necessários para estimular o setor.

Seguindo este raciocínio, assim se pronuncia o mestre José Carlos dos Santos, quando fala da “ordem econômica”, em sua obra Manual de Direito Administrativo:

“O incentivo representa o estímulo que o governo deve oferecer para o desenvolvimento econômico e social do país, fixando medidas com as isenções fiscais.”.

Ainda no mesmo capítulo, deixa explícita sua visão sobre o fomento na atividade econômica:

“No que concerne ao incentivo – denominado por alguns de “fomento” -, deve o Estado disponibilizar o maior número possível de instrumentos para o desenvolvimento econômico a ser perseguido pela iniciativa privada. Trata-se, na verdade, de estímulo para o desempenho da atividade econômica. São instrumentos de incentivo os benefícios tributários, os subsídios, as garantias, os empréstimos em condições favoráveis, a proteção aos meios nacionais de produção, a assistência tecnológica e outros mecanismos semelhantes que se preordenem ao mesmo objetivo.”

O simples conhecimento das leis de incentivo por si só não garante o seu uso eficiente, tem que haver integração entre as diversas áreas, tais como: responsabilidade social, recursos humanos, marketing, comunicação e meio ambiente, planejamento, por exemplo.

## 2.2 INSTITUIÇÃO DOS INCENTIVOS FISCAIS

Por oportuno, faz-se necessário destacar a natureza jurídica dos incentivos fiscais, dada a confusão que se faz sobre o que é incentivo, fomento, auxílio, renúncia de receita e outros conceitos que surgem juntamente com o tema.

Os incentivos fiscais, objeto desse estudo, são aqueles de natureza tributária, consistindo, principalmente, na redução ou, até mesmo, isenção da cobrança do

Impostos, tais incentivos podem ser concedidos por meio de Lei Complementar ou através de Convênios, celebrados e ratificados pelos Estados, que somente passam a ter eficácia após aprovação por Decreto Legislativo.

As leis de incentivo só podem ser instituídas por pessoas jurídicas de direito público que possuam competência tributária, e, dessa forma, capacidade para renunciar ao recolhimento de impostos.

Assim, União, Estados e Municípios podem instituir leis de incentivo fiscal no âmbito de sua competência e renunciar parte da receita que dispõem e controlam.

Parece essencial abordar os princípios constitucionais aplicados aos incentivos fiscais, iniciando-se pelo princípio da legalidade, previsto na carta republicana, indispensável quando se trata de incentivo fiscal, cuja natureza é de isenção fiscal.

Partindo do fato de que o incentivo fiscal configura renúncia de receita, há de se observar a exigência da Lei que expresse essa possibilidade, garantindo a execução do programa incentivador. Depara-se, pois, obrigatoriamente o legislador, ao elaborar o dispositivo legal de incentivo, com o princípio da legalidade, explicitado nos artigos 5º, II e 150, I, da Constituição Federal.

As leis Federais estão todas relacionadas ao incentivo fiscal do imposto de renda das pessoas jurídicas e também das pessoas físicas que não são objeto de nosso trabalho.

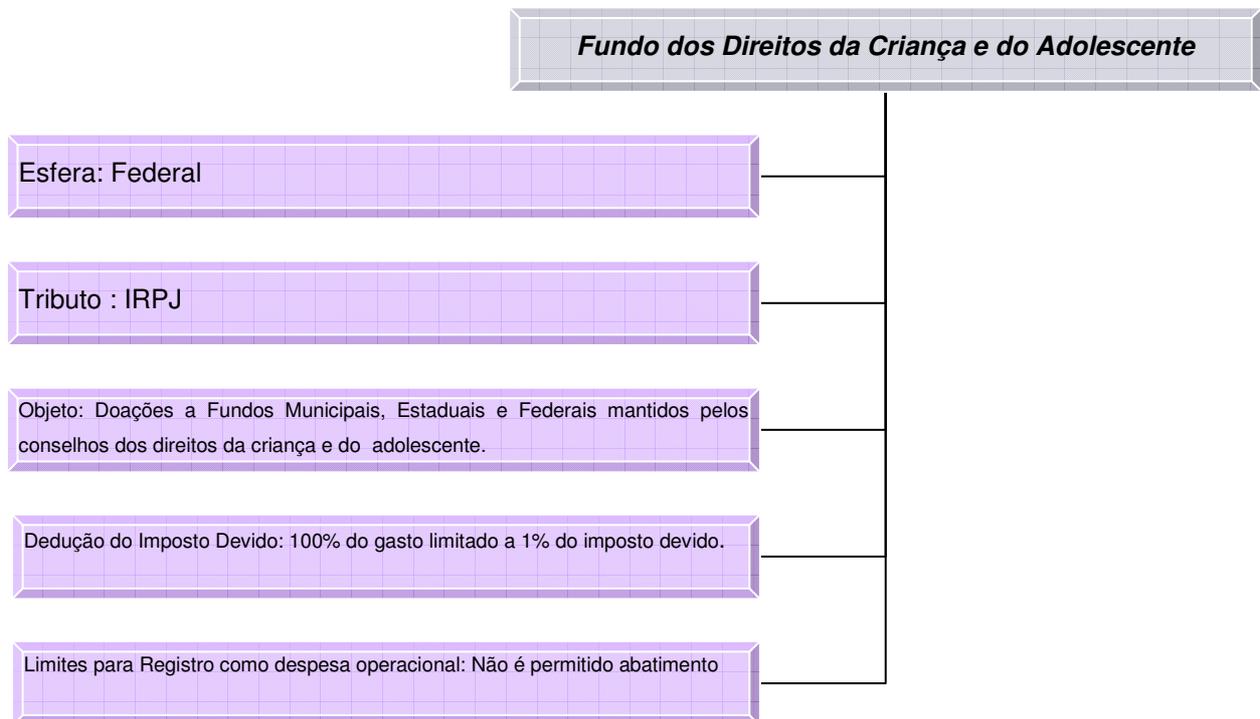
Somente as pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real podem fazer uso desses tipos de incentivo fiscais.

## 2.3 FUNDO MUNICIPAL DOS DIREITOS DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

### 2.3.1 *Base Legal*

O Estatuto da Criança e do Adolescente (criado em 1990 pela Lei 8069/90), permite aos contribuintes do Imposto de Renda destinar parte do imposto devido aos Fundos dos Direitos da Criança e Adolescente. Os limites de destinação são de 6% do IR devido (para pessoa física) e de 1% do IR devido (para pessoa jurídica - lucro real). No caso de pessoa jurídica, não podem participar as empresas optantes pelo modelo simples, lucro presumido ou lucro arbitrado. A base legal para estas

deduções está contida nas seguintes Leis: 8069/90, art.260; 8961/95, art.34; 9430/96, art.2; 9532/art.6 com redação MP 1636/97.



**Figura 1: Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente**

### 2.3.2 Conceitos

A Atenção à criança e ao adolescente constitui-se numa das diretrizes constitucionais, como se ressaltou do texto do Art. 227 da CF/88:

É dever da família, da sociedade e do Estado assegurar a criança e ao adolescente, com absoluta prioridade, o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, ao respeito, à liberdade e à convivência familiar e comunitária, além de colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão.

O Fundo dos direitos da criança e do Adolescente enquadra-se, pois, na série de políticas públicas destinadas a proteção integral à criança e ao adolescente.

O Fundo Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente é uma conta especial para depósito de recursos financeiro públicos e privados e um mecanismo de gestão instituído pelo poder público. As diretrizes são baseadas no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), seguindo as medidas de proteção dispostas em seus artigos 98 a 102.

O Fundo é gerido pelo Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente (CMDCA) de cada município e aplicado de acordo com a realidade do local. O Conselho é formado por representantes do poder público e das organizações da sociedade civil. É constituído como o órgão máximo das decisões de políticas relacionadas à criança e ao adolescente, o que inclui estabelecer critérios de aplicação e fiscalização dos recursos do Fundo.

O valor da doação é considerado indedutível como despesa operacional, para a pessoa jurídica doadora.

O cadastramento de instituições executoras de programas e projetos sociais é feito junto aos Conselhos municipais da cidade em estão sediadas. Para cadastrar-se, a instituição precisa apresentar a documentação exigida pelo Conselho, bem como um projeto de ação social, no atendimento a criança e adolescentes na faixa de zero a dezoito anos incompletos.

### *2.3.3 Como são feitas as destinações e a Quem se Destina*

No caso de pessoa jurídica, o uso do incentivo fiscal é limitado a 1% do Imposto de Renda devido a cada ano. A destinação deve ser realizada por meio de depósito identificado na conta do Fundo Municipal de Direitos da Criança e do Adolescente e pode ser direcionada a projetos específicos ou simplesmente ao Fundo, variando de acordo com as regras do Conselho do município.

Os recursos do Fundo são investidos em ações de medidas socioeducativas direcionadas à criança e ao adolescente. Entre elas estão:

- Ações voltadas para área da saúde.
- Construção da infra-estrutura de hospitais, bibliotecas, centros esportivos, creches, entre outros.
- Capacitação profissional de adolescentes.
- Desenvolvimento de oficinas voltadas a atividades culturais e esportivas.
- Programas de atendimento a autores de atos infracionais.
- Prevenção e tratamento de dependentes químicos.
- Proteção de vítimas de maus tratos, violência e abuso sexual.
- Atendimentos de meninos e meninas em situação de rua.
- Programas e projetos de comunicação e divulgação da política de direitos da criança e do adolescente

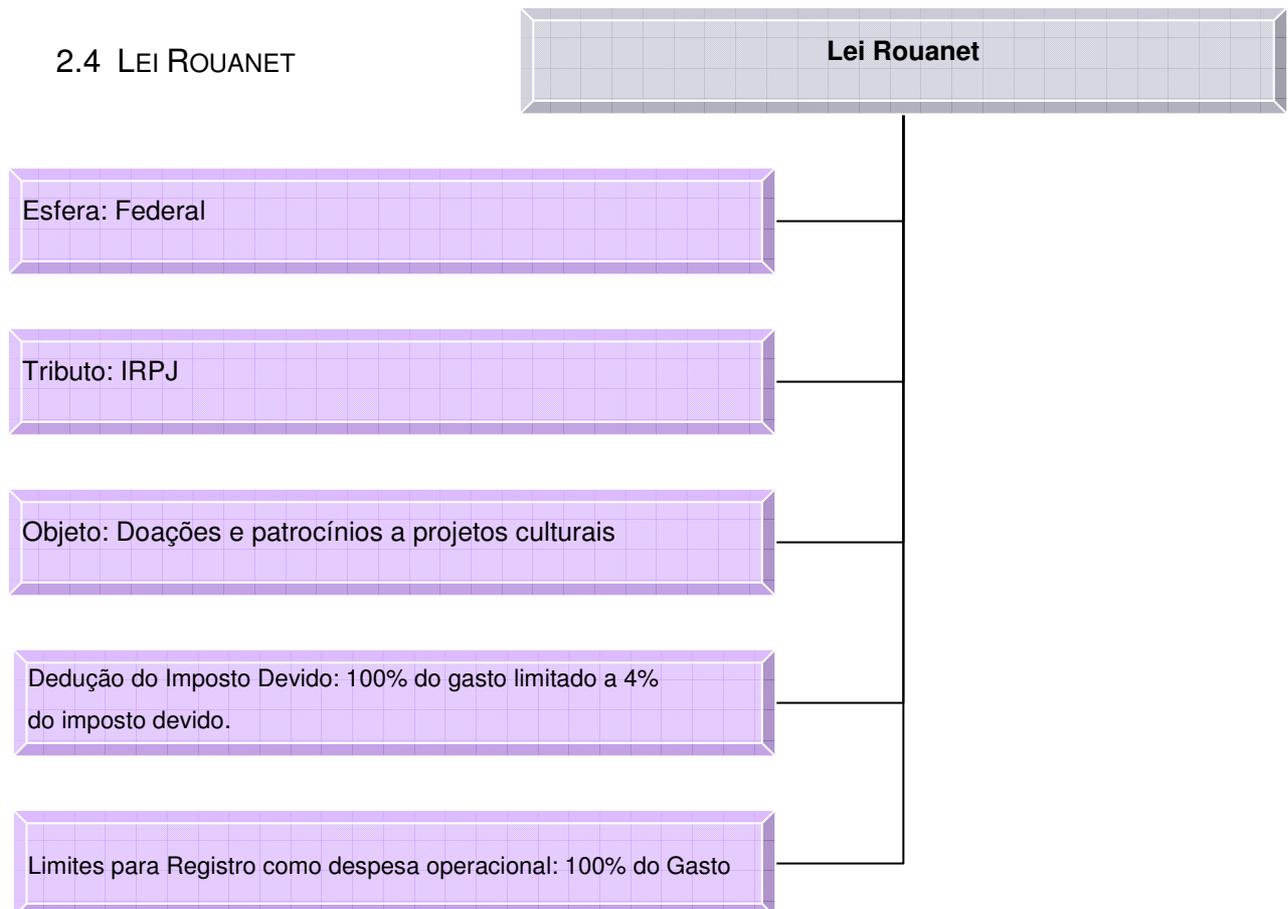
O valor deverá ser pago até o último dia útil de cada período de apuração do imposto, trimestral ou anual.

### 2.3.4 Doações

As doações feitas por pessoas físicas ou jurídicas possibilitam incentivo fiscal na forma de abatimento o IR.

Além da doação em dinheiro podem ser feitas também doações em bens pelas pessoas jurídicas e pessoas físicas. No caso, da pessoa jurídica deve-se usar o valor contábil do bem. Os valores não podem exceder o valor de mercado. O recibo deve ter uma descrição detalhada do bem doado. Podem ser doados imóveis, veículos e equipamentos, dentro outros bens. Para tanto se deve observar a Instrução Normativa n.º 86/94, da Secretaria da Receita Federal.

Em determinados Municípios, a legislação prevê a possibilidade de o doador indicar diretamente as entidades que serão beneficiadas coma doação.



**Figura 2: Lei Rouanet**

### 2.4.1 Base Legal

A Lei Federal de incentivo à Cultura 8.313, 23 de dezembro de 1991; instituiu por meio do Programa Nacional de Apoio à Cultura - PRONAC, os mecanismos do Fundo Nacional da Cultura – FNC do mecenato e do Fundo de Investimento Cultural e Artístico – FICART.

O FNC apóia a fundo perdido, projetos culturais apresentados por entidades públicas e privadas sem fins lucrativos de natureza cultural.

O Mecenato refere-se ao apoio que o governo Federal dá a cultura, permitindo que projetos culturais recebam recursos de empresas e pessoas físicas. Uma parte desses recursos pode ser deduzido do Imposto de Renda devido.

O FICART permite a aplicação em projetos culturais de caráter comercial, por meio de fundos de Investimento criados por instituições financeiras.

Para os realizadores de projetos culturais possam receber apoio em um dos mecanismos do PRONAC, deverão antes obter a aprovação do Ministério da Cultura.

O Programa Nacional de Apoio à Cultura - PRONAC a totalidade dos objetivos pretendidos encontra-se listada ao longo do Art. 1º da Lei 8.313/91.

I - contribuir para facilitar, a todos, os meios para o livre acesso às fontes da cultura e o pleno exercício dos direitos culturais;

II - promover e estimular a regionalização da produção cultural e artística brasileira, com valorização de recursos humanos e conteúdos locais;

III - apoiar, valorizar e difundir o conjunto das manifestações culturais e seus respectivos criadores;

IV - proteger as expressões culturais dos grupos formadores da sociedade brasileira e responsáveis pelo pluralismo da cultura nacional;

V - salvaguardar a sobrevivência e o florescimento dos modos de criar, fazer e viver da sociedade brasileira;

VI - preservar os bens materiais e imateriais do patrimônio cultural e histórico brasileiro;

VII - desenvolver a consciência internacional e o respeito aos valores culturais de outros povos ou nações;

VIII - estimular a produção e difusão de bens culturais de valor universal formadores e informadores de conhecimento, cultura e memória;

IX - priorizar o produto cultural originário do País.

A Lei Rouanet tem como objetivo, nos termos do art. 3º da lei o seguinte:

I - Incentivo à formação artística e cultural, mediante:

a) concessão de bolsas de estudo, pesquisa e trabalho, no Brasil ou no exterior, a autores, artistas e técnicos brasileiros ou estrangeiros residentes no Brasil;

b) concessão de prêmios a criadores, autores, artistas, técnicos e suas obras, filmes, espetáculos musicais e de artes cênicas em concursos e festivais realizados no Brasil;

c) instalação e manutenção de cursos de caráter cultural ou artístico, destinados à formação, especialização e aperfeiçoamento de pessoal da área da cultura, em estabelecimentos de ensino sem fins lucrativos.

II - fomento à produção cultural e artística, mediante:

a) produção de discos, vídeos, filmes e outras formas de reprodução fonovideográfica de caráter cultural;

b) edição de obras relativas às ciências humanas, às letras e às artes;

c) realização de exposições, festivais de arte, espetáculos de artes cênicas, de música e de folclore;

d) cobertura de despesas com transporte e seguro de objetos de valor cultural destinados a exposições públicas no País e no exterior;

e) realização de exposições, festivais de arte e espetáculos de artes cênicas ou congêneres.

