

ASPECTOS SOCIAIS E TRIBUTÁRIOS DOS INCENTIVOS FISCAIS RELATIVOS ÀS DOAÇÕES: UMA ALTERNATIVA PARA A PRÁTICA SOCIAL E INSTRUMENTO DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Bárbara Pirolla¹
Paulo Eduardo Rosselli Wünsch²

RESUMO

Incentivos fiscais são mecanismos criados pelo governo, por meio dos quais são direcionados recursos para áreas de interesse estratégico, como a área cultural e social. Por meio deles, são criados estímulos tributários para a canalização de recursos, oriundos da renúncia do tributo, ou parte dele, incitando e conscientizando as empresas privadas a apoiarem e investirem, beneficiando-se do mecanismo. Estímulos que motivaram as organizações, pois, além de fomentar a prática social, trazem vantagens como redução do tributo, valorização da marca junto ao público e posicionamento social. Diante do exposto, o presente trabalho objetiva esclarecer o conceito de incentivo fiscal e identificar as vantagens obtidas por empresas que fizeram uso desses mediante a destinação e doação de valores a projetos culturais e sociais. Por meio de pesquisa qualitativa com delineamento bibliográfico e exploratório com empresas do Vale do Paranhana, foram coletados dados através da aplicação de um questionário estruturado. Os resultados obtidos demonstram que os incentivos fiscais são fortes ferramentas para impulsionar a prática social e o desenvolvimento regional, e que revertem em vantagens para as empresas. Concluiu-se, com os dados obtidos, que os percentuais oriundos da economia tributária são interessantes e a sistemática parcialmente fácil de operacionalizar, apresentando alguns empecilhos, como a burocratização. Dentre os motivos que pesam na decisão para a utilização dos incentivos estão o atendimento de motivos humanitários e da comunidade, seguidos pelo aumento da satisfação e lealdade dos colaboradores e clientes, e do objetivo de destacar e agregar valor à imagem e à marca.

Palavras-chave: Incentivos fiscais. Doações. Imposto de Renda. Responsabilidade social. Desenvolvimento regional.

ABSTRACT

Tax incentives are mechanisms created by the government, through which resources are directed to areas of strategic interest, as, the cultural and social area. By means them are created tributaries stimuli to channel resources, from the resignation of tribute, or part of it, inciting and making aware the privates companies to support and

¹ Acadêmica do curso de Ciências Contábeis das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT. Email: barbara.pl@hotmail.com.

² Professor do curso de Ciências Contábeis das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT. Mestre em Economia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS. Email: paulo.wunsch@gmail.com.

invest, benefiting of the mechanism. Stimuli that motivated the organizations, as apart from foment the social practice, bring advantages such as reducing taxes, valuing of the brand with the public and social positioning. Given the above, this study aims to clarify the concept of tax incentives and identify the advantages obtained by companies that have made use of them by allocation and donation amounts to cultural and social projects. Through qualitative research with bibliographic and exploratory design, with companies in Vale do Paranhana, data were collected through the application of a structured questionnaire. The results show that tax incentives are strong tools to drive the social practice and the regional development, and revert to advantages for companies. It was concluded, with the data obtained, the percentage arising from the tributary savings are interesting, and the systematic part easy to operate, with some hindrance, such as bureaucratization. Among the reasons that weigh in the decision to use the incentives are the care of humanitarian and community reasons, followed by increased satisfaction and loyalty of employees and customers, and aim to highlight and add value to image and brand.

Keywords: Tax incentives. Donations. Income tax. Social responsibility. Regional development.

1 INTRODUÇÃO

Com as modificações socioeconômicas no contexto histórico nacional e mundial, a sociedade tem transcorrido transformações quanto a sua forma de pensar e agir socialmente. As empresas estão demonstrando de forma crescente a importância para a prática da responsabilidade social, tomando atitudes para contribuir com a sociedade em que estão inseridas, não só para atender às exigências econômicas e sociais, mas também como um diferencial para agregar valores à entidade, em termos de imagem, servindo como instrumento de desenvolvimento.

As organizações estão diretamente ligadas à sociedade, pois fundamentalmente tem seu papel social, e esse trabalha em conjunto com sua atividade econômica. De acordo com Fernandes (2014), percebem-se mudanças em todos os âmbitos (culturais, econômicos, políticos, sociais), que regulam as relações entre instituições, organizações e sociedade, tornando visível a aproximação entre esses elementos e a realização de trabalhos em conjunto para atender objetivos afins.

Com a preocupação social introduzindo-se dia após dia no cotidiano organizacional, muitas empresas decidiram investir nesses novos tempos financiando ações. E, com a finalidade de viabilizar investimentos em projetos

culturais e sociais, visto que, para atender às demandas nem sempre há recursos financeiros suficientes e disponíveis nas empresas, o governo admitiu e aprovou essas ações, criando Incentivos Fiscais de Inclusão Social, dentre eles, os incentivos regulados pela lei nº 8.313/91, que incentiva a cultura, e pela lei 9.249/95, que estimula doações às entidades civis sem fins lucrativos.

Com o estímulo criado pelo governo, por meio de mecanismos na legislação brasileira, tornam-se possíveis doações, sem necessariamente afetarem de maneira negativa os resultados da empresa. Dessa forma, os incentivos, conhecidos como incentivos fiscais ou benefícios fiscais, vêm como instrumento para motivar a prática social por meio da renúncia fiscal das autoridades públicas, com a redução ou eliminação do tributo pago pelas organizações investidoras.

O presente artigo objetiva trazer à compreensão quais são as vantagens obtidas por empresas, localizadas na região do Vale do Paranhana/RS, que utilizam os incentivos fiscais mediante a destinação e doação de valores a projetos culturais e sociais, apresentando a experiência delas com a utilização. Expressar os requisitos e benefícios, bem como, exemplificar o impacto tributário que podem gerar nos resultados das empresas, compõem a finalidade desta pesquisa.

Procurou-se, ainda, levantar seus aspectos sociais, que partem do financiamento de projetos de cunho cultural e social, propondo essa prática como instrumento de desenvolvimento regional, potencializando as instituições a transformarem impostos em ações sociais, motivando a utilização eficiente dos incentivos fiscais disponíveis e consolidando essa prática através da realidade apresentada por aqueles que já investem.

Por meio de pesquisa qualitativa, com delineamento bibliográfico e exploratório, foram coletados dados com os participantes, a fim de alcançar os objetivos propostos pela pesquisa. Questionários estruturados com 10 perguntas fechadas, enviados via *e-mail*, foram aplicados em empresas optantes pelo regime tributário de lucro real, situadas na região do Vale do Paranhana/RS, que já utilizaram incentivos fiscais.

