



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Conselho Administrativo de Recursos Fiscais



PROCESSO	10314.720677/2019-04
ACÓRDÃO	3101-004.619 – 3ª SEÇÃO/1ª CÂMARA/1ª TURMA ORDINÁRIA
SESSÃO DE	18 de março de 2026
RECURSO	VOLUNTÁRIO
RECORRENTE	VISA DO BRASIL EMPREENDIMENTOS LTDA
INTERESSADO	FAZENDA NACIONAL

Assunto: Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social - Cofins

Período de apuração: 01/01/2016 a 31/12/2016

REGIME NÃO CUMULATIVO. CONCEITO DE INSUMO. CRITÉRIO DA ESSENCIALIDADE E RELEVÂNCIA.

O Superior Tribunal de Justiça (STJ), no julgamento do REsp nº 1.221.170 - PR, pelo rito dos Recursos Repetitivos, decidiu que o conceito de insumo deve ser aferido à luz dos critérios da essencialidade ou relevância, considerando-se a imprescindibilidade ou a importância de determinado item - bem ou serviço - para o desenvolvimento da atividade econômica desempenhada pelo contribuinte.

NÃO-CUMULATIVIDADE. INSTITUIDORA DE ARRANJOS DE PAGAMENTO. LICENCIADORA AUTORIZADA DE MARCA. DESPESAS DIRETAMENTE RELACIONADAS À ATIVIDADE. APROPRIAÇÃO DE CRÉDITOS. POSSIBILIDADE.

Os gastos com marketing e propaganda, patrocínio, desenvolvimento de tecnologia e relatórios gerenciais de mercado, estão diretamente relacionados ao desenvolvimento da atividade econômica da instituidora de arranjos de pagamento (bandeira), que envolve, entre outros, a prestação de serviços de divulgação e promoção dos negócios e produtos da marca, bem como, atualização e adequação de sistemas e análise de risco, razão pela qual atendem ao requisito da essencialidade e, por conseguinte, geram direito ao aproveitamento de créditos da não-cumulatividade das contribuições ao PIS e da COFINS, nos termos do artigo 3º, inciso II, das Leis nº 10.833/03 e 10.637/02.

DIREITO CREDITÓRIO. ÔNUS DA PROVA. CARÁTER DE INSUMO. ESSENCIALIDADE E/OU RELEVÂNCIA.

Por se tratar de direito creditório, o contribuinte possui o ônus de comprovar a essencialidade e relevância dos créditos apropriados sobre despesas na condição de insumos da sua atividade econômica. Inexistindo prova do alegado, devem ser mantidas as glosas efetuadas pela fiscalização.

Assunto: Contribuição para o PIS/Pasep

Período de apuração: 01/01/2016 a 31/12/2016

LANÇAMENTO SOBRE A MESMA MATÉRIA FÁTICA.

Aplica-se à Contribuição para o PIS o decidido sobre a Cofins, por se tratar de mesma matéria fática.

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos.

Acordam os membros do colegiado, por maioria de votos, em dar provimento parcial ao recurso voluntário, no sentido de reverter as glosas sobre: 1 -Despesas com marketing e publicidade; 2 - Patrocínio; 3 - Desenvolvimento de tecnologia e relatórios gerenciais de mercado, e 4 - serviços prestados pelos fornecedores Gartner do Brasil Serviços de Pesquisas Ltda., Cairos Usabilidade Ltda., MCFC Consultoria e Capacitação Eireli ME e BJ Consultoria em Gestão Empresarial Ltda. Vencidos Conselheiro Gilson Macedo Rosenberg Filho e Conselheiro Ramon Silva Cunha que negavam provimento ao recurso.

Assinado Digitalmente

Matheus Schwertner Zicarelli Rodrigues – Relator

Assinado Digitalmente

Gilson Macedo Rosenberg Filho – Presidente

Participaram da sessão de julgamento os conselheiros Renan Gomes Rego, Matheus Schwertner Zicarelli Rodrigues, Ramon Silva Cunha, Luciana Ferreira Braga, Eduardo Gargiulo Ornelas Santiago, Gilson Macedo Rosenberg Filho (Presidente).

RELATÓRIO

Por bem narrar os fatos ocorridos, adoto o relatório contido na decisão proferida pela Delegacia da Receita Federal do Brasil de Julgamento no Recife (PE):

Trata-se da Impugnação de fls. 388/423, oposta aos Autos de Infração da Cofins e do PIS não cumulativos de fls. 360/373, lavrados em 18/10/2019, cujos valores foram lançados com juros de mora e multa de ofício de 75%. Os montantes lançados são os seguintes:

CONTRIBUIÇÃO PARA O PIS/PASEP

Contribuição 2.356.881,74

Juros 607.020,24

Multa 1.767.661,25

Valor do Crédito Apurado 4.731.563,23

CONTRIBUIÇÃO PARA O FINANCIAMENTO DA SEGURIDADE SOCIAL-COFINS

Contribuição 10.855.954,56

Juros 2.795.976,55

Multa 8.141.965,88

Valor do Crédito Apurado 21.793.896,99

No Termo de Ciência de Lançamentos e Encerramento Total do Procedimento Fiscal (fl. 377) há menção também a um terceiro auto de infração, objeto do processo nº 10314.720678/2019-41, que conforme os itens 03.02 e 04.02 do Termo de Constatação de fls. 342/355 é relativo a multa pelo preenchimento incorreto da Escrituração Contábil Fiscal (ECF).

O referido Termo de Constatação, que integra os lançamentos, inicialmente trata do objeto social da empresa autuada (item 02.02). Depois se reporta ao Termo de Intimação (TIF) 06022019 (fls. 46/106), por meio do qual foi solicitado à contribuinte esclarecer a relação que os bens, as mercadorias e as atividades relacionados no Anexo-1 e detalhadas no Anexo-2 (cujas informações foram extraídas dos registros M105 e M505 do SPED Contribuição) “têm com as prestações de serviços realizadas pela empresa, tendo em vista a essencialidade e a relevância, de modo a justificar a tomada de crédito em relação a essas mercadorias e atividades”, e reproduz a resposta às fls. 345/348.

Em seguida o Auditor-Fiscal observa que o conceito de insumo aplicado pela fiscalização “pauta-se pelos critérios da essencialidade e da relevância tais quais explicitados no Parecer Normativo COSIT/RFB nº 05, de 17 de dezembro de 2018”, e considera:

Destaque-se que, não obstante ser pacífico o entendimento de que não se aplica a definição restritiva da compreensão de insumo proposta pelas IN/SRF nº 247/2002 e IN/RFB nº 404/2004, também é cristalino que o conceito de insumo abrange bens e serviços que compõem o processo produtivo de bem destinado à venda ou de prestação de serviço a terceiros, tanto os essenciais a tais atividades (elementos

estruturais e inseparáveis do processo) quanto os que, embora não essenciais, integram o processo por singularidades da cadeia ou por imposição legal.

Desse modo, analisando-se as explicações fornecidas pelo contribuinte à luz do parecer normativo, entendemos que logrou êxito apenas parcial em demonstrar que os itens relacionados nos anexos “1” e “2” da intimação TIF- 06022019 são insumos relacionados às atividades de prestação de serviços relacionados em seu objeto social (vide item “02.02” anterior).

Especificamente, não se vislumbra à luz do Parecer Normativo COSIT/RFB nº 05/18, que as despesas a seguir relacionadas enquadram-se no conceito de insumos, sejam por não serem essenciais às atividades da empresa (elementos estruturais e inseparáveis do processo, ou que sua falta lhe prive de qualidade, quantidade e suficiência), sejam por, embora não essenciais, não integrem o processo por sua singularidade ou imposição legal.

► (I).Marketing e Publicidade

As ações desenvolvidas pela empresa nessa área são descritas, pela própria, como ações gerais (conforme reprodução do texto acima).

Vale dizer, não alcançam prestação de serviço específico a determinado cliente.

São ações, como descritas pelo contribuinte, relacionadas à promoção da marca VISA, e não a prestação de serviço específica a esse ou aquele cliente.

Para que seja considerado insumo, nesse caso, é essencial que se estabeleça a relação entre o serviço específico individual contratado e a correspondente prestação de serviço, também específica, o que não restou demonstrada.

Não se observa, dos serviços relacionados a essas despesas, o papel essencial (de elemento estrutural e/ou inseparável do processo, ou que sua falta lhe prive de qualidade, quantidade e suficiência) e nem mesmo como integrante de processo por singularidade da cadeia ou por imposição legal.

► (II).Patrocínio

Também aqui, não se observa, o papel da despesa (patrocínio) como elemento estrutural e/ou inseparável do processo, nem mesmo como integrante de processo por singularidades da cadeia ou por imposição legal.

Assim, aplica-se raciocínio análogo ao empregado à prestação de serviços de marketing e publicidade, aplica-se a esse grupo de despesas.

► (III).Desenvolvimento de tecnologia e relatórios gerencias de mercado

O PN COSIT/RFB nº 05/2018 aborda especificamente os dispêndios referente a fase de desenvolvimento de ativos intangíveis aplicáveis em processo de produção ou em prestação de serviços.

Fica evidente que somente é possível a tomada de créditos sobre esses dispêndios após o reconhecimento formal e documentado do início da fase de desenvolvimento e que resulte efetivamente em:

a) Um insumo utilizado no processo de produção de bens destinados à venda ou de prestação de serviços;

b) Produto destinado à venda ou serviço prestado a terceiros.

Por outro lado, eventual tomada de crédito de PIS/COFINS sobre o item “relatórios gerenciais de mercado” também está condicionado a sua aplicação na prestação de serviço a terceiro.

Contudo, nenhuma documentação foi juntada que fizesse prova das condições necessárias para aceitação desses dispêndios como insumos e, conseqüentemente, a possibilidade de tomada de créditos de PIS/COFINS sobre eles (Desenvolvimento de tecnologia e relatórios gerenciais de mercado).

► **(IV). Demais Dispêndios**

Nesse grupo de despesas, representativas de 0,24% das contratações remanescentes (segundo o contribuinte), chama atenção algumas das despesas discriminadas, especificamente aquelas destacadas no quadro reproduzido a seguir.

CNPJ	FORNECEDORES	BC PIS/COFINS	Classificação
07.052.912/0001-03	Tudo em Transportes Editora Ereli	159.181	Frete
04.847.347/0001-25	Newsnet Jornais Eletrônicos Ltda (Virta)	99.582	Outros
00.254.493/0001-96	Espansão Consultoria em Educação Corporativa Ltda	22.750	Treinamento
07.977.092/0001-03	Wide Desenvolvimento Humano e Tecnologia S.A.	19.753	Outros
07.522.669/0001-92	CEB Distribuição S.A.	15.391	Energia elétrica
60.444.437/0001-46	Light Serviços de Eletricidade S.A.	13.510	Energia elétrica
06.290.219/0001-59	Siti Traduções e Interpretações S/S Ltda	5.581	Outros
07.366.853/0001-90	Eden Buffet Gastronômico Ltda-Epp (Vanille Buffet)	3.000	Outros
03.951.310/0001-80	Scenica Locação e Serviços Ltda	2.500	Outros
37.303.168/0001-79	Dino Divulgador de Notícias Online Ltda	938	Outros
33.776.742/0001-55	Agilites Soluções de Pagamentos Ltda	850	Outros
02.558.157/0001-62	Telefonica Bras-1 S.A.	24	Telefone
33.000.118/0238-96	Telemar Norte Leste S/A. (O.)	7	Telefone

A primeira despesa destacada, que também é a primeira discriminada nesse grupo, refere-se à despesa com frete (coluna “Classificação”) a qual não se enquadra como insumo de nenhuma prestação de serviço relacionada no objeto social da empresa (vide item “02.02” anterior).

As demais despesas desse grupo “Demais dispêndios” destacadas acima, estão classificadas genericamente como “Outros”.

Para essas despesas a coluna “Fornecedores” dá indicação do tipo de serviço adquirido pela fiscalizada e, assim como já comentado em relação à despesa com frete, não se enquadram como insumo: assinatura de revista, serviço de buffet, divulgação/jornalismo, traduções/interpretações, locação, soluções de pagamentos e desenvolvimento humano.

Não há correlação com o conceito de insumo à luz do anteriormente citado parecer normativo, uma vez que carece das características da essencialidade ou relevância.

Mais adiante, no item 04.01 do Termo de Constatação, trata da apuração dos valores da autuação, informando:

É de se observar inicialmente que as notas fiscais listadas no Anexo-1 da TIF-11092019 (SVA do Anexo-1: cb933a42-ceccb608-67bf3b46-c8115331), informadas ao SPED-Contribuição pelo contribuinte, são aquelas sobre cujos valores foram calculados créditos de PIS e COFINS.

Em verdade, tratam-se das mesmas notas fiscais relacionadas no Anexo-2 da TIF-06022019 (SVA do Anexo-2: f095829a-c0b802fb-14055635-c71d0ac0).

Por outro lado, em resposta à intimação TIF-06022019 o contribuinte utilizou-se em 5 (cinco) grupo distintos para responder aos questionamentos dessa fiscalização:

► (I). Marketing e Publicidade;

► (II). Patrocínio;

▶ (III). Desenvolvimento tecnológico;

▶ (IV). Processamento de dados;

▶ (V). Demais dispêndios.

Por meio da intimação TIF-11092019 solicitou-se, com base nesses 5 grupos utilizados pelo contribuinte, a classificação das notas fiscais que compõem as bases de cálculo questionadas, listadas no Anexo-1 da TIF-11092019 (SVA do Anexo-1: cb933a42-ceccb608-67bf3b46-c8115331) e novamente reproduzidas no Anexo-2 da TIF-06022019 (SVA do Anexo-2: f095829a-c0b802fb-14055635-c71d0ac0).

Em 07/10/2019, em resposta à intimação TIF-11092019, foi juntado arquivo denominado “Arq_nao_pag” (SVA: f48cdf54-51d88ba8-8994f826-90dae93d) com as classificações solicitadas na intimação.

É de se notar que as notas fiscais referentes à telefonia, treinamento e energia elétrica foram subtraídas do total mensal correspondente conforme demonstrado em detalhe no Anexo-1 deste termo.

Assim os valores de créditos de PIS e de COFINS GLOSADOS, estão consolidados mensalmente no quadro a seguir e detalhados no Anexo-1 deste Termo de Constatação (discrimina à fl. 354, no Termo de Constatação, os valores de PIS e Cofins, que nos Autos de Infração constam às fls. 361 e 368).

Na Impugnação, datada de 22/11/2019 e tempestiva (fl. 6144), a contribuinte alega que “Apesar de a D. Autoridade Fiscal arquitetar uma tese de que os créditos em comento foram glosados pela ausência de relação (i.e., essencialidade e/ou relevância) entre os serviços contratados pela Impugnante, creditados por se caracterizarem como insumo, e os serviços prestados pela Impugnante à terceiros, em suposta consonância com o entendimento firmado pelo C. Superior Tribunal de Justiça (“STJ”), este exame não foi realizado.”

Considera que ao responder ao Termo de Intimação Fiscal 06022019 esclareceu especificidades do mercado em que atua e, de maneira sucinta, demonstrou a aplicação dos insumos objeto de fiscalização na prestação dos seus serviços e afirma que “em nenhum momento a D. Fiscalização requereu a comprovação documental do vínculo entre os dispêndios objeto de fiscalização e os serviços prestados pela Impugnante.”

Observa que “aproximadamente 96% dos dispêndios glosados se referem a serviços de propaganda e marketing e patrocínio – rubricas cujo creditamento já foi inclusive confirmado pelo E. CARF à luz da atividade da Impugnante em discussão semelhante”, mencionando o Acórdão 3201-005.668 (este julgado se refere ao processo nº 19515.721360/2017-23, cuja impugnação foi julgado por esta 2ª Turma em 20/06/2018, Acórdão nº 11-059.907).

Para a Impugnante, “diferentemente do que se verifica em uma empresa regular de prestação de serviços, estes custos com ações de marketing e patrocínio são diretamente aplicados no exercício do objeto social da Impugnante, sobretudo no que diz respeito às atividades relacionadas ao licenciamento da marca VISA – fonte das receitas tributáveis pelas contribuições de PIS e COFINS. Assim, a

contratação de marketing no caso concreto não se confunde com a ideia geral de despesa com incremento de vendas.”

No tópico III da peça impugnatória, sob o título FUNDAMENTOS PARA O CANCELAMENTO DOS AUTOS DE INFRAÇÃO, depois de mencionar a Emenda Constitucional nº 42, de 2003, e as Leis nºs 10.637, de 2002, e 10.833, 2003, destaca destas duas o art. 3º, II, afirma que “as referidas leis não delimitaram o alcance do conceito de insumos para fins de creditamento do PIS e da COFINS, levando à recorrência de embates entre Fisco e Contribuintes nos Tribunais Pátrios”, e argumenta que as Instruções Normativas nºs 247, de 2002, e 404, de 2004, “restringiram o conceito de ‘insumo’ de forma semelhante à atribuída pela legislação do IPI, de modo que somente os bens que sofressem alterações, tais como o desgaste, ou a perda de propriedades físicas ou química, em função da fabricação ou que fossem aplicados/consumidos na prestação de serviços dariam origem ao direito de creditamento do PIS e da COFINS.”