III - preservação e difusão do patrimônio artístico, cultural e histórico, mediante:

a) construção, formação, organização, manutenção, ampliação e equipamento de museus, bibliotecas, arquivos e outras organizações culturais, bem como de suas coleções e acervos;

b) conservação e restauração de prédios, monumentos, logradouros, sítios e demais espaços, inclusive naturais, tombados pelos Poderes Públicos;

c) restauração de obras de arte e bens móveis e imóveis de reconhecido valor cultural;

d) proteção do folclore, do artesanato e das tradições populares nacionais.

IV - estímulo ao conhecimento dos bens e valores culturais, mediante:

a) distribuição gratuita e pública de ingressos para espetáculos culturais e artísticos;

b) levantamentos, estudos e pesquisas na área da cultura e da arte e de seus vários segmentos;

c) fornecimento de recursos para o FNC e para as fundações culturais com fins específicos ou para museus, bibliotecas, arquivos ou outras entidades de caráter cultural.

V - apoio a outras atividades culturais e artísticas, mediante:

a) realização de missões culturais no País e no exterior, inclusive através do fornecimento de passagens;

b) contratação de serviços para elaboração de projetos culturais;

c) ações não previstas nos incisos anteriores e consideradas relevantes pelo Ministério de Estado da Cultura, consultada a Comissão Nacional de Apoio à Cultura.

<b>CERTIDÕES A SEREM APRESENTADAS (na fase de aprovação)</b>	
<b>Pessoa Jurídica:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Certidão de Quitação de Tributos Municipais</li> <li>- Certidão de Quitação de Tributos Estaduais</li> <li>- Certidão de Quitação de Tributos Federais</li> <li>- Dívida Ativa da União</li> <li>- Certidão Negativa de Débitos junto ao INSS</li> <li>- Certidão Negativa de Débitos junto ao FGTS</li> </ul>
<b>Pessoa Física:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Certidão de Quitação de Tributos Federais</li> <li>- Dívida Ativa da União</li> </ul>

**Quadro 1: Certidões a serem apresentadas – na fase de aprovação.**

<b>DOCUMENTOS OBRIGATÓRIOS PARA APRESENTAÇÃO DE PROJETOS</b>	
<b>Do Proponente Pessoa Jurídica de Direito Público ou Privado com ou sem fins lucrativos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relatório de atividades culturais da instituição nos últimos dois anos (relatando datas, local de realização, nome dos participantes, matérias em jornais, revistas, cartazes, folderes, etc.).</li> <li>- Cópias autenticadas da:</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carteira de Identidade e do CPF do dirigente da entidade.</li> <li>- Estatuto, Regimento ou Contrato Social e posteriores alterações.</li> <li>- Termo de posse do dirigente da instituição ou Ata de eleição da Diretoria.</li> </ul>
<b>Do Projeto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formulário padrão preenchido, incluindo termo de responsabilidade assinado pelo proponente.</li> <li>- Orçamento físico financeiro de acordo com modelo fornecido pelo Ministério da Cultura.</li> <li>- Plano Básico de Divulgação elaborado de acordo com o Manual de Identidade Visual do Ministério da Cultura.</li> <li>- Plano de Distribuição de Produtos Culturais.</li> <li>- Quando o projeto envolver a realização de cursos de formação e capacitação de profissionais ou ensino das artes, é necessário, também, encaminhar o projeto pedagógico, nome e currículo do coordenador pedagógico.</li> </ul>
<b>DAS ÁREAS ESPECÍFICAS</b>	
<b>Artes Cênicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ficha técnica da montagem do espetáculo</li> <li>- sinopse</li> <li>- Em caso de turnê, informar o roteiro, período da temporada, trechos das passagens, número de participantes (artistas e técnicos), números de diárias (hospedagem e alimentação).</li> <li>- Autorização do autor da obra ou da SBAT, se baseada em textos de terceiros.</li> </ul>
<b>Música</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ficha Técnica</li> <li>- Em caso de turnê informar o roteiro, o período da temporada, trechos das passagens, número de participantes (artistas e técnicos), números de diárias (hospedagem e alimentação).</li> </ul>
<b>Artes Plásticas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Em caso de itinerância informar o roteiro, o período da exposição, trechos das passagens, número de participantes (artistas e técnicos), números de diárias (hospedagem e alimentação).</li> </ul>

<p><b>Humanidades</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sinopse da obra (descrever resumidamente, o conteúdo da obra a ser publicada);</li> <li>- Carta de anuência dos participantes (ex.: tradutor, revisor, colaborador, fotógrafo, artista plástico, etc.);</li> <li>- Autorização do autor da obra, no caso da utilização de texto de terceiros;</li> <li>- Especificações técnicas do livro: <ul style="list-style-type: none"> <li>- título;</li> <li>- tamanho (n.º de páginas);</li> <li>- formato (fechado e aberto);</li> <li>- Impressão;</li> <li>- papéis;</li> <li>- acabamento (tipo de capa, miolo, tipo de laminação, etc.).</li> </ul> </li> <li>- Indicar os beneficiários dos direitos autorais da obra a ser publicada, com seus respectivos valores;</li> <li>- Cronograma de execução quando se tratar de evento;</li> <li>- Valor estimado do livro para venda;</li> <li>- No caso de edição de obra literária deverá estar previsto no orçamento físico-financeiro, o custo da distribuição do percentual gratuito de 10% (contrapartida obrigatória) para bibliotecas públicas conforme relação do MINC, obedecendo ao Plano de Distribuição para o envio.</li> </ul>
<p><b>Patrimônio Cultural</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Plantas arquitetônicas (jogo completo).</li> <li>- Autorização do proprietário dos bens (se for o caso).</li> <li>- Cópia Autenticada da Escritura do Imóvel, quando o projeto envolver intervenção em bens imóveis.</li> <li>- Acordo de Cooperação Técnica entre o proponente e o proprietário do imóvel tombado, conforme modelo anexo a este Manual.</li> <li>- Registro documental, fotográfico ou videográfico relativo aos bens a receberem a intervenção.</li> <li>- Autorização para realização da obra pela autoridade competente.</li> <li>- Autorização do órgão responsável pelo tombamento, quando for o caso.</li> <li>- Cópia do ato de tombamento.</li> </ul>
<p><b>No caso de doação de acervos (museus e bibliotecas)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relação dos bens a serem doados;</li> <li>- Documento comprobatório de estimativa de avaliação dos bens;</li> <li>- Carta de aceitação das instituições a serem beneficiadas;</li> </ul>

**Quadro 2: Documentos obrigatórios para apresentação de projetos**

#### 2.4.2 Conceitos:

A Lei Rouanet, de âmbito federal, foi assinada em 23 de dezembro de 1991 e permite às pessoas jurídicas fazerem doação e patrocínio a projetos culturais, deduzindo do Imposto de Renda devido de 30% a 40% do valor investido, desde que este não ultrapasse o limite de 4% do IR devido no ano. Para ser enquadrado na Lei, o projeto precisa passar pela aprovação do Ministério da Cultura, sendo apresentado à Coordenação Geral do Mecenato e aprovado pela Comissão Nacional de Incentivo à Cultura.

A Lei Federal de Incentivo à Cultura é conhecida como Lei Rouanet pelo projeto submetido e aprovado pelo então Secretário de Cultura do Governo Collor, Sérgio Paulo Rouanet. Ela foi aprovada em 1991 sendo base de toda política de incentivos praticada atualmente no Brasil.

Regulada pela Lei 8.313 de 23 de dezembro de 1991, no seu artigo 25, a Lei define que os projetos a serem apresentados 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 e valores artísticos e culturais, compreendendo entre outros os seguintes segmentos:

- a) teatro, dança, circo, ópera, mímica e congêneres;
- b) produção cinematográfica, videográfica, fotográfica e congêneres;
- c) literatura, inclusive obras de referência;
- d) música;
- e) artes plásticas, artes gráficas, gravuras, cartazes, filatelia e outras congêneres;
- f) folclore e artesanato;
- g) patrimônio cultural, inclusive histórico, arquitetônico, bibliotecas, museus, arquivos e demais acervos;
- h) Humanidades; e
- i) Rádio e televisão, educativas e culturais, de caráter não-comercial.

### 2.4.3 Como são feitas as destinações e a Quem se Destina:

Os segmentos beneficiados com o incentivo fiscal são amplos e podem ser usados numa gama enorme de ações culturais e sociais por parte das empresas através da opção pelo Mecenato.

A lei prioriza o produto cultural brasileiro e pode ser usada em patrocínios de projetos de espetáculos estrangeiros apresentados no Brasil.

Ao longo dos anos, a lei foi alterada várias vezes por meio de medidas provisórias e decretos que a tornaram mais prática, consistente e com benefícios mais amplos, os beneficiários devem ter seus projetos aprovados.

Os referidos segmentos são:

- Artes Cênicas;
- Livros de valor artístico, literário ou humanístico;
- Música erudita ou instrumental;
- Exposições de Artes Visuais;
- Doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas, treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para manutenção desses acervos;
- Produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual (apenas produções independentes e culturais-educativas de caráter não-comercial, realizadas por empresas de rádio e televisão);
- Preservação do patrimônio cultural material e imaterial (só é considerado como patrimônio o bem cultural oficialmente tombado, em esfera federal, estadual ou municipal; processo de tombamento em andamento não é considerado).

Dentre os objetivos deste tipo de incentivo destaca-se:

- a) Captar e canalizar recursos para canalizar o desenvolvimento de projetos culturais;
- b) Apoiar a produção cultural;
- c) Estimular o acesso à cultura;
- d) Difundir a produção cultural e artística;
- e) Apoiar os criadores e suas obras;
- f) Estimular as expressões culturais brasileiras;
- g) Preservar o patrimônio cultural e histórico brasileiro;

h) Priorizar o produto Nacional brasileiro.

Antes de ser feito o patrocínio ou doação à pessoa jurídica deve obter a documentação relativa a aprovação do projeto pelo Ministério da Cultura (Minc). Para facilitar pode ser feita uma pesquisa no site do Ministério ([www.cultura.gov.br](http://www.cultura.gov.br)). Na efetivação do negócio deve receber um recibo no formato aprovado pelo Ministério da Cultura que servirá para o registro contábil e fiscal. Dependendo da natureza e complexibilidade do patrocínio ou da doação é recomendável que seja feito um contrato com o responsável pelo projeto aprovado.

#### 2.4.4 Doações e Patrocínios:

Existem duas formas de uso do incentivo fiscal no Mecenato estabelecido pela lei:

a) Doação: transferência gratuita, em caráter definitivo a pessoa física ou pessoa jurídica sem fins lucrativos de aporte financeiro bens ou serviços. Vedado uso de publicidade paga na divulgação.

b) Patrocínio: Transferência gratuita, em caráter definitivo a pessoa física e pessoa jurídica com ou sem fins lucrativos, de aporte financeiro, bens e serviços com finalidade promocional e institucional de publicidade.

O incentivo fiscal está limitado em 4% do imposto devido pelas pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real em cada ano calendário, sendo o desembolso registrado como despesa operacional, o que reduz a base de cálculo do Imposto de Renda a pagar.

Para doação, as pessoas jurídicas podem deduzir 40% do desembolso e recuperar 74% do valor doado, enquanto no patrocínio, pode-se deduzir 30% do desembolso recuperando 64% do valor patrocinado, conforme demonstrado abaixo:

<b>BENEFÍCIOS</b>	<b>DOAÇÃO</b>	<b>PATROCÍNIO</b>
Dedução Direta no IR	40%	30%
Dedução - Despesa. Operacional	34%	34%
Total	74%	64%
Desembolso	26%	36%

a) Quem pode apoiar com incentivo fiscal:

- Pessoas físicas pagadoras de Imposto de Renda
- Empresas tributadas com base no lucro real

b) Não podem apoiar com incentivo fiscal:

- Microempresas e empresas de pequeno porte optantes pelo Simples Nacional

- Empresas com regime de tributação baseada em lucro presumido ou arbitrado

- Doador ou patrocinador vinculado à pessoa, instituição ou empresa titular da proposta, exceto quando se tratar de instituição sem fins lucrativos, criada pelo incentivador.

c) Consideram-se vinculados:

- pessoa jurídica da qual o doador ou patrocinador seja titular, administrador, gerente, acionista ou sócio, na data da operação, ou nos 12 meses anteriores;

- cônjuge, parentes até o terceiro grau, inclusive os afins, e dependentes do doador ou patrocinador ou dos titulares, administradores, acionistas ou sócios de pessoa jurídica vinculada ao doador ou patrocinador;

- outra pessoa jurídica da qual o doador ou patrocinador seja sócio.

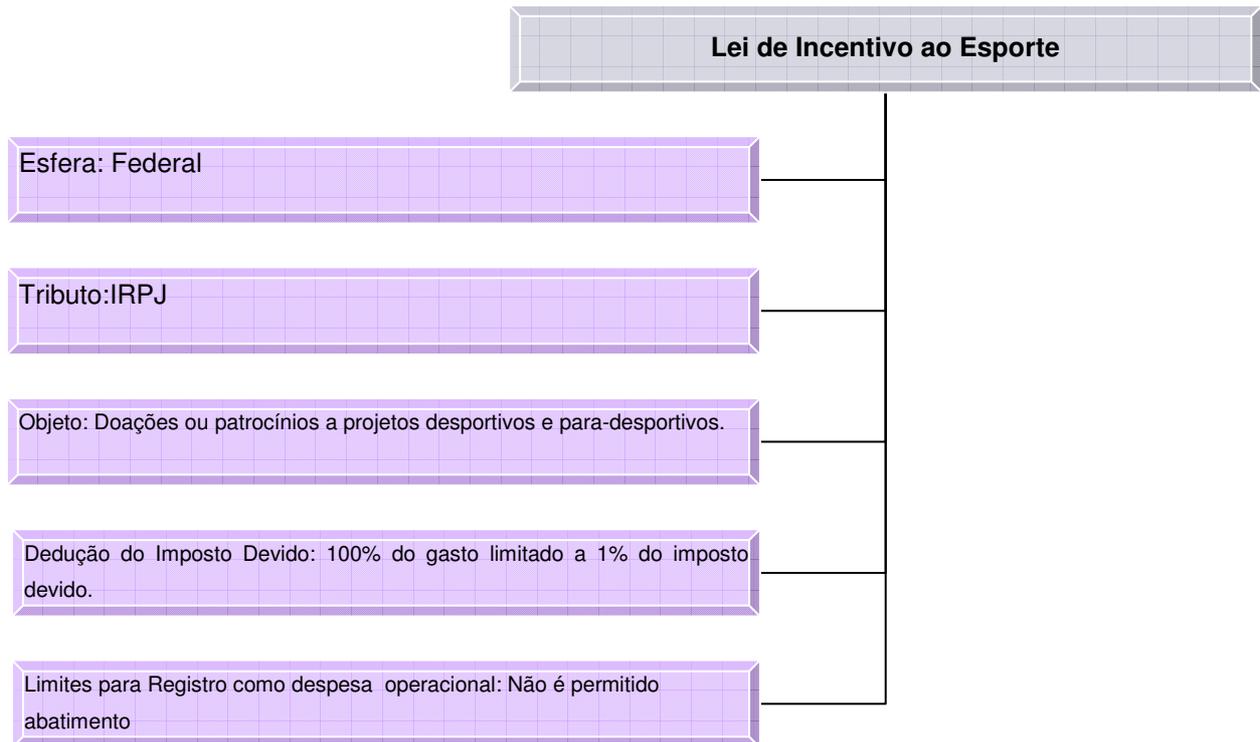
## 2.5 LEI DE INCENTIVO AO ESPORTE

### 2.5.1 Base Legal:

A imperiosidade em se incentivar o desenvolvimento do esporte no Brasil decorre do Art. 217 da CF/98, segundo o qual é dever do Estado fomentar práticas desportivas formais e não formais, como direito de cada um.

A Lei de Incentivo ao Esporte é uma lei federal (nº 11.438), sancionada em 29 de dezembro de 2006, que objetiva o apoio por meio de doação ou patrocínio a projetos desportivos e paradesportivos previamente aprovados pelo Ministério do Esporte. Tal Lei encontra-se regulamentada pelo Decreto n.º 6.180/07.

Ressalta-se o caráter social da referida legislação em especial por pretender promover a inclusão social por meio do esporte, preferencialmente em comunidades de vulnerabilidade social, como declarado no seu art. 2º, §1º.



**Figura 3: Ponto de equilíbrio e lei dos rendimentos decrescentes**

### 2.5.2 Conceitos:

A necessidade constante de recursos para o desenvolvimento do Esporte levou anos e estudos e negociações para a elaboração da melhor forma de estabelecer regras para o fomento oriundo da sociedade em geral e da iniciativa privada, assim como se deu em relação a projetos voltados para a Cultura. A Lei de Incentivo ao Esporte (Lei nº 11.438), sancionada em 29 de dezembro de 2006 e regulamentada através do Decreto nº 6.180, institui que: “a partir do ano de 2007 até o ano de 2015, inclusive, poderão ser deduzidos do imposto de renda devido, apurado na declaração de ajuste anual pelas pessoas físicas ou em cada período de apuração, trimestral ou anual, pela pessoa jurídica tributada com no lucro real os valores dependidos a título de patrocínio ou doação, no apoio direto a projetos desportivos e paradportivos previamente aprovados pelo Ministério do Esporte” (BRASIL, 2006).