Nos capítulos a seguir, será apresentado o embasamento que fundamentou este estudo, a metodologia utilizada para a sua realização, a apresentação e análise de dados obtidos e as considerações finais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Responsabilidade Social

O uso da expressão Responsabilidade Social cresceu nos últimos anos e é perceptível a utilização desse termo por várias empresas para se definirem responsáveis perante a sociedade e suas ações. A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), em sua NBR ISO 26000 (2010), evidencia o fato de que o discernimento inicial da responsabilidade social era dirigido às atividades filantrópicas, por meio de doações a instituições beneficentes. Entretanto, com o passar dos anos, foi agregando outros temas, como preocupação com direitos humanos, meio ambiente e combate à fraude e à corrupção, até chegar à visão atual de boas práticas.

Para ratificar o exposto acima, Estigara, Lewis e Pereira (2009) conceituam responsabilidade social como a postura da empresa, dirigida por práticas que auxiliem a qualidade de vida da sociedade, que são realizadas por meio da consideração aos interesses de todas as partes envolvidas em seu eixo de relacionamento, o que inclui acionistas, colaboradores, fornecedores, clientes, governo e comunidade em geral, a fim de satisfazê-los por meio de sua atividade. Ainda, a definem como elemento resultante dos incentivos fiscais, uma vez que esses instigam e incentivam o cumprimento de preceitos legais a favor de ações direcionadas ao desenvolvimento.

Seadi (2009) vincula responsabilidade social com gestão de qualidade, reconhecimento e satisfação, afirmando que os mesmos estão ligados diretamente nas empresas.

2.2 Incentivos Fiscais

A globalização trouxe o crescimento das indústrias que, por sua vez, levaram a sociedade a enfrentar algumas consequências. Como expõe o Manual de Incentivos Fiscais do CRC/RS (2013), dentre as consequências trazidas destacam-se a degradação ambiental e a difusão da exclusão social.

Atualmente, as empresas preocupam-se em contribuir de alguma forma com a sociedade, a fim de reparar os danos causados. O governo dedicou-se a participar

por meio da criação de mecanismos para auxiliá-las a atender às demandas de responsabilidade social, visto que se defrontam com recursos financeiros escassos e caros, unidos à elevada carga tributária que precisam assumir.

Segundo Cesnik (2012), para estimular determinados setores de interesse estratégico, foram criadas pelos governos soluções chamadas de incentivos fiscais, e sempre que há necessidade de investimento em certos setores, cria-se estímulo tributário para a canalização de recursos. Ainda, segundo o autor, uma das principais formas de incentivo fiscal é a isenção.

Para Haus (2004), isenções e imunidades existem para conduzir os recursos oriundos da tributação ao exercício do interesse público, por meio de instituições e projetos comprometidos em assim realizá-lo.

No mesmo sentido, o seguinte conceito de incentivos fiscais é exposto por Fabretti (2009, p. 280), que menciona o seguinte:

Os impostos são instituídos para serem arrecadados. Entretanto, para atingir outros fins de interesse do Estado, este pode abrir mão de parte da arrecadação deles, a fim de incentivar determinadas atividades (exemplos: cultura, programas especiais, alimentação do trabalhador, desenvolvimento tecnológico industrial ou agrícola etc.) ou desenvolvimento de determinadas regiões.

Conforme aponta Zanluca (2012), por desconhecimento e falta de divulgação, muitas organizações deixam de utilizar tais dispositivos legais, pagando, assim, maior imposto. Também identificam Godoy, Ruffo e Seadi (2009) que a maioria das corporações ainda não percebe os benefícios que podem ser concebidos por meio de ações provenientes de projetos, baseados em leis de incentivo e que não se encontram estruturadas para utilizar esta ferramenta.

Com o objetivo de viabilizar empreendimentos estratégicos, direcionando investimentos para determinadas áreas, o Governo Federal, rezando o que consta na Carta Constitucional³, juntamente com o Governo do Estado, prevê a existência de diversos incentivos fiscais ao Rio Grande do Sul como estímulos ao desenvolvimento. De acordo com o que apresentam Estigara, Lewis e Pereira (2009)

³ Reza o art. 174, da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, que “Como agente normativo e regulador da atividade econômica, o Estado exercerá, na forma da lei, as funções de fiscalização, incentivo e planejamento, sendo este determinante para o setor público e indicativo para o setor privado”.

e o Manual de Incentivos Fiscais do CRC/RS (2013), pode-se relacionar alguns desses incentivos, indicados no Quadro 1 a seguir:

Quadro 1 – Exemplos de incentivos fiscais para o Rio Grande do Sul

ÁREA INCENTIVADA	PROGRAMA DE INCENTIVOS FISCAIS	OBJETIVO DO PROGRAMA
Cultural e artística	Lei Rouanet	Captar recursos para investimentos em projetos culturais.
Cultural e artística	Lei do Audiovisual	Incentivar a produção audiovisual de filmes no Brasil.
Cultural e artística	Pró-Cultura (RS) - Sistema Estadual Unificado de Apoio e Fomento às Atividades Culturais	Apoiar, preservar e divulgar o patrimônio cultural do RS em projetos previamente aprovados pela Secretaria de Estado da Cultura.
Desportiva	Incentivo Federal ao Desporto	Fomentar as atividades de caráter desportivo.
Desportiva	Pró-Esporte (RS)	Incentivar e fomentar o esporte.
Educação	Programa Universidade para Todos (PROUNI)	Incentivar a formação universitária mediante a concessão de bolsas de estudo.
Social	Doações a Entidades Civis Sem Fins Lucrativos	Ampliar a participação em projetos de inclusão social.
Social	Doações à Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP)	Fortalecer o terceiro setor.
Social	Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente - FUNCRIANÇA	Assegurar direitos à criança e ao adolescente.
Social	Lei da Solidariedade (RS)	Apoiar a inclusão e promoção social do Rio Grande do Sul.
Social	Fundo do Idoso	Viabilizar os direitos assegurados à pessoa idosa.
Saúde	Incentivos a Entidades Vinculadas a Pessoas com Deficiência - PRONAS	Captar recursos para entidades sem fins lucrativos que tratam das deficiências físicas, motoras, auditivas, visuais, mentais e outras.
Saúde	Incentivo de Apoio a Entidades no Combate ao Câncer - PRONON	Captar recursos financeiros para entidades sem fins lucrativos vinculadas à prevenção e ao combate ao câncer.
Ciência, tecnologia e inovação	Lei do Bem	Conceder incentivos às pessoas jurídicas que realizem desenvolvimento e implementação de inovação tecnológica.

Fonte: Elaborado pela autora.

Dentre os incentivos disponíveis, será exposta a Lei Rouanet (lei nº 8.313/91), devido a sua usualidade em relação às demais políticas de incentivos fiscais à cultura para a região do presente estudo e, no mesmo sentido, as Doações a Entidades Civis Sem Fins Lucrativos (lei nº 9.249/95), relacionada a investimentos em projetos sociais.