Em seguida menciona o Recurso Especial nº 1221170/PR, julgado pela Primeira Seção do STJ em 22/02/2018, e o Parecer Normativo Cosit nº 5, de 17/12/2018, considera que “nenhuma das situações tratadas no parecer condizem com a realidade da Impugnante” e deduz:

14 Assim, a caracterização dos serviços contratados pela Impugnante como insumo para fins de creditamento do PIS e COFINS dependerá de uma análise casuística, envolvendo a correta compreensão dos serviços prestados pela Impugnante, conforme se verá adiante.

No subtópico III.1. A correta compreensão da atividade empresarial da Impugnante e a natureza de suas receitas tributáveis pelas contribuições ao PIS e COFINS, afirma:

15 A Impugnante é licenciadora autorizada da marca VISA no Brasil e atua como instituidora de arranjos de pagamento por meio do exercício das seguintes atividades, dentre outras, previstas no seu objeto social:

“(i) a administração e operação de conjuntos de regras e procedimentos que disciplinam a prestação de serviços de pagamento ao público em geral, passíveis de aceitação por diversos recebedores, mediante acesso direto por usuários finais, pagadores e recebedores (“Instituidora de Arranjos de Pagamento”);

(ii) a prestação de serviços na área de treinamento e reciclagem de profissionais nas técnicas de administração de cartões de créditos, meios de pagamento eletrônico e produtos da marca “VISA”;

(iii) a prestação de serviços na área de consultoria de negócio relativos a cartões de créditos;

(iv) a prestação de serviços de assistência e condução das atividades e ações gerais de marketing relacionadas à divulgação e/ou promoção dos produtos da marca “VISA”;

(v) a importação de equipamentos de informática, hardware e software e de telecomunicação objetivando o acesso das instituições financeiras à rede da Visa;

(vi) a prestação de serviços de assessoria, gerenciamento e assistência em geral, relacionadas ao desenvolvimento dos negócios e produtos da marca "VISA", incluindo suporte técnico, apoio operacional, concessão de incentivos, desenvolvimento de produtos, soluções de pagamento, tecnologia da informação, atualização de sistemas, análise e prevenção de riscos, testes e certificação, e demais serviços de qualquer natureza considerados relevantes para a consecução dos objetivos da Sociedade;

(vii) prestação de serviços de assistência e assessoria relacionados com a liquidação, por meio dos sistemas da Câmara Interbancária de Pagamentos, de operações realizadas com os cartões de crédito, cartões de débito ou outros meios de pagamento realizadas por meio da rede da Visa ("Transações Visa");

(viii) prestação de serviços relacionados com as instruções de pagamento de Transações Visa realizadas nos sistemas da Câmara Interbancária de pagamentos; e

(ix) execução de todas as atividades necessárias para assegurar que as Transações Visa do Brasil sejam compensadas e liquidadas de forma apropriada por meio dos sistemas da Câmara Interbancária de Pagamentos." (g.n.)

16 A marca VISA, como se sabe, é muito conhecida no segmento de cartões de pagamento – crédito, débito e pré-pago – que atuam três partes independentes, a saber:

(i) as empresas que instituem o conjunto de regras e prestam serviços aos demais participantes (também conhecidas como Bandeiras), caso da Impugnante;

(ii) os emissores de cartões de crédito, débito e pré-pagamento ("Emissores", de modo geral instituições financeiras/bancos e empresas a ela ligadas); e

(iii) as empresas que credenciam os estabelecimentos comerciais, mantém a relação com eles e fazem a captura de transações ("Credenciadores").

[...]

17 Como se vê, a Impugnante é apenas uma das partes que atuam nesse segmento, sendo o conjunto dessas operações denominado de "arranjo de pagamentos", previsto no art. 6º da Lei 12.865/2013 e abaixo detalhado.

(...)

21 O fluxo das transações desse modelo de negócios pode ser ilustrado da seguinte forma:

[...]

22 Em linhas gerais, dentre os serviços prestados pela Impugnante aos Emissores e Credenciadores, as receitas decorrentes da condução de ações gerais de marketing relacionadas aos produtos da marca VISA possuem maior relevo, já que é exatamente este o principal objeto dos "Contratos de Prestação de Serviços de Suporte ao Cliente, de Desenvolvimento de Marca e Outras Avenças" ora acostados de forma exemplificativa (Banco Bonsucesso S.A. e Cielo S.A – Doc_Comprobatorios02):

(...)

23 Consequentemente, o maior volume de créditos da Impugnante diz respeito à contratação de bens e serviços aplicados como insumo dessas atividades de desenvolvimento de marca. A Impugnante apresenta todas as notas fiscais emitidas no ano de 2016 em favor de seus clientes, evidenciando que os serviços fazem referência a tais contratos firmados com seus clientes, como no exemplo abaixo, bem como aos demais serviços prestados nos termos do seu objeto social (Doc_Comprobatorios03 a Doc_Comprobatorios07):

(...)

25.2 Em essência, o desenvolvimento da marca VISA por meio de marketing, campanhas publicitárias e patrocínio constitui objeto dos contratos firmados pela Impugnante e seus clientes, sendo uma de suas fontes de receita.

26 Esse ponto foi bastante explorado pelos Conselheiros da 1ª Turma da 2ª Câmara do E. CARF no exame do processo 19515.721360/2017-23, relativo ao período de 2014, que ao realizar o cotejo entre os elementos característicos de insumo face ao conjunto probatório acostado naqueles autos, concluiu pela legitimidade do creditamento, in verbis (transcreve à fl. 400 trechos do voto da Relatora, a Conselheira Tatiana Josefovicz Belisário):

(...)

27 No caso sob exame é de se destacar, ainda, que a Impugnante também presta serviços de desenvolvimento de produtos, suporte ao cliente, suporte a produtos, tecnologia da informação, análise de riscos, atualização e adequação de sistemas, testes e certificação, dentre outros – obrigações relacionadas aos instituidores de arranjos de pagamento, como estabelecido na Circular do Banco Central do Brasil nº 3.682/2013 (“Circular 3.682/13”). 27.1 Dessa forma, além dos custos agrupados nas rubricas de “marketing” e de “Patrocínio”, incorre a Impugnante também com custos na contratação de desenvolvimento de tecnologia, processamento de dados em geral e demais dispêndios, incluindo a consultoria orientada ao segmento de cartões.

28 Dessa forma, esclarecidas as características próprias de sua atividade econômica, a Impugnante passa a demonstrar a aplicação dos insumos glosados pela D. Fiscalização na prestação dos seus serviços à terceiros.

Em seguida, no subtópico III.2. Evidência dos insumos objeto da glosa, trata de contratos com seus fornecedores, visando demonstrar “como as contratações (...) integram a sua atividade-fim”. Discorre sobre cada um dos grupamentos das glosas, seguindo a mesma ordem do Termo de Constatação. Sobre os Anexos à Impugnação, explica que colaciona “uma amostra de documentos comprobatórios da relação dos insumos com as atividades econômicas que geram as receitas tributáveis pelo PIS/COFINS, já que o mesmo racional se aplica a todos os fornecedores atrelados ao mesmo grupo” e que referida amostra “foi selecionada com base na materialidade das glosas, nada obstante, trará também os Anexos de A a E com uma tabela indicado o objeto da contratação, fornecedor a fornecedor, e documentos comprobatórios acostados.”

Informa no subtópico III.2.a Dispêndios com marketing e publicidade que a glosa desse grupamento representa 87%, “o que por si só já revela que a principal

receita da Impugnante se relaciona com o licenciamento da marca VISA”, e que dentre os fornecedores contratados está a Almap BBDO Publicidade e Comunicações Ltda, que sozinha perfaz 77% do valor objeto da atuação fiscal.

Remete ao contrato anexo (Doc_Comprobatorios08), onde é possível verificar, segundo afirma, que “a atuação da Almap inclui desde a criação de campanhas publicitárias até a contratação de espaços (slots) nas grades de televisão, assim como demais procedimentos para a veiculação de anúncios e propagandas da marca da Impugnante na mídia, atuando como agente exclusivo nesse segmento” e sendo “pela garantia da revisão dos materiais publicitários a serem divulgados, em especial, do conceito envolvido na ação promocional, layout, edição, entre outros, visando a proteção da reputação da marca VISA.”

Cita, exemplificadamente, as cláusulas 3.1 e 5.4 do contrato com a Almap (ver transcrição na fl. 404, item 35.2 da peça impugnatória), destaca a amplitude de atuação dessa Agência para o desenvolvimento da marca VISA e enumera no item 35.4, remetendo ao Contrato (no documento traduzido, ver 1676/1690), os serviços contratados, divididos entre serviços de publicidade; serviços de mídia; obrigações específicas do projeto, incluindo a Copa das Confederações 2013, Copa do Mundo FIFA 2014 e Jogos Olímpicos; e outros serviços a serem providos pela Agência de publicidade. Ainda a título exemplificativo, anexa vídeos promocionais transmitidos na televisão (em emissoras como a Rede Bandeirantes de TV e a Rede Globo) com o objetivo de divulgar meios de pagamento VISA (Doc_Comprobatorio09 e Notas Fiscais correspondentes – Doc_Comprobatorios10).

Afirma que “Como se verifica dos vídeos comerciais anexos, o público alvo das campanhas é o consumidor final (cliente dos Emissores e não da Impugnante) – tal qual destacado no acórdão 3201-005.6685 relativo ao processo de 2014, no qual a Impugnante logrou êxito”, transcrevendo na nota de rodapé 5, item 36.1 da Impugnação, trecho do voto do referido Acórdão.

Informa que a VISA, na condição de patrocinadora oficial dos Jogos Olímpicos Rio 2016, expandiu seu investimento relativo ao marketing e publicidade no período atuado, remetendo aos Doc_Comprobatorios09 e Notas Fiscais correspondentes – Doc_Comprobatorios10) e voltando a tratar dessa glosa no III.2.b Dispêndios com patrocínio.

Ao final do subtópico III.2.a, argumenta:

40 O E. CARF, reconhecendo a necessidade de contratação de agências de publicidade, dentre outros fornecedores envolvidos nas ações de marketing e divulgação da marca VISA, reverteu a glosa dos dispêndios vinculados à contratação da Almap seguindo os mesmos fundamentos desenvolvidos quando do exame do conjunto composto pelo (i) objeto social; (ii) contrato firmado entre a Impugnante e seus clientes; e (iii) notas fiscais de serviço:

“Os fundamentos relativos à reversão desta glosa são exatamente os mesmos despendidos anteriormente. Trata-se de instrumento utilizado pela Recorrente para

atingir o seu objetivo previsto no contrato firmado com os seus clientes.” (fl. 16 do acórdão 3201-005.668, juntado como Doc_Comprobatorios01)

41 Portanto, resta clara a legitimidade da contratação da Almap para a veiculação de material publicitário, em especial em mídia por meio da intermediação de agência, por garantir a qualidade técnica e excelência na conduta ético-comercial que garantem a reputação e consolidação da marca VISA no mercado, em linha com a obrigação assumida com os clientes da Impugnante na prestação de seus serviços.

42 Além do contrato firmado com a Almap, associam-se ao desenvolvimento e divulgação da marca VISA os dispêndios relacionados aos contratos com GRTS Comunicação Ltda; Link - Produção e Projetos Culturais Ltda; Gael Comunicação Ltda; IN Press Assessoria de Imprensa e Comunicação Estratégica Ltda e demais fornecedores para os quais a Impugnante demonstra a vinculação entre insumo vs. serviço prestado no Anexo A desta defesa.

43 Digno de nota, ainda que a GRTS Comunicação Ltda. também foi analisada no acórdão 3201-005.668 (Doc_Comprobatorios01) quando do julgamento do caso de 2014, que igualmente reverteu a glosa por enquadrar o dispêndio no conceito de insumo sujeito a créditos de PIS e COFINS pelos mesmos fundamentos.

No subtópico III.2.b informa que a glosa de dispêndios com patrocínio representa cerca de 9%, sendo esse dispêndio complementar aos gastos com marketing e publicidade; que foi patrocinadora da XXXI Olimpíada Rio 2016 e assumiu compromisso com o Movimento Olímpico desde 1986, numa estratégia de crescimento importantíssima sob as perspectivas de desenvolvimento da marca e de geração de negócios; e que obteve grande crescimento e estudos realizados no Brasil também revelam que o patrocínio deixou como legado o crescimento de dois pontos percentuais e a liderança absoluta no segmento de cartões de crédito.

Tratando da semelhança entre os dispêndios com patrocínio e os com marketing e publicidade, “vez que estão voltados ao cumprimento da obrigação contratual de desenvolvimento de marca assumida com seus clientes – sua principal fonte de receitas”, aponta que no Acórdão CARF nº 3201-005.668 foi revertida a glosa relativa a patrocínio e dispêndios correlatos no contexto da Copa do Mundo de 2014, e argui:

48 Dentre os fornecedores contratados, está Plusmedia Serviços de Marketing Ltda. (CNPJ 00.530.474/0001-45 – “Plusmedia”), representante do Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos Rio 2016 perante terceiros nas negociações e gerenciamento dos pacotes de mídias publicitárias (Doc_Comprobatorios08).

48.1 Assim, os valores pagos a este fornecedor se referem exatamente ao investimento com a divulgação da marca VISA no cenário global dos Jogos Olímpicos por meio do exercício do direito de compra da patrocinadora (i.e. a Impugnante) dos pacotes de mídias montados pela Plusmedia, correspondentes a determinada quantidade de pontos disponíveis e respectivos tipos de espaço selecionados nas regiões do Rio de Janeiro (Doc_Comprobatorios08):

(...)

49 Ou seja, toda a divulgação da marca da Impugnante durante a realização dos jogos se deu via Plusmedia, razão pela qual os dispêndios com esse fornecedor é o segundo maior da base de créditos objeto da glosa fiscal.

49.1 Reconhecida a relação entre o investimento com o patrocínio da XXXI Olimpíada Rio 2016 e o serviços desenvolvido pela Impugnante na execução dos contratos de desenvolvimento de marca firmados com seus clientes, portanto, de rigor a reversão da glosa de créditos sobre os pagamentos realizados à Plusmedia, já que toda a divulgação nos Jogos Olímpicos era gerenciada por esta empresa, tal qual designado pelo Comitê Olímpico.

50 Além do contrato firmado com a Plusmedia, associam-se ao desenvolvimento e divulgação da marca VISA no contexto de patrocínios os dispêndios relacionados aos contratos com a empresa Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. (CNPJ nº 07.816.890/0001-53 – “Multiplan”).

50.1 A Multiplan é uma empresa especializada na locação de espaços comerciais visando à divulgação de produtos e/ou serviços, bem como no planejamento e coordenação de eventos promocionais por meio da locação de espaços para uso publicitário em diversos empreendimentos comerciais (Doc_Comprobatorios08).

Traz, a título exemplificativo, imagens de alguns trabalhos de divulgação realizados em shoppings do Brasil pela Multiplan no contexto da Olimpíada Rio 2016, e ao final do subtópico III.2.b afirma:

51 Na mesma linha da natureza da contratação dos serviços acima – desenvolvimento da marca VISA no contexto de patrocínios –, deve ser interpretado os demais fornecedores para os quais a Impugnante demonstra a vinculação entre insumo vs. serviço prestado no Anexo B desta defesa.

Nos subtópicos III.2.c. Dispêndios com desenvolvimento tecnológico e III.2.d. Dispêndios com processamento de dados são contestadas glosas que correspondem, cada parcela, a 1%, conforme a Impugnante.

Alega que os dispêndios do primeiro grupamento se relacionam “com os serviços de desenvolvimento de novos produtos e tecnologia de meios de pagamento e o suporte em pesquisas de mercado”, como “plataformas de inovação que fomentam vendas com os cartões da marca VISA, contribuindo para as receitas de Emissores e Credenciadores”. Considerando que a “atuação e adequação de sistemas” também está no rol de obrigações assumidas pela Impugnante em relação aos seus clientes (menciona a cláusula segunda do Contrato de Prestação de Serviços de Suporte ao Cliente, de Desenvolvimento de Marca e Outras Avenças, Doc_Comprobatorios02), apresenta à fl. 417 reprodução de Nota Fiscal de Serviços prestados pela VISA à Elo Serviços S.A., e remete ao Anexo C, que discrimina quatro fornecedores, o objeto de cada um dos contratos e os respectivos documentos comprobatórios (ver fl. 431).

Quanto aos do segundo grupamento, afirma que se referem “aos insumos empregados na prestação de serviços de tecnologia da informação, suporte a produtos, adequação de sistemas, testes e certificação”, essencialmente “custos com gestão de site, servidores, host de Internet, dentre outros, que encontram

previsão tanto no Contrato de Prestação de Serviços de Suporte ao Cliente, de Desenvolvimento de Marca e Outras Avenças (Doc_Comprobatorios02), como na própria norma do Banco Central que regula os arranjos de pagamento que descreve as obrigações da entidade instituidora, no caso a Impugnante – Circular BACEN nº 3.682/2013 (artigo 4º)”. Deduz que dessa “atendem não apenas o critério da essencialidade, pela relação contratual assumida com seus clientes, como também o da relevância, já que dentre outras funções, os serviços de processamento de dados se relacionam com capacidade de troca de informações entre os players desse segmento”, em linha com a interpretação do STJ e o PN nº 05, de 2018, e remete aos documentos do Anexo D (ver fl. 432).