### 2.5.3 Como são feitas as destinações e a Quem se Destina

Pela lei, os benefícios são destinados a projetos desportivos e paradesportivos cuja ação é voltada à prática, ao ensino, ao estudo, à pesquisa e ao desenvolvimento do esporte, desde que sejam organizados por entidade de natureza esportiva pública ou privados sem fins econômicos. A lei beneficia atletas que não têm patrocínio, modalidades esportivas pouco difundidas e projetos sociais e educacionais. Atletas profissionais que recebem patrocínio ou têm contrato formal com clubes ou equipes não têm direito de utilizar a lei.

O direcionamento de recursos segue o mesmo sistema da Lei Rouanet. O patrocínio ou doação será depositado pelo apoiador direto na conta corrente do projeto escolhido, já aprovado previamente pelo Ministério do Esporte. A única diferença é que o valor destinado a projetos ligados ao esporte poderá ter abatimento de 100% do investimento, não podendo ultrapassar o limite máximo de até 1% do Imposto de Renda devido no ano.

Pessoas físicas e jurídicas contribuintes do Imposto de Renda podem apoiar projetos desportivos previamente aprovados pelo Ministério do Esporte (Comissão Técnica).

As pessoas físicas podem destinar até 6% (seis por cento) do imposto de renda devido, cumulado com outros incentivos em vigor (cultura, audiovisual e fundo da criança e do adolescente), desde que utilizem o modo completo de declaração do imposto de renda (não simplificado).

Já as pessoas jurídicas (empresas) habilitadas para fruição do incentivo necessariamente devem apurar o imposto de renda com base no lucro Real, podendo destinar até 1% (um por cento) do valor devido (excluído o adicional do IR) diretamente em benefício dos projetos desportivos aprovados.

Figuram como condições para a obtenção de incentivos fiscais em decorrência de doações ou patrocínios em prol de projetos desportivos as seguintes:

- a) a pessoa jurídica a ser beneficiada deve apurar o IR pelo lucro Real;
- b) o projeto desportivo ou paradesportivo deverá ser aprovado pelo Ministério do Esporte;
- c) a dedução fica limitada a 1% (um por cento) do imposto devido em cada período de apuração para pessoa jurídica e a 6% (seis por cento) para pessoa física;

d) não se pode patrocinar ou beneficiar pessoa física ou jurídica vinculadas ao doador ou patrocinador. Consideram-se vinculados ao patrocinador ou doador as seguintes pessoas;

d 1 - a pessoa jurídica da qual o patrocinador ou o doador seja titular, administrador, gerente, acionista ou sócio, na data da operação ou nos 12 meses anteriores;

d 2 - o cônjuge, os parentes até terceiro grau, inclusive os afins e os dependentes do patrocinador, do doador ou dos titulares, administradores, acionistas ou sócios de pessoa jurídica vinculada ao patrocínio ou ao doador;

d 3 - a pessoa jurídica coligada, controladora ou controlada, ou que tenha como titulares, administradores, acionistas ou sócios alguma das pessoas referidas no parágrafo anterior;

e) o proponente deve ser pessoa jurídica de direito público, ou de direito privado com fins não econômicos, de natureza esportiva, que tenha seus projetos desportivos aprovados;

f) o projeto deve ser igual ao desporto educacional, de participação ou de rendimento. Nos termos da Lei nº. 8.672/93, tais modalidades são: desporto educacional, através dos sistemas de ensino e formas assistemáticas de educação, evitando-se a seletividade, a hipercompetitividade de seus praticantes, com finalidade de alcançar o desenvolvimento integral e a formação para a cidadania e o lazer; desporto de participação, de modo voluntário, compreendendo as modalidades desportivas praticadas com finalidade de contribuir para a integração dos praticantes na plenitude da vida social, na promoção da saúde e da educação e na preservação do meio ambiente; desporto de rendimento, praticado segundo normas e regras nacionais e internacionais, com finalidade de obter resultados e integrar pessoas e comunidades do País e estas com outras nações;

g) O patrocínio pode se dar para na modalidade transferência gratuita em caráter definitivo, quando o patrocinador transfere numerário para a realização de projetos desportivos e paradesportivos com finalidade promocional e institucional de publicidade ou mediante cobertura de gastos ou utilização de bens, móveis ou imóveis, do patrocinador, sem transferência de domínio, para a realização de projetos desportivos e paradesportivos;

h) a doação, por sua vez, importará transferência gratuita em caráter definitivo, ao proponente de bens ou serviços para a realização de projetos

desportivos e paradesportivos, desde que não empregados em publicidades, ainda que para divulgação das atividades objeto do respectivo projeto ou mediante a distribuição gratuita de ingressos para eventos de caráter esportivo e paradesportivo por pessoa jurídica a empregados e seus dependentes legais ou integrantes de comunidades de vulnerabilidade social.

i) Proponentes ou executores:

O art. 3º V, da Lei nº 11.438/06 conceitua o que se entende por proponente:

Proponente é a pessoa jurídica de direito público ou direito privado com fins não econômicos, de natureza esportiva, que tenha projetos aprovados nos termos da Lei de Incentivo ao Esporte.

Podem ser beneficiários das doações e patrocínios proporcionados pela Lei do Esporte pessoas jurídicas de direito público ou de direito privado com fins não econômicos, cujo ato constitutivo disponha expressamente sobre sua finalidade esportiva.

São as seguintes pessoas jurídicas de direito público e de direito privado sem fins lucrativos, que podem ser proponentes e, por tanto, captadores de recursos públicos no âmbito da Lei do Esporte:

a) Pessoas jurídicas de direito público

Prefeituras Municipais, por meio de Secretarias e Departamento de Esportes; Governos Estaduais e do Distrito Federal, por meio de Secretaria de Esportes; Fundações e Autarquias públicas com finalidade desportiva; Associações públicas e de mais entidades afins, criadas por Lei, com finalidade desportiva.

b) Pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos

Comitê Olímpico Brasileiro (COB); Comitê Paraolímpico Brasileiro (CPB); Confederações Esportivas, por meio de Entidades Nacionais de Administração do Desporto; Federações Esportivas, por meio de Entidades Regionais de Administração do Desporto Clubes e Associações Esportivas, por meio de Entidades de Prática Desportiva; Associações Atléticoas e Grêmios Estudantis, vinculados a instituições de ensino; Outras entidades de fins não econômicos que tenham natureza desportiva; fundações privadas com finalidade desportiva.

c) Apoiadores

Poderão apoiar projetos no âmbito da Lei do Esporte pessoas jurídicas tributadas no lucro real, geralmente empresas de grande porte e que atuem na área bancária, industrial, telecomunicações, transporte aéreo.

Pessoa jurídica apoiadora deve manter escrituração dos valores despendidos a título de doação ou patrocínio, juntamente com os respectivos comprovantes, tais como comprovantes de depósito, termo de doação. Ademais, exige-se que o beneficiário, após receber recibo de depósito dos valores pelo apoiador, emita um comprovante de recebimento, na forma e modelos definidos pelo Ministério de Esporte, o qual deve ser mantido ao longo de cinco anos para justificar a dedução no IR.

d) Apoio Direto

De acordo com o art. 3º, III, do Decreto n 6.180/07, considera-se apoio direto o patrocínio ou doação efetuado diretamente pelo patrocinador ou doador ou proponente, não havendo qualquer intermediação por meio de órgãos vinculados a Administração Pública.

e) Vedações

O art. 13º do Decreto nº 6.180/07 veda, tanto na doação como no patrocínio, a inclusão no projeto desportivo de despesas para aquisição de espaços publicitários em qualquer meio de comunicação referindo-se ao pagamento dirigido a rádio, TV, revista, outdoor, dentre outros.

f) Cumulatividade de incentivos de pessoas físicas e pessoas jurídicas

O art. 22 da Lei nº 9.532/97 permite a cumulação de contribuições da pessoa física ao esporte, à cultura, aos fundos dos direitos da criança e do adolescente, bem como o fomento da atividade audiovisual, desde que a dedução do Imposto de Renda não ultrapasse 6% (seis por cento) do IR devido na Declaração de Ajuste Anual. Eventual excesso não poderá ser deduzido nos anos-calendário seguintes.

Já para as pessoas jurídicas, o regime de cumulatividade é diverso, eis que a Lei nº 11.438/06 desvincula o incentivo ao esporte ao limite global de deduções fixado pelo art. 6º e incisos da Lei nº 9.532/97, o qual se refere aos seguintes incentivos.

#### *2.5.4 Doações e Patrocínios:*

A definição da forma de apoio, se por doação ou por patrocínio, fica a cargo da Comissão Técnica. A opção eleita será conhecida quando da publicação no Diário Oficial da União do extrato do projeto aprovado. Nesse particular convém que

a Comissão Técnica deixe essa opção em aberto, permitindo a captação via do patrocínio e/ou doação, conforme convenha ao apoiador (REZENDE, 2007, p 43).

#### 2.5.4.1 Doação:

a) a transferência gratuita, em caráter definitivo, ao proponente de que trata o inciso V do caput deste artigo de numerário, bens ou serviços para a realização de projetos desportivos e paradesportivos, desde que não empregados em publicidade, ainda que para divulgação das atividades objeto do respectivo projeto; (Redação dada pela Lei nº 11.472, de 2007).

b) a distribuição gratuita de ingressos para eventos de caráter desportivo e paradesportivo por pessoa jurídica a empregados e seus dependentes legais ou a integrantes de comunidades de vulnerabilidade social; (Redação dada pela Lei nº 11.472, de 2007).

#### 2.5.4.2 Doador:

a) a pessoa física ou jurídica, contribuinte do imposto de renda, que apóie projetos aprovados pelo Ministério do Esporte nos termos do inciso II do caput deste artigo.

#### 2.5.4.3 Formas de captação por Doações:

##### a) Doação em forma de numerário:

Ocorre mediante o depósito em conta corrente específica junto ao Banco do Brasil ou à Caixa Econômica Federal, requer cópia autenticada do recibo de depósito ao proponente, para controle e imediata comunicação da captação ao Ministério do Esporte, bem como para a emissão da declaração de recebimento.

##### b) Doação na forma de bens, móveis ou imóveis:

O doador transfere bens de sua propriedade necessários à execução do projeto definitivamente ao proponente.

O valor dos bens doados, neste caso deverá corresponder ao seguinte:

- se integrante do ativo permanente, ao valor constante de sua escritura comercial.

- se não integrante do ativo permanente, ao custo da aquisição ou produção.

c) Doação na forma de serviços:

O doador disponibiliza serviços ligados à sua atividade e que estejam previstos como despesa nos projetos desportivos. Consoante o art. 18, I c/c art. 20, II, e § 6º, I, da IN?SRF n.º 267/02, também nessa hipótese ocorre a formalização de um termo de doação, no qual deverão estar especificados os serviços a serem prestados.

d) Doação na forma de distribuição gratuita de ingressos:

De acordo com o art. 10 do Decreto n.º 6.180/07, deverá haver especificação quanto à quantidade de ingressos que serão distribuídos, valor unitário do ingresso que será igual ou inferior ao definido pela entidade promotora do evento desportivo, bem como quanto à eventual comunidade de vulnerabilidade social beneficiária da distribuição gratuita de ingressos. Ademais a distribuição dos ingressos será individual, vedado o fornecimento de mais de um ingresso por integrante do público beneficiário.

Para captar recursos por meio, o proponente deverá apresentar projeto desportivo do qual detenha os direitos sobre a bilheteria ou o direito de arena. O direito da arena é o direito que as entidades de prática desportiva (os clubes) têm de negociar, autorizar ou não a fixação, transmissão ou retransmissão de imagens de eventos desportivos ou espetáculos de que participem; de acordo como dispositivo no art. 42, § 1º e 2º, da Lei n.º 9.615/98. Muito embora esta lei regulamente o direito de arena no contexto da manifestação profissional de desporto, não impede a cobrança de ingresso para as competições não profissionais, objeto dos incentivos da Lei do Esporte.

Essa alternativa tem o condão de beneficiar competições com baixa presença de público, especialmente no que se referem as divisões inferiores e categorias iniciantes (REZENDE, 2007, p.48).

#### 2.5.4.4 Patrocínio:

a) a transferência gratuita, em caráter definitivo, ao proponente de que trata o inciso V do caput deste artigo de numerário para a realização de projetos desportivos e paradesportivos, com finalidade promocional e institucional de publicidade; (Redação dada pela Lei n.º. 11.472, de 2007).

b) a cobertura de gastos ou a utilização de bens, móveis ou imóveis, do patrocinador, sem transferência de domínio, para a realização de projetos desportivos e paradesportivos pelo proponente de que trata o inciso V do caput deste artigo; (Redação dada pela Lei nº 11.472, de 2007).

#### 2.5.4.5 Patrocinador:

a) a pessoa física ou jurídica, contribuinte do imposto de renda, que apóie projetos aprovados pelo Ministério do Esporte nos termos do inciso I do caput deste artigo;

#### 2.5.4.6 Formas de captação por Patrocínios:

##### a) Patrocínio na forma de numerário:

Nesta hipótese, ocorre depósito em dinheiro em conta corrente aberta junto ao Banco do Brasil ou à Caixa Econômica Federal, especificadamente para movimentar os valores relativos ao patrocínio, e titularizada pelo proponente do projeto aprovado. Cópia autenticada do depósito será entregue ao proponente, para controle e comunicação da captação do Ministério do Esporte.

##### b) Patrocínio na forma de cobertura de gastos:

Nesta hipótese o patrocínio dar-se-á sob a forma de prestação de serviços ou fornecimento de material de consumo necessário ao projeto. Requer a formalização de contrato entre patrocinador e proponente, onde deverão estar especificadas as quantidades e características. Este contrato deverá ser encaminhado ao Ministério do Esporte, em comunicação à captação.

##### c) Patrocínio na forma de utilização de bens, móveis e imóveis:

Neste caso, o patrocinador coloca à disposição do proponente, sem transferir a propriedade, bens móveis de sua propriedade, por exemplo: ginásios, piscinas, estádios, prédio, comercial, equipamentos esportivos, etc. A utilização dos bens será valorada; o valor apurado consistirá no dispêndio em benefício do projeto e será utilizado para determinar a dedução do IR de acordo com os limites legais. Consoante o art.20 V, § 3º, da Instrução Normativa nº 267/02, "para fins de fruição do benefício fiscal será considerado custo de cessão de uso de bens móveis ou imóveis, que deverá ser calculado com base no valor de mercado dos rendimentos

que o proprietário deixou de receber durante o período de cessão do bem”. Complementa o § 4º do mesmo artigo e inciso que “havendo dúvida quanto o valor declarado os órgãos fiscalizadores podem solicitar ao incentivador laudo técnico de avaliação, assinado por três peritos”.

#### 2.5.4.7 Projeto:

O projeto desportivos, consoante o art. 3º, I, do Decreto nº. 6.180/07, “é a descrição detalhada do conjunto de ações organizadas e sistematizadas por entidades de natureza desportiva, destinado à implementação, à prática, ao ensino, ao estudo, à pesquisa e ao desenvolvimento do desporto, atendendo a pelo menos uma das manifestações desportivas reconhecidas (desporto educacional, de participação e de rendimento)”.

Assim, necessariamente, o projeto deve apontar uma dessas finalidades ou manifestações esportivas, sob pena de reprovação.

Faz-se necessário submeter os projetos esportivos e paradesportivos ao Ministério do Esporte, para análise, observando-se os termos da Lei nº 11.438/06, do Decreto nº 6.180/07 e da Portaria ME nº 177/07.

Os projetos devem atender ao desporto educacional, de participação ou de rendimento, bem como os projetos desportivos destinados a promover a inclusão social por meio do esporte, preferencialmente em comunidades de vulnerabilidade social.

Para possibilitarem incentivos fiscais, os projetos em tela necessitam de acompanhamento e avaliação pelo Ministério do Esporte, conforme dispõem os arts. 4º e 5º da Lei:

Art. 4º A avaliação e a aprovação do enquadramento dos projetos apresentados na forma prevista no art. 5º desta Lei cabem a uma Comissão Técnica vinculada ao Ministério do Esporte, garantindo-se a setor desportivo, indicados pelo Conselho Nacional do Esporte.

Art. 5º Os projetos desportivos e paradesportivos de que trata o art. 1º desta Lei serão submetidos ao Ministério do Esporte, acompanhados da documentação estabelecida em regulamento e de orçamento analítico.

§1º A aprovação dos projetos de que trata o caput deste artigo somente terá eficácia após a publicação de ato oficial contendo o título do projeto aprovado, a

instituição responsável, o valor autorizado para captação e o prazo de validade da autorização.

§2º os projetos aprovados e executados com recursos desta Lei serão acompanhados e avaliados pelo Ministério do Esporte.