2.3 Pessoas Jurídicas Autorizadas ao Uso de Incentivos Fiscais

No Brasil, existem diferentes formas de regimes tributários para as pessoas jurídicas, a saber: Lucro Arbitrado, Lucro Presumido, Lucro Real e Sistema Integrado de Imposto e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte (Simples).

De conformidade com o estabelecido no art. 10 da Lei nº 9.532/97, não será permitido qualquer dedução a título de incentivo fiscal do imposto apurado com base no lucro *arbitrado* ou *presumido*. Dessa forma, visto que as empresas optantes pelo Simples têm seus impostos e contribuições compilados por meio de alíquota única aplicada sobre o faturamento, somente as empresas tributadas pelo Lucro Real podem deduzir do imposto devido às doações com título de incentivo fiscal.

O Regulamento do Imposto de Renda (RIR/1999) – Decreto 3.000/99 – também esclarece a regulamentação aludida em seu art. 614, dispondo que não podem se beneficiar da dedução de incentivos as pessoas jurídicas elencadas como segue:

- I - as pessoas jurídicas tributadas com base no lucro presumido (art. 516) (Lei nº 9.532, de 1997, art. 11);
 - II - as pessoas jurídicas tributadas com base no lucro arbitrado (art. 529) (Lei nº 9.532, de 1997, art. 11);
 - III - as empresas instaladas em Zona de Processamento de Exportação - ZPE (art. 400) (Decreto-Lei nº 2.452, de 1988, art. 18);
 - IV - as microempresas – ME e empresas de pequeno porte – EPP, optantes pelo SIMPLES (art. 185) (Lei nº 9.317, de 1996, art. 5º, § 5º);
 - V - as empresas referidas no § 2º do art. 541, relativamente à parcela do lucro inflacionário tributada à alíquota de seis por cento;
 - VI - as pessoas jurídicas com registro no Cadastro Informativo de créditos não quitados do setor público federal - CADIN (Medida Provisória nº 1.770-46, de 11 de março de 1999, arts. 6º, inciso II, e 7º).
- Parágrafo único. A concessão ou reconhecimento de qualquer incentivo ou benefício fiscal, relativos a tributos e contribuições administrados pela Secretaria da Receita Federal, fica condicionada à comprovação pelo contribuinte da quitação de tributos e contribuições federais (Decreto 3.000/99, art. 614).

Considerando-se a aplicação dos dispostos anteriores, ficam autorizadas ao uso de incentivos fiscais as empresas tributadas pelo regime do lucro real que mantenham suas obrigações fiscais e legais em dia, podendo abater os valores destinados e doados, conforme os percentuais estabelecidos e tratados adiante, da base de cálculo do Imposto de Renda, calculado a alíquota de 15%. O RIR/1999 determina em seu art. 543 que, no que se refere ao valor adicional do Imposto de

Renda das pessoas jurídicas, não serão permitidas deduções do imposto apurado à alíquota de 10%, devendo o mesmo ser recolhido integralmente à União.

2.4 Mecenato

O termo mecenato, segundo relata o Instituto Itaú Cultural (2014), teve sua origem nos tempos do Império Romano, quando o ministro do imperador Caio Julio Augusto, Caius Cilnius Mecenas, criou um círculo de artistas e filósofos, sustentando suas produções artísticas com objetivos políticos, fazendo com que eles fossem intermediários e disseminadores das ideias e ações imperiais, objetivando construir uma política de relacionamento entre governo e sociedade, embasada na visão de que cultura e poder estão interligados.

A fonte referenciada ainda contempla o fato de que, no Brasil, emprega-se o termo mecenato para fazer referência à lei 8.313/91, Lei Rouanet. A expressão significa os valores empregados por pessoas físicas ou jurídicas para atividades culturais, tais pessoas, conseguinte, denominam-se mecenas.

Para Cesnik (2012), o mecenato é a proteção e o estímulo dado por incentivadores às atividades artísticas e culturais. Além disso, o autor esclarece que o vocábulo é utilizado para nomear o recibo que é emitido, quando, por meio da Lei Rouanet, são realizados doações ou patrocínios sob a forma de incentivo, em que constam os dados do projeto e do financiador.

2.5 Incentivos Fiscais Relativos às Doações para Projetos Culturais – Lei Rouanet

A preocupação do Estado com o fomento da cultura brasileira é externada em sua Constituição, que antevê que o mesmo “[...] garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes de cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais” (CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL, 1988, art. 215).

Em conformidade com o que alegam Estigara, Lewis e Pereira (2009), percebe-se que os incentivos fiscais para promoção à responsabilidade social, acordados à cultura, são legitimados constitucionalmente. À vista disso, foi criada a lei nº 8.313/91, Lei Rouanet, que institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura

(Pronac) e é conhecida como o maior mecanismo de financiamento à cultura no Brasil. Conforme dispõe a própria lei em seu art. 3, seus objetivos são os seguintes:

- I - incentivo à formação artística e cultural [...]
- II - fomento à produção cultural e artística [...]
- III - preservação e difusão do patrimônio artístico, cultural e histórico [...]
- IV - estímulo ao conhecimento dos bens e valores culturais [...]
- V - apoio a outras atividades culturais e artísticas (Lei 8.313/91, art. 3).

A lei nº 8.313/91 restabelece os princípios da lei nº 7.505/86, que foi a primeira iniciativa de fomento à cultura no Brasil, durando até o ano de 1990, segundo esclarecem Estigara, Lewis e Pereira (2009).

Alves (2001) afirma que, com o sistema de incentivos fiscais da Lei Rouanet, há possibilidade de aplicar os recursos que as empresas destinariam ao pagamento do IR para projetos na área cultural. Dessa forma, parte do que iria para os cofres públicos pode ser aplicado em atividades culturais, por meio de projetos aprovados pelo Ministério da Cultura (MinC).

São trabalhadas duas dimensões pela lei: a aplicação de recursos via Fundo Nacional da Cultura (FNC), como forma de fomento, e a destinação de parte do Imposto de Renda (IR) que iria ao fisco para um projeto aprovado, sob a forma de renúncia ou incentivo fiscal, em questão.

Por fomento, entendem-se as contribuições ao Fundo Nacional de Cultura, na forma de doações, nos termos do inciso II do art. 5 da lei. O FNC é um fundo administrado pelo Ministério da Cultura, constituído de vários recursos, dentre eles doações, nos termos da legislação vigente. Os recursos captados são destinados a projetos culturais aprovados e compatíveis com as finalidades do Pronac, abaixo relacionadas, como institui a art. 4.

- Facilitar acesso às fontes de cultura à população, por meio de projetos que atendam às demandas existentes e aos interesses da coletividade;
- Promover a integração e respeito à cultura de outros povos, estimulando projetos que explorem propostas culturais conjuntas;
- Apoiar criações e criadores culturais, enfatizando o aperfeiçoamento e os modos de criar e diversificar a cultura brasileira;
- Preservar e proteger o patrimônio cultural e histórico brasileiro.