No último subtópico - III.2.e. Demais dispêndios – defende créditos que representam 2% do total glosado e se referem, tudo conforme afirma, a “serviços com treinamentos, consultoria relacionada ao mercado de cartões de crédito, entre outras atividades”. Argumenta que “Tais atividades estão previstas em seu objeto social e se relacionam com o escopo das obrigações assumidas pela Impugnante no Contrato de Prestação de Serviços de Suporte ao Cliente, de Desenvolvimento de Marca e Outras Avenças (Doc_Comprobatorios02), que inclui a análise de riscos e outros serviços necessários para o uso dos produtos e serviços VISA no país, como por exemplo, treinamentos”. Para a Impugnante, não há dúvidas “da vinculação entre o emprego dos insumos incorridos e as receitas auferidas”, conforme cópias das três Notas de Fiscais reproduzidas às fls. 419/420, relativas a serviços prestados pela VISA à Caixa Econômica Federal, Cielo S.A. e Administradora de Cartões SICREDI LTDA. À semelhança dos dois subtópicos anteriores, remete ao Anexo E (fls. 433/434).

Antes de finalizar a Impugnante, no subtópico IV. A JURISPRUDÊNCIA DO E. CARF SOBRE A MATÉRIA, menciona os Acórdãos CARF nºs 3402-005.101, julgado em 22/03/2018, e “decisão proferida pela 1ª Turma, da 4ª Câmara da 3ª Seção, em sessão realizada no dia 29.08.2018 (‘Caso Natura’)” (não identifica o número deste Acórdão), depois de observar que há poucos precedentes semelhantes. Depois, arremata:

67 Como se depreende dos precedentes acima comentados, assim como da decisão proferida no caso da Impugnante para o ano-calendário de 2014, é que os Ilustres Conselheiros deste E. CARF têm aplicado a ratio da decisão do C. STJ mediante a análise das atividades desenvolvidas pelos contribuintes – considerando a complexidade e especificidades de cada caso –, somados à verificação dos contratos firmados com os clientes, dos resultados esperados e o seu vínculo (ou não) relacional com as despesas para fins de geração de créditos de PIS e COFINS.

68 Desenhado o panorama da jurisprudência demonstrando que o fundamento utilizado pela D. Fiscalização para a glosa dos créditos em comento – simples afirmação da ausência de vínculo, sem investigar a utilização dos dispêndios frente as atividades da Impugnante – está em desarmonia com a jurisprudência firmada no C. STJ por meio de julgamento em sede de repetitivo e que vêm sendo aplicada reiteradamente pelo E. CARF.

No pedido, requer:

69. (...) seja cancelada exigência de PIS e COFINS consubstanciada no auto de infração.

70 Entende a Impugnante que trouxe aos autos documentação necessária e suficiente para a elucidação de suas razões de defesa. Caso este órgão julgador entenda necessário, poderá determinar a realização de diligências e verificações que considerar relevantes à adequada verificação da prova quanto aos demais itens desta Impugnação, colocando-se a Impugnante desde já à disposição para o fornecimento das informações que lhe forem solicitadas.

É o relatório.

A Delegacia da Receita Federal do Brasil de Julgamento no Recife (PE), por meio do Acórdão nº 11-067.772, de 27 de maio de 2020, decidiu, por unanimidade de votos, julgar improcedente a impugnação, mantendo o crédito tributário exigido, conforme entendimento resumido na seguinte ementa:

Assunto: Contribuição para o PIS/Pasep

Período de apuração: 01/01/2016 a 31/12/2016

INCIDÊNCIA NÃO CUMULATIVA. INSUMOS. SERVIÇOS TOMADOS. NECESSIDADE DE VÍNCULO COM SERVIÇO ESPECÍFICO PRESTADO. NÃO ATENDIMENTO AOS CRITÉRIOS DA ESSENCIALIDADE OU RELEVÂNCIA.

Para fins da não cumulatividade do PIS e Cofins são insumos os serviços tomados prestados por pessoa jurídica domiciliada no País, aplicados ou consumidos nos serviços prestados.

Na atividade de instituidora de arranjos de pagamento, detentora de bandeira de cartão de crédito, não geram créditos de PIS e Cofins as despesas com serviços de marketing e publicidade, patrocínio, desenvolvimento de tecnologia, processamento de dados, treinamentos, consultoria e tradução, por serem estes serviços tomados relacionados com os prestados em geral, e não um específico, não atendendo aos critérios da essencialidade ou relevância prescritos no Recurso Especial nº 1.221.170/PR, julgado pela Primeira Seção do Superior Tribunal de Justiça.

Assunto: Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social -Cofins

Período de apuração: 01/01/2016 a 31/12/2016

INCIDÊNCIA NÃO CUMULATIVA. INSUMOS. SERVIÇOS TOMADOS. NECESSIDADE DE VÍNCULO COM SERVIÇO ESPECÍFICO PRESTADO. NÃO ATENDIMENTO AOS CRITÉRIOS DA ESSENCIALIDADE OU RELEVÂNCIA.

Para fins da não cumulatividade do PIS e Cofins são insumos os serviços tomados prestados por pessoa jurídica domiciliada no País, aplicados ou consumidos nos serviços prestados.

Na atividade de instituidora de arranjos de pagamento, detentora de bandeira de cartão de crédito, não geram créditos de PIS e Cofins as despesas com serviços de marketing e publicidade, patrocínio, desenvolvimento de tecnologia, processamento de dados, treinamentos, consultoria e tradução, por serem estes serviços tomados relacionados com os prestados em geral, e não um específico, não atendendo aos critérios da essencialidade ou relevância prescritos no Recurso Especial nº 1.221.170/PR, julgado pela Primeira Seção do Superior Tribunal de Justiça.

ASSUNTO: PROCESSO ADMINISTRATIVO FISCAL

Período de apuração: 01/01/2016 a 31/12/2016

DILIGÊNCIA. INEXISTÊNCIA DE FATOS A ESCLARECER. DESNECESSIDADE.

Diligência é reservada a esclarecimentos de fatos ou circunstâncias obscuras, não cabendo realizá-la quando as informações contidas nos autos são suficientes ao convencimento do julgador e a solução do litígio dela independe.

Impugnação Improcedente

Crédito Tributário Mantido

A recorrente Visa do Brasil Empreendimentos Ltda. interpôs Recurso Voluntário, reiterando os argumentos expostos na impugnação e pleiteando, em breve síntese, o seguinte:

85 Diante do exposto, a Recorrente requer que este Recurso Voluntário seja integralmente acolhido e provido para o fim de reformar o v. acórdão recorrido, determinando-se o cancelamento dos autos de infração de PIS e COFINS combatidos.

86 Por fim, entende a Recorrente que há nos autos prova necessária e suficiente para a demonstração de suas razões de defesa. Caso este órgão julgador entenda necessário, contudo, requer seja proferida Resolução convertendo o julgamento em diligência, para determinar as verificações que considerar relevantes à adequada análise da prova, colocando-se a Recorrente desde já à disposição para o fornecimento de documentos e informações necessários.

É o relatório.

VOTO

Conselheiro **Matheus Schwertner Zicarelli Rodrigues**, Relator.

O Recurso Voluntário é tempestivo e cumpre os requisitos formais de admissibilidade, devendo, por conseguinte, ser conhecido.

1 DOS CRÉDITOS DA NÃO-CUMULATIVIDADE E DA ATIVIDADE DESENVOLVIDA PELA RECORRENTE

No julgamento do REsp nº 1.221.170, em sede de Recurso Repetitivo, o Superior Tribunal de Justiça, além de reconhecer a ilegalidade da disciplina de creditamento prevista pelas Instruções Normativas da RFB nº 247/2002 e 404/2004, fixou o entendimento de que “[...] o conceito de insumo deve ser aferido à luz dos critérios da essencialidade ou relevância, ou seja, considerando-se a imprescindibilidade ou a importância de determinado item – bem ou serviço – para o desenvolvimento da atividade econômica desempenhada pela contribuinte”.

Em breve síntese, a essencialidade consiste na imprescindibilidade do item do qual o produto ou serviço dependa, intrínseca ou fundamentalmente, de forma a configurar elemento estrutural e inseparável para o desenvolvimento da atividade econômica, ou, quando menos, que a sua falta lhes prive de qualidade, quantidade e/ou suficiência.

Por sua vez, com base no critério da relevância, o item pode ser considerado como insumo quando, embora não indispensável ao processo produtivo ou à prestação do serviço, integre o seu processo produtivo, seja pelas singularidades de cada cadeia produtiva, seja por imposição legal.

Ainda, questão bastante relevante fixada no referido julgamento, mas nem sempre observada, se refere à dimensão temporal dentro da qual devem ser reconhecidos os bens e serviços utilizados como insumos.

Pela clareza e didática, cumpre reproduzir a doutrina de Marco Aurélio Greco expressamente citada no julgamento do REsp nº 1.221.170:

De fato, serão as circunstâncias de cada atividade, de cada empreendimento e, mais, até mesmo de cada produto a ser vendido que determinarão a dimensão temporal dentro da qual reconhecer os bens e serviços utilizados como respectivos insumos. [...]

Cumprido, pois, afastar a idéia preconcebida de que só é insumo aquilo direta e imediatamente utilizado no momento final da obtenção do bem ou produto a ser vendido, como se não existisse o empreendimento nem a atividade econômica como um todo, desempenhada pelo contribuinte.

(...)

O critério a ser aplicado, portanto, apóia-se na inerência do bem ou serviço à atividade econômica desenvolvida pelo contribuinte (por decisão sua e/ou por delineamento legal) e o grau de relevância que apresenta para ela. Se o bem adquirido integra o desempenho da atividade, ainda que em fase anterior à obtenção do produto final a ser vendido, e assume a importância de algo necessário à sua existência ou útil para que possua determinada qualidade, então o bem estará sendo utilizado como insumo daquela atividade (de produção, fabricação), pois desde o momento de sua aquisição já se encontra

em andamento a atividade econômica que – vista global e unitariamente – desembocará num produto final a ser vendido.¹ (Grifamos)

Assim, não configura insumo apenas aquilo que é utilizado direta e imediatamente na prestação de serviços e/ou na produção de produtos, mas tudo aquilo que é essencial e relevante para o desempenho da atividade econômica que desembocará numa prestação de serviço ou na venda de um produto. Tal compreensão é imprescindível para análise de qualquer caso envolvendo direito creditório.

Além disto, para fins de análise do direito ao creditamento, não podemos analisar a atividade exercida pela empresa de forma teórica, focando exclusivamente naqueles itens imprescindíveis para uma atividade genericamente considerada. Pelo contrário, devemos estar atentos às peculiaridades de cada atividade específica, analisando em cada situação aquilo que cumpre com os critérios de essencialidade e relevância no caso concreto.

Por fim, cumpre ressaltar que, no voto vencedor, o Ministro Relator Napoleão Nunes Maia Filho ainda afasta expressamente a aplicação do artigo 111 do CTN aos casos envolvendo direito creditório, ressaltando que o creditamento não consiste em benefício fiscal, de modo que não há de ser interpretado de forma literal ou restritiva.

Para afastar de vez a compreensão equivocada de que o direito creditório decorrente da não-cumulatividade configuraria benefício fiscal, cumpre reproduzir as diversas funções da não-cumulatividade, elencadas por André Mendes Moreira em seu “A não-cumulatividade dos tributos”², que demonstram que tal princípio, e a correspondente sistemática de apuração, não busca um benefício individual, pelo contrário, persegue diversos objetivos coletivos da sociedade, entre eles:

- (a) a translação jurídica do ônus tributário ao contribuinte de *facto*, não onerando os agentes produtivos;
- (b) a neutralidade fiscal, de modo que o número de etapas de circulação da mercadoria não influa na tributação sobre ela incidente;
- (c) o desenvolvimento da sociedade, pois a experiência mundial denota que a tributação cumulativa sobre o consumo gera pobreza, pois encarece a circulação de riquezas;
- (d) a conquista de mercados internacionais, permitindo-se a efetiva desoneração tributária dos bens e serviços exportados (impraticável no regime cumulativo de tributação);
- (e) a isonomia entre produtos nacionais e estrangeiros, pois a não-cumulatividade possibilita a cobrança, na importação, de tributo em montante idêntico ao suportado pelo produtor nacional.

¹ Conceito de insumo à luz da legislação de PIS/COFINS, in Revista Fórum de Direito Tributário - RFDT, Belo Horizonte, n. 34, jul./ago. 2008, p. 6

² MOREIRA, André Mendes. *A não-cumulatividade dos tributos*. 4ªed., rev. e atual., São Paulo: Noeses, 2020, pg. 120.

Com base em tais premissas, passamos a analisar as glosas combatidas no Recurso Voluntário.

1.1 MARKETING E PUBLICIDADE

Conforme supra relatado, a fiscalização destacou que as ações de marketing e publicidade desenvolvidas pela recorrente são relacionadas à promoção da marca VISA, e não à prestação de serviço específica a um determinado cliente. Assim, por entender que, para ser considerado insumo, *“é essencial que se estabeleça a relação entre o serviço específico individual contratado e a correspondente prestação de serviço, também específica”*, bem como, que *“[n]ão se observa, dos serviços relacionados a essas despesas, o papel essencial (de elemento estrutural e/ou inseparável do processo, ou que sua falta lhe prive de qualidade, quantidade e suficiência) e nem mesmo como integrante de processo por singularidade da cadeia ou por imposição legal”*, efetuou a glosa dos créditos apropriados pela recorrente sobre despesas com marketing e publicidade.

Ao apreciar a impugnação, após adotar como premissa que, para o aproveitamento de créditos da não-cumulatividade das contribuições ao PIS e da COFINS, há a necessidade de se identificar a qual produto ou serviço o insumo está relacionado, sendo que sem essa identificação ou vinculação (em qual produto ou serviço o insumo é empregado), inexistiria o crédito, o v. acórdão recorrido manteve a glosa sobre tais gastos, por entender que tais dispêndios *“contemplam serviços dispersos, voltados às atividades em conjunto da empresa, que não podem ser relacionados com os serviços específicos por ela prestados aos seus clientes”* e que *“toda a publicidade é voltada à marca VISA no geral, e nunca a esse ou aquele serviço prestado aos seus clientes”*.

Ressaltando existir a necessidade de se estabelecer a relação entre um serviço individual específico tomado e o serviço, também específico, prestado, destacou-se que *“[e]sta relação não restou demonstrada em qualquer dos serviços glosados, em face do caráter geral (são voltados às atividades da VISA como um todo, e não a um serviço particular prestado aos seus clientes)”*.

Neste sentido, merecem transcrição os seguintes excertos do r. *decisum*:

É certo que a publicidade em torno da marca VISA contribui para obtenção de mais clientes e mais receita, auferida dos contratos firmados com os emissores (que emitem cartões VISA) e os Credenciadores (que administram a relação com os estabelecimentos comerciais ou lojistas onde utilizados os cartões da bandeira VISA). Todavia, isso não significa que tal publicidade tenha sido assumida perante os clientes. Se tivesse havido compromisso, haveria nos contratos especificação quanto à qualidade e quantidade da publicidade em questão.

A Almap (importante fornecedora, como destacado na Impugnação), ao prestar à VISA serviços de publicidade, não é contratada em função de um dos inúmeros contratos firmados com os clientes da primeira. Ela atua como uma agência de

propaganda e publicidade típica, cujo contrato em nada se diferencia dos demais, juntos a outros clientes dessa agência. A Impugnante, por sua vez, ao buscar promover a marca VISA, não se diferencia de outras grandes empresas, como bancos, indústrias de eletrônicos e de bebidas e varejistas que muito investem em publicidade buscando valorizar cada vez suas marcas.

Mesmo a circunstância de constar em Nota Fiscal de Serviços emitida pela VISA o “Desenvolvimento de Marca e outras avenças” (ver reprodução de NFS-e à fl. 399, cujo tomador dos serviços é o Banco Bonsucesso S.A.), não significa que os custos com marketing e propaganda, em geral, possam ser associados ao contrato específico, já que o contrato nada delimita quanto à qualidade e quantidade da publicidade tomada pela Impugnante.

[...]

É que serviços de propaganda, publicidade e marketing, quando tomados sem vinculação a um serviço específico prestado, valorizam a marca ou identidade de determinada empresa como um todo, sem vinculação a esse ou aquele cliente ou contrato. O reflexo se dá de modo diluído e indireto, sem que possam ser associados a um serviço prestado determinado.

Em seu Recurso Voluntário, a recorrente contesta a conclusão adotada, sustentando que a sua atividade econômica em muito se difere de uma prestadora de serviço comum, sendo imprescindível a correta compreensão das qualidades que dão origem à sua contratação para visualizar a vinculação entre os dispêndios com serviços de publicidade e marketing e as receitas sujeitas à tributação pelas contribuições ao PIS e COFINS. Para tanto, apresenta os seguintes argumentos de fato e de direito:

[...] o interesse na contratação dos serviços da Recorrente, em especial o licenciamento da marca VISA, está diretamente relacionado ao estímulo que a divulgação da marca VISA – parte da atividade de licenciamento – produz no consumo pelos usuários de cartão de débito e crédito, ocasionando o aumento de seu volume de negócios.

27.2 O aumento no volume de negócios incrementa as receitas auferidas pelos Emissores de cartão aos consumidores e Credenciadores das maquininhas com os estabelecimentos comerciais. Quanto maior o incremento, maior o interesse na contratação da Recorrente.

28 Em essência, o desenvolvimento da marca VISA por meio de marketing, campanhas publicitárias e patrocínio constitui objeto dos contratos firmados entre a Recorrente e seus clientes, sendo uma de suas fontes de receitas!

[...]

33 Pois bem. Como já dito, as receitas da Recorrente provêm dos serviços prestados aos bancos emissores e às empresas credenciadoras. Na qualidade de licenciadora da marca VISA no Brasil, o objeto em questão é o valor da marca (intangível), como mecanismo de estímulo ao consumo.