Basicamente, o procedimento de submissão de projetos comporta as seguintes fases:

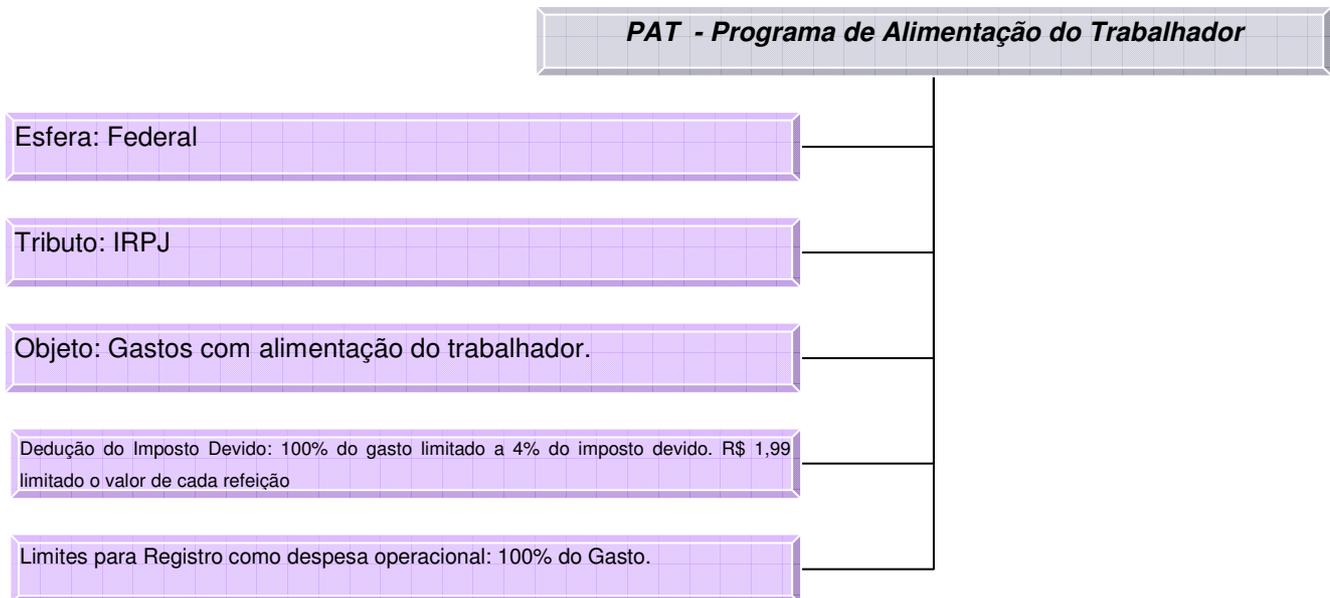
- a) cadastramento eletrônico da entidade proponente;
- b) elaboração do projeto desportivo;
- c) protocolo do projeto e demais documentos exigidos pelo Ministério do Esporte;
- d) checagem da documentação e regularidade no SIAFI, seguida da manifestação da área competente do ME;
- e) análise do projeto pela Comissão Técnica;
- f) em caso de aprovação do projeto, publicação do extrato no Diário Oficial da União (em caso de indeferimento, cabe pedido de reconsideração);
- g) período de captação, com possibilidade de prorrogação e/ou plano de trabalho ajustado;
- h) início da execução do projeto, que será acompanhado e avaliado permanentemente;
- i) prestação de contas parcial;
- j) encerramento do projeto desportivo;
- k) prestação de conta final;
- l) emissão de laudo de avaliação final.

## 2.6 PROGRAMA DE ALIMENTAÇÃO DO TRABALHADOR

### 2.6.1 *Base Legal:*

O Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT) foi instituído pela Lei 6.321, de 14/04/1976, com o objetivo de melhorar as condições nutricionais dos trabalhadores, prioritariamente os de baixa renda, visando: repercussões positivas na qualidade de vida, redução de acidentes de trabalho, aumento da produtividade, assim como à prevenção de doenças profissionais. Como o PAT visa à saúde do trabalhador, existem exigências nutricionais mínimas a serem atendidas.

Regulamentado por Decreto em 1991. O programa prioriza o atendimento aos trabalhadores que possuam renda de até cinco salários mínimos mensais.



**Figura 4: PAT – Programa de Alimentação do Trabalhador**

### 2.6.2 Conceito:

É permitido às pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real deduzir do Imposto de Renda devido, a título de incentivo fiscal, entre outros, o valor correspondente à aplicação da alíquota do imposto sobre a soma das despesas de custeio realizadas no período em Programas de Alimentação do Trabalhador (PAT).

Independentemente da existência de Programa de Alimentação do Trabalhador os gastos com a aquisição de cestas básicas, distribuídas indistintamente a todos os empregados da pessoa jurídica, são dedutíveis do lucro líquido, para fins de determinação do lucro real e da base de cálculo da Contribuição Social sobre o Lucro (IN SRF 11/96, art. 27, parágrafo único).

As empresas fornecedoras e prestadoras de serviços de alimentação coletiva do PAT, bem como as pessoas jurídicas beneficiárias na modalidade autogestão deverão possuir responsável técnico pela execução do programa. O responsável técnico do PAT é o profissional legalmente habilitado em Nutrição.

As vantagens das empresas beneficiárias que se inscreverem no PAT:

- Aumento da produtividade.
- Maior integração entre trabalhadores e a empresa.
- Redução de atrasos e faltas ao trabalho.

- Redução da rotatividade.
- Redução do número de doenças e acidentes do trabalho.
- Isenção de encargos sociais sobre o valor do benefício concedido.
- Incentivo fiscal: dedução de até 4% do imposto de renda devido (empresa de lucro real).

### *2.6.3 Como são feitas as destinações e a quem se destina:*

O PAT é destinado, prioritariamente, ao atendimento dos trabalhadores de baixa renda, isto é, aqueles que ganham até cinco salários-mínimos mensais. Entretanto, as empresas beneficiárias poderão incluir no Programa trabalhadores de renda mais elevada, desde que esteja garantido o atendimento da totalidade dos trabalhadores que percebam até cinco salários-mínimos e o benefício não tenha valor inferior àquele concedido aos de rendimento mais elevado, independentemente da duração da jornada de trabalho (art. 3º, parágrafo único, da Portaria nº 03/2002).

O PAT é dirigido especificamente a pessoas jurídicas sujeitas ao pagamento do Imposto de Renda. Entretanto, empresas sem fins lucrativos, a exemplo das filantrópicas, das microempresas, dos condomínios e outras isentas do Imposto de Renda, embora não façam jus ao incentivo fiscal previsto na legislação, podem participar do PAT.

Lembramos que o objetivo principal do PAT não é a isenção fiscal e, sim, a melhoria da situação nutricional dos trabalhadores, visando a promover sua saúde e prevenir doenças relacionadas ao trabalho.

A adesão ao PAT é voluntária e as empresas participam pela consciência de sua responsabilidade social.

Porém, caso a empresa conceda benefício-alimentação aos seus trabalhadores e não participe do Programa, deverá fazer o recolhimento do FGTS e do INSS sobre o valor do benefício concedido ao trabalhador (salário in natura – art. 458 da CLT) e não terá direito a qualquer incentivo fiscal previsto no PAT.

O PAT tem duas modalidades:

a) Serviço Próprio (autogestão) – A empresa beneficiária assume toda a responsabilidade pela produção das refeições, desde a contratação de pessoal até a distribuição aos usuários. Ela mesma prepara a alimentação do trabalhador no

próprio estabelecimento ou faz a distribuição de alimentos, inclusive não preparados (cestas de alimentos).

b) Terceirização (serviços terceirizados) – O fornecimento das refeições, cestas de alimentos ou documentos de legitimação (impressos, cartões eletrônicos ou magnéticos) é contratado pela empresa beneficiária junto às fornecedoras ou prestadoras de serviços de alimentação coletiva. Nessa modalidade, a empresa beneficiária deverá certificar-se de que a fornecedora ou prestadora de serviços de alimentação coletiva está registrada no PAT, conforme o art. 8º da Portaria nº. 03/2002.

As empresas fornecedoras e prestadoras de serviços de alimentação coletiva (terceirização) serão registradas no PAT nas seguintes categorias:

- Fornecedor de alimentação coletiva:

- a) operadora de cozinha industrial e fornecedora de refeições preparadas e transportadas;

- b) administradora de cozinha da contratante;

- c) fornecedora de cestas de alimentos e similares para transporte individual.

- Prestadora de serviço de alimentação coletiva:

- a) administradora de documentos de legitimação para aquisição de refeições em restaurantes e estabelecimentos similares (refeição-convênio);

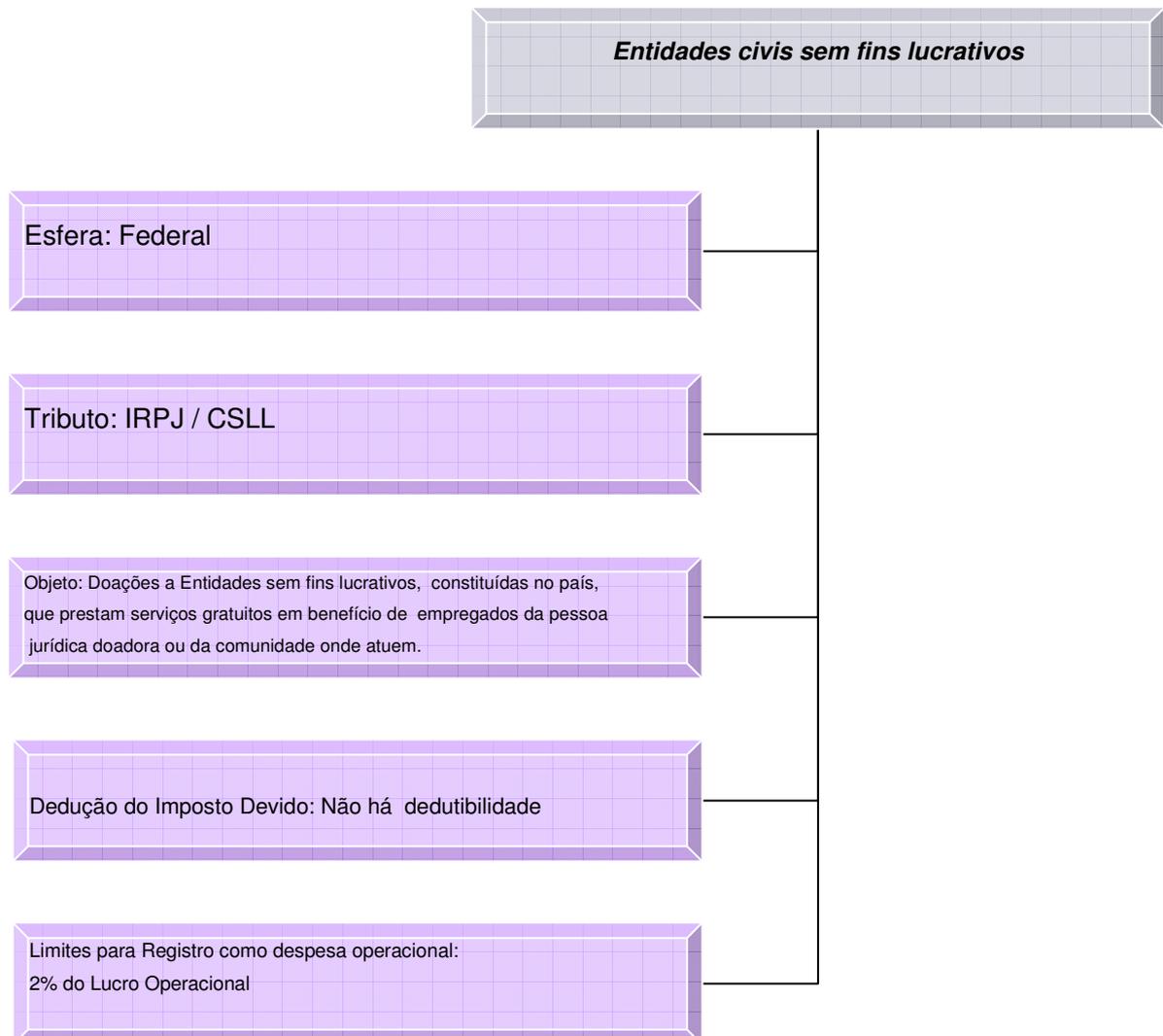
- b) administradora de documentos de legitimação para aquisição de gêneros alimentícios em estabelecimentos comerciais (alimentação-convênio).

#### *2.6.4 Dedução do Imposto de Renda para Pessoa Jurídica:*

A Instrução Normativa SRF nº 267, de 23 de dezembro de 2002, que dispõe sobre os incentivos fiscais decorrentes do IR das pessoas jurídicas, estabelece, no seu art. 2º, § 2º, que o benefício fica limitado ao valor da aplicação da alíquota do imposto sobre o resultado da multiplicação do número de refeições fornecidas no período de apuração pelo valor de R\$ 1,99, correspondente a 80% do custo máximo da refeição de R\$ 2,49 (dois reais e quarenta e nove centavos). Portanto, o valor máximo de 20% resultante da participação do trabalhador foi incidido sobre o custo máximo da refeição de R\$ 2,49, daí resultando o valor da refeição equivalente a R\$ 1,99 para fins de aplicação da alíquota do IR.

Exemplificando, mesmo que a empresa beneficiária forneça refeições aos seus empregados no valor acima de R\$ 2,49, só poderá aplicar a alíquota do IR sobre o valor máximo de R\$ 1,99 sobre cada refeição. Por outro lado, a dedução do incentivo fiscal está limitada a 4% do imposto devido em cada período de apuração, observado o limite global previsto no inciso I do art. 54 da referida IN (esse limite é cumulativo com dois outros programas de incentivo fiscal), mesmo que todas as despesas que a empresa tiver com a alimentação dos trabalhadores ultrapassem aquele limite. Entretanto, a parcela excedente ao limite referido poderá ser deduzida do imposto devido em seguidos períodos de apuração, observado o prazo máximo de dois anos-calendário subsequentes àquele em que ocorreram os gastos (art. 3º, parágrafo único da IN SRF nº. 267/2002).

## 2.7 DOAÇÕES A ENTIDADES CIVIS SEM FINS LUCRATIVOS:



**Figura 5: Entidades Sem Fins Lucrativos**

### 2.7.1 *Base Legal:*

A base legal para a obtenção de benefícios em decorrência das doações às entidades sem fins lucrativos e de utilidade pública federal a às OSCIPs encontra-se no art. 13, § 2º, da Lei 9.249/95.

Nesse sentido, faz-se necessário, preliminarmente, caracterizar as entidades sem fins lucrativos, mesmo correndo o risco de, em função das limitações deste estudo, deixar-se de abordar particularidades importantes desse segmento como, por exemplo, as relacionadas com o marco legal do setor (isenções, imunidades, etc.). OLAK (1996:45) identifica quatro como sendo as principais características dessas entidades:

- O lucro (superávit) não é a sua razão de ser, mas um meio necessário para garantir a continuidade e o cumprimento de seus propósitos institucionais;
- Seus propósitos institucionais, quaisquer que sejam suas preocupações específicas, objetivam provocar mudanças sociais;
- O patrimônio pertence à sociedade como um todo ou segmento dela, não cabendo aos seus membros ou mantenedores quaisquer parcelas de participação econômica no mesmo;
- As contribuições, doações e subvenções constituem-se, normalmente, nas principais fontes de recursos financeiros, econômicos e materiais das entidades sem fins lucrativos.

### 2.7.2 *Conceito:*

As entidades sem fins Lucrativos, também denominadas de terceiro setor, vêm desempenhando funções cada vez mais amplas e relevantes na sociedade moderna, realizando atividades de caráter beneficente, filantrópico, caritativo, religioso, cultural, educacional, científico, artístico, literário, recreativo, de proteção ao meio ambiente, esportivo, além de outros serviços, objetivando sempre a consecução de fins sociais. São notórias as ações voluntárias organizadas através de associações, fundações e instituições similares, com evidente contribuição para o desenvolvimento econômico, social e político, já que voltadas a realização de inúmeras atividades não atendidas ou deixadas sob a responsabilidade do Estado.

### *2.7.3 Como são feitas as destinações e a quem se destina:*

A doação realizada às entidades sem fins lucrativos, por pessoa jurídica tributada pelo lucro real, pode ser contabilizada como despesa dedutível para fins de imposto de renda e CSLL. O limite para que a pessoa jurídica se aproveite da referida dedução é até 2% (dois por cento) do seu resultado operacional, antes de computada a sua própria dedução, desde que observadas as seguintes condições:

- a) a entidade civil beneficiária não pode ter fins lucrativos;
- b) deve a entidade beneficiária ser reconhecida como de utilidade pública federal, com renovação anual desta condição;
- c) deve a entidade beneficiária aplicar os recursos conforme estipulado no objeto social da empresa;
- d) não pode a entidade beneficiária distribuir lucros ou vantagens aos seus dirigentes ou associados;
- e) deve a entidade beneficiária efetivamente prestar serviços à comunidade ou serviços gratuitos em benefícios dos empregados e dependentes da pessoa jurídica doadora. Neste último caso, dispensa-se o título de utilidade pública federal;
- f) a pessoa jurídica doadora deve apurar seu Imposto de Renda com base no lucro real.