A renúncia fiscal corresponde ao benefício da dedução total ou parcial de valores desembolsados por empresas privadas, tributadas com base no lucro real e sobre as quais incidam o Imposto de Renda, para o financiamento de projetos culturais que tenham apresentado proposta cultural junto ao Ministério da Cultura. A Fundação Biblioteca Nacional (2014) apresenta que esses projetos podem ser uma feira do livro, por exemplo, e os recursos captados com vistas à execução do evento, possibilitando o custeio de despesas.

Godoy, Ruffo e Seadi (2009) instruem sobre o processo e funcionalidade do mecenato, que se dá em etapas, a seguir enumeradas:

1. Seleção: escolha do projeto no qual serão empregados recursos;
2. Proposta: solicitação da empresa pela proposta do projeto, devidamente numerada no Pronac, no qual constará a ação a ser desenvolvida;
3. Análise: verificação da proposta;
4. Liberação de recursos: realização do depósito do valor determinado diretamente na conta corrente do projeto;
5. Acompanhamento: verificação da execução do projeto, identificando seus resultados;
6. Prestação de contas: é o recebimento da prestação de contas que o proponente do projeto encaminhou ao Ministério da Cultura.

O Manual de Incentivos Fiscais do CRC/RS (2013) esclarece que os incentivos fiscais da Lei Rouanet são desdobrados em Projetos Especiais, que são os projetos enquadrados no art. 18 da referida lei, e em Outros Projetos, para os que se enquadrarem nos arts. 25 e 26.

2.5.1 Enquadramentos no Artigo 18 da Lei Rouanet – Projetos Especiais

Consoante ao art. 18 da lei 8.313/91, “[...] a União facultará às pessoas físicas ou jurídicas a opção pela aplicação de parcelas do Imposto de Renda [...], tanto no apoio direto a projetos culturais apresentados por pessoas físicas ou por pessoas jurídicas de natureza cultural [...]”, bem como por meio de contribuições ao FNC, e as quantias despendidas nos projetos elencados no art. 3 poderão ser deduzidas na forma de doações e patrocínios. Fica determinado, no parágrafo 2º desse mesmo

artigo, que as pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real não poderão deduzir o valor da doação ou do patrocínio referidos como despesa operacional.

As doações e patrocínios deverão atender apenas os seguintes segmentos:

- a) artes cênicas;
- b) livros de valor artístico, literário ou humanístico;
- c) música erudita ou instrumental;
- d) exposições de artes visuais;
- e) doações de acervos para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas, bem como treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para a manutenção desses acervos;
- f) produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem e preservação e difusão do acervo audiovisual; e
- g) preservação do patrimônio cultural material e imaterial.
- h) construção e manutenção de salas de cinema e teatro, que poderão funcionar também como centros culturais comunitários, em Municípios com menos de 100.000 (cem mil) habitantes (Lei 8.313/91, art. 18, § 3º).

Segundo o Ministério da Cultura (2014), administrador do FNC, quando o projeto é enquadrado nesse artigo, o patrocinador pessoa jurídica poderá deduzir 100% do valor investido, desde que respeitado o limite de dedutibilidade de 4% do IR apurado a alíquota de 15%.

Considerando que uma pessoa jurídica tenha seu lucro real apurado em R\$1.000.000, tendo seu Imposto de Renda devidamente calculado a alíquota de 15%, o limite referido de dedutibilidade a título de incentivo fiscal será de R\$6.000. Traçando um comparativo entre o efeito gerado sem e com o uso do incentivo, pode-se observar os resultados representados no Quadro 2 a seguir.

Quadro 2 – Demonstração do uso de incentivos fiscais por meio do art. 18 da Lei Rouanet

Descrição	Sem Incentivo (R\$)	Com Incentivo - Doação ou Patrocínio no Limite de 4% (R\$)	Com Incentivo - Doação ou Patrocínio Superior ao Limite de 4% (R\$)
1 - Lucro antes dos impostos	1.000.000	994.000	980.000
2 - Doação ou patrocínio	0	6.000	20.000
3 - Lucro real	1.000.000	1.000.000	1.000.000
4 - Imposto de renda (15%)	150.000	150.000	150.000
5 - Adicional imposto de renda (10%)	76.000	76.000	76.000
6 - Dedução relativa ao incentivo	0	6.000	6.000
7 - Total IR a pagar (4+5-6)	226.000	220.000	220.000
8 - Contribuição social (9%)	90.000	90.000	90.000
9 - Total imposto devido (CSLL + IR)	316.000	310.000	310.000
10 - Lucro líquido (3-9)	684.000	684.000	670.000

Fonte: Elaborado pela autora.

Observa-se que o lucro líquido mantém-se inalterado se o valor da doação ou patrocínio não superar o limite estabelecido pela lei. Nesse caso, há alternativa de investimento, sem empregar nenhum valor além daquele que já estaria direcionado ao pagamento do Imposto de Renda.

Na situação de uma doação ou patrocínio que supere o limite de dedutibilidade de 4% sobre o IR, nesse caso R\$6.000, o valor excedente sairá do caixa da empresa. Como exemplificado, se o valor investido for R\$20.000, considerando a economia tributária de R\$6.000, o valor real da operação é de R\$14.000.

2.5.2 Enquadramentos nos Artigos 25 e 26 da Lei Rouanet – Outro Projetos

Na forma do art. 25 da lei 8.313/91, enquadram-se os projetos culturais que objetivem dilatar as formas de expressão, de produzir e criar, trazer ao conhecimento o patrimônio de valor artístico e cultural, entre outros, apresentados nas seguintes divisões:

- I - teatro, dança, circo, ópera, mímica e congêneres;
- II - produção cinematográfica, videográfica, fotográfica, discográficas e congêneres;
- III - literatura, inclusive obras de referência;
- IV - música;
- V - artes plásticas, artes gráficas, gravuras, cartazes, filatelia e outras congêneres;
- VI - folclore e artesanato;
- VII - patrimônio cultural, inclusive histórico, arquitetônico, arqueológico, bibliotecas, museus, arquivos e demais acervos;
- VIII - humanidades; e
- IX - rádio e televisão, educativas e culturais, de caráter não-comercial (Lei 8.313/91, art. 25).

A lei estabelece, no artigo 26, para projetos enquadrados nos segmentos apontados, que o patrocinador ou doador pessoa jurídica, tributado com base no lucro real, pode deduzir em seu Imposto de Renda devido o percentual equivalente a 30% dos patrocínios e 40% das doações em favor de projetos culturais aprovados com seus dispositivos. Também, permite a contabilização dessas doações e patrocínios como despesa operacional, ampliando assim seu incentivo.