33.1 Assim, a prestação de serviços pela Recorrente, de fato, contempla o incremento da própria marca VISA que, ao estimular o pagamento pelo uso do cartão estampado com a bandeira VISA, beneficia (i) os Emissores que optaram por esta bandeira em seus cartões; e (ii) Credenciadores que cadastraram a bandeira no sistema de processamento das “maquininhas” alugadas aos estabelecimentos comerciais. Estes, por sua vez, optam pela contratação da marca da Recorrente, dando origem às receitas em questão, contemplando o ciclo ilustrado no parágrafo 26 acima.

33.2 Portanto, a prestação de serviço da Recorrente envolve o potencial de um intangível no mercado. Quanto mais desejada pelos consumidores em razão dos significados construídos pela exposição da marca (e.g. sinônimo de segurança, confiabilidade, inovação, riqueza, etc.), maior será o interesse de Emissores e Credenciadores em contratar o licenciamento da marca detida pela Recorrente.

33.3 Logo, não se trata de estratégia meramente comercial e sim do fomento do valor da marca VISA no mercado, eis que o incremento das receitas tributáveis pelo PIS e pela COFINS está diretamente relacionado com o aumento nos contratos firmados com a Recorrente!

34 Cumpre destacar nesse ponto que, embora a r. decisão recorrida não desenvolva o argumento, tenta descaracterizar o direito creditório com base em suposta ausência de correlação entre as receitas recebidas pela Recorrente e os insumos aplicados na prestação de seus serviços, veja-se:

[...]

34.1 A Recorrente esclarece que parte das tarifas cobradas dos Emissores e Credenciadores referem-se exatamente ao marketing aplicado na prestação dos serviços elencados nos Contratos de prestação de serviços de suporte ao cliente, de desenvolvimento de marca e outras avenças acostados na Impugnação (doc. 02 da Impugnação). Com efeito, a Recorrente quantifica seus serviços com base no volume de operações financeiras processadas pelos Emissores e Credenciadores com a Bandeira Visa, sendo a tarifa segregada, ainda, em (i) marketing; e (ii) royalties pelo uso da marca.

34.2 Veja-se que no ano de 2016, a receita correspondente à parcela relativa às receitas de marketing perfaz o montante de R\$326.954.525,41, tal como se verifica no Relatório de Balancete Contábil do período de dezembro de 2016 extraído do sistema da contabilidade da Recorrente(Doc_Comprobatorios01).

34.3 Em contrapartida, a Recorrente:

(i) possui significativo time interno voltado ao desenvolvimento de ações de marketing da marca VISA, necessário ao cumprimento das obrigações contratuais assumidas perante seus clientes. Tal equipe atua na identificação e desenvolvimento das ações e em 2016 representava um time de aproximadamente 11 pessoas (Doc_Comprobatorios02)

(ii) contrata terceiros no desenvolvimento das ações de marketing estrategicamente definidas pelo time interno, dada a dinâmica do mercado e a necessidade de atuações pontuais e específicas. Tais fornecedores foram responsáveis pelo desembolso no importe de R\$244.930.580,43 no ano de 2016,

(iii) dentre esses gastos, a remuneração da equipe interna, embora represente insumo na prestação de serviços da VISA, não é objeto de crédito por expressa vedação legal do artigo 3º, §2º, I das Lei 10.637/2002 e 10.833/2003 e; da contratação de terceiros, apenas R\$142.841.507,37 serviram de base para o creditamento de PIS/COFINS e foram objeto da glosa ora em debate, o que denota a postura zelosa da Recorrente no que diz respeito à apropriação de créditos indiscutivelmente associados à prestação de serviços e, portanto, revestidos dos elementos característicos de insumo.

34.4 Com isso, conclui-se que (a) a receita de marketing é a segunda maior receita da Recorrente, (b) a receita é expressivamente superior à despesa com marketing e, ainda, (c) que apenas uma parcela dos gastos relacionados como marketing, menos de 60%, foi classificada como insumo pela Recorrente para fins de creditamento de PIS e COFINS – não há dúvidas, portanto, que as despesas com marketing estão vinculadas a receitas de marketing tributáveis pelas contribuições em comento.

35 Assim, não é outro o objeto da prestação de serviços senão o desenvolvimento da marca Visa que deu origem às receitas tributáveis pelo PIS/COFINS e que, com base no regime da não-cumulatividade, conferiu à Recorrente o direito creditório sobre a contratação de serviços necessários para a sua consecução, com base na legislação das referidas contribuições e no conceito de insumos pacificado pelo E. STJ.

35.1 Apenas para que não parem dúvidas a esse respeito, veja-se que na cláusula segunda dos contratos firmados com seus clientes, não compreendida pela D. DRJ, a Recorrente se obriga a prestar serviços relacionados à estratégia de desenvolvimento dos produtos e da marca VISA, visando melhorar seu desempenho no mercado, incluindo sua atuação na área de marketing geral e em atividades de publicidade, patrocínios, promoções, conforme se pode observar a seguir:

[...]

36 Dessa forma, está correta a r. decisão na parte em que afirma que “estão relacionadas à promoção dos produtos da marca VISA, não a esse ou aquele cliente particular” (fl. 6.165), pois é esta exposição da Bandeira que dá ignição ao movimento do ciclo do arranjo de pagamentos. Faltou, portanto, a compreensão da complexidade das atividades para concluir pelo tratamento fiscal mais adequado, reconhecendo a legitimidade dos créditos escriturados pela Recorrente.

37 Não há, assim, dúvidas de que a prestação de serviços pela Recorrente envolve o desenvolvimento da marca VISA e, portanto, depende da contratação de

marketing e publicidade, realização de promoções e patrocínios, sem o que sequer haveria receita tributável pelo PIS e COFINS.

Para demonstrar o emprego dos dispêndios com marketing e publicidade para a geração das receitas de prestação de serviços auferidas e submetidas à tributação, a recorrente apresenta os seguintes esclarecimentos:

42.1 O v. acórdão recorrido parece utilizar como referência para classificação dos insumos como essenciais e/ou relevantes os serviços prestados por agências de publicidade, no qual o cliente, em linhas gerais, contrata um serviço para o desenvolvimento de uma campanha específica com o objetivo de expor seus produtos/serviços.

42.2 A prestação do serviço de desenvolvimento da marca VISA aos clientes da Recorrente tem uma relação completamente distinta da relação de desenvolvimento de uma campanha de marketing realizada por uma agência de publicidade ao seu cliente.

42.3 A Recorrente contrata os serviços de marketing e publicidade para consolidar e divulgar a marca VISA no mercado, tendo como público alvo os portadores de cartão VISA (clientes dos Emissores) que, para usufruir de diversas facilidades e inovações que a marca VISA proporcionam, optam por consumir com cartões da Bandeira VISA e, com isso, incrementam o volume de negócios dos Emissores e Credenciadores.

42.4 Como exposto, a prestação de serviço da Recorrente envolve o potencial de um intangível no mercado – a marca VISA. Quanto mais desejada pelos consumidores em razão dos significados construídos pela exposição da marca (e.g. sinônimo de segurança, confiabilidade, inovação, riqueza, etc.), maior será o interesse de Emissores e Credenciadores em contratar o licenciamento da marca detida pela Recorrente.

43 Justamente nesse contexto que se inserem as contratações de marketing e propaganda – que representam mais de 87% da glosa de dispêndios pela D. Fiscalização.

44 Dentre os fornecedores contratados, está a Almap BBDO Publicidade e Comunicações Ltda. (CNPJ 62.050.174/0001-16 – “Almap”), tradicional agência de publicidade, que sozinha perfaz 77% do valor objeto da presente atuação fiscal.

45 A Almap, fornecedor que a Recorrente trabalha desde 2011, é responsável pela construção de uma imagem VISA que transmita confiança e inovação. Já é possível ver o destaque e o comprometimento desta parceria no site da Almap:

[...]

46 Como se verifica do contrato traduzido apresentado no doc. 08 da Impugnação, a atuação da Almap inclui desde a criação de campanhas publicitárias até a contratação de espaços(slots) nas grades de televisão, assim como demais

procedimentos para a veiculação de anúncios e propagandas da marca da Recorrente na mídia, atuando como agente exclusivo nesse segmento.

46.1 A Almap é responsável pela garantia da revisão dos materiais publicitários a serem divulgados, em especial, do conceito envolvido na ação promocional, layout, edição, entre outros, visando a proteção da reputação da marca VISA.

47 A D. DRJ, novamente sem compreender a complexidade da atividade da Recorrente, manteve a glosa relativa à Almap, por considerá-la “agência de propaganda e publicidade típica, cujo contrato em nada se diferencia dos demais, juntos a outros clientes dessa agência”, confundindo as atribuições da Bandeira com “Bancos, indústrias de eletrônicos e de bebidas, que muito investem em publicidade buscando valorizar cada vez suas marcas” (fls. 6.165/6.166).

48 Repita-se que o objetivo da contratação de marketing não é a venda de cartões ou quaisquer outros bens e serviços, como genericamente presumido da r. decisão recorrida. Os serviços prestados pela Almap estão relacionados a construção de uma imagem da marca VISA que transmita inovação e confiança.

49 Ao longo das 104 páginas do contrato que rege a relação jurídica entre a Recorrente e a Almap é possível verificar a gama de serviços pela qual a empresa contratada é responsável, o que inclusive justifica o valor vultoso em relação às demais glosas objeto deste lançamento.

49.1 A lógica, na verdade, é muito simples: se a maioria dos contratos que serão abordados adiante referem-se a patrocínios e demais contratações relacionadas a marketing, a Almap concentra o trabalho de criação, revisão e disponibilização dessas ações de mídia.

49.2 Nesse sentido, confirmam-se exemplificativamente as cláusulas 3.1 e 5.4 do Contrato de Prestação de Serviços de Publicidade já acostado aos autos:

[...]

49.1 A lógica, na verdade, é muito simples: se a maioria dos contratos que serão abordados adiante referem-se a patrocínios e demais contratações relacionadas a marketing, a Almap concentra o trabalho de criação, revisão e disponibilização dessas ações de mídia.

49.2 Nesse sentido, confirmam-se exemplificativamente as cláusulas 3.1 e 5.4 do Contrato de Prestação de Serviços de Publicidade já acostado aos autos:

49.3 Também no Anexo A do referido Contrato é possível identificar o amplo escopo de atuação da Almap para o desenvolvimento da marca VISA, com o detalhamento das atividades contempladas desde a criação até a efetiva veiculação das ações de marketing.

49.4 Tais serviços podem ser encontrados nas fls. 41 a 86 do documento traduzido, sendo os objetos macro abaixo sumarizados:

(i) *Serviços de publicidade: serviços habitualmente prestados por uma Agência de publicidade de serviço completo, inclusive, mas não limitado, serviços de conta, planejamento de conta, produção de publicidade e serviços de criação, mídia sem fio e similar, serviços de pesquisa, inteligência competitiva, consultoria estratégica (Anexo A-1 do Contrato com a Almap);*

(ii) *Serviços de mídia: análise e recomendação da mídia mais adequada para a Visa; compra de qualquer forma de mídia exigida pela Visa, inclusive, entre outros, TV, rádio, outdoor, impressa e Internet; envidando esforços para obter taxas e termos de mídia mais favoráveis; colocação de materiais de publicidade na mídia; fornecimento e coordenação de administração de conta, coordenação e supervisão geral (Anexo A-2 do Contrato com a Almap);*

(iii) *Obrigações específicas do projeto, incluindo a Copa das Confederações 2013, Copa do Mundo FIFA 2014 e Jogos Olímpicos: desenvolvimento da estratégia de transmissão de mensagens de comunicação capitalizando o patrocínio dos eventos desportivos, incluindo mensagens promocionais e valores da marca, diretrizes, tom, etc. para dirigir o uso pela Visa de produtos de consumo (débito, crédito essencial e crédito prêmio), especialmente elaborar estratégia e planos/oportunidades de ativação de atletas da Equipe Visa, inclusive o uso em publicidade (Anexo A-3 do Contrato com a Almap); e*

(iv) *Outros serviços a serem providos pela agência: trabalhos com base em projeto realizado pela Agência para os departamentos de Relações Públicas e Comunicações Corporativas da Visa tais como design, layout, redação, produção em estúdio, impressão, serviços web, serviços de TI, e administração de projeto para esforços de marketing da Visa (Anexo A-4 do Contrato com a Almap).*

50 Apesar de ser notória a veiculação de material publicitário da marca VISA nos veículos de comunicação, a Recorrente acostou aos autos, a título exemplificativo, vídeos promocionais transmitidos na televisão (em emissoras como a Rede Bandeirantes de TV e a Rede Globo) com o objetivo de divulgar meios de pagamento VISA (acostados como doc. 09 da Impugnação e Notas Fiscais correspondentes como doc. 10 da Impugnação):

[...]

50.1 Como se verifica dos vídeos comerciais acostados, o público alvo das campanhas é o consumidor final (cliente dos Emissores e não da Recorrente) – como bem destacado no trecho a seguir do acórdão 3201-005.668 relativo ao processo de 2014, no qual restou reconhecido o direito creditório de PIS e COFINS sobre os dispêndios com marketing, publicidade e patrocínio:

[...]

50.2 Ora, como exhaustivamente explicado pela Recorrente, são os portadores do cartão VISA que têm à sua disposição determinadas facilidades e opções inovadoras de realizar pagamentos, refletindo em um crescimento no consumo por usuários de cartões de crédito e débito e, com isso, incrementando o volume de negócios dos Emissores e Credenciadores.

51 Ainda, como patrocinadora oficial dos Jogos Olímpicos Rio 2016 – glosa que será explorada no item a seguir – a Recorrente expandiu seu investimento relativo ao marketing e publicidade no período autuado, visando à divulgação do evento e dos atletas olímpicos como fontes de poderosa exposição e oportunidade para gerar negócios (acostados como doc. 09 da Impugnação e Notas Fiscais correspondentes como doc. 10 da Impugnação):

[...]

52 Cumpre destacar que todo o trabalho de consolidação e divulgação da marca, exemplificativamente demonstrados acima, teve como resultado a classificação da VISA entre as dez marcas mais amadas pelos jovens brasileiros, de acordo com pesquisa realizada no ano de 2018 pelo Centro de Inteligência Padrão (CIP3).

52.1 Este resultado demonstra que a Recorrente de fato entrega “os serviços relacionados à estratégia de desenvolvimento dos produtos e da marca Visa, visando melhorar seu desempenho no mercado” (“cláusula segunda – objeto” do contrato de prestação de serviços de suporte ao cliente, de desenvolvimento de marca e outras avenças), sendo esta uma das principais fontes de receita.

53 Também em relação aos serviços de mídia, de acordo com as melhores práticas de mercado, a contratação de espaços publicitários requer a contratação de um agente intermediário entre o veículo e o anunciante.

53.1 A subcontratação de slots ocorre com frequência, na medida em que a exposição da marca VISA é essencial para a sua consolidação no mercado e expansão do alcance entre os usuários de cartões.

53.2 Esta conduta é orientada pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (“CENP”)4, entidade de ética, com atuação nacional, criada e mantida exclusivamente pelo setor privado para assegurar boas práticas comerciais entre anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação, com base nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária. Nesse sentido, sequer seria possível atuar sem a contratação da Almap (ou outra agência que lhe faça as vezes), pois:

(i) trata-se de uma conduta obrigatória decorrente das práticas do mercado. Via de regra, os veículos de comunicação não negociam diretamente com as empresas que desejam contratar espaços publicitários; e

(ii) sendo obrigação contratual a valorização de sua marca perante terceiros, é dever da Recorrente seguir as melhores práticas na execução de ações voltadas a esta finalidade.

54 O E. CARF, reconhecendo a necessidade de contratação de agências de publicidade, dentre outros fornecedores envolvidos nas ações de marketing e divulgação da marca VISA, reverteu a glosa dos dispêndios vinculados à contratação da Almap seguindo os mesmos fundamentos desenvolvidos quando do exame do conjunto composto pelo (i) objeto social; (ii) contrato firmado entre a Recorrente e seus clientes; e (iii) notas fiscais de serviço:

[...]

55 Portanto, resta clara a legitimidade da contratação da Almap para a veiculação de material publicitário, em especial em mídia por meio da intermediação de agência, por garantir a qualidade técnica e excelência na conduta ético-comercial que garantem a reputação e consolidação da marca VISA no mercado, em linha com a obrigação assumida com os clientes da Recorrente na prestação de seus serviços.

56 Além do contrato firmado com a Almap, associam-se ao desenvolvimento e divulgação da marca VISA os dispêndios relacionados aos contratos com GRTS Comunicação Ltda; Link -Produção e Projetos Culturais Ltda; Gael Comunicação Ltda; IN Press Assessoria de Imprensa e Comunicação Estratégica Ltda e demais fornecedores para os quais a Recorrente demonstra a vinculação entre insumo vs. serviço prestado no Anexo A deste recurso.

57 Digno de nota, ainda que a GRTS Comunicação Ltda. também foi analisada no acórdão 3201-005.6685 (acostado como doc. 01 da Impugnação) quando do julgamento do caso de 2014, que igualmente reverteu a glosa por enquadrar o dispêndio no conceito de insumo sujeito a créditos de PIS e COFINS pelos mesmos fundamentos.

É o que passo a apreciar.