Tem se assim, como beneficiário a pessoa jurídica que realiza a doação e que portanto, poderá promover a dedução do valor das doações como despesa operacional até o limite de 2% (dois por cento) do lucro operacional, bem como as entidades sem fins lucrativos que captarão recursos para promover suas atividades.

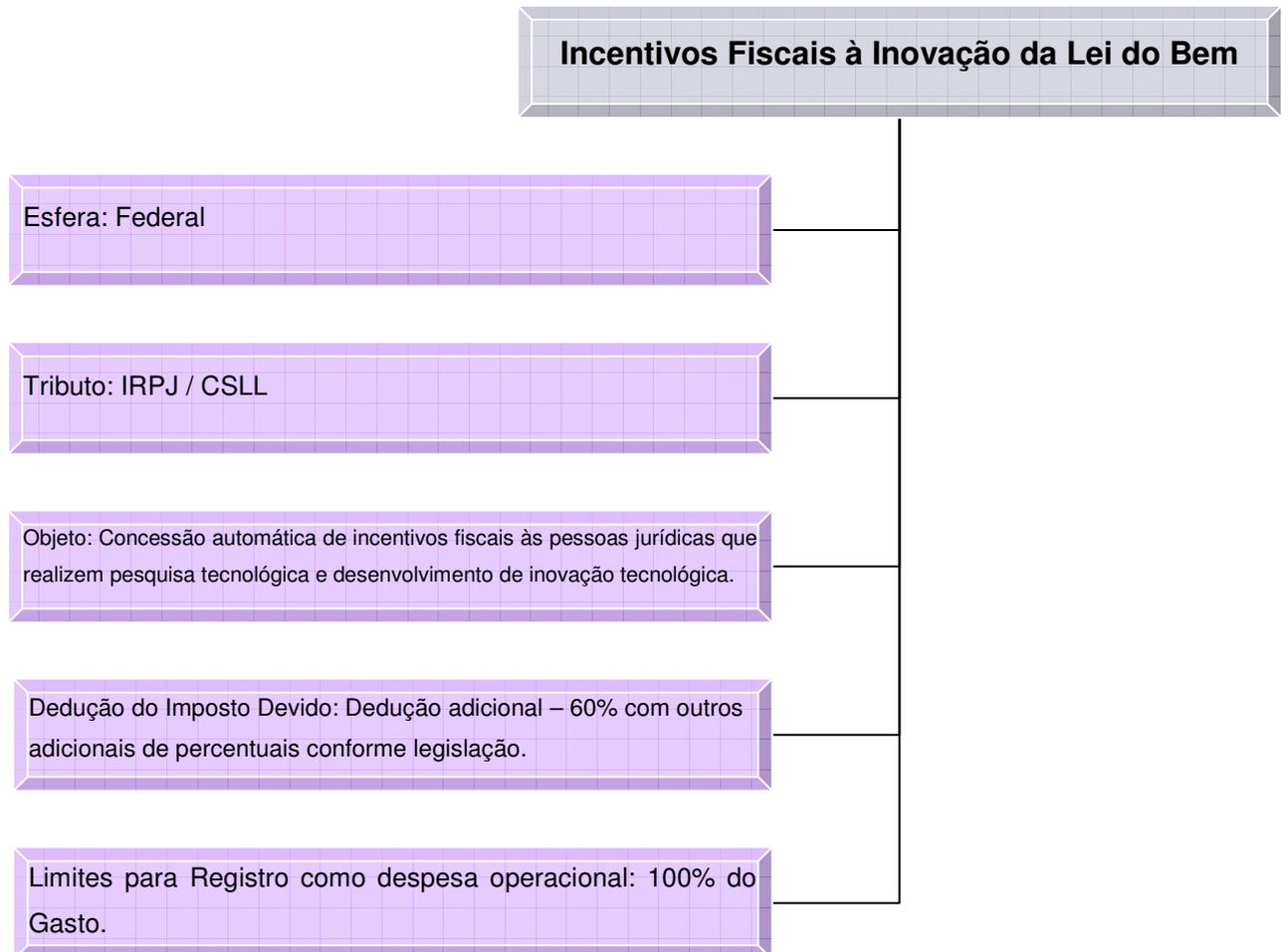
### *2.7.4 Doações:*

Há que se observar ainda que as doações em dinheiro devam ser efetuadas mediante crédito na conta corrente bancária de titularidade da entidade favorecida e a entidade beneficiada deve preencher e entregar à pessoa jurídica doadora a declaração a que se refere a Instituição Normativa da Receita Federal n.º 87, de 31 de dezembro de 1996, comprometendo-se a aplicar integralmente os recursos na consecução dos objetivos sociais e a não distribuir lucros, bonificações e vantagens.

A dedução da doação efetuada é contabilizada como despesa operacional na pessoa jurídica e não propriamente como uma dedução direta no Imposto de Renda.

De outro lado, as doações efetuadas por pessoas físicas diretamente a essas entidades não tem o benefício fiscal em sua declaração de ajuste anual, pois apenas pessoas jurídicas são beneficiadas.

## 2.8 INCENTIVOS FISCAIS À INOVAÇÃO DA LEI DO BEM:



**Figura 6: Incentivos Fiscais à Inovação da Lei do Bem**

### 2.8.1 Base Legal:

A Lei nº. 11.196, de 21 de novembro de 2005, conhecida como a “Lei do Bem”, foi regulamentada pelo Decreto nº 5.798, de 7 de junho de 2006, e alterada pela Lei nº. 11.487/07.

Tem com grande diferencial a concessão automática de incentivos fiscais às pessoas jurídicas que realizem pesquisa tecnológica e desenvolvimento de inovação tecnológica (PD&I).

A lei do Bem aperfeiçoou os incentivos fiscais, em especial, ampliou o prazo de gozo, que inicialmente ia até 2009 para até 2019, com o escopo de otimizar a capacidade das empresas de desenvolverem internamente inovações tecnológicas, quer na concepção de novos produtos como no processo de fabricação, quer na agregação de novas funcionalidades ou características ao produto ou processo que implique em melhoria incrementais e efetivo ganho de qualidade ou produtividade, resultando maior competitividade no mercado.

Entre os incentivos proporcionados pela Lei do Bem destacam-se:

a) dedução, na apuração do Imposto de Renda, dos dispêndios com P&D, inclusive aqueles com instituições de pesquisa, universidades ou inventores independentes;

b) redução de IPI na compra de equipamentos destinados a P&D;

c) depreciação acelerada dos equipamentos comprados para P&D;

d) amortização acelerada dos dispêndios para aquisição dos bens intangíveis para P&D;

e) crédito do Imposto de Renda retido na fonte incidente sobre as remessas ao exterior de valores para pagamento de royalties relativos a assistência técnica ou científica e de serviços especializados para P&D;

f) redução a zero da alíquota do Imposto de Renda retido nas remessas efetuadas para o exterior destinadas ao registro e manutenção de marcas, patentes e cultivares.

Tais incentivos vêm previstos no Capítulo III da Lei do Bem e se encontram regulamentados pelo Decreto nº. 5.798, de 7 de junho de 2006. Atualmente merece destaque o “Plano de Ação 2007-2010: Ciência, Tecnologia e Inovação para o Desenvolvimento Nacional”, o qual integra o Plano de Aceleração do Desenvolvimento (PAC), e tem como principal objetivo “definir um amplo leque de iniciativas, ações e programas que possibilitem tornar mais decisivo o papel a Ciência, Tecnologia e Inovação. (CT&I) no desenvolvimento sustentável do País.”

### *2.8.2 Conceito:*

Almeja o referido plano estimular as empresas a incorporarem, progressivamente, as atividades de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I) no seu processo produtivo, em especial no que se refere às empresas situadas nas

zonas de fronteira, das áreas de engenharia e estratégicas para o desenvolvimento do país. Dentre os seus objetivos específicos, constam:

- expandir, integrar, modernizar e consolidar o Sistema Nacional de Ciência e Tecnologia e Inovação (SNCTI), atuando em articulação com os governos estaduais para ampliar a base científica e tecnológica nacional;
- atuar de maneira decisiva para acelerar o desenvolvimento de um ambiente favorável á inovação nas empresas, fortalecendo a Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior (PITCE);
- fortalecer as atividades de pesquisa e inovação em áreas estratégicas para a soberania do País, em especial energia, aeroespacial, segurança pública, defesa nacional da Amazônia;
- promover a popularização e o ensino de ciência, a universalização do acesso aos bens gerados pela ciência, e a difusão de tecnologias para a melhoria das condições de vida da população.

Conforme o Ministério da Ciência e Tecnologia (MTC), o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) e o Plano de Ação de Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I) então em completa sintonia com os objetivos do Governo Federal expressos no Plano Plurianual (PPA) 2008-2011, quais sejam:

- a) promover a inclusão social e a redução das desigualdades;
- b) propiciar o acesso da população brasileira à educação a ao conhecimento em seus diversos níveis e modalidades, com equidade e qualidade;
- c) promover o crescimento com sustentabilidade, geração de empregos e distribuição de renda;
- d) fortalecer a democracia e a cidadania com garantia dos direitos humanos;
- e) implementar uma infra-estrutura eficiente e integradora do território brasileiro;
- f) reduzir as desigualdades regionais a partir das potencialidades locais do território nacional;
- g) fortalecer a inserção soberana internacional e a integração sul-americana;
- h) elevar a competitividade sistêmica da economia, com inovação tecnológica;
- i) promover um ambiente social pacífico e garantir a integridade dos cidadãos;
- j) promover o acesso com qualidade a serviços e benefícios sociais, sob a perspectiva da universalidade e da equidade, assegurando-se seu caráter democrático e descentralizado.

Ademais, entre as prioridades estratégicas do Plano, encontram-se:

- a) expansão e consolidação do Sistema Nacional de CT&I: expandir, integrar, modernizar e consolidar o Sistema Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação;
- b) promoção da inovação tecnológica nas empresas: intensificar as ações de fomento para a criação de um ambiente favorável à inovação nas empresas e para o fortalecimento da Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior;
- c) PD&I em áreas estratégicas: fortalecer as atividades de pesquisa e inovação em áreas estratégicas para o país;
- d) C&T para o desenvolvimento social: promover a popularização e o aperfeiçoamento do ensino de ciências nas escolas, bem como a difusão de tecnologia para a inclusão e o desenvolvimento social.

### *2.8.3 Beneficiários:*

Conforme o art. 13 da Lei 11.196/05, é beneficiária do Regime de Aquisição de Bens de Capital para Exportadoras a pessoa jurídica preponderantemente exportadora, com receita bruta decorrente de exportação para o exterior, no ano-calendário anterior à adesão ao RECAP, igual ou superior a 70% de sua receita bruta venda de bens e serviços no período e que assuma o compromisso de manter esse percentual durante dois anos-calendário.

A pessoa jurídica que não tenha atingido a receita bruta acima pode se habilitar ao RECAP, desde que assuma compromisso de auferir, no período de três anos-calendário, receita bruta decorrente de exportação para o exterior de, no mínimo 70% de sua receita bruta total de venda de bens e serviços (art. 13 da Lei 11.196/05).

Não se aplica o presente incentivo às pessoas jurídicas optantes pelo SIMPLES às empresas cujas receitas ao todo ou em parte estejam submetidas ao regime de incidência cumulativa da contribuição para o PIS/PASEP e da COFINS, bem como às empresas que estejam irregulares em relação aos tributos e contribuições administrados pela Receita Federal do Brasil (art. 13 da Lei 11.196/2005).

O estaleiro naval brasileiro pode se habilitar ao RECAP independente de possuir receita bruta de exportação para o exterior ou de efetuar compromisso de

exportação para o exterior durante o período de três anos-calendário (art. 13 da Lei 11.196/2005).

No caso do estaleiro naval, a suspensão se aplica somente quando os referidos bens forem destinados às atividades de construção, conservação, modernização, conversão e reparo de embarcações pré-registradas ou registradas no Regime Especial Brasileiro (REB), instituído pela Lei 9.432, de 08 de janeiro de 1997.

#### *2.8.4 Deduções:*

Deduções de Imposto de Renda e da Contribuição sobre o Lucro Líquido (CSLL) de dispêndios efetuados em atividades de P&D vêm beneficiar as empresas optantes do lucro real.

##### a) Dedução de 100% dos dispêndios:

Segundo o art. 17, I, da Lei 11.196/05, a pessoa jurídica pode deduzir para efeito de apuração do lucro líquido, o valor correspondente à soma dos dispêndios realizados no período de apuração com pesquisa tecnológica e desenvolvimento de inovação tecnológica classificáveis como despesas operacionais, o que irá reduzir o montante devido a título de IR e de CSLL.

Também é possível considerar os dispêndios com pesquisa tecnológica e desenvolvimento de inovação tecnológica no pagamento aos serviços contratados no país, com universidade, instituição de pesquisa ou inventos independente (Lei 10.973/04) desde que a pessoa jurídica que efetue o dispêndio fique com a responsabilidade, o risco empresarial, a gestão e o controle da utilização dos resultados dos dispêndios.

##### b) Dedução adicional – 60%

Sem prejuízo do incentivo acima, de forma adicional a lei previu que já a partir do ano-calendário 2006, as empresas podem excluir do lucro líquido, na determinação do lucro real e da base de cálculo da CSLL, o valor correspondente a até 60% da soma dos dispêndios realizados no período de apuração com pesquisa tecnológica e desenvolvimento de inovação, classificáveis como despesas pela legislação do IR. Essa dedução opera-se automaticamente.

##### c) Dedução adicional – 70% e 80%

A dedução de 60% aumenta para 70%, caso sejam contratados até 50% de pesquisadores entre o pessoal da empresa e para 80% se forem contratados mais de 5%.

d) Dedução adicional de 20% em caso de patente concedida.

No caso de pesquisa tecnológica e desenvolvimento de inovação objeto de patente concedida ou cultivar registrado, a dedução da soma dos dispêndios ou pagamentos vinculados à pesquisa será de 20% no lucro líquido, na determinação do lucro real de cálculo da CSLL (art. 19da Lei 11.196/05).

e) Dedução das importâncias transferidas a microempresas e empresas de pequeno porte como despesas operacionais.

Nos termos do art. 18 da Lei 11.196/06, poderão se deduzidos como despesas operacionais as importâncias transferidas a microempresa e empresas de pequeno porte, destinada à execução de pesquisa tecnológica e de desenvolvimento de inovação tecnológica de interesse e por conta e ordem da pessoa jurídica que promoveu a transferência, ainda que a pessoa jurídica recebedora dessas importâncias venha a ter participação no resultado econômico do produto resultante.

#### Quadro Resumo dos Incentivos Fiscais:

<i>Incentivo</i>	<i>Esfera</i>	<i>Tributo</i>	<i>Objeto</i>	<i>Dedução</i>	<i>Despesa Operacional</i>
Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente	Federal	IRPJ	Doação	1% do imposto devido	Não Permitido
Lei Rouanet	Federal	IRPJ	Doação e Patrocínio	4% do imposto devido	100% do Gasto
Lei de Incentivo ao Esporte	Federal	IRPJ	Doação e Patrocínio	1% do imposto devido	Não Permitido
PAT – Programa de Alimentação do Trabalhador	Federal	IRPJ	Gastos Alimentação do Trabalhador	4% do imposto devido ou 1,99 por refeição	100% do Gasto
Entidades sem Fins Lucrativos	Federal	IRPJ	Doações	Não Há Dedutibilidade	2% do Lucro Operacional
Incentivos à Inovação da Lei do Bem	Federal	IRPJ e CSLL	Inovação Tecnológica	60% da Base de Cálculo podendo chegar a 80%	100% do Gasto

### 3 RESPONSABILIDADE SOCIAL

#### 3.1 CONCEITO

A responsabilidade social e a ética caminham lado a lado. É a partir da moral e dos valores éticos daqueles que conduzem uma empresa, que se tem a prática da responsabilidade social corporativa. A ética passa a ser uma pressão coletiva. E espera-se que trabalhe pelo bem-estar coletivo. No Brasil, os consumidores já podem julgar se uma empresa é boa ou ruim, tendo por base a responsabilidade social. Este julgamento leva em consideração a maneira como são tratados os funcionários e a ética nos negócios.

Neste contexto, cabe ao profissional contábil pautar suas ações profissionais sob a luz da ética que lhe oportuniza operar com justiça, prudência e equilíbrio, visando que seu trabalho seja realizado de forma eficaz, competente e com lisura, pois, do contrário, poderá o usuário sofrer sérias conseqüências.

Dentre todas as profissões, a do contabilista talvez seja uma das que exija do profissional, a todo instante, um apelo ao comportamento ético, pois é a atividade contábil aquela que, através de seus relatórios, registros, demonstrativos e principalmente pela assinatura da responsabilidade técnica pelo serviço prestado, expõe aos dependentes e usuários da contabilidade tais informações.

O tema responsabilidade social permeia a estrutura organizacional e gerencial das firmas e grupos, concretizado-se, da forma distributiva, pelo destino de parte da riqueza adicional produzida em benefício de funcionários e seus familiares e pela realização de ações cooperativas com o desenvolvimento das comunidades, em nível local, regional e nacional, as quais podem ou não se relacionar diretamente com os objetivos do negocio empresarial.