O MinC diferencia doação e patrocínio, referindo-se ao primeiro elemento como um investimento feito em empresa sem fins lucrativos, ao passo que o

segundo é realizado em empresas com fins lucrativos. Sobre tal fato, Cesnik (2012) ainda faz uma diferenciação didática, apontando que, por meio dos recursos aplicados como forma de patrocínio, busca-se retorno de *marketing*, objetivando valorização da marca do investidor, enquanto que a doação não reverte *marketing* para o patrocinador, não podendo esse fazer publicidade paga no evento, porém não há nada que vete a menção da marca no produto incentivado.

Verifica-se, no Quadro 3, a demonstração do uso dos incentivos fiscais enquadrados nos arts. 25 e 26, por meio da aplicação de recursos como forma de doação e patrocínio. Os valores investidos estão contabilizados como despesa operacional, provocando aumento no incentivo, sendo que geram efeito sobre a base de cálculo do lucro real.

Quadro 3 – Demonstração do uso de incentivos fiscais através dos arts. 25 e 26 da Lei Rouanet

Descrição	Sem Incentivo (R\$)	Com Incentivo - Doação (40%) no Limite de 4% (R\$)	Com Incentivo - Patrocínio (30%) no Limite de 4% (R\$)
1 - Lucro antes dos impostos	1.000.000	1.000.000	1.000.000
2 - Doação/patrocínio	0	14.000	19.000
3 - Lucro real	1.000.000	986.000	981.000
4 - Imposto de renda (15%)	150.000	147.900	147.150
5 - Adicional imposto de renda (10%)	76.000	74.600	74.100
6 - Dedução relativa ao incentivo	0	5.600	5.700
7 - Total IR a pagar (5+6-7)	226.000	216.900	215.550
8 - Contribuição social (9%)	90.000	88.740	88.290
9 - Total imposto devido (CSLL + IR)	316.000	305.640	303.840
10 - Lucro líquido (3-9)	684.000	680.360	677.160

Fonte: Elaborado pela autora.

No exemplo acima, houve a doação de R\$14.000 em determinado projeto cultural, no entanto, com a economia tributária (ET) de R\$10.360, oriunda do incentivo fiscal concedido pela lei, que reduziu o valor a pagar do Imposto de Renda e da contribuição social, considera-se que o valor real da doação foi de apenas R\$3.640, diferença evidente quando comparada com a opção sem doação. As formulações são as seguintes:

Quadro 4 – Formulação do cálculo

$ET = ((R\$150.000 - R\$147.900) + (R\$76.000 - R\$74.600) + R\$5.600 + (R\$90.000 - R\$88.740))$
$ET = (R\$2.100 + R\$1.400 + R\$5.600 + R\$1.260)$
$ET = R\$10.360$
Doação real = R\$14.000 - R\$10.360 = R\$3.640

Fonte: Elaborado pela autora.

Sobre o valor patrocinado de R\$19.000, o valor da economia tributária alcançada é R\$12.160. Assim, os dispêndios com o patrocínio nessa operação foram de R\$6.840, conforme demonstra o cálculo abaixo.

Quadro 5 – Demonstração do cálculo

$ET = ((R\$150.000 - R\$147.150) + (R\$76.000 - R\$74.100) + R\$5.700 + (R\$90.000 - R\$88.290))$
$ET = (R\$2.850 + R\$1.900 + R\$5.700 + R\$1.710)$
$ET = R\$12.160$
Patrocínio real = R\$19.000 – R\$12.160 = R\$6.840

Fonte: Elaborado pela autora.

2.6 Incentivos Fiscais Relativos às Doações para Projetos Sociais – Doações a Entidades Civis Sem Fins Lucrativos

Como forma de instigar a viabilização de projetos sociais pela iniciativa privada, a legislação permite, como forma de incentivo fiscal, que as pessoas jurídicas tributadas pelo lucro real que efetuarem doações em dinheiro às entidades civis sem fins lucrativos, atuantes na área da educação, saúde e/ou assistência social, possam deduzir esses valores como despesa na base de cálculo do Imposto de Renda e da contribuição social sobre o lucro líquido o limite de até 2% do lucro operacional, antes de computada a dedução.

Assim, o art. 13 da Lei nº 9.249/95 prevê que:

§ 2º Poderão ser deduzidas as seguintes doações:

[...]

III - as doações, até o limite de dois por cento do lucro operacional da pessoa jurídica, antes de computada a sua dedução, efetuadas a entidades civis, legalmente constituídas no Brasil, sem fins lucrativos, que prestem serviços gratuitos em benefício de empregados da pessoa jurídica doadora, e respectivos dependentes, ou em benefício da comunidade onde atuem, observadas as seguintes regras:

- a) as doações, quando em dinheiro, serão feitas mediante crédito em conta corrente bancária diretamente em nome da entidade beneficiária;
- b) a pessoa jurídica doadora manterá em arquivo, à disposição da fiscalização, declaração, segundo modelo aprovado pela Secretaria da Receita Federal, fornecida pela entidade beneficiária, em que esta se compromete a aplicar integralmente os recursos recebidos na realização de seus objetivos sociais, com identificação da pessoa física responsável pelo seu cumprimento, e a não distribuir lucros, bonificações ou vantagens a dirigentes, mantenedores ou associados, sob nenhuma forma ou pretexto;
- c) a entidade civil beneficiária deverá ser reconhecida de utilidade pública por ato formal de órgão competente da União (Lei 9.249/95, art. 13).

Não há limites para as doações voluntárias às entidades civis sem fins lucrativos, no entanto, só serão permitidas deduções até o limite de 2% do lucro operacional da empresa doadora, sendo livre o investimento de qualquer valor monetário nessas entidades.

No que se refere às doações, determina o Decreto 3.000/99 em seu art. 91 que são transferências voluntárias de numerário, podendo existir também transferências de bens e serviços, de forma definitiva à pessoa jurídica sem fins lucrativos.

Dessa forma “[...] as contribuições previstas nesta legislação têm por objetivo a conscientização da prática de ações de responsabilidade social dos empresários, e, ainda, visa ampliar a participação em projetos de inclusão social” (ESTIGARA, PEREIRA e LEWIS, 2009, p. 96).

Identifica-se, no exemplo apresentado no Quadro 6, que a realização de uma doação no valor de R\$20.000 traz retorno de R\$6.800 como forma de economia tributária para a empresa, sendo o valor real empregado na doação o total correspondente a R\$13.200.

Quadro 6 – Demonstração da economia tributária com o uso de incentivos fiscais

Descrição	Sem Incentivo (R\$)	Com Incentivo (R\$)	Economia Tributária (R\$)
1 - Lucro operacional	1.000.000	1.000.000	
2 - Limite dedutível de doações (2%)	0	20.000	
3 - Lucro antes dos impostos	1.000.000	980.000	
4 - Contribuição social (9%)	90.000	88.200	1.800
5 - Imposto de renda (15%)	150.000	147.000	3.000
6 - Adicional imposto de renda (10%)	76.000	74.000	2.000
7 - Total imposto devido (CSLL + IR)	316.000	309.200	6.800
8 - Lucro líquido (3-7)	684.000	690.800	
9 - Retorno financeiro			34,00%

Fonte: Fundação Faculdade de Medicina (2007), adaptado pela acadêmica.