Conforme se extrai da Lei nº 4.680/65, que dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda, compreende-se por propaganda qualquer forma remunerada de difusão de ideias, mercadorias ou serviços, por parte de um anunciante identificado (art. 5º). Tal atividade é exercida, em regra, por agências de propaganda que, através de especialistas, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veículos de divulgação, por ordem e conta de clientes anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir ideias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público (art. 3º).

Normalmente, os créditos relacionados aos gastos com publicidade e propaganda são glosados em âmbito administrativo com base na compreensão de que tais dispêndios são acessórios e/ou ocorrem após o encerramento do processo produtivo, fazendo parte apenas da etapa comercial, subsequente à produção.

Em breve síntese, avalia-se que uma empresa desenvolve determinado produto, fabrica-o e, posteriormente, investe em publicidade e propaganda para realizar a sua venda. Assim, uma vez que as Leis nº 10.637/02 e 10.833/03 só admitem a apropriação de créditos sobre bens e serviços utilizados como insumos na produção do bem ou produto destinado à venda, tal gasto não estaria contemplado pela hipótese legal.

Ocorre que nem todas as atividades se desenvolvem com base nesta realidade e/ou cronologia, sendo certo que a condição de insumo tem que ser avaliada em cada situação concreta. Isto porque, a depender do caso, a publicidade pode anteceder a feitura do bem ou a

prestação do serviço, ou, ainda, fazer parte da própria atividade desenvolvida pelo contribuinte, situações nas quais a essencialidade e relevância das despesas deve ser averiguada.

Neste sentido, pela clareza e lucidez ao analisar a possibilidade de apropriação de créditos decorrentes de gastos com publicidade e propaganda em certas atividades, merece referência a doutrina de Elidie Palma Bifano:

[...] existe a afirmativa de que as despesas com publicidade e propaganda não constituem "elemento estrutural e inseparável do processo produtivo ou da execução do serviço realizado" da empresa que poderia continuar suas atividades sem tais despesas. Ora, certamente que os argumentos aqui aportados contrariam a realidade econômica que hoje se vive e que já foram por nós comentados, integralmente presentes no caso concreto. Após a decisão do STJ impõe-se concluir que os gastos suscetíveis de creditamento são aqueles essenciais e relevantes para a atividade econômica do contribuinte. Ancorar o conceito de insumo apenas a item vinculado, diretamente, à produção de bem ou serviço é voltar-se a uma economia que atuava apenas com tangíveis, desconhecendo os produtos que se servem do mundo digital e que, inclusive, podem inverter o tradicional desenrolar da cadeia produtiva, como se demonstrou. Seguir associando, por meios indiretos, as contribuições ao PIS e à Cofins ao vetusto Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), que por sua vez substituiu o Imposto sobre Consumo, é negar as mudanças que o tempo trouxe, é desconhecer a realidade dos fatos, sem maiores justificativas.

[...]

Em suma, a forma pela qual certos negócios se concretizam obriga o contribuinte a incorrer, antes de qualquer outra atividade, em gastos sem os quais não lhe seria permitido cumprir com seu objetivo social representados, principalmente, pela contratação de serviços de propaganda. Nesses casos, a publicidade desempenha função essencial no cumprimento de sua atividade-fim, observada a estratégia de negócios desenhada, dessa forma estando o contribuinte autorizado a descontar os gastos incorridos com tais serviços na determinação do quantum de contribuições a recolher.³ (Grifamos)

Somado a isto, outro ponto importante que deve ser enfrentado – especialmente, em razão de ter sido o principal argumento apresentado pela fiscalização e pelo v. acórdão recorrido – se refere à interpretação do disposto no artigo 3º, inciso II, das Leis nº 10.637/02 e 10.833/03, nos termos da tese firmada pelo STJ.

Como vimos, segundo a fiscalização e a D. DRJ, para o aproveitamento dos créditos da não-cumulatividade das contribuições ao PIS e da COFINS, haveria a necessidade de se identificar/vincular o serviço específico individual contratado, com a correspondente prestação de

³ BIFANO, Elidie Palma. *Despesa de publicidade é relevante ou essencial para fins de PIS e Cofins?* Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2022-mar-30/consultor-tributario-despesa-publicidade-relevante-ou-essencial-fins-pisconfins/> Acesso em 10/08/2024.

serviço, também específica, o que não estaria configurado no presente caso, uma vez que as despesas incorridas com publicidade e marketing são voltadas à marca VISA no geral.

Com a devida vênia, a referida interpretação acaba – por via reversa – mantendo o entendimento que foi peremptoriamente afastado pelo STJ, ao exigir uma vinculação direta entre os insumos utilizados e o serviço prestado, sem compreender que a tese firmada foi justamente no sentido de que “o conceito de insumo deve ser aferido à luz dos critérios da essencialidade ou relevância, ou seja, considerando-se a imprescindibilidade ou a importância de determinado item – bem ou serviço – para o desenvolvimento da atividade econômica desempenhada pelo contribuinte”, de modo que não configura insumo apenas aquilo que é utilizado direta e imediatamente na prestação de serviços e/ou na fabricação de produtos, mas tudo aquilo que é essencial e relevante para o desempenho da atividade econômica que desembocará numa prestação de serviço ou na venda de um produto.

Para reforçar o que se está a dizer, cumpre transcrever alguns incisos do artigo 176, §1º, da IN RFB nº 2.121/22, nos quais a própria Receita Federal reconhece como insumo itens que são relacionados à atividade econômica desenvolvida pelo contribuinte e não podem ser individualizáveis ou vinculados a um bem ou serviço específico:

Art. 176. Para efeito do disposto nesta Subseção, consideram-se insumos, os bens ou serviços considerados essenciais ou relevantes para o processo de produção ou fabricação de bens destinados à venda ou de prestação de serviços (Lei nº 10.637, de 2002, art. 3º, caput, inciso II, com redação dada pela Lei nº 10.865, de 2004, art. 37; e Lei nº 10.833, de 2003, art. 3º, caput, inciso II, com redação dada pela Lei nº 10.865, de 2004, art. 21).

§ 1º Consideram-se insumos, inclusive:

I - bens ou serviços necessários à elaboração de insumo em qualquer etapa anterior de produção de bem destinado à venda ou na prestação de serviço a terceiros (insumo do insumo);

[...]

IV - bens ou serviços aplicados no desenvolvimento interno de ativos imobilizados sujeitos à exaustão e utilizados no processo de produção, de fabricação ou de prestação de serviços;

V - bens e serviços aplicados na fase de desenvolvimento de ativo intangível que resulte em:

a) insumo utilizado no processo de produção ou fabricação de bens destinados à venda ou de prestação de serviços; ou

b) bem destinado à venda ou em serviço prestado a terceiros;

[...]

VII - bens de reposição e serviços utilizados na manutenção de bens do ativo imobilizado utilizados em qualquer etapa do processo de produção de bens

destinados à venda ou de prestação de serviços cuja utilização implique aumento de vida útil do bem do ativo imobilizado de até um ano;

VIII - serviços de transporte de insumos e de produtos em elaboração realizados em ou entre estabelecimentos da pessoa jurídica;

[...]

IX - equipamentos de proteção individual (EPI);

[...]

XI - materiais e serviços de limpeza, desinfecção e dedetização de ativos utilizados em qualquer etapa da produção de bens ou da prestação de serviços;

[...]

XV - frete e seguro no território nacional quando da aquisição de bens para serem utilizados como insumos na produção de bem destinado à venda ou na prestação de serviço a terceiros;

XVI - frete e seguro no território nacional quando da importação de bens para serem utilizados como insumos na produção de bem destinado à venda ou na prestação de serviço a terceiros;

XVII - frete e seguro no território nacional quando da importação de máquinas, equipamentos e outros bens incorporados ao ativo imobilizado utilizados na produção de bem destinado à venda ou na prestação de serviço a terceiros;

Vejam que, na maior parte dos referidos itens – senão todos -, é impossível a vinculação de tais despesas a um bem ou serviço específico, mas é totalmente verificável a sua vinculação ao desempenho de uma atividade econômica que desembocará numa prestação de serviço ou na venda de um produto. A diferença é relevante e bastante pertinente.

Indo adiante, cumpre reiterar que a análise casuística é indispensável, não sendo possível admitir a glosa “automática” de certos tipos de despesas com base no entendimento de que, na maior parte das situações, não atendem aos requisitos legais. Pelo contrário, devemos estar atentos às peculiaridades de cada atividade específica, analisando em cada situação aquilo que cumpre com os critérios de essencialidade e relevância.

No presente caso, a recorrente é licenciadora autorizada da marca VISA no Brasil e atua como instituidora de arranjos de pagamento, desenvolvendo as seguintes atividades previstas na Cláusula Segunda do seu Contrato Social:

(i) a administração e operação de conjuntos de regras e procedimentos que disciplinam a prestação de serviços de pagamento ao público em geral, passíveis de aceitação por diversos recebedores, mediante acesso direto por usuários finais, pagadores e recebedores(“Instituidora de Arranjos de Pagamento”);

(ii) a prestação de serviços na área de treinamento e reciclagem de profissionais nas técnicas de administração de cartões de créditos, meios de pagamento eletrônico e produtos da marca “VISA”;

(iii) a prestação de serviços na área de consultoria de negócio relativos a cartões de créditos;

(iv) a prestação de serviços de assistência e condução das atividades e ações gerias de marketing relacionadas à divulgação e/ou promoção dos produtos da marca “VISA”;

(v) a importação de equipamentos de informática, hardware e software e de telecomunicação objetivando o acesso das instituições financeiras à rede da Visa;

(vi) a prestação de serviços de assessoria, gerenciamento e assistência em geral, relacionadas ao desenvolvimento dos negócios e produtos da marca “VISA”, incluindo suporte técnico, apoio operacional, concessão de incentivos, desenvolvimento de produtos, soluções de pagamento, tecnologia da informação, atualização de sistemas, análise e prevenção de riscos, testes e certificação, e demais serviços de qualquer natureza considerados relevantes para a consecução dos objetivos da Sociedade;

(vii) prestação de serviços de assistência e assessoria relacionados com a liquidação, por meio dos sistemas da Câmara Interbancária de Pagamentos, de operações realizadas com os cartões de crédito, cartões de débito ou outros meios de pagamento realizadas por meio da rede da Visa (“Transações Visa”);

(viii) prestação de serviços relacionados com as instruções de pagamento de Transações Visa realizadas nos sistemas da Câmara Interbancária de pagamentos; e

(ix) execução de todas as atividades necessárias para assegurar que as Transações Visa do Brasil sejam compensadas e liquidadas de forma apropriada por meio dos sistemas da Câmara Interbancária de Pagamentos. (**Grifamos**)

Por bem demonstrar as especificidades do segmento de cartões de pagamento e o papel exercido por cada uma das partes atuantes no setor, merece transcrição o seguinte excerto do Recurso Voluntário:

21 A marca VISA, como se sabe, é muito conhecida no segmento de cartões de pagamento – crédito, débito e pré-pago – que atuam três partes independentes, a saber:

(i) as empresas que instituem o conjunto de regras e prestam serviços aos demais participantes (também conhecidas como Bandeiras), caso da Recorrente;

(ii) os emissores de cartões de crédito, débito e pré-pagamento (“Emissores”, de modo geral instituições financeiras/bancos e empresas a ela ligadas); e

(iii) as empresas que credenciam os estabelecimentos comerciais, mantém a relação com eles e fazem a captura de transações (“Credenciadores”).

22 Como se vê, a Recorrente é apenas uma das partes que atuam nesse segmento, sendo o conjunto dessas operações denominado de “arranjo de pagamentos”, previsto no art. 6º da Lei 12.865/2013 e abaixo detalhado.

III.2.a. Bandeira

23 A Recorrente atua como Bandeira no arranjo de pagamento e, assim como os demais players dessa categoria no mercado cartões, como Mastercard, American Express e Elo, estabelece as regras gerais de organização e funcionamento do sistema e presta uma série de serviços aos Emissores e Credenciadores, dentre eles serviços de suporte a produtos, ações de marketing da marca, assessoria na prevenção de fraudes, treinamento, etc.

23.1 Assim, os clientes da Recorrente são os Emissores e os Credenciadores, que a contratam pela força da marca VISA no mercado e a quem ela presta vários serviços incluindo a prestação de serviços de marketing relacionadas à divulgação e/ou promoção dos produtos da marca “VISA”; à prestação de serviços na área de consultoria de negócio relativos a cartões de créditos; e ao desenvolvimento de novos negócios, tecnologia e soluções de pagamento – que visam ao incremento do consumo e da escolha pelo pagamento por cartão. Tais serviços estão previstos nos contratos celebrados entre a Recorrente e seus clientes.

III.2.b. Emissores

24 A Recorrente **não** emite cartões de crédito ou débito VISA e também **não** tem relação creditícia com consumidores portadores desses cartões. Quem exerce tal atividade são os Emissores – bancos, instituições financeiras e empresas ligadas que efetivamente emitem e administram cartões de crédito e débito. Estes são responsáveis pela habilitação, identificação e autorização, liberação de limite de crédito ou saldo em conta corrente, fixação de encargos financeiros, cobrança de fatura e definição de programas de benefícios na relação com o consumidor usuário do cartão.

24.1 Como se sabe, atuam como Emissores várias instituições financeiras que oferecem a sua carteira de clientes os serviços de cartão de crédito e débito, auferindo receitas de anuidade, financiamento e repasses de valores descontados pelos Credenciadores dos estabelecimentos comerciais/lojistas.

24.2 Tais Emissores contratam a Recorrente pelo seu alcance no mercado, dada a visibilidade da marca VISA, para, dentre outros serviços, desenvolver ações e iniciativas de marketing da própria marca VISA e, como consequência, impulsionar o uso de cartões VISA, já que o interesse dos Emissores é o estímulo de consumo e uso de cartões estampados com a marca licenciada.

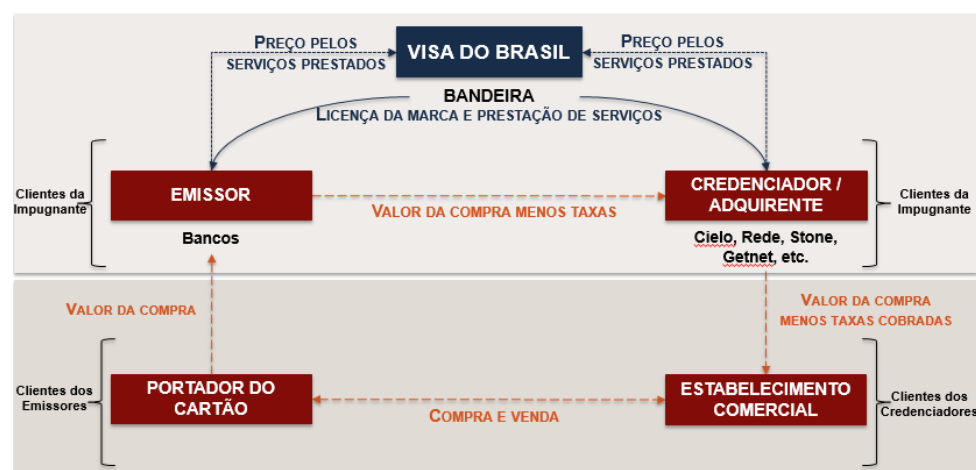
III.2.c. Credenciadores

25 Os Credenciadores, por sua vez, são responsáveis pelo credenciamento e pela relação com os estabelecimentos comerciais (lojistas) para que estes aceitem os cartões de pagamento de diferentes bandeiras oferecidos pelos Emissores. Os

Credenciadores atuam junto aos estabelecimentos comerciais e administram o fluxo de pagamentos no âmbito do arranjo.

25.1 Ademais, os Credenciadores administram a captura, processamento e liquidação das transações. Ou seja, são os responsáveis por repassar ao estabelecimento comercial os valores dos produtos e serviços adquiridos pelo usuário do cartão, assim como por cobrar ou descontar um percentual sobre esse repasse que constitui suas receitas e que também é repassado aos Emissores.

26 O fluxo das transações desse modelo de negócios pode ser ilustrado da seguinte forma:



27 As receitas da Recorrente decorrem, portanto, dos contratos firmados com os Emissores, que emitem cartões VISA, e também com os Credenciadores, que administram a relação com os estabelecimentos comerciais/lojistas em que são utilizados os cartões.

Em breve síntese, como licenciadora autorizada da marca VISA no Brasil e instituidora dos arranjos de pagamento (bandeira), a recorrente é responsável pela instituição do conjunto de regras e procedimentos que disciplinam a prestação de serviços de pagamento ao público em geral e presta diversos serviços aos demais participantes do segmento que adotam a sua bandeira (Emissores e Credenciadores), entre eles, serviços de suporte a produtos, treinamento, consultoria, assessoria, gerenciamento e assistência em geral, bem como, conduz as atividades e ações gerais de marketing relacionadas à divulgação e/ou promoção dos negócios e produtos da marca “VISA”.

Aqui podem surgir duas questões. A primeira: as ações gerais de marketing relacionadas à divulgação e/ou promoção dos negócios e produtos da marca “VISA” são essenciais para o desenvolvimento da atividade econômica da recorrente? E a segunda: as ações gerais de marketing relacionadas à divulgação e/ou promoção dos negócios e produtos da marca “VISA” configuram um serviço prestado pela recorrente aos seus clientes? Ambas as perguntas, a meu ver, devem ser respondidas positivamente e, conseqüentemente, corroboram o direito ao aproveitamento de créditos da não-cumulatividade das contribuições ao PIS e da COFINS no presente caso.