Segundo critérios de excelência 2006, da Fundação Nacional de Qualidade, estabelecidos para atribuição do Prêmio Nacional de Qualidade, responsabilidade social implica em:

Atuação baseada em relacionamento ético e transparente com todas as partes interessadas, visando ao desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

### 3.2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA

De um movimento nascido na Europa do pós-guerra e no contexto da Guerra Fria, as empresas privadas acabaram por se sensibilizar do dever de realizar ações sociais. A própria necessidade imperiosa de recuperação dos países devastados pela guerra fez com que a consciência aflorasse nas entidades, dando impulso para uma nova filosofia de gestão. E para dar conta do quê, como, quando, onde e por quê realizavam esse trabalho, originaram-se os balanços sociais, que em países como França, Itália e Espanha são objeto de extensas legislações que conferem rigor às publicações. Atualmente, o Brasil é o país da América Latina com maior consciência e discussão, inclusive na imprensa, em torno do papel das empresas como agentes de transformação social (Damante e Nassar, 2002:10).

Com a abertura comercial do Brasil, que permitiu a entrada de empresas e produtos com preço e qualidade similares ou superiores aos nacionais, houve, junto ao empresariado, uma conscientização de fidelizar seu cliente/consumidor. Tal questão culminou com o Código de Defesa do Consumidor e a configuração do seu órgão representativo, o PROCON. Esses assuntos tomaram tal relevância que se tornam questões de responsabilidade social.

No Brasil, os indícios de que uma mudança de mentalidade empresarial estava acontecendo, são percebidos desde meados da década de 60, quando novas idéias começam a serem discutidas e é criada a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), sendo publicada a “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas”, em 1965. A difusão dessas idéias, no entanto, tomou impulso a partir da segunda metade dos anos 70, quando mereceram destaque como ponto central do 2º Encontro Nacional de Dirigentes de Empresas. Um dos princípios da ADCE Brasil baseava-se na aceitação por seus membros de que as empresas além de produzir bens e serviços, devem possuir função social que se realiza em nome dos trabalhadores e do bem-estar da comunidade em geral.

Embora já motivasse discussões, apenas em 1977 é que mereceu destaque a ponto de ser tema central do II Encontro Nacional de Dirigentes de Empresa, quando o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, lança uma campanha pela divulgação do balanço social. A campanha contra a fome e a miséria motivou a criação do Marco Legal do Terceiro Setor. Organizações como o Grupo Pão de Açúcar, Azaléia, Usiminas, Inepar, Petrobrás e muitas outras empresas já possuem

certificação. Em novembro de 1997, o IBASE lançou o selo do balanço social para estimular a participação das organizações (Damante e Nassar, 2002).

Mas, somente em 1984 é publicado o primeiro balanço social de uma empresa brasileira. E, a partir disso, várias empresas passam a divulgar o balanço anualmente.

Contudo a concepção do conceito de responsabilidade social somente ganhou espaço no final da década de 80, consolidando-se nos últimos anos, de 1990 a 2003. Dentre os fatores influenciadores, destacam-se:

a) a reorganização do capital que muda o cenário econômico, tendo como pilar a competitividade mundial, regional, e local, exigindo um perfil para a indústria e os trabalhadores;

b) o aumento das condições de pobreza e da degradação ambiental

c) a Campanha contra a fome, de Betinho;

d) o fortalecimento dos movimentos sociais;

e) as profundas transformações do mundo contemporâneo, provocando a incerteza e a instabilidade como fatores ameaçadores à sobrevivência das organizações empresariais, ao mesmo tempo em que fortalece a valorização do conhecimento e do progresso;

f) a insuficiência do papel do Estado, implicando nas graves críticas às políticas públicas, marcadas pelo assistencialismo, insuficiência dos recursos, a privatização dos serviços sociais;

g) o crescimento da violência urbana.

Assim ocorreu uma mudança de paradigma, em que num primeiro momento a empresa devia se mostrar responsável socialmente para seus acionistas (1970), para outra em que devia ser responsável perante sua comunidade, empregados, natureza, governo, rede de fornecedores, consumidores e compradores, atuais e futuros stakeholders.

### 3.3 IMPORTÂNCIA E VANTAGENS:

A atuação da empresa conforme a responsabilidade social proporcionando-lhe, essencialmente, amadurecimento no que tange às suas estratégias de manutenção e crescimento e, ainda as seguintes vantagens:

- redução de carga tributária: em decorrência dos incentivos fiscais de que a empresa pode se valer. A carga tributária brasileira é uma das mais altas do mundo, sendo motivo a sua redução para a conquista de saúde financeira por parte da empresa;

- forma alternativa de recolhimento de alguns tributos, que reverte comprovadamente em benefício da própria empresa e dos seus stakeholders, porque a empresa cumpre o dever de pagar o tributo e também passa ter a certeza de que o montante “que deixou de pagar diretamente ao Estado” está tendo uma destinação certa, precisa e socialmente relevante;

- criação de uma política permanente para a empresa: as ações socialmente responsáveis são permanentes, planejadas, estratégicas, e buscam a elevação da qualidade de vida e a inclusão social a médio e longo prazo. Portanto, torna-se política permanente da empresa, permeando seu processo de tomada de decisões;

- incremento do marketing social: a responsabilidade social proporciona benefícios indiretos à atividade comercial da empresa, dado o incremento no marketing social da empresa, isto é nas medidas tomadas pela empresa para estruturar sua imagem perante o seu público externo, reforçar e agregar valor à marca;

- redução dos custos operacionais e melhoria dos indicadores produtividade e qualidade;

- lealdade dos clientes, que optam por manter relacionamento com as empresas responsáveis socialmente;

- melhoria da imagem da empresa, tornando-a mais concorrente, não só no âmbito do mercado, mas também na contratação com o Poder Público, através de licitações;

- divulgação do Balanço Social e dos Indicadores de Responsabilidade Social: são instrumentos que têm por objetivo adaptar a empresa a um perfil socialmente responsável;

- obtenção de certificados e selos que atestam a sua boa prática empresarial;

- preferência nas licitações e contratações com o Poder Público, haja vista pela preferência peça Administração Pública de contratar com empresas socialmente responsáveis, que não poluam, que tratem dos resíduos sólidos resultantes de sua atividade, que cumpram as obrigações trabalhistas e tributárias, entre outras.



**Figura 7: Vantagens da Responsabilidade Social**

Diante de todas vantagens apresentadas, verifica-se que, na prática, a responsabilidade social traz um resultado positivo para as empresas. Em virtude disso, nas últimas duas décadas, houve um aumento expressivo das empresas de todos os tamanhos e segmentos que a estão adotando. Adota-se essa estratégia visando principalmente o sucesso no cenário empresarial contemporâneo.

As empresas, hoje, possuem uma nova diretriz nos rumos da obtenção do lucro, pois as vantagens oferecidas em relação ao preço não são mais suficientes para a manutenção e obtenção do mercado consumidor. Cada vez mais, a qualidade do produto está relacionada à relação da empresa com a sociedade.

#### 3.4 EIXOS E PILARES DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

A responsabilidade Social centra-se nos seguintes eixos:

a) Pessoas, fazendo-se alusão aos clientes e aos trabalhadores e a preocupação é quanto à saúde, à segurança, à formação e ao desenvolvimento, à diversidade, à compensação, ao voluntariado, à satisfação e ao acesso ao serviço.

b) Produtos, em que esses representam não só os produtos, mas também os serviços, os marketing, a rotulagem, a cadeia de abastecimento e a interação com os fornecedores em torno da sustentabilidade.

c) Princípios, representando os valores que norteiam a organização, dos quais decorrem os objetivos, a monitorização e a implementação da responsabilidade social.

d) Ambiente, representa todas as iniciativas e os dados ambientais ou ecológicos.

e) Comunidade, representando as iniciativas locais e nacionais, dentre as quais educação, emprego, trabalho das ONGs e dos Governos, incentivos à cultura e ao desporto.

f) Democracia, considera elemento indispensável numa cultura de responsabilidade social. Seus critérios englobam a participação democrática, a educação, a formação.

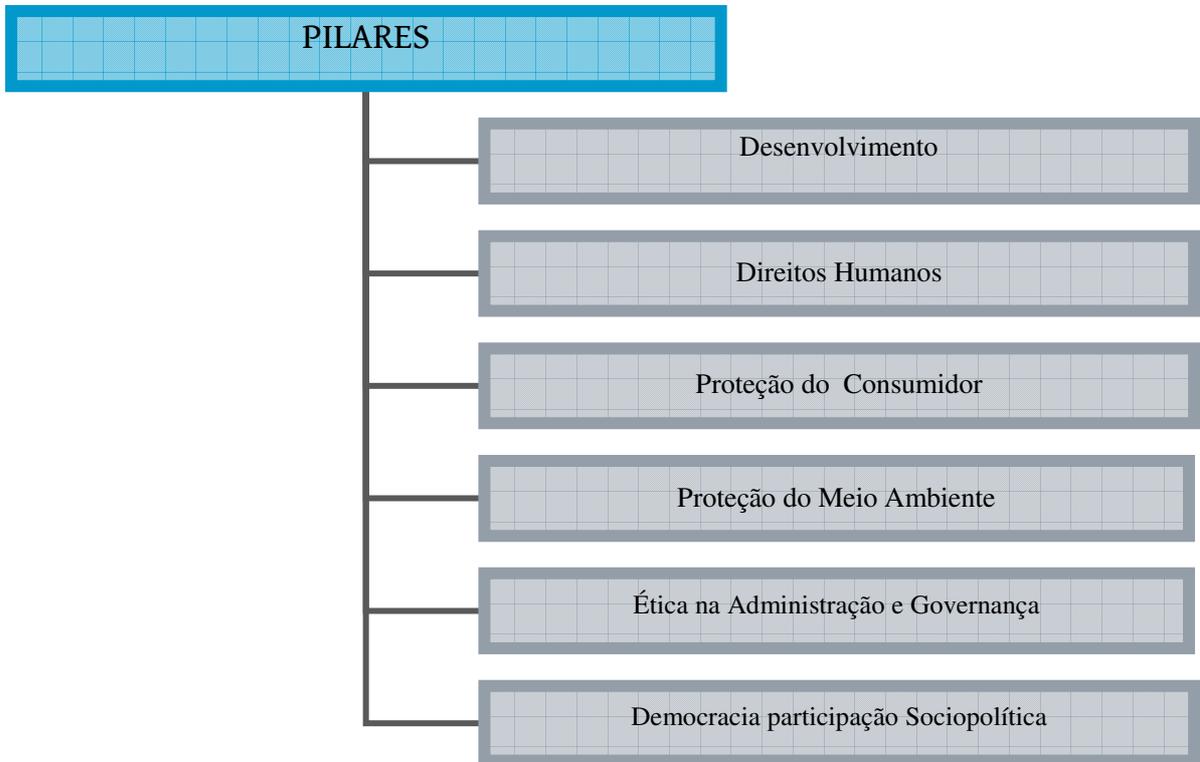


**Figura 8: Eixo da Responsabilidade Social**

A responsabilidade social está intimamente relacionada ao tema das políticas públicas e do desenvolvimento sustentável, onde os pilares desta está baseado em princípios e valores que resumem-se aos seguintes:

- promoção do desenvolvimento;
- respeito aos Direitos Humanos;
- proteção do consumidor;
- proteção do meio ambiente;
- ética na administração e governança corporativa;

- democracia e participação sociopolítica.



**Figura 9: Pilares da Responsabilidade Social**

## 4 DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

### 4.1 EVOLUÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES

A Contabilidade surgiu, em locais e épocas diversas, da necessidade que o homem tinha de controlar seus haveres ou riquezas, como técnica. A Contabilidade, como ciência, teve sua primeira manifestação apenas no século XV, com a publicação, em 1494, da obra de Luca Pacioli (1445-1517), intitulada *Summa de Arithmetica, Geometrica, Proportioni et Proportionalita*, a primeira e revolucionária obra sobre álgebra publicada na Europa, constituindo-se em uma compilação sobre Aritmética, Álgebra, Geometria Euclidiana Elementar e Contabilidade, baseada em manuscritos árabes, com cerca de 600 páginas e escrita em italiano.

Somente nos Tempos Modernos os conhecimentos contábeis milenares estruturaram-se em teorias, seguindo métodos racionais, com interesse em conhecer o movimento da riqueza das empresas.

Hoje, enquanto ciência social, a Contabilidade explica as relações de causa e efeito entre as variáveis independentes e dependentes que afetam o patrimônio das entidades e estabelece postulados, princípios e normas gerais e universais, que são aplicáveis a todas as entidades; enquanto técnica, a Contabilidade se caracteriza por utilizar os postulados, princípios e normas gerais aplicáveis a um conjunto de atitudes e atividades racionais que objetiva o sistemático conhecimento econômico, financeiro, patrimonial, social e ambiental de uma entidade específica.

Muito tem sido discutido para que a Ciência Contábil atenda às exigências desse novo contexto sócio-econômico, através da utilização de instrumentos que possam evidenciar com mais clareza e transparência a responsabilidade social das empresas, enfatizando os aspectos quantitativos e qualitativos das ações realizadas no âmbito social e os efeitos para a empresa e para a sociedade dessas ações.

A contabilidade precisou e precisa constantemente dota-se de conhecimentos, ferramentas, enfim, de todo um arcabouço conceitual, para bem poder responder seus desideratos internos e externos. Precisa atender sobretudo, aos usuários da informação (seus stakeholders), que tanto podem ser internos como externos.

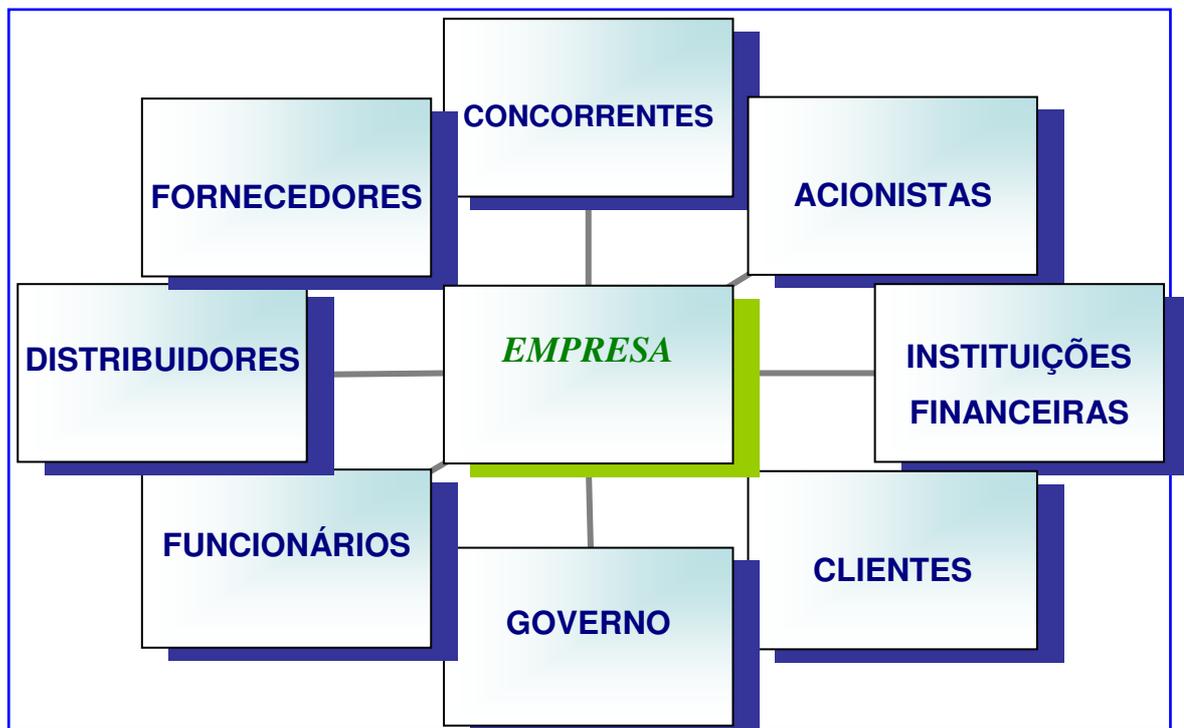
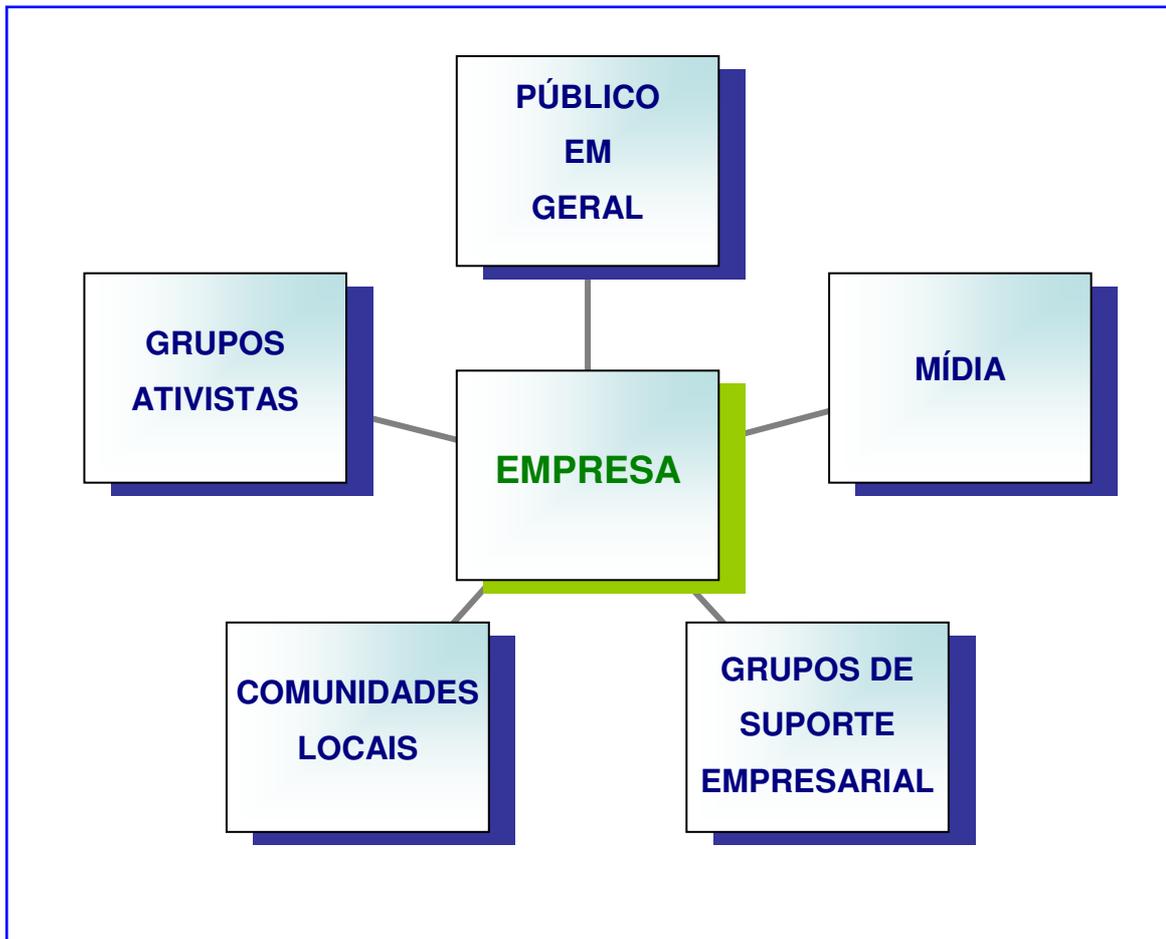