O benefício fiscal desta operação está na dedutibilidade da doação como despesa operacional. No exemplo demonstrado, verifica-se que os valores destinados a entidades civis sem fins lucrativos são percentualmente retornáveis à empresa no cálculo do Imposto de Renda e da contribuição social sobre o lucro líquido.

3 METODOLOGIA

3.1 Universo da Pesquisa

Tendo em vista que esse estudo pretende apresentar os incentivos fiscais relativos às doações para projetos culturais e sociais, regulados respectivamente pelas leis nº 8.313/91 e 9.249/95, e identificar as vantagens obtidas pelas empresas que os utilizam mediante a destinação e doação de valores, apoiando-se na legislação vigente, bem como apresentar suas experiências na operacionalização, o universo da pesquisa delimita-se em empresas optantes pelo regime tributário de lucro real, situadas na região do Vale do Paranhana/RS, que utilizaram e/ou utilizam as referidas leis de incentivos fiscais.

3.2 Meios e Métodos Utilizados à Pesquisa

Para a realização da pesquisa e a fim de alcançar os objetivos propostos, fez-se necessária a investigação preliminar, para o embasamento teórico e coleta de informações sobre o assunto abordado, por meio de pesquisa bibliográfica na literatura disponível que discorre sobre o tema em questão, juntamente com a fundamentação no conhecimento da legislação pertinente. Mascarenhas (2012) conceitua pesquisa bibliográfica como sendo a análise concentrada em livros e artigos, baseada na opinião de autores.

Com vistas a complementar a pesquisa bibliográfica, partiu-se a campo para reunir informações no universo estipulado. Por meio da confecção e aplicação de questionários estruturados com perguntas fechadas, sendo algumas de múltipla escolha, foram coletados os dados com os participantes. Acerca do instrumento de pesquisa, Cervo, Bervian e Da Silva (2007) afirmam ser o método que possibilita mensurar com maior precisão o que se deseja. Os instrumentos foram enviados via *e-mail* mediante a realização de contato prévio com os responsáveis pelos preenchimentos.

De acordo com Mascarenhas (2012), considerando o objetivo geral da pesquisa, essa assume caráter exploratório, dado que busca familiarizar o fenômeno investigado, proporcionando uma visão geral sobre esse, envolvendo paralelamente o levantamento bibliográfico. Assim, questionários foram encaminhados a elementos

que tiveram experiências práticas com o problema, objetivando a análise de exemplos que estimulem a compreensão e precisão. Foram trabalhados, portanto, dados qualitativos.

3.3 Apresentação e Análise dos Dados

Os dados foram coletados durante os meses de maio a julho e estão organizados e tabulados por meio da ferramenta Microsoft Office Excel 2007, de modo a analisar e comparar as respostas dos participantes, confrontando-as com os objetivos propostos pela pesquisa. Dentre os 21 questionários enviados para empresas localizadas em Igrejinha, Parobé, Riozinho, Rolante, Taquara e Três Coroas, 07 retornaram respondidos por diretores e contadores. Dessas empresas, 06 são indústrias do ramo calçadista e 01 do ramo de esquadrias de madeira.

A partir da aplicação dos questionários, foi possível obter informações para análise e interpretação dos dados, e o resultado compilado da pesquisa é exposto a seguir.

3.3.1 Questão nº 1: Como sua empresa avalia a participação de empresas privadas na realização de ações culturais e sociais?

Em resposta à interrogativa, todas as empresas apontaram como importante e muito importante a participação na realização de ações culturais e sociais, demonstrando preocupação com a responsabilidade social e interesse por práticas que atendam às necessidades condizentes a inclusão social e cultural da sociedade que as cercam.

Com isso, tornam-se suscetíveis ao uso de incentivos fiscais, posto que são mecanismos criados para impulsionar o papel das empresas privadas no que tange à atuação socialmente responsável.

Concomitantemente, não houve indicações de falta ou de pouca importância nesse sentido, mantendo-se índice 0 (zero) nas referidas alternativas.

3.3.2 Questão nº 2: Qual o nível de conhecimento a respeito dos incentivos fiscais oferecidos?

Ao indagar-se sobre o nível de conhecimento sobre incentivos fiscais, 28,57% indicaram ter nível alto, conhecendo profundamente o assunto, enquanto 71,43%, nível intermediário, afirmando que possuem conhecimento parcial sobre o mecanismo, conforme representa o Gráfico 1.

Gráfico 1 – Nível de conhecimento das empresas

Erro! Vínculo não válido.Fonte: Elaborado pela autora.

O fato de nenhuma empresa ter respondido que seu nível de conhecimento é baixo é considerado como um ponto positivo, pois mostra que os profissionais que já utilizaram incentivos estão se preparando e explorando alternativas de investimento nesse sentido. Com o nível de conhecimento apresentado, identificamos que os participantes estão familiarizados com o tema, dando confiabilidade à pesquisa.

Cabe observar que, no decorrer dos contatos realizados com empresas potencialmente aptas ao uso de incentivos fiscais a fim de aplicar a pesquisa, um grupo correspondente a 19,23% dos retornos obtidos, mencionou nunca ter utilizado do mecanismo, afirmando ter pouco conhecimento sobre o assunto e desconhecer as formas de participação. É importante salientar tal fato, pois aponta que o mecanismo ainda é desconhecido e inutilizado por empresas da região, ratificado pelo baixo número de retornos de questionários respondidos.

3.3.3 Questão nº 3: A sistemática de incentivos fiscais é de fácil operacionalização?

Essa questão objetivou identificar a visão das empresas sobre a sistemática de operacionalização dos incentivos fiscais, verificando se consideram fácil ou não esse processo, pois, por vezes, o que se apresenta de forma simples, em teoria, pode, na prática, não ser fácil e objetivo de realizar.

Na questão em evidência, as respostas estão divididas, mas a maioria correspondente a 42,86% apontou serem parcialmente fáceis de operacionalizar. As respostas estão ilustradas no Gráfico 2 a seguir.

Gráfico 2 – Sistemática de operacionalização

Erro! Vínculo não válido.Fonte: Elaborado pela autora.

3.3.4 Questão nº 4: Por que a empresa decidiu utilizar incentivos fiscais mediante a destinação e doação de valores a projetos culturais e sociais?

Os participantes puderam sinalizar 3 (três) opções entre as apresentadas e, dentre as razões indicadas para a utilização de incentivos fiscais, o fato de atender a motivos humanitários e da comunidade é o que mais pesa na decisão para os investimentos, seguido pelo aumento da satisfação e lealdade dos colaboradores e clientes e do objetivo de destacar e agregar valor à imagem e à marca da empresa.