No que se refere à primeira questão, uma análise superficial da atividade exercida pela recorrente poderia concluir que só configura insumo de tal atividade aquelas despesas incorridas para instituição dos arranjos de pagamento e para a prestação dos serviços de assessoria, treinamento, gerenciamento e assistência em geral. As despesas com marketing e propaganda, por sua vez, configurariam meras despesas acessórias incorridas para alcançar mais clientes (Emissores e Credenciadores) e gerar mais receita à recorrente.

Ocorre que, quando analisamos a atividade de forma mais detida, verificamos que a divulgação e promoção dos negócios e produtos da marca “VISA” está umbilicalmente vinculada ao licenciamento da marca “VISA”, de modo que a contratação dos serviços prestados pela recorrente depende do fortalecimento da própria marca, que, ao estimular o pagamento pelo uso do cartão estampado com a bandeira “VISA”, beneficia diretamente (i) os Emissores que optaram por esta bandeira em seus cartões; e os (ii) Credenciadores que cadastraram a bandeira no sistema de processamento das “maquininhas” alugadas aos estabelecimentos comerciais. Ou seja, como bandeira do segmento de cartões de pagamento, a recorrente precisa investir na marca justamente para beneficiar aqueles que se utilizam da bandeira, sendo este o principal valor de tal ativo intangível (bandeira). Tanto é que a divulgação e promoção dos negócios e produtos da marca “VISA” não busca atingir os seus clientes (Emissores e Credenciadores), mas os clientes de seus clientes (portadores de cartão e estabelecimentos comerciais).

Por bem compreender a presente questão, transcrevo o seguinte excerto do v. acórdão nº 3201-005.668, de relatoria da i. Conselheira Tatiana Josefovicz Belisário:

Na hipótese presente, o tipo de operação de marketing realizado pela Recorrente não se confunde, por exemplo, com o marketing realizado por empresas varejistas. Até porque, veja-se, as ações de marketing realizadas pela VISA sequer buscam alcançar os seus clientes (emissores e credenciadores), mas, sim, “os clientes dos seus clientes”, no caso, usuários finais.

É interessante observar, portanto, dentro do mercado específico, que a “função” de existir da VISA (ao menos nas operações geradoras de receita no presente feito) é desenvolver a sua própria marca. A Visa não assume, com seus clientes, nenhuma outra obrigação que não a de ter um nome reconhecido e abrangente, o que só se alcança pela publicidade. Quanto mais forte o nome “Visa”, mais os seus clientes (emissores e credenciadores) irão vender, sejam cartões, sejam os serviços de recebimento. Logo, a necessidade de realização de atividades de marketing não podem, jamais, ser entendidas como tangencial, acidental ou mesmo acessória. Ela é intrínseca à sua atividade fim, qual seja manter sua marca em evidência.

Quando se pensa em outras “marcas” de renome, por exemplo, uma “Coca-Cola”, é evidente que há o interesse de manutenção e fortalecimento da marca. Contudo, o objetivo final da “Coca-Cola” é vender bebidas e não fortalecer sua marca. Logo, a publicidade é acessória.

No caso da Visa, a situação é diversa. A Visa não “vende cartões” (e nem pode fazê-lo, por determinação do BACEN), quem o faz são os emissores. O objetivo da

publicidade realizada pela Visa é o fortalecimento da sua própria marca e, com isso, incrementar as atividades dos seus clientes (e não a sua própria atividade).

Frise-se: A contratação dos serviços prestados pela recorrente - o que envolve, primordialmente, o licenciamento da marca - está diretamente relacionada à divulgação e promoção dos negócios e produtos da marca “VISA”, os quais são comercializados não pela recorrente, mas pelos Emissores e Credenciadores que se utilizam de tal bandeira. Assim, é facilmente perceptível que as despesas incorridas pela recorrente em publicidade e marketing fazem parte da própria atividade desenvolvida por ela, razão pela qual permitem o aproveitamento dos créditos da não-cumulatividade das contribuições ao PIS e da COFINS.

Vejam que é obvio que o desenvolvimento e fortalecimento da marca também beneficia inequivocamente a própria recorrente, entretanto, diferentemente da maioria das situações, a divulgação e promoção dos negócios e produtos da marca se confunde com a sua própria atividade como licenciadora, uma vez que precisa incorrer em tais despesas para fomentar o valor da bandeira no mercado, beneficiando os seus clientes (Emissores e Credenciadores), os quais, ao fim e ao cabo, são aqueles que utilizam efetivamente da bandeira no exercício de suas atividades.

E é justamente por isso que, adentrando na segunda questão, a divulgação e promoção dos negócios e produtos da marca “VISA” configura, no caso concreto, um serviço prestado aos seus clientes (Emissores e Credenciadores).

Neste ponto, a recorrente anexou aos autos Contratos de prestação de serviços de suporte ao cliente, de desenvolvimento de marca e outras avenças (doc. 02 da Impugnação), demonstrando que parte das tarifas cobradas dos Emissores e Credenciadores se refere justamente à prestação de serviços relacionados à estratégia de desenvolvimento dos produtos e da marca VISA, visando melhorar seu desempenho no mercado, incluindo sua atuação na área de marketing geral e em atividades de publicidade, patrocínios, promoções, e outros serviços considerados necessários para o desenvolvimento dos produtos e serviços da VISA no país, como se verifica exemplificativamente da seguinte cláusula contratual replicada nas contratações da recorrente:

2.01 Escopo dos Serviços. A VISA DO BRASIL irá prestar ao CLIENTE, de forma direta e contínua, conforme os termos definidos a seguir, os serviços relacionados à estratégia de desenvolvimento dos produtos e da marca Visa, visando melhorar seu desempenho no mercado, incluindo sua atuação na área de marketing geral e em atividades de publicidade, patrocínios, promoções, relação e suporte ao cliente, suporte a produtos, tecnologia da informação, análise de riscos, atualização e adequação de sistemas, testes e certificação, e outros serviços similares considerados necessários para o desenvolvimento dos produtos e serviços da Visa no país, e para a operação do Programa Aprovado pelo CLIENTE (doravante denominados “Serviços”).

Para corroborar o alegado, a recorrente também anexou aos autos notas fiscais emitidas pela empresa no ano de 2016 (Docs. 03 a 07 da Impugnação), que fazem referência expressa ao Contrato de prestação de serviços de suporte ao cliente, de desenvolvimento de marca e outras avenças, como se verifica exemplificativamente da nota fiscal emitida para o Banco Bonsucesso S.A.:

	PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO SECRETARIA MUNICIPAL DA FAZENDA		Número da Nota 00010025
	NOTA FISCAL ELETRÔNICA DE SERVIÇOS - NFS-e <small>RPS Nº 18952, emitido em 09/01/2016</small>		Data e Hora de Emissão 08/01/2016 10:29:54
		Código de Verificação NRR-TVAA	
PRESTADOR DE SERVIÇOS			
CPF/CNPJ: 31.661.766/0001-43		Inscrição Municipal: 2.161.342-2	
Nome/Razão Social: VISA DO BRASIL EMPREENDIMENTOS LTDA			
Endereço: AV PRESIDENTE JUSCELINO KUBITSCHEK 01908, 3 ANDAR TORRE NORTE - VILA NOVA CONCEICAO - CEP: 04543-907			
Município: São Paulo		UF: SP	
TOMADOR DE SERVIÇOS			
Nome/Razão Social: BANCO BONSUCESSO SA		Inscrição Municipal: ---	
CPF/CNPJ: 71.027.866/0001-34		Inscrição Municipal: ---	
Endereço: R. Alvarenga Peixoto 974 - Lourdes - CEP: 30180-120			
Município: Belo Horizonte		UF: MG E-mail: claudia.gomes@grupobonsucesso.com.br	
INTERMEDIÁRIO DE SERVIÇOS			
CPF/CNPJ: ---		Nome/Razão Social: ---	
DISCRIMINAÇÃO DOS SERVIÇOS			
Remuneração mensal referente aos serviços prestados nos termos do contrato de prestação de serviços de suporte ao cliente de desenvolvimento de marca e outras atividades			
VENCIMENTO: 22/01/2016.			
DADOS D/ PAGTO.: BCO: 745 BANCO CITIBANK S.A. - AG: 0001 - C/C: 98684744.			
COFINS: R\$32,11 IPI: R\$19,76 IRPJ: R\$14,45 PIS: R\$6,95			
Valor Líquido: R\$1.004,38			

Ademais, a recorrente também demonstrou que, no ano de 2016, a receita correspondente à parcela relativa às receitas de marketing perfaz o montante de R\$326.954.525,41 - como se verifica do Relatório de Balancete Contábil do período de dezembro de 2016 extraído do sistema da contabilidade da Recorrente (Doc_Comprobatorios01 do Recurso Voluntário) -, as quais foram submetidas à tributação pelas contribuições ao PIS e da COFINS, bem como, que apenas uma parcela dos gastos relacionados ao marketing (R\$142.841.507,37) foi classificada como insumo para fins de creditamento de PIS e COFINS, o que foi objeto de glosa pela fiscalização.

Vejam que aqui sequer estamos diante de uma questão interpretativa, as partes efetivamente pactuam a prestação de serviço de desenvolvimento e fortalecimento dos negócios da marca VISA pela recorrente, em prol de seus clientes (Emissores e Credenciadores), sendo que, em razão de tal pactuação, a recorrente auferir receitas de marketing e incorre em diversas despesas para cumprir com o pactuado.

Novamente, por bem compreender a situação em análise, valho-me dos seguintes excertos do v. acórdão nº 3201-005.668, de relatoria da i. Conselheira Tatiana Josefovicz Belisário:

Como demonstrado anteriormente, os serviços específicos prestados pela Recorrente aos seus clientes são exatamente aqueles vinculados ao desenvolvimento de marcas, desempenho de mercado, etc. Ou seja, em resumo, serviços ligados ao marketing e publicidade.

Com a devida vênia aos nobres julgadores de primeira instância, entendo que a questão relativa à natureza dos serviços prestados pela Recorrente e a essencialidade dos serviços apropriados como insumos, além de não considerar a necessária relação vinculação entre receitas e despesas, foi analisada sob o aspecto coloquial, pelo senso comum, sem se adentrar às questões técnicas e regras próprias do mercado aplicáveis ao segmento de atuação do contribuinte.

Os documentos trazidos aos autos pelo contribuinte demonstram de modo objetivo a natureza dos serviços prestados pela Recorrente (essencialmente ligado ao marketing), que é de onde advém a receita tributável. Logo, é a partir desta receita que deve se examinar a correlação direta entre a atividade fim da

Recorrente e o objeto dos serviços contratados e utilizados como insumo. E, desse modo, é explícita a essencialidade e relevância de tais insumos.

Poder-se-ia dizer, por exemplo, que a Visa não presta serviços relacionados ao marketing, mas, sim, como coloca o acórdão recorrido, “a administração e operação de conjuntos de regras e procedimentos que disciplinam a prestação de serviços de pagamento ao público em geral, passíveis de aceitação por diversos recebedores, mediante acesso direto por usuários finais, pagadores e recebedores (‘Instituidora de Arranjos de Pagamento’)”.

Todavia, tal assertiva ultrapassa o próprio contexto fático trazido aos autos: os contratos de prestação de serviços firmados com os clientes da Recorrente, as Notas Fiscais correspondentes e o contrato social do contribuinte. Em todos os elementos documentais, o que se vê é a prestação de serviços relacionados à promoção e marketing, e não simples serviços de “administração e operação”. Logo, para que se possa afirmar, como fez o acórdão recorrido, que o marketing e atividades correlatas (embora seja o objeto de todos os contratos e notas fiscais examinados) não seria a atividade efetivamente exercida, caberia, ao menos, negar fé a tais documentos, e não simplesmente ignorar o seu conteúdo.

[...]

É certo, nesse aspecto, que a Visa não é uma agência de marketing ou publicidade. Contudo, o “produto” que ela entrega aos seus clientes – repita-se, emissores e credenciadores, e não os usuários finais – é justamente a capacidade de ampliar suas vendas, sua inserção no mercado não apenas local, mas global, mundial, cujo instrumento é o marketing.

Por pertinente, reproduzo a ementa do r. julgamento:

INSUMOS. VINCULAÇÃO, ESSENCIALIDADE E RELEVÂNCIA. PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE MARKETING.

O contribuinte que presta serviços relacionados à área de marketing e publicidade, inclusive o desenvolvimento de marcas e de mercado, utiliza serviços de marketing prestados por terceiros como insumo essencial à sua própria prestação de serviços, gerando, portanto, o direito ao crédito de Cofins no regime da não cumulatividade.

(Processo nº 19515.721360/2017-23; Acórdão nº 3201-005.668; Relatora Conselheira Tatiana Josefovicz Belisário; sessão de 21/08/2019)

Mutatis mutandis, parece-nos que, para fins de aproveitamento dos créditos da não-cumulatividade das contribuições ao PIS e da COFINS, o presente caso guarda similaridade com a atividade de franquia, em que a franqueadora autoriza, por meio de contrato, um franqueado a usar marcas e outros objetos de propriedade intelectual e, em regra, se responsabiliza pelo desenvolvimento e fortalecimento da marca, como se verifica do disposto nos artigos 1º e 2º da Lei nº 13.966/19, abaixo transcritos:

Art. 1º Esta Lei disciplina o sistema de franquia empresarial, pelo qual um franqueador autoriza por meio de contrato um franqueado a usar marcas e outros objetos de propriedade intelectual, sempre associados ao direito de produção ou distribuição exclusiva ou não exclusiva de produtos ou serviços e também ao direito de uso de métodos e sistemas de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvido ou detido pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem caracterizar relação de consumo ou vínculo empregatício em relação ao franqueado ou a seus empregados, ainda que durante o período de treinamento.

[...]

Art. 2º Para a implantação da franquia, o franqueador deverá fornecer ao interessado Circular de Oferta de Franquia, escrita em língua portuguesa, de forma objetiva e acessível, contendo obrigatoriamente:

[...]

IX - informações claras quanto a taxas periódicas e outros valores a serem pagos pelo franqueado ao franqueador ou a terceiros por este indicados, detalhando as respectivas bases de cálculo e o que elas remuneram ou o fim a que se destinam, indicando, especificamente, o seguinte:

- a) remuneração periódica pelo uso do sistema, da marca, de outros objetos de propriedade intelectual do franqueador ou sobre os quais este detém direitos ou, ainda, pelos serviços prestados pelo franqueador ao franqueado;
- b) aluguel de equipamentos ou ponto comercial;
- c) taxa de publicidade ou semelhante;
- d) seguro mínimo;

Em ambas as atividades, o desenvolvimento e fortalecimento da marca da franqueadora/licenciadora produz efeitos diretos nas atividades desenvolvidas pelos franqueados/licenciados, sendo inequivocamente mais prático/vantajoso que os investimentos em publicidade e propaganda sejam realizados pela franqueadora/licenciadora em benefício de seus franqueados/licenciados do que cada um dos franqueados/licenciados busque desenvolver tais atividades de forma individual e isolada. É justamente por isso que há a previsão de cobrança de taxas de publicidade por parte da franqueadora/licenciadora, as quais, quando exigidas, configuram receita tributável da empresa e, por se tratar de prestação de serviço, permitem o aproveitamento de créditos da não-cumulatividade das contribuições ao PIS e da COFINS sobre bens e serviços utilizados como insumo na referida atividade.

Neste sentido, merece menção o v. acórdão nº 3402-005.101, no qual a 2ª Turma Ordinária, da 4ª Câmara, da 3ª Seção deste e. CARF, ao analisar os créditos da não-cumulatividade das contribuições ao PIS e da COFINS apropriados pela empresa Subway Systems do Brasil Ltda. sobre gastos incorridos na contratação de serviços utilizados no desempenho da sua atividade empresarial de franqueadora das operações das lanchonetes SUBWAY no Brasil (concessão,

administração e supervisão de franquias empresariais), em sede de recurso de ofício, manteve a decisão proferida pela D. DRJ, reconhecendo que o desenvolvimento de tal atividade envolve a contratação de serviços como assessoria, marketing, consultoria, informática, intermediação, representação, publicidade e propaganda.

Por pertinente, reproduzo a ementa do r. julgamento:

CRÉDITO NÃO CUMULATIVIDADE. EMPRESA FRAQUEADORA.

A admissibilidade dos créditos da não cumulatividade está relacionada à atividade desempenhada pelo contribuinte. A atividade de franqueadora implica a realização de operações que vão além da comercialização direta de produtos ao consumidor final, pelo que os serviços utilizados nessas operações devem ser avaliados a partir desse contexto.

(Processo nº 19311.720105/2016-79; Acórdão nº 3402-005.101; Relatora Conselheira Maysa de Sá Pittondo Deligne; sessão de 22/03/2018)

Merece referência também o v. acórdão nº 3401-005.291, no qual a 1ª Turma Ordinária, da 4ª Câmara, da 3ª Seção deste e. CARF, ao analisar os créditos da não-cumulatividade das contribuições ao PIS e da COFINS apropriados pela empresa Natura Inovação e Tecnologia de Produtos Ltda, em sede de Recurso de Ofício, manteve a decisão proferida pela D. DRJ que, ao verificar que os serviços prestados pela empresa envolviam também o estudo da viabilidade econômica de novos produtos, definição da estratégia de lançamento no mercado e validação de resultados, reconheceu que “o escopo dos serviços prestados pela Recorrente envolve, diretamente, atividades de marketing, propaganda, bem como outras atividades relacionadas à promoção e ao lançamento dos produtos desenvolvidos”.