Figura 10: Usuários Primários da Empresa



**Figura 11: Usuários Secundários da Empresa**

#### 4.2 CONTABILIDADE E SUA FUNÇÃO SOCIAL

A Contabilidade por estar incluída nas ciências sociais, tem como uma de suas premissas fundamentais a identificação e aproximação das relações entre os diversos indivíduos ou entidades de uma sociedade.

Por outro lado, pode-se afirmar que a demonstração tradicional do resultado do exercício não leva em consideração os benefícios obtidos pelos financiadores, trabalhadores e clientes, pois o enfoque maior é dado ao lucro ou prejuízo apurado que, regra geral, interessa apenas ao proprietário, sócio, acionista. Até por isso a demonstração de resultado do exercício pode ser considerada como extremamente exclusivista. A esse respeito é mister destacar a manifestação de Eliseu Martins, (boletim IOB 31/9, p.1):

“Afimial a demonstração de resultado é uma visão particular, pode se dizer, no extremo, até egoísta, de apenas um dos interessados na empresa os seus proprietários. A demonstração do Valor adicionado é de uma visão muito mais geral, dando a mesma importância a todos os fatores de produção: o trabalho, os demais capitais na forma de crédito e também o governo.”

A Contabilidade Social ou Nacional tem como principal objetivo o fornecimento de informações que possam auxiliar na constituição de base para a tomada de decisão por parte dos gestores governamentais. Toda a Contabilidade Nacional está voltada para registros sistemáticos das operações realizadas no país e é um dos principais instrumentos utilizados no entendimento e medição das relações básicas ocorridas na atividade econômica.

O Brasil mesmo tendo passado por extenso período de conservadorismo político e social, instituiu-se em 1975 a obrigatoriedade de apresentação de documento conhecido por Relação Anual de Informações Sociais (RAIS). Esse documento, até hoje exigido das empresas, compreende uma quantidade bastante grande de informações que poderiam compor o Balanço Social. Porém as mudanças e transações sociais passadas nos últimos 20 anos já estão a exigir um novo conjunto de informações. Uma das questões que tem sido levantada está ligada à nova sociedade que começa a formar-se, principalmente com o grande número de trabalhadores informais. Esse já não pode ser considerado um problema exclusivo de países como Brasil, México, Argentina etc. ; países da Europa, como França e Alemanha, já encontram-se dificuldades no combate a esse tipo de trabalhador.

Outro pronunciamento que deve ser destacado é o da ex-deputada Federal Marta Suplicy, uma das autoras do Projeto de Lei nº 3.116/97, que propunha a criação do Balanço Social para as empresas no Brasil:

“A informação é um dos pressupostos da cidadania. O Balanço Social é um instrumento de informação. Servirá para os trabalhadores e a sociedade como para os dirigentes das empresas na mensuração das suas próprias atividades. Ainda estimulará o controle da sociedade sobre o uso dos incentivos fiscais e ajudará na identificação de políticas de recursos humanos.”

### 4.3 BALANÇO SOCIAL

Com a elaboração do Balanço Social, surge a oportunidade da organização evidenciar suas potencialidades, demonstrando sua influência e participação na economia local, regional e nacional.

Com referência ao tema em questão, Ludícibus et al. (2000, p31) enfatizaram que “o Balanço Social busca demonstrar o grau de responsabilidade social assumida pela empresa e assim prestar contas à sociedade pelo uso do patrimônio público, construído dos recursos naturais, humanos e o direito de conviver e usufruir dos benefícios da sociedade em que atua”.

Segundo Santos (2003, p.80) Balanço Social:

É um conjunto de informações que pode ou não ter origem na contabilidade financeira e tem como principal objetivo demonstrar o grau de envolvimento da empresa em relação à sociedade que a acolhe, devendo ser entendido como um grande instrumento no processo de reflexão sobre as atividades das empresas e dos indivíduos no contexto da comunidade como um todo. Será um poderoso referencial de informações nas definições de política de recursos humanos, nas decisões de incentivos fiscais, no auxílio sobre novos investimentos e no desenvolvimento da consciência para a cidadania.

Como forma de deixar evidente que o Balanço Social deve ser utilizado como uma importante demonstração de informação social, e não como uma peça de marketing ou simples propaganda de sua atividade social, o sociólogo Hebert de Souza, o Betinho, do IBASE, afirmou que cabe às empresas oferecer dados sobre as atividades no campo social a entidades autônomas e independentes da sociedade civil. São Imprescindíveis o acompanhamento, a análise e a participação nesse esforço conjunto.

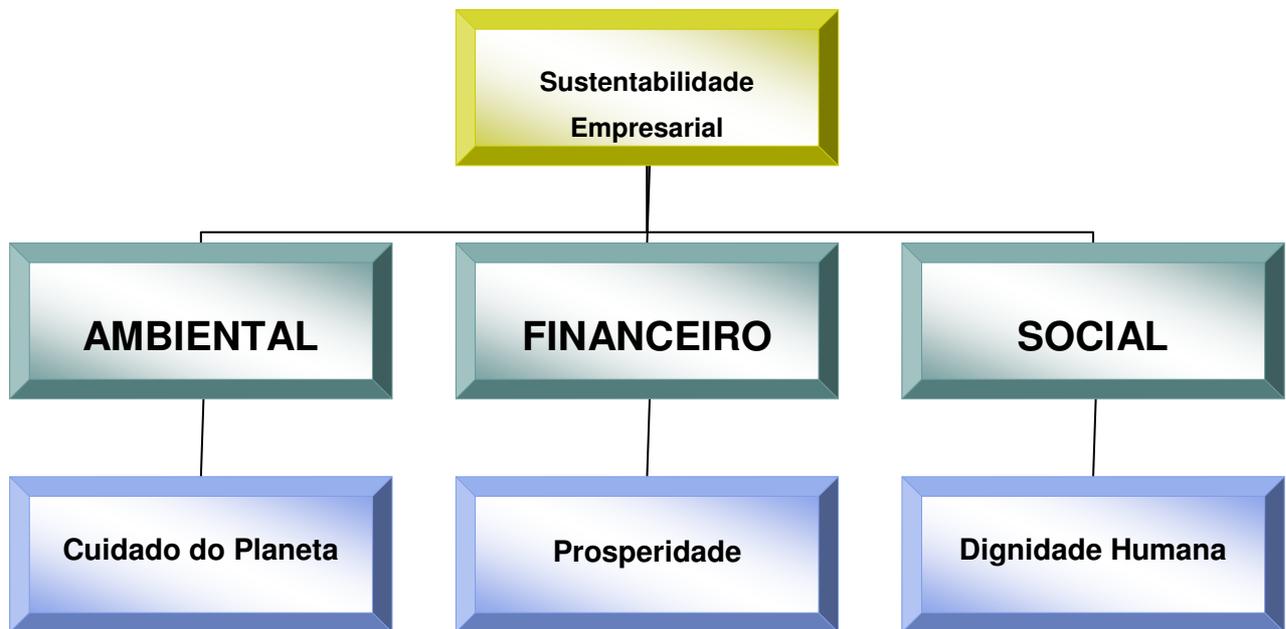
Ou ainda conforme Sucupira (2001, p.124):

“fazer e publicar o Balanço Social é mudar aquela visão tradicional em que a empresa deveria tratar apenas de produzir e colher lucros, sem se preocupar com a satisfação de sua força de trabalho e com o ambiente externo, para uma visão moderna em que os objetivos da empresa incorporam sua responsabilidade social.”

<b>Autor</b>	<b>Importância do Balanço Social</b>
TAYLOR , 1980	É o instrumento mais apto, considerando-se as suas limitações, para apoiar o comportamento social.
TINOCO, 1984	Instrumento de gestão e de informação que visa reportar informações econômicas, financeiras e sociais do desempenho das entidades.
SÁ e SÁ, 1995	Representa a expressão de uma prestação de contas da empresa à sociedade em face de sua responsabilidade para com a mesma.
ANDREOLLA, 1997	Instrumento de medida do desempenho da empresa no campo social, considerando a tríplex realidade da empresa: econômico – financeiro, pessoal - humana, política – social.
DE LUCA , 1998	Instrumento de medida que permite a verificar a situação da empresa no campo social.
KROETZ, 2000	Instrumento de controle e de auxílio para a tomada de decisão e adoção de estratégia.
KROETZ, 2000	Aborda questões que mostram com transparência a informação sobre a atuação social da empresa.
SUCUPIRA, 2001	Um conjunto de informações sobre as atividades desenvolvidas por uma empresa, em promoção humana e social, dirigidas aos seus empregados e à comunidade onde está inserida.
TINOCO, 2001	Pode contribuir para modificar a imagem pública da empresa do próprio pessoal e do público em geral.
IUDÍCIBUS, MARTINS e GELBECKE, 2003	O Balanço Social tem por objetivo demonstrar o resultado da intenção da empresa com o meio em que está inserida
MAZZIONI, 2005	O Balanço Social busca oportunizar a oferta de instrumentos válidos, capazes de refletir os esforços organizacionais relacionados ao bem estar das pessoas, ao meio ambiente, à geração e distribuição de riquezas e da responsabilidade social que lhe é inerente.

**Quadro 3: Importância do Balanço Social**

O Balanço Social, também conhecido por Relatório da Sustentabilidade, está inserido nesse contexto. O tripé da sustentabilidade, explicita as dimensões econômica, social e ambiental.



**Figura 12: Sustentabilidade Empresarial**

Referência a alguns dados relacionados aos recursos humanos que podem integrar o Balanço Social na sua estrutura:

- Estrutura Funcional efetivo de pessoal;
- Estrutura funcional distribuída por sexo;
- Estrutura funcional distribuída por faixa etária;
- Estrutura funcional de cargos e chefias por sexo;
- Estrutura funcional por raça;
- Estrutura funcional de cargos e chefias por sexo;
- Estrutura funcional de cargos e chefias por raça;
- Estrutura funcional por tempo de casa;
- Estrutura funcional por salários;
- Estrutura funcional por escolaridade;
- Estrutura funcional faixa salarial por sexo;
- Estrutura funcional por tempo de casa; (em anos);
- Local de residência dos funcionários;
- Absenteísmo;
- Movimentação de pessoal;
- Valores de benefícios ao pessoal;

- Serviços especializados de segurança e medicina do trabalho;
- Formação e treinamento;
- Inserção de pessoas com necessidades especiais;
- programa de estágio;
- Desenvolvimento de recursos humanos;
- Programa corporativo de acidente de trabalho;
- Processos trabalhistas;

#### 4.4 MODELOS DE BALANÇO SOCIAL – IBASE

O Balanço Social modelo IBASE possui maior riqueza de detalhes sobre a aplicação de recursos, detalhando o montante aplicado em: indicadores sociais internos (relacionado ao corpo funcional da empresa); indicadores sociais externos (relacionado à sociedade em geral); e indicadores ambientais. Estes são comparados com a receita bruta, com o lucro bruto, e com a remuneração total paga aos funcionários durante o exercício. Este demonstrativo ainda apresenta os indicadores do corpo funcional, no qual avalia a quantidade e a faixa salarial dos profissionais em relação a sexo, cor e idade, além de analisar indicadores voltados ao exercício da cidadania empresarial, relacionando a maior e a menor remuneração paga aos funcionários e demais fatores voltados ao ambiente interno da empresa.

Balanço Social Anual /2007

Empresa: USIMINAS

1. Base de Cálculo		Valor (mil reais)		
Receita Líquida (RL)		7.403.018		
Resultado Operacional (RO)		2.466.192		
Folha de Pagamento Bruta (FPB)		705.094		
2. Indicadores Sociais Internos		Valor (mil R\$)	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentação		20.649	2,93%	0,28%
Encargos sociais compulsórios		130.123	18,45%	1,76%
Previdência Privada		117.677	16,69%	1,59%
Saúde		15.200	2,16%	0,21%
Segurança e medicina no trabalho		22.137	3,14%	0,30%
Educação		0	0,00%	0,00%

Cultura	0	0,00%	0,00%
Capacitação e desenvolvimento profissional	7.167	1,02%	0,10%
Creches ou auxílio-creches	0	0,00%	0,00%
Participação nos lucros e resultados	64.159	9,10%	0,87%
Outros	14.035	1,99%	0,19%
<b>Total – Indicadores Sociais Internos</b>	<b>391.147</b>	<b>55,47%</b>	<b>5,28%</b>

3. Indicadores Sociais Externos	Valor (mil R\$)	% sobre FPB	% sobre RL
Educação	0	0,00%	0,00%
Cultura	15.509	0,67%	0,22%
Saúde e saneamento	0	0,00%	0,00%
Habitação			
Esporte	1.043	0,04%	0,01%
Lazer e diversão			
Creches			
Alimentação			
Combate á fome e segurança alimentar	0	0,00%	0,00%
Outros	11.727	0,48%	0,16%
<b>Total das Contribuições para a sociedade</b>	<b>29.279</b>	<b>1,19%</b>	<b>0,40%</b>
Tributos (excluídos encargos sociais)	1.728.245	70,08%	23,25%
Total Indicadores Sociais Externos	1.757.524	71,26%	23,74%

4. Indicadores Ambientais	Valor (mil R\$)	% sobre FPB	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/operação da Empresa.	92.018	3,73%	1,24%
Investimentos em programas e/ou projetos externos	0	0,00%	0,00%
Total de Investimentos em Meio Ambiente	92.018	3,73%	1,24%
Quanto ao estabelecimento de metas anuais para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa	Cumprido de	76 a 100%	

#### 5. Indicadores do Corpo Funcional

Nº de empregados (as) ao final do período	8.191
Nº de admissões durante o período	471
Nº de empregados (as) terceirizados (as)	7.482
Nº de estagiários (as)	281
Nº de empregados (as) acima de 45 anos	2.554
Nº de mulheres que trabalham na empresa	339

% de cargos de chefias ocupados por mulheres	0
Nº de negros (as) que trabalham na empresa	483
% de cargos de chefia ocupados por negros (as)	0
Nº de portadores de deficiência ou necessidades especiais	160

6. Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial

	2007	Metas 2008
Relação entre a maior e menor remuneração da empresa:	40,15	37,00
Número total de acidentes de trabalho:	18	14
Os projetos sociais ambientais desenvolvidos pela empresa		Todos (as)
Foram definidos por:	Direção	Empregados (as)
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de Trabalho foram deifinidos por:	Todos (as) mais CIPA	Todos (as) mais CIPA
Quanto a liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos (as) trabalhadores (as), A empresa:	Incentiva e Segue a OIT Todos (as)	Incentivará e Seguirá a OIT Todos (as)
A previdência privada completa:	Empregados (as)	Empregados (as)
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	São exigidos	São exigidos
Quanto à participação dos empregados (as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	Organiza e Incentiva Na empresa	Organiza e Incentiva Na empresa
Número, ações e criticas de consumidores:	No Procon Na Justiça Na empresa	No Procon Na Justiça Na empresa
% de reclamações e criticas solucionadas:	No Procon Na Justiça	No Procon Na Justiça
Valor Adicionado total a distribuir (em mil R\$)	7.815.190	

<b>Distribuição do Valor Adicionado (DVA)</b>	<b>43,64% governo</b>	
	<b>14,20% colaborador</b>	
	<b>0,50% acionistas</b>	
	<b>26,81% terceiros</b>	
	<b>14,78% retido</b>	

#### 4.5 DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO

Do ponto de vista das Ciências Econômicas, mais especificamente restringindo aos aspectos da macroeconomia, o valor adicionado está intimamente ligado à apuração do produto natural. Do ponto de Vista microeconômico, poder-se-ia dizer que o valor adicionado de uma empresa é o quanto de riquezas ela pode agregar aos insumos de sua produção que foram pagos a terceiros, inclusive os valores relativos às despesas de depreciação. Do ponto de vista da Ciência Contábil, poder-se-ia afirmar que a medição ou apuração de riquezas criadas pode ser calculada através da diferença aritmética entre o valor de vendas e os insumos pagos a terceiros mais as depreciações. Muitos são os autores, economistas e contadores que se manifestam a esse respeito. A seguir relacionam-se alguns desses pronunciamentos.