O quarto fator indicado é o marketing social que, junto com o objetivo de destacar e agregar valor à imagem e à marca da empresa, estrutura a imagem da organização perante o público externo, reforçando todos os demais indicadores citados.

O Gráfico 3 expressa as justificativas salientadas para melhor entendimento.

Gráfico 3 – Justificativas apresentadas para o uso de incentivos fiscais

Erro! Vínculo não válido.Fonte: Elaborado pela autora.

É considerado interessante o fato de a redução de tributos estar entre os últimos da lista, o que transparece e ratifica a importância dada à participação na realização de ações culturais e sociais, apontada na questão inicial. Isso evidencia que a economia tributária não é o principal motivo que as move, mas sim o primórdio da função socioeconômica.

3.3.5 Questão nº 5: Os percentuais de dedução a título de doação/patrocínio oferecidos são interessantes para a empresa?

A fim de reconhecer se a prática foi relevante, como forma de benefício fiscal, foi questionado se os percentuais de dedução a título de doação/patrocínio oferecidos são interessantes. Com as respostas obtidas, fica demonstrado que 71,43% das empresas consideram sim interessantes, e fica claro que esse mecanismo, além de contribuir com a sociedade onde a empresa está inserida, traz

a contrapartida fiscal, que serve como estímulo para incentivar a prática, incitando as empresas.

Dentre as respostas contraídas, apenas uma delas foi negativa e uma nula, pois determinada empresa optou por não responder a questão. Todas as demais indicam ser proveitoso o percentual deduzido do imposto por meio dos incentivos fiscais.

3.3.6 Questão nº 6: Qual a dificuldade na efetivação da doação ou patrocínio?

Com a alternativa de sinalizar até 3 (três) opções, as respostas alcançadas estão bem distribuídas, no entanto, as que predominam com o mesmo número de indicações por algumas empresas são a burocratização nos procedimentos para a efetivação da doação ou patrocínio, enquanto outras apontam que não há nenhuma dificuldade encontrada no procedimento. O Gráfico 4 mostra essa divisão de respostas.

Gráfico 4 – Dificuldades encontradas

Erro! Vínculo não válido. Fonte: Elaborado pela autora.

Analisando o gráfico, visualiza-se que 23,08% não encontraram dificuldades e 69,23% indicaram algum empecilho que dificulte na efetivação do procedimento. O fato é justificável se comparadas as réplicas com as respostas alusivas à sistemática de operacionalização, correspondente à terceira pergunta do questionário.

Examinando as respostas, averigua-se que as empresas que não apontaram encontrar dificuldades disseram também que a sistemática é de fácil operacionalização. Em contrapartida, as demais, que indicaram alguma dificuldade, são empresas que não definiram a sistemática como fácil num todo, mas sim parcialmente.

3.3.7 Questão nº 7: Deveriam existir mais alternativas para a utilização deste benefício ou as alternativas existentes já são suficientes?

Quando questionadas sobre as alternativas existentes para a utilização de incentivos fiscais, 71,43% das empresas dizem não serem suficientes as possibilidades existentes e afirmam haver necessidade de mais opções.

O propósito da pergunta está em identificar se as alternativas contemplam a forma que as organizações buscam para investir, no que condiz a canalização de recursos para ações sociais *versus* benefícios gerados para as empresas.

3.3.8 Questão nº 8: Qual o grau de satisfação com a utilização de incentivos fiscais?

A questão interroga sobre o grau de satisfação das empresas frente à utilização dos incentivos de forma geral, para verificar se estão contentes, tanto com os benefícios auferidos, como com a operacionalização e a destinação dos recursos empregados. Com o auxílio do gráfico abaixo, verificamos satisfação em nível mediano. Dos respondentes, apenas 1 (um) apresentou grau de satisfação baixo, índice aceitável, considerando ser a minoria, pois preocuparia se todos apontassem insatisfação, levaria a crer haver alguma falha no mecanismo ou falta de contrapartida para as empresas.

Gráfico 5 – Grau de satisfação

Erro! Vínculo não válido. Fonte: Elaborado pela autora.

3.3.9 Questão nº 9: Mediante a experiência obtida com o uso de incentivos fiscais, há intenção de nova utilização?

A questão visa verificar a possibilidade de repetição do uso. Com as respostas obtidas, pode-se estimar que sim, sendo que 42,86% afirmam terem intenção e, em um mesmo percentual, outras empresas estão incertas sobre tanto, tendendo também para essa possibilidade.

Gráfico 6 – Intenção de nova utilização

Erro! Vínculo não válido. Fonte: Elaborado pela autora.

A única empresa que se manifestou de forma negativa foi a que, na questão de número 5, destacou não serem interessantes os percentuais de dedução oferecidos a título de doação/patrocínio, motivo que, conseqüentemente, implicou de forma direta nessa resposta.

3.3.10 Questão nº 10: Acredita serem os incentivos fiscais uma alternativa para a prática da responsabilidade social e desenvolvimento regional?

A pergunta tem o intuito de revelar a expectativa das empresas quanto ao uso dos incentivos fiscais, indagando se são boas alternativas para a prática da responsabilidade social e desenvolvimento regional, verificando ainda com que intensidade elas julgam contribuir para tanto.

De acordo com as respostas tabuladas, o resultado mostra que todas têm credibilidade no mecanismo, dentre elas, 85,71% afirmam contribuir de forma intermediária e 14,29% de forma intensa. Não houve apontamentos que indicassem ser a alternativa ineficaz ou sem contribuição. Assim, percebe-se que empresas que já investiram em cultura e sociedade estão otimistas, crendo, por meio de seus investimentos, financiarem não só a inclusão, mas prover o desenvolvimento da região onde se encontram.

3.3.11 Consolidação das respostas

Visando melhor representação dos resultados, o gráfico a seguir apresenta a consolidação das principais respostas à pesquisa apresentadas anteriormente.

Gráfico 7 – Consolidação das respostas

Erro! Vínculo não válido. Fonte: Elaborado pela autora.

Do total de participantes, 71,43% indicaram nível de conhecimento intermediário e demonstraram grau médio de satisfação com a utilização dos incentivos fiscais. Em relação à sistemática de operacionalização, 42,86% do grupo apontou ser parcialmente fácil e, nessa mesma fração, possuem intenção de nova utilização.

Com o objetivo de atender a motivos humanitários e da comunidade, 31,58% das empresas utilizam os incentivos fiscais e 26,32% os utilizam para aumentar a satisfação e lealdade dos colaboradores e clientes. Ainda, 21,05% usufruem dos mesmos para destacar e agregar valor à imagem e à marca da empresa, 15,79% como marketing social e, finalmente, 5,26% para redução de tributos.