Indo adiante, sendo reconhecida a possibilidade de aproveitamento de créditos da não-cumulatividade das contribuições ao PIS e da COFINS sobre os gastos relacionados à atividade de marketing e publicidade, entendo que restou comprovado que os serviços em relação aos quais foram apropriados os créditos configuram efetivamente insumos no desenvolvimento da referida atividade.

Neste sentido, restou devidamente demonstrado que a atuação da Almap BBDO Publicidade e Comunicações Ltda., principal fornecedora contratada pela recorrente, inclui desde a criação de campanhas publicitárias até a contratação de espaços (slots) nas grades de televisão, assim como demais procedimentos para a veiculação de anúncios e propagandas da marca da Recorrente na mídia, atuando como agente exclusivo nesse segmento e concentrando o trabalho de criação, revisão e disponibilização das ações de mídia. Tais alegações foram corroboradas pelo contrato firmado entre as partes, anexo aos autos (Doc. 08 da Impugnação), e também já haviam sido reconhecidas pelo v. acórdão nº 3201-005.668 supramencionado.

Quanto às demais glosas relacionadas no presente tópico, entendo que o Anexo A do Recurso Voluntário é bastante objetivo e elucidativo quanto ao objeto da contratação e a sua relação direta com a atividade de marketing e publicidade, senão vejamos:

Anexo A: Fornecedores do Grupo "Marketing e publicidade"

Fornecedor	Objeto da contratação	Relação documentos anexos à Impugnação
<u>Hyperativa Consultoria e Internet Ltda</u> CNPJ 03.369.416/0001-70	Fornecedor especializado na prestação de serviços de marketing digital, incluindo a criação, manutenção, produção e arte-finalização de websites, peças de marketing direto; fornecimento de conteúdos publicados em websites próprios ou de terceiros, dentre outros. No ano de 2016 destaca-se o desenvolvimento da Campanha VAI DE VISA, incluindo gastos com a customização e manutenção do website VAI DE VISA, no qual constam promoções e benefícios oferecidos pelos parceiros da marca VISA, válidos para os pagamentos realizados com um cartão de bandeira VISA.	Contrato (Doc_Comprobatórios11 a Doc_Comprobatórios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatórios25 a Doc_Comprobatórios42)
<u>GRTS Comunicação</u> (atual denominação TATO Eventos, Design e Conteúdo Ltda) CNPJ 07.457.394/0001-50	Fornecedor especializado na prestação de serviços de comunicação visual, editoração de texto e imagem em ações promocionais, em especial eventos relacionados aos Jogos Olímpicos Rio 2016; projetos de marketing em comunicação, arte e texto editorial e serviços gráfico, dentre outros.	Contrato (Doc_Comprobatórios11 a Doc_Comprobatórios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatórios25 a Doc_Comprobatórios42) Material publicitário (Doc_Comprobatórios43)
<u>Link - Produção e Projetos Culturais Ltda</u> CNPJ 07.425.482/0001-70	Fornecedor responsável pela criação, planejamento, acompanhamento de produção gráfica, gestão, montagem e desmontagem de ações e eventos da marca VISA, tais como estandes em exposições de tecnologia, divulgação de campanhas com Emissores, dentre outros.	Contrato (Doc_Comprobatórios11 a Doc_Comprobatórios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatórios25 a Doc_Comprobatórios42) Material publicitário (Doc_Comprobatórios43)
<u>Restorando Reservas em Restaurantes Ltda</u> CNPJ 14.208.454/0001-67	Fornecedor que promove a marca VISA em uma rede relevante de restaurantes, por meio do programa de benefícios com descontos em restaurantes no pagamento com cartões VISA, fornecendo também controle em tempo real da conta e respectivo pagamento dentro do aplicativo Restorando.	Contrato (Doc_Comprobatórios11 a Doc_Comprobatórios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatórios25 a Doc_Comprobatórios42)
<u>Gael Comunicação Ltda.</u> CNPJ 22.121.038/0001-55	Fornecedor especializado na prestação de serviços de marketing, especialmente campanhas de divulgação realizadas em parques, praias, shows e shoppings. No ano de 2016 destaca-se o desenvolvimento do material publicitário VISA Valet. Vídeo Extra Black Friday https://gael.ag/	Contrato (Doc_Comprobatórios11 a Doc_Comprobatórios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatórios25 a Doc_Comprobatórios42) Material publicitário (Doc_Comprobatórios43)
<u>Futebolcard Sistemas Ltda</u> CNPJ 01.329.666/0001-50	Fornecedor responsável por implementar o sistema VISA PASSFIRST em Clubes e/ou Estádios, o qual permite o acesso direto (isto é, sem a necessidade de qualquer tipo de ingresso, voucher ou papel), mediante a apresentação dos mesmos cartões VISA utilizados para a aquisição dos ingressos, de forma a incentivar a utilização de cartões VISA.	Contrato (Doc_Comprobatórios11 a Doc_Comprobatórios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatórios25 a Doc_Comprobatórios42) Material publicitário (Doc_Comprobatórios43)
<u>IN Press Assessoria de Imprensa e Comunicação Estratégica Ltda.</u> CNPJ 01.097.636/0001-66	Fornecedor especializado na prestação de serviços de comunicação de modo estratégico e personalizado com o objetivo de divulgar e expor a marca VISA. Dentre as principais responsabilidades, destaca-se o desenvolvimento de mailing, blogs e demais influenciadores, preparação de briefing aos executivos, para participação em entrevistas, etc.	Contrato (Doc_Comprobatórios11 a Doc_Comprobatórios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatórios25 a Doc_Comprobatórios42)
<u>Contagious Brazil Consultoria e Eventos Ltda.</u> CNPJ 20.333.900/0001-68	Fornecedor responsável pela prestação de serviço de consultoria especializada em desenvolvimento estratégico e criativo com o objetivo de expandir a marca VISA.	Contrato (Doc_Comprobatórios11 a Doc_Comprobatórios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatórios25 a Doc_Comprobatórios42)
<u>Kavatan & Associados – Projetos e Eventos Culturais Ltda.</u> CNPJ 56.568.884/0001-30	Fornecedor especializado na prestação de serviços de artes cênicas e espetáculos, sendo responsável pela apresentação do espetáculo "Amor à Vista" (peça focada em organização e planejamento de finanças pessoais)	Contrato (Doc_Comprobatórios11 a Doc_Comprobatórios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatórios25 a Doc_Comprobatórios42)
<u>SJC Administração de Terceiros Ltda.</u> CNPJ 07.423.746/0001-57	Fornecedor contratado para a elaboração de banner da marca VISA e veiculação por meio de mailing direcionado à executivos	Contrato (Doc_Comprobatórios11 a Doc_Comprobatórios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatórios25 a Doc_Comprobatórios42)
<u>WPlan Produção Editorial Ltda.</u> CNPJ 15.553.184/0001-94	Fornecedor contratado para desenvolver o Portal de Finanças Práticas VISA, que desenvolve programas de educação financeira com o objetivo de auxiliar as pessoas a tomarem decisões financeiras mais conscientes e com responsabilidades.	Contrato (Doc_Comprobatórios11 a Doc_Comprobatórios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatórios25 a Doc_Comprobatórios42)
<u>MMA Associados Consultoria em Negócio de Comunicação e Marketing</u> CNPJ 07.757.989/0001-21	Fornecedor que atua na prestação de serviços de criação, editoração, assessoria e consultoria	Contrato (Doc_Comprobatórios11 a Doc_Comprobatórios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatórios25 a Doc_Comprobatórios42)

<u>Lumi RSC Comércio de Brindes Eireli EPP</u> CNPJ 06.282.010/0001-43	Fornecedor responsável pela criação de brindes personalizados	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42)
<u>Bigcase Brasil Ltda.</u> CNPJ 23.038.139/0001-20	Fornecedor responsável pelo desenvolvimento de desafio para divulgação de serviços e/ou da marca VISA voltado a estudantes universitários. O desafio consistiu na apresentação de resolução para o seguinte tema: "Como a Visa pode ampliar e/ou comunicar seus diferenciais para mostrar aos jovens que, com Visa, eles podem mais".	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42)
<u>AtivaOnline Editora e Indústria Gráfica Ltda.</u> CNPJ 04.241.587/0001-81	Fornecedor que atua prestação de serviços de impressos gráficos, responsável pela impressão de material gráfico de encartes dos novos parceiros de mercado	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42)
<u>W Digital Produções Ltda.</u> CNPJ 09.547.879/0001-60	Fornecedor especializado em atividades de pós produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42)
<u>Bruna Moura Serviços Gráficos Ltda.</u> CNPJ 03.486.786/0001-97	Fornecimento de materiais para gravação de comerciais VISA	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42)
<u>Stilgraf Artes Gráficas e Editora Ltda.</u> CNPJ 67.935.122/0001-40	Fornecedor especializado na impressão de material gráfico utilizado em campanhas de divulgação da marca VISA	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42)
<u>Accentiv Serviços Tecnologia da Informação S/A</u> CNPJ 59.158.642/0001-66	Fornecedor especializado em marketing de relacionamento, responsável pela manutenção e crescimento da Rede de Vantagens do Clube de Negócios.	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42) Material publicitário (Doc_Comprobatorios43)

Por tais razões, voto por dar provimento ao recurso neste tópico, para reverter as glosas relativas às despesas com marketing e publicidade.

1.2 PATROCÍNIO

Em relação aos créditos apropriados sobre despesas com patrocínios, a fiscalização entendeu que “[t]ambém aqui, não se observa, o papel da despesa (patrocínio) como elemento estrutural e/ou inseparável do processo, nem mesmo como integrante de processo por singularidades da cadeia ou por imposição legal”, razão pela qual aplicou raciocínio análogo ao empregado à prestação de serviços de marketing e publicidade para glosar os créditos apropriados sobre tais dispêndios.

No mesmo sentido, o v. acórdão recorrido entendeu pela manutenção das referidas glosas, por compreender que “[a] generalidade e não especificidade do serviço de propaganda e marketing também estão presente nos outros serviços glosados - patrocínio, desenvolvimento tecnológico, processamento de dados e os discriminados no subitem 3.01.IV-Demais Dispêndios do Termo de Constatação, à fl. 351 -, que igualmente não permitem os créditos do PIS e Cofins não cumulativos”.

Por sua vez, a recorrente contesta a conclusão adotada, sustentando que os dispêndios com patrocínio em muito se assemelham aos esclarecimentos já formulados no tópico

relativo ao grupo de “marketing e publicidade”, vez que estão voltados ao cumprimento da obrigação contratual de desenvolvimento de marca assumida com seus clientes.

Para demonstrar a essencialidade de tais dispêndios para o desenvolvimento da sua atividade econômica, a recorrente apresenta os seguintes argumentos de fato e de direito:

59 A glosa de dispêndios com patrocínio representa cerca de 9%, sendo esse dispêndio complementar aos gastos com marketing e publicidade no contexto do desenvolvimento da atividade de licenciamento da marca VISA.

60 Dentro desse grupo estão os dispêndios incorridos na qualidade de patrocinadora oficial da XXXI Olimpíada Rio 2016, possuindo direitos exclusivos na categoria de produtos de serviços de pagamentos para as atividades dos Jogos Olímpicos, o que lhe proporcionou uma poderosa oportunidade para gerar negócios, alcançar exposição máxima e aperfeiçoar o levantamento da marca no cenário global.

61 Esse compromisso com o Movimento Olímpico foi assumido desde 1986 e constitui estratégia de crescimento importantíssima da Recorrente sob duas perspectivas principais:

(i) Desenvolvimento da marca, na medida em que o patrocínio de um evento desse porte permite o posicionamento diferenciado da marca VISA no mercado;

(ii) Geração de negócios, por possui exclusividade nos meios de pagamento relacionados ao evento, sendo a única patrocinadora apta a conceder direitos promocionais a seus clientes (bancos e adquirentes) – uma verdadeira janela de negócios.

61.2 O quadro abaixo foi preparado durante os estudos globais da empresa para os Jogos Olímpicos de Inverno realizado na Coreia do Sul em 2018 e demonstra “Como a VISA cresceu desde que se juntou aos Jogos Olímpicos” na qualidade de patrocinadora oficial desde o número de cartões emitidos (2.162%) até o volume de transações de compra feitas por ano (31.250%), abrangendo o período atuado:



Fonte: https://www.visa.co.th/en_TH/about-visa/sponsorships-promotions/olympics-partnership/visa-and-olympic-games-then-and-now.html

61.3 Estudos realizados no Brasil também revelam que o patrocínio deixou como legado o crescimento de dois pontos percentuais e a liderança absoluta no segmento de cartões de crédito:

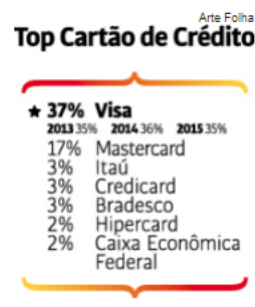
CARTÃO DE CRÉDITO

Entre as principais bandeiras de cartões de crédito, a Visa também se beneficiou por ter associado sua imagem à Olimpíada.

A marca se tornou ainda mais presente na lembrança do público, oscilando positivamente dois pontos percentuais, para 37%, liderança isolada. É ainda a mais lembrada entre os que têm de 25 a 44 anos (42%), os mais ricos (50%) e os mais escolarizados (48%).

A empresa tinha o cartão de crédito oficial dos Jogos —compras nas arenas de competição só podiam ser feitas com Visa— e fez uma ação focada em atletas que, durante o evento, usaram protótipos para realizar seus pagamentos. Houve quem usasse uma pulseira. Outros, anéis. Nos dois casos —e no de relógios, já comercializados— chips instalados nos objetos efetuavam a operação financeira.

"É um processo de desconstrução do plástico", diz Sérgio Giorgetti, diretor-executivo de marketing, em referência ao modelo físico tradicional dos cartões. "A Visa está se posicionando como empresa de tecnologia transformadora em meios de pagamento."



Fonte: <https://www1.folha.uol.com.br/topofmind/2016/10/1825660-olimpiada-vira-vitrine-para-marcas-de-financas.shtml>

No que se refere aos fornecedores contratados, a recorrente apresenta os seguintes esclarecimentos:

63 Dentre os fornecedores contratados, está a Plusmedia Serviços de Marketing Ltda. (CNPJ 00.530.474/0001-45 – “Plusmedia”), representante do Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos Rio 2016 perante terceiros nas negociações e gerenciamento dos pacotes de mídias publicitárias (acostado como doc. 08 da Impugnação).

63.1 Assim, os valores pagos a este fornecedor se referem exatamente ao investimento com a divulgação da marca VISA no cenário global dos Jogos Olímpicos por meio do exercício do direito de compra da patrocinadora (i.e. a Recorrente) dos pacotes de mídias montados pela Plusmedia, correspondentes a determinada quantidade de pontos disponíveis e respectivos tipos de espaço selecionados nas regiões do Rio de Janeiro (acostado como doc. 08 da Impugnação):

“3.5. Os Pacotes de Mídia estão sujeitos à sua disponibilidade e uma Patrocinadora somente terá direito exclusivo a um determinado Pacote de Mídia após a conclusão da sua aquisição, não lhe sendo atribuído nenhum direito de reserva ou de exclusividade enquanto a aquisição não for efetivamente concluída.

(...) 3.7. Uma vez concluída a aquisição do Pacote de Mídia pela Patrocinadora, a Plusmedia fará com que sejam efetivados, por conta e ordem da Patrocinadora, os pedidos de inserção junto aos Exibidores do Pacote de Mídia então adquirido, de modo que a transação não poderá mais ser cancelada, em nenhuma hipótese, ressalvado eventual cancelamento dos Jogos.

(...) 7.1. Por meio deste Contrato, a Plusmedia automaticamente é credenciada pela Patrocinadora a atuar na condição de sua agência, incumbida de intermediar a aquisição e coordenar a inserção dos anúncios da Patrocinadora junto a cada Exibidor que compõe o Pacote de Mídia.” (g.n.)

64 Ou seja, toda a divulgação da marca da Recorrente durante a realização dos jogos se deu via Plusmedia, razão pela qual os dispêndios com esse fornecedor é o segundo maior da base de créditos objeto da glosa fiscal.

64.1 Reconhecida a relação entre o investimento com o patrocínio da XXXI Olimpíada Rio 2016 e o serviços desenvolvido pela Recorrente na execução dos contratos de desenvolvimento de mercado firmados com seus clientes, portanto, de rigor a reversão da glosa de créditos sobre os pagamentos realizados à Plusmedia, já que toda a divulgação nos Jogos Olímpicos era gerenciada por esta empresa, tal qual designado pelo Comitê Olímpico.

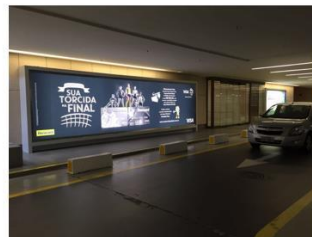
65 Além do contrato firmado com a Plusmedia, associam-se ao desenvolvimento e divulgação da marca VISA no contexto de patrocínios os dispêndios relacionados aos contratos com a empresa Multiplan Empreendimentos Imobiliários S.A. (CNPJ nº 07.816.890/0001-53 – “Multiplan”).

65.1 A Multiplan é uma empresa especializada na locação de espaços comerciais visando à divulgação de produtos e/ou serviços, bem como no planejamento e coordenação de eventos promocionais por meio da locação de espaços para uso

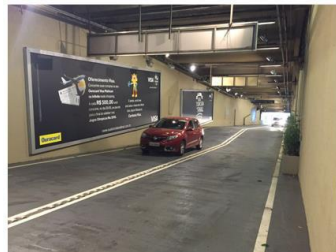
publicitário em diversos empreendimentos comerciais (acostado como doc. 08 da Impugnação).