Mário Henrique Simonsen, *Macroeconomia* (1975, p.83):

“Denomina-se valor adicionado em determinada etapa de produção à diferença entre o valor da produção e os consumos internos nessa etapa. Assim, o produto nacional pode ser concebido como a ‘soma dos valores adicionados em determinado período de tempo, em todas as etapas do processo de produção do país’.”

Thomas Dernburgo e Ducan Mac-Dougall, *Macroeconomia* (1971, p.35):

“A demonstração de produto nacional dos Estados Unidos é apresentada pelo Departamento de Comércio de uma forma similar de como o faz uma empresa particular. Esse fato não deve causar nenhuma surpresa, já que ambas essas contas são formuladas por razões muito semelhantes. Na verdade, uma grande parte do material usado na confecção da conta do produto nacional é derivada dos balanços das empresas. Estes balanços são tomados como nossos pontos de partida.”

Pau Samuelson, *Introdução à Análise Econômica*. (1969 p.250):

“O método do valor adicionado recusa-se a incluir todas as despesas constantes da declaração da renda de cada firma comercial nos rendimentos do ramo inferior. Quais as despesas excluídas? Todas as compras de material e serviço de outra firma, porque dinheiro aplicado dessa maneira será devidamente computado no PNL através dos relatórios dessas outras firmas. Por exemplo, a Pepto-Glitter Co. adquire energia elétrica da Edson Co. Esta despesa, incluída na declaração de renda da Pepto não é incluída não é incluída como valor adicionado. Porque incluí-la? Não se trata de um pagamento de salário, de juro, de aluguel ou lucro .”

José Paschoal Rossetti, Introdução à economia. ( 1995,p.518), referindo-se à formação do produto nacional, afirma que seu valor pode ser “a medida, uma unidade monetária , do fluxo total de bens e serviços produzidos pelo sistema econômico em determinado período.”

Márcia Martins Mendes de Luca, Demonstração do Valor Adicionado (1992, p.56) comenta:

“O valor adicionado de uma empresa representa o quanto de valor ela agrega aos insumos que adquire num determinado período e é obtido, de forma geral, pela diferença entre as vendas e o total dos insumos adquiridos de terceiros. Esse valor será igual a soma e toda a remuneração dos esforços consumidos nas atividades da empresa.”

Diz Ricardo Yoshioca, Valor Adicionado, Temática Contábil (Boletim IOB8/98, p.15):

“O primeiro passo para avaliar o desempenho de um país é medir seu produto. O produto corresponde ao total de mercadorias e serviços finais produzidos no país durante determinado período (PIB – Produto Interno Bruto). A partir do produto, podemos avaliar o crescimento econômico de um país, ou seja, a elevação na produção de bens e serviços que satisfaçam à necessidade humana.”

“Uma das preocupações das estatísticas que medem o PIB é evitar que uma mercadoria seja incluída mais de uma vez no mesmo cálculo. Daí a importância de considerar o valor adicionado. Em linhas gerais, o valor adicionado é o valor que foi em cada etapa produtiva acrescido (adicionado) ao valor das matérias primas utilizadas.”

Como se percebe de todas essas concepções, o valor adicionado representa o incremento de valor que se atribui a um bem durante o processo produtivo. Assim poder-se-ia concluir que as empresas, ao exercerem suas atividades, utilizando-se de bens e serviços que são adquiridos de terceiros, aplicando seus capitais, através da utilização de seus equipamentos, e o trabalho de seus empregados, estarão adicionado valor aos novos produtos que serão colocados no mercado.

Em outras palavras, a empresa que está situada entre o mercado vendedor e o mercado comprador, em sua operação agrega valor aos bens e serviços adquiridos, transformando-os e recolocando-os no mercado.

#### 4.6 CONCEITO CONTÁBIL VERSUS CONCEITO ECONÔMICO DO DVA

Pode-se dizer que as diferenças de conceito de valor adicionado adotado pela Contabilidade e Economia são enormes. A Contabilidade, por exemplo, para cálculo do valor adicionado, parte do valor das vendas, enquanto a Economia, no critério utilizado pelo IBGE considera o valor da produção.

A seguir, são comparadas algumas das principais práticas utilizadas pela Contabilidade na apuração do valor adicionado e as que atualmente são utilizadas pelo IBGE no cálculo do PIB.

<b>Base</b>	<b>Contabilidade</b>	<b>Economia (IBGE)</b>
<b>Vendas</b>	<p><b>a)</b> Os impostos indiretos não são deduzidos.</p> <p><b>b)</b> O valor inclui apenas os valores das operações realizadas com terceiros.</p>	<p><b>a)</b> Os impostos indiretos são deduzidos.</p> <p><b>b)</b> O valor de mercado para aquilo que foi efetivamente produzido.</p>
<b>Custo dos Produtos Vendidos</b>	<b>a)</b> Apenas os insumos adquiridos por terceiros incluídos nos custos das vendas do período.	<b>a)</b> Toda a produção do período
<b>Honorários Pagos aos Sócios</b>	<b>a)</b> Limites fiscais impostos pó legislação específica.	<b>a)</b> Limites fiscais impostos pó legislação específica.
<b>Juros e Despesas Financeiras</b>	<b>a)</b> Dentro do Período de competência	<b>a)</b> Dentro do Período de competência

**Quadro 4: DVA – Conceitos Contábeis / Conceitos Econômicos**

No mais as diferenças que existem são as relativas à forma de tratamento dada a determinados itens que compõem a demonstração do valor adicionado e do PIB. Deve-se ressaltar que, nesse aspecto as divergências de opiniões não estão restritas a contadores e economistas, mas abarcam também os próprios contadores e ou/ economistas entre si.

## 4.7 MODELOS DE DEMONSTRAÇÕES DO VALOR ADICIONADO

Modelo para empresas em geral:

<b>DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO</b>		
<b>EMPRESA:</b>	<b>Em milhares de reais</b>	
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>Pela legislação societária</b>	<b>Em Moeda constante</b>
<b>1 RECEITAS</b>		
1.1 Vendas de mercadorias, produtos e serviços		
1.2 Provisão para devedores duvidosos – Reversão/ (Constituição)		
1.3 Não operacionais		
<b>2 INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS (inclui os valores dos impostos – ICMS e IPI)</b>		
2.1 Matérias-primas consumidas		
2.2 Custos de mercadorias e serviços vendidos		
2.3 Materiais, energia, serviços de terceiros e outros		
2.4 Perda/Recuperação de valores ativos		
<b>3 VALOR ADICIONADO BRUTO (1-2)</b>		
<b>4 RETENÇÕES</b>		
4.1 Depreciação, amortização e exaustão		
<b>5 VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE ( 3- 4)</b>		
<b>6 VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA</b>		
6.1 Resultado de equivalência patrimonial		
6.2 Receitas financeiras		
<b>7 VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR (5 + 6)</b>		
<b>8 DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO</b>		
8.1 Pessoal e encargos		
8.2 Impostos, taxas e contribuições		
8.3 Juros e aluguéis		
8.4 Juros sobre capital próprio e dividendos		
8.5 Lucros retidos/ (prejuízo do exercício)		

## Modelo para Bancos:

<b>INSTITUIÇÃO :</b>		
<b>DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO DO EXERCÍCIO DE:</b>		
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>Em milhares de reais</b>	
	<b>Pela legislação societária</b>	<b>Correção Monetária Integral</b>
<b>1 RECEITAS</b>		
1.1 Intermediação financeira		
1.2 Prestação de serviços		
1.3 Provisão para devedores duvidosos – Reversão/(Constituição)		
1.4 Não operacionais		
<b>2 DESPESAS DE INTERMEDIÇÃO FINANCEIRA</b>		
<b>3 INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS</b>		
3.1 Materiais, energia e outros		
3.2 Serviços de terceiros		
3.3 Perda/ Recuperação de valores ativos		
<b>4 VALOR ADICIONADO BRUTO ( 1-2-3)</b>		
<b>5 RETENÇÕES</b>		
5.1 Depreciação, amortização e exaustão		
<b>6 VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE ( 4- 5)</b>		
<b>7 VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA</b>		
7.1 Resultado de equivalência patrimonial		
<b>8 VALOR ADICIONADO A DISTRIBUIR ( 6+7)</b>		
<b>9 DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO *</b>		
9.1 Pessoal e encargos		
9.2 Impostos, taxas e contribuições		
9.3 Aluguéis		
9.4 Juros sobre capital próprio e dividendos		
9.5 Lucros retidos/( prejuízo do exercício)		

\* O total do item 9 deve ser exatamente igual ao do item 8.

Fonte: Fundação Instituto de Pesquisa Contábeis, Atuarias e Financeiras (FEA-USP)

#### 4.8 USUÁRIOS DO BALANÇO SOCIAL/ DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO

Ashey (2002) considera as alternativas a seguir como representativa do foco fundamental de relação da empresas com cada grupo de seus stakeholders. Abaixo estão cada uma das orientações:

<b>Stakeholders</b>	<b>Orientação</b>
<b>Acionistas</b>	A responsabilidade social da empresa é entendida como maximização do lucro. A responsabilidade social é vista do aspecto econômico: só se faz o que aumenta os lucros, gerando valor para os acionistas.
<b>Estado ou governo</b>	A responsabilidade social da empresa esta no estrito cumprimento de suas obrigações definidas e regulamentadas em Lei.
<b>Comunidade</b>	A responsabilidade social da empresa é visto como um ato voluntário da direção, de forma esporádica ou estratégica. É a empresa que toma a iniciativa, mesmo que impelida pelo mercado. A responsabilidade social tem um caráter assistencialista.
<b>Empregados</b>	Vê a responsabilidade social como uma forma de atrair e reter funcionários com qualificação, além de alcançar mercados com barreiras não tarifárias.
<b>Compradores</b>	A orientação faz com que a responsabilidade percorra a empresa e se transponha para a cedia de produção e consumo (ciclo da vida do produto)
<b>Publicação de relatórios E Promoção da Marca</b>	O foco é a publicação do Balanço Social utilizando o modelo do lbase e outros criados ou adaptados. A visão utilizada é do marketing relacionando a causa social, focando-se a inovação social (teste de novas tecnologias) em comunidades em parcerias ganha-ganha.
<b>Ambiente Natural</b>	A responsabilidade social tem como objeto, o desenvolvimento sustentável, integrando fatores com tecnologia, recursos, processos, produto, pessoas e sistemas de gestão.

**Quadro 5: Usuários do Balanço Social e Demonstrações do Valor Adicionado.**

O Balanço Social em conjunto com a Demonstração do Valor Adicionado é, principalmente, um instrumento de comunicação da empresa. Para essa comunicação ser legítima e recíproca faz-se necessário o estabelecimento de canais de diálogo e participação da empresa junto aos seus diversos públicos.

## 5 CONCLUSÃO

### 5.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após o estudo realizado podemos afirmar que vivemos um momento de grandes transformações em todas as esferas da sociedade, onde a rapidez das informações é exigida com transparência e confiabilidade. As empresas, na figura de seus empresários, reconhecem seu novo papel na área ambiental, econômica e social, com a consciência de que precisam agir de forma efetiva e eficiente dentro da sociedade na qual estão inseridos.

Neste novo panorama surge a contabilidade social que efetivamente e com êxito tem a possibilidade, de junto as organizações adotar uma gestão participativa e comprometida com todas as camadas que constituem o sistema social e organizacional.

Sabemos que os incentivos têm metodologias de cálculo, procedimentos e efeitos contábeis diferentes que dificultam a sua compreensão e que junto com a burocracia acabam desestimulando o seu uso. Contudo não podemos deixar de reconhecer que, mesmo com todas suas deficiências, elas podem ser usadas, sim, numa quantidade enorme de ações sociais viabilizando ou ampliando forma direta e indireta muitos projetos sociais.

A utilização destes incentivos torna as ações sociais menos dispendiosas, pois esses incentivos correspondem a uma renúncia fiscal das autoridades públicas, reduzindo a carga tributária da empresa que atua de forma responsável.

O Estado atua como agente propulsor de políticas de incentivos, procurando criar em conjunto com a iniciativa privada um ambiente produtivo e de desenvolvimento e que contribui para a modificação do contexto social.

.A contabilidade como uma Ciência Social, incorpora à seus princípios éticos a responsabilidade social, pois caminha lado a lado com aqueles que conduzem as empresas a prática desta responsabilidade social. O profissional da contabilidade, através de seus relatórios, registros, demonstrativos e conhecimento é agente para os vários interessados e usuários de tais informações.

É sabido que a nossa carga tributária é excessiva, e que mesmo assim o Governo não consegue cumprir seu papel social, cabe então aos profissionais da

contabilidade contribuir de forma de ajudar, orientar e aplicar corretamente os incentivos fiscais fortalecendo junto aos administradores a idéia do progresso social, proporcionando qualidade de vida à sociedade, através de geração de novos empregos, qualidade na alimentação do trabalhador, acesso ao esporte e a cultura e cuidados com o meio ambiente.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Apostila Incentivos Fiscais a Inovação, Professor Denis Borges Barbosa, abril 2006.
- CARVALHO FILHO, José dos Santos, *Manual de direito Administrativo*, 15. ed. Revista ampliada e atual. Rio de Janeiro: Lúmen Júris, Ano 2006.
- CONTABILIDADE e Balanço Social. *Revista Brasileira de Contabilidade*. Brasília, p. 57-64, maio/junho 2002.
- COSTA, José Guilherme Ferras da, *Seguridade Social & Incentivos Fiscais*, Editora ABDR Afiliada, Ano 2007.
- ESTIGARA, Adriana , PEREIRA Reni e LEWIS Sandra A. Lopes Barbon *Responsabilidade Social e Incentiva Fiscais*, Editora: Atlas, Origem: Nacional, Ano: 2009.
- GERAÇÃO SUSTENTÁVEL <<http://geracaosustentavel.com.br/2011/02/19/o-estigma-do-lucro-e-as-acoes-de-rse/>> acesso em 28/02/2011
- Guia Exame 2010. *Sustentabilidade*, p.32- 44, novembro 2010.
- INCENTIVOS FISCAIS <[http://www.meioambiente.org.br/documentos/IncentivoFiscal\\_GIRS.pdf](http://www.meioambiente.org.br/documentos/IncentivoFiscal_GIRS.pdf)> acesso em 05/03/2011.
- LEI Nº 8.069,/1990 <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8069.htm) > acesso em 24/03/2011
- LEI No 6.321/1976.< [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L6321.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6321.htm)> acesso 07/03/2011.
- LEI Nº 11.438/ 2006< [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2006/Lei/L11438.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11438.htm)> acesso em 15/03/2011.
- LEI No 8.685/1993< [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8685compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8685compilado.htm)> Acesso em 23/03/2011.

LEIS DE INCENTIVO FISCAL < [http://www.formiguinhasdovale.org/quem\\_somos/leis\\_de\\_incentivo.html](http://www.formiguinhasdovale.org/quem_somos/leis_de_incentivo.html)> ACESSO EM 12/03/2011.

Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos sociais, desportivos e Culturais, Comissão de Estudos de Responsabilidade Social do CRC/RS, Porto Alegre-RS, 2009.

MARION, José Carlos, *Análise das Demonstrações Contábeis*, Editora Atlas, Ano 2008.

RESPONSABILIDADE SOCIAL< <http://www.uniethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3992&Alias=Uniethos&Lang=pt-BR>> acesso em 24/03/2011

SANTOS, Arioaldo dos, *Como Elaborar e Analisar a DVA*, Demonstração do Valor Adicionado, Editora: Atlas, Origem: Nacional, Ano: 2008.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio, *Balanço Social*, Editora Atlas, Ano 2001.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio, *Balanço Social e o Relatório da Sustentabilidade*, Editora: Atlas, Origem: Nacional, Ano: 2010.

VECCHIA, Everton Della, LAGES Norton Glades e ALAHMAR Ricardo, *Responsabilidade Social*, ABRH – Nacional, .Ano 2008