Acerca das dificuldades encontradas na efetivação das doações e patrocínios, 23,08% do grupo afirmou não encontrar dificuldade nenhuma, e, na mesma proporção, outra parte do grupo indicou a burocratização nos procedimentos como uma dificuldade. O terceiro item mais considerado, no que condiz às dificuldades, foi os poucos incentivos por parte do governo.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados da pesquisa confirmam que os incentivos fiscais são fortes mecanismos para impulsionar a prática da responsabilidade social e o desenvolvimento regional, apresentando-se como alternativas de grande relevância para as organizações que almejam desempenhar sua função social, estimulando-as com benefícios para que recursos sejam direcionados a segmentos específicos.

O estudo realizado mostra que a burocratização nos procedimentos que envolvem o uso de incentivos fiscais é um dos empecilhos que, unido ao desconhecimento da legislação pelos profissionais da contabilidade, faz com que muitas empresas sintam-se retraídas e incertas em utilizar essa alternativa. É necessário que sejam propagados e abordados de forma prática e estimulante, apresentando as vantagens que oferecem e em uma sistemática de fácil operacionalização. Quanto a essa, identificou-se ser parcialmente fácil de operacionalizar, no entanto, houve indicações contrárias durante a pesquisa, o que significa dificuldades na efetivação da doação ou patrocínio.

Sobre as vantagens obtidas pelas empresas que utilizam os incentivos fiscais mediante a destinação e doação de valores, é possível afirmar que os percentuais de dedução oferecidos a título de incentivo são considerados interessantes pelos elementos investigados, pois impactam em economia tributária. Apesar de não serem elevados, tornam-se atrativos na medida em que o lucro operacional aumenta. Todavia, as vantagens vão além da redução do ônus tributário. As práticas sociais acarretam no desenvolvimento da comunidade e região, e, conseqüentemente, no crescimento das empresas, potencializando a imagem e gerando retorno financeiro.

Com a pesquisa, verificou-se a assertiva supracitada e, dentre os motivos que pesam na decisão para a utilização de incentivos fiscais, estão o fato de atender motivos humanitários e da comunidade, seguidos pelo aumento da satisfação e

lealdade dos colaboradores e clientes e do objetivo de destacar e agregar valor à imagem e à marca da empresa.

As empresas que tiveram experiências com o uso afirmam terem intenção de nova utilização, o que comprova a eficácia do mecanismo e a obtenção de vantagens. Conforme os resultados, grande parte do grupo tem a intenção de repetir o uso, em um mesmo percentual, outra se encontra incerta sobre isso, tendendo também para essa possibilidade. No universo estudado, a baixa fração que nega a nova utilização é considerada aceitável, levando-se em conta as particularidades de cada organização e a situação financeira em que podem se encontrar.

Por fim, conclui-se que os incentivos fiscais efetivamente são motivadores e revertem em vantagens múltiplas. As organizações têm a opção de escolher para onde destinar parte do valor que iria para os cofres públicos, contribuindo com projetos e ações com vistas à melhoria da sociedade, atuando de forma socialmente responsável.

Que o presente artigo contribua para difundir o uso dos incentivos fiscais disponíveis, para que mais empresas transformem parte de seus impostos em ações sociais e sirva também de subsídio para a classe contábil, pois, sendo a contabilidade uma ciência social, cabe também ao contador participar desse processo, levando informações aos empresários para ampliar o rol de envolvimento desses com investimentos no âmbito cultural e social.

REFERÊNCIAS

ALVES, David Bessa. *Marketing cultural e planejamento tributário*. O elo perdido entre empresário e cultura brasileira. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/1973/marketing-cultural-e-planejamento-tributario>>. Acesso em: 7 abr. 2014.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. *NBR ISO 26000: Diretrizes sobre responsabilidade social*. Rio de Janeiro, 2010.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil*, 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 10 mar. 2014.

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

Qualquer Natureza. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 29 mar. 1999. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D3000.htm>. Acesso em: 9 mar. 2014.

_____. *Lei nº 8.313*, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 24 dez. 1991. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8313cons.htm>. Acesso em: 9 mar. 2014.

_____. *Lei nº 9.249*, de 26 de dezembro de 1995. Altera a legislação do imposto de renda das pessoas jurídicas, bem como da contribuição social sobre o lucro líquido, e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 27 dez. 1995. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9249.htm>. Acesso em: 24 mar. 2014.

_____. *Lei nº 9.532*, de 10 de dezembro de 1997. Altera a legislação tributária federal e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 11 dez. 1997. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9532.htm>. Acesso em: 31 mar. 2014.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; DA SILVA, Roberto. *Metodologia científica*. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CESNIK, Fábio de Sá. *Guia do Incentivo à Cultura*. 3. ed. Barueri: Manole, 2012.

CONSELHO REGIONAL DE CONTABILIDADE DO RIO GRANDE DO SUL. *Manual de Incentivos Fiscais*. Porto Alegre: Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul, 2013.

ESTIGARA, Adriana; LEWIS, Sandra A. Lopes Barbon; PEREIRA, Reni. *Responsabilidade Social e Incentivos Fiscais*. São Paulo: Atlas, 2009.

FABRETTI, Láudio Camargo. *Contabilidade Tributária*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FERNANDES, Ângela. *A responsabilidade social e a contribuição das relações públicas*. Disponível em:
<<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/responsabilidadesocial/0098.htm>>. Acesso em: 3 mar. 2014.

FUNDAÇÃO BIBLIOTECA NACIONAL. *Como Obter os Benefícios da Lei de Incentivo à Cultura*. Disponível em:
<<http://www.bn.br/circuitodefeiras/index.php/como-obter-os-beneficios-da-lei-de-incentivo-a-cultura>>. Acesso em: 15 jun. 2014.

FUNDAÇÃO FACULDADE DE MEDICINA. *Manual de Benefícios Fiscais Doações Efetuadas à FFM*. São Paulo: Coordenadoria Jurídica da Fundação Faculdade de Medicina, 2007.

GODOY, Márcio; RUFFO, Karina; SEADI, Kátia. *O que toda empresa precisa saber para utilizar incentivos fiscais*. 103 Dicas. São Paulo: Editora DCL, 2009.

HAUS, Paulo. *Fortalecer a sociedade civil para fortalecer a democracia: reflexões sobre a legislação para o Terceiro Setor*. Disponível em: <<http://site-antigo.socioambiental.org/inst/docs/index.html>>. Acesso em: 7 jun. 2014.

ITAÚ CULTURAL. *Mecenato*. Disponível em: <<http://novo.itaucultural.org.br/obsglossario/mecenato/>>. Acesso em: 9 abr. 2014.

MASCARENHAS, Sidnei Augusto. *Metodologia Científica*. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MINISTÉRIO DA CULTURA. *Acesso à Informação*. Projetos incentivados. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/projetos-incentivados>>. Acesso em: 7 abr. 2014.

ZANLUCA, Júlio César. *Manual dos Benefícios Fiscais do IRPJ*. Disponível em: <http://www.portaltributario.com.br/curso_beneficios_fiscais.htm>. Acesso em: 8 mar. 2014.