65.2 A título exemplificativo, a Recorrente traz as imagens de alguns trabalhos de divulgação realizados em shoppings do Brasil pela Multiplan no contexto da Olimpíada Rio 2016:

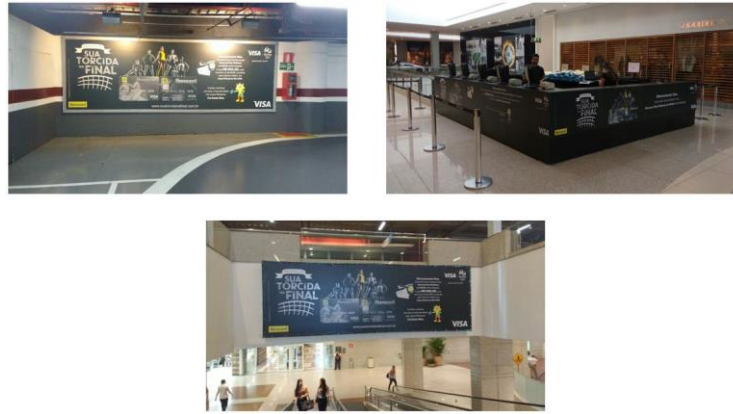
Barra Shopping – Rio de Janeiro



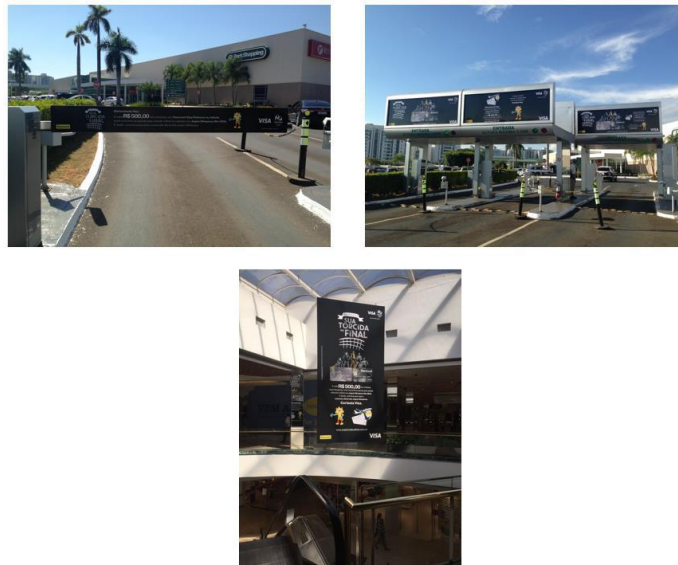
Morumbi Shopping – São Paulo



BH Shopping – Belo Horizonte



Park Shopping – Brasília



Na mesma linha da natureza da contratação dos serviços acima – desenvolvimento da marca VISA no contexto de patrocínios –, deve ser interpretado os demais fornecedores para os quais a Recorrente demonstra a vinculação entre insumo vs. serviço prestado no Anexo B deste recurso.

Por pertinente, reproduzo também o Anexo B do Recurso Voluntário:

Anexo B: Fornecedores do Grupo "Patrocínio"

Fornecedor	Objeto da contratação	Relação documentos anexos à Impugnação
<u>Oficina Cultural de Ideias – Produção e Promoção Cultural Ltda.</u> CNPJ 07.050.120/0001-42	Fornecedor que atua no mercado de prestação de serviços de eventos, ações promocionais e iniciativas de marketing em geral. Operacionalização de campanhas VISA e Shopping Iguatemi, com a montagem balcão de trocas.	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42)
<u>Promosorte Promoções e Merchandising Ltda.</u> CNPJ 05.128.470/0001-59	Fornecedor especializado no desenvolvimento e acompanhamento de distribuição gratuita de prêmios, mediante sorteio, vale-brinde ou concurso (promoções comerciais), que prestou serviços relacionados as promoções com o tema Jogos Olímpicos Rio 2016 realizada em parceria com o Carrefour	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42)
<u>FGDB Gestão Empresarial Ltda.</u> CNPJ 19.181.506/0001-72	Fornecedor especializado em serviços de agência de ativação de marcas e promoção que atuou no planejamento, criação e acompanhamento de operação de entrega de convites para os Jogos Olímpicos Rio 2016	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42)

É o que passo a apreciar.

Considerando o que restou demonstrado nos autos, entendo que, assim como as despesas com marketing e publicidade, os dispêndios com patrocínio estão intrinsecamente vinculados à atividade de licenciamento da marca VISA, seja por configurarem uma forma de divulgação e promoção dos negócios e produtos da marca, desenvolvendo e fortalecendo a bandeira, seja por estarem expressamente compreendidos entre os serviços a serem prestados pela recorrente aos seus clientes.

Neste sentido, cumpre reiterar que os contratos firmados entre a recorrente e seus clientes apresentam a previsão expressa de que a primeira prestará serviços relacionados à estratégia de desenvolvimento dos produtos e da marca Visa, visando melhorar seu desempenho no mercado, o que inclui sua atuação na área de marketing geral e em atividades de publicidade, patrocínios, promoções, entre outros.

Corroborando o raciocínio ora adotado, ressalto que, no v. acórdão nº 3201-005.668, que analisou os créditos da não-cumulatividade das contribuições ao PIS e da COFINS apropriados pela recorrente no ano de 2014, restou reconhecido o direito ao aproveitamento de créditos sobre despesas com patrocínio relativos à Copa do Mundo de 2014, Copa Libertadores, Copa do Brasil, entre outros.

Por tais razões, voto por dar provimento ao recurso neste tópico, para reverter as glosas sobre despesas com patrocínio.

1.3 DESENVOLVIMENTO DE TECNOLOGIA E RELATÓRIOS GERENCIAIS DE MERCADO

Neste tópico, a fiscalização apontou que, com base no Parecer Normativo COSIT nº 05/2018, somente é possível a tomada de créditos sobre dispêndios referentes à fase de desenvolvimento de ativos intangíveis aplicáveis em processo de produção ou em prestação de serviços após o reconhecimento formal e documentado do início da fase de desenvolvimento e que resulte efetivamente em:

- a) Um insumo utilizado no processo de produção de bens destinados à venda ou de prestação de serviços;
- b) Produto destinado à venda ou serviço prestado a terceiros.

Ademais, a tomada de créditos sobre o item “relatórios gerenciais” também está condicionada a sua aplicação na prestação de serviço a terceiro, contudo, nenhuma documentação que fizesse prova das condições necessárias para aceitação desses dispêndios como insumos teria sido apresentada.

Conforme já exposto no tópico anterior, o v. acórdão recorrido entendeu pela manutenção das referidas glosas, por compreender que a generalidade e não especificidade também estão presentes em tais despesas, o que não permitiria o aproveitamento de créditos da não-cumulatividade das contribuições ao PIS e da COFINS.



Por sua vez, a recorrente contesta a conclusão adotada, apresentando os seguintes argumentos de fato e de direito:

67 A glosa de dispêndios desse grupo representa cerca de 1% e se relaciona com os serviços de desenvolvimento de novos produtos e tecnologia de meios de pagamento e o suporte em pesquisas de mercado. Tais produtos são disponibilizados aos Clientes, como plataformas de inovação que fomentam vendas com os cartões da marca VISA, contribuindo para as receitas de Emissores e Credenciadores.

68 É de amplo conhecimento a influência da inovação tecnológica no cotidiano de pessoas e empresas. Da mesma forma é sabido que a evolução tecnológica deve ser constante, sob pena de grandes inventos tornarem-se obsoletos (e.g. disquetes, CDs, disponíveis de GPS para carros, etc.).

69 Nesse sentido, **sendo a Recorrente uma empresa de meios de pagamentos, o investimento em desenvolvimento tecnológico é imprescindível para que o cartão de débito e crédito de hoje não se torne o papel moeda de amanhã. Hoje, como sabemos os pagamentos podem ser feitos por meio de aproximação, smartphones, celulares, relógios e até pulseiras, cabendo à Recorrente manter-se atualizada para expandir seus negócios.**

70 A “atuação e adequação de sistemas” também está no rol de obrigações assumidas pela Recorrente em relação aos seus clientes – cláusula segunda do Contrato de Prestação de Serviços de Suporte ao Cliente, de Desenvolvimento de Marca e Outras Avenças (acostado como doc. 02 da Impugnação). Ou seja, parte das receitas auferidas pela Recorrente dizem respeito a esta obrigação contratual de desenvolvimento tecnológico, como comprova, exemplificativamente a nota fiscal abaixo:

	PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO SECRETARIA MUNICIPAL DA FAZENDA	Número da Nota 00011020
	NOTA FISCAL ELETRÔNICA DE SERVIÇOS - NFS-e RFS NP 11947, emitido em 09/09/2016	Data e Hora de Emissão 09/09/2016 16:27:44
20100011001551766000143		Código de Verificação UX7V-J5RD
PRESTADOR DE SERVIÇOS		
	CPF/CNPJ: 31.661.766/0001-43 Inscrição Municipal: 2.151.342-2 Nome/Razão Social: VISA DO BRASIL EMPREENDIMENTOS LTDA Endereço: AV PRESIDENTE JUSCELINO KUBITSCHEK 01909, 3 ANDAR TORRE NORTE - VILA NOVA CONCEICAO - CEP: 04543-907 Município: São Paulo UF: SP	
TOMADOR DE SERVIÇOS		
	Nome/Razão Social: ELO SERVIÇOS S.A. CPF/CNPJ: 09.227.084/0001-75 Inscrição Municipal: ---- Endereço: RUA RIO NEGRO 161, CONJ 101, ED. WEST POINT - ALPHAVILLE - CEP: 06464-000 Município: Barueri UF: SP E-mail: ----	
INTERMEDIÁRIO DE SERVIÇOS		
	CPF/CNPJ: ---- Nome/Razão Social: ----	
DISCRIMINAÇÃO DOS SERVIÇOS		
Remuneração referente ao serviço prestados nos termos do acordo de licença de especificação 3-D secure e tecnologias relacionadas		
VENCIMENTO: 09/10/2016.		
COFINS: R\$15.014,44 CSLL: R\$5.004,81 IRRF: R\$7.507,22 BII: R\$3.253,13		
Valor Líquido: R\$469.701,57		

71 Constam nesse grupo de fornecedores contratados, quatro empresas de tecnologia cujos serviços aplicados como insumos e documentos comprobatórios encontram-se descritos no Anexo C deste recurso. (**Grifamos**)

Por pertinente, reproduzo também o Anexo C do Recurso Voluntário:

Anexo C: Fornecedores do Grupo “Desenvolvimento tecnológico”

Fornecedor	Objeto da contratação	Relação documentos anexos à Impugnação
<u>4ward Serviços Empresariais Ltda.</u> CNPJ 18.974.811/0001-59	Fornecedor especializado na prestação de serviços de consultoria e desenvolvimento de solução tecnológicas, especialmente no setor de meios de pagamento. Realização de testes de homologação de cartões de crédito e débito, avaliação do produto VISA CHECKOUT, dentre outros e desenvolvimento de soluções	Contrato (Doc_Comprobatórios11 a Doc_Comprobatórios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatórios25 a Doc_Comprobatórios42)
<u>IC Solutions Inofrmática Ltda.</u> CNPJ 04.068.974/0001-68	Fornecedor especializado na prestação de serviços de desenvolvimento de software para mercado bancário. Desenvolvimento de API Gateway, incluindo a seleção de parceiro para emissão de cartões VISA para evolução dos testes, etc	Contrato (Doc_Comprobatórios11 a Doc_Comprobatórios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatórios25 a Doc_Comprobatórios42)
<u>Pontomobi Tecnologia Informática Ltda.</u> CNPJ 08.148.213/0001-77	Fornecedor especializado na prestação de serviços de soluções mobile, responsável por realizar ajustes no projeto AVENTURA VISA	Contrato (Doc_Comprobatórios11 a Doc_Comprobatórios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatórios25 a Doc_Comprobatórios42)
<u>Andrezza Brijdi e Rolim Ltda.</u> CNPJ 18.695.907/0001-88	Fornecedor especializado na prestação de serviços de desenvolvimento de software	Contrato (Doc_Comprobatórios11 a Doc_Comprobatórios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatórios25 a Doc_Comprobatórios42)

É o que passo a apreciar.

Inicialmente, cumpre reiterar que, com a devida vênia, discordamos da premissa adotada pela D. DRJ de que haveria a necessidade de se identificar/vincular o serviço específico individual contratado, com uma correspondente prestação de serviço, também específica, o que impediria o aproveitamento de créditos da não-cumulatividade das contribuições ao PIS e da COFINS sobre despesas genéricas e inespecíficas. Conforme já nos manifestamos, nos termos da tese firmada pelo STJ, não configura insumo apenas aquilo que é utilizado direta e imediatamente na prestação de serviços e/ou na fabricação de produtos, mas tudo aquilo que é essencial e relevante para o desempenho da atividade econômica que desembocará numa prestação de serviço ou na venda de um produto.

Em relação ao argumento tecido pela fiscalização, também ousamos discordar da aplicação do referido entendimento ao caso concreto, por não estarmos, salvo melhor juízo, diante de dispêndios com desenvolvimento de ativos intangíveis próprios da recorrente, mas sim de despesas relativas à prestação de serviços para seus clientes, diretamente relacionados ao setor de pagamentos, os quais exigem, por óbvio, o incorrimento de despesas com serviços de consultoria e desenvolvimento de solução tecnológicas, softwares, API Gateway, soluções mobile, entre outros.

Frise-se que, conforme mencionado pela recorrente, tais dispêndios se relacionam com os serviços de desenvolvimento de novos produtos e tecnologia de meios de pagamento e o suporte em pesquisas de mercado, sendo que a “atualização e adequação de sistemas” e a “análise de risco” constam no rol de obrigações assumidas pela recorrente perante seus clientes, o que justifica não só as despesas com desenvolvimento tecnológico como também com relatórios gerenciais de mercado.

Por tais razões, voto por dar provimento ao recurso neste tópico, para reverter as glosas sobre despesas com desenvolvimento de tecnologia e relatórios gerenciais de mercado.

1.4 DEMAIS DISPÊNDIOS

Neste tópico, a fiscalização ressalta que chama atenção algumas das despesas discriminadas, especificamente aquelas destacadas no quadro reproduzido a seguir:

CNPJ	FORNecedores	BC PIS/COFINS	Classificação
07.052.911/0001-01	Tudo em Transportes Editora Eireli	159.181	Frete
04.847.347/0001-25	Newsnet Jornais Eletrônicos Ltda (VITA)	99.582	Outros
00.254.493/0001-96	Expansão Consultoria em Educação Corporativa Ltda	22.750	Treinamento
07.977.092/0001-03	Wide Desenvolvimento Humano e Tecnologia S.A.	19.751	Outros
07.522.669/0001-92	CEB Distribuição S.A.	15.391	Energia elétrica
60.444.437/0001-46	Light Serviços de Eletricidade S.A.	13.510	Energia elétrica
06.290.219/0001-59	Sr Traduções e Interpretações S/S Ltda	5.581	Outros
07.366.853/0001-90	Eden Buffet Gastronômico Ltda-Epp (Vanille Buffet)	3.000	Outros
03.951.310/0001-80	Scenica Locação e Serviços Ltda	2.500	Outros
37.303.168/0001-79	Dino Divulgador de Notícias Online Ltda	938	Outros
33.776.742/0001-55	Agilintas Soluções de Pagamentos Ltda	850	Outros
02.558.157/0001-62	Telefonica Brasil S.A.	24	Telefone
33.000.118/0238-96	Telemar Norte Leste S/A. (Oj)	7	Telefone

Compreende inexistir correlação entre tais despesas e o conceito de insumo, por carecer das características de essencialidade e relevância. Para corroborar o seu entendimento, aduz o seguinte:

A primeira despesa destacada, que também é a primeira discriminada nesse grupo, refere-se à despesa com frete (coluna “Classificação”) a qual não se enquadra como insumo de nenhuma prestação de serviço relacionada no objeto social da empresa (vide item “02.02” anterior).

As demais despesas desse grupo “Demais dispêndios” destacadas acima, estão classificadas genericamente como “Outros”.

Para essas despesas a coluna “Fornecedores” dá indicação do tipo de serviço adquirido pela fiscalizada e, assim como já comentado em relação à despesa com frete, não se enquadram como insumo: assinatura de revista, serviço de buffet, divulgação/jornalismo, traduções/interpretações, locação, soluções de pagamentos e desenvolvimento humano.

Conforme já exposto nos tópicos anteriores, o v. acórdão recorrido entendeu pela manutenção das referidas glosas, por compreender que a generalidade e não especificidade também estão presentes em tais despesas, o que não permitiria o aproveitamento de créditos da não-cumulatividade das contribuições ao PIS e da COFINS.

Por sua vez, a recorrente contesta a conclusão adotada, apresentando os seguintes argumentos de fato e de direito:

72 A glosa de dispêndios desse grupo representa cerca de 2% e se refere serviços com treinamentos, consultoria relacionada ao mercado de cartões de crédito, entre outras atividades.


73 Tais atividades estão previstas no objeto social da Recorrente e se relacionam com o escopo das obrigações assumidas no Contrato de Prestação de Serviços de Suporte ao Cliente, de Desenvolvimento de Marca e Outras Avenças (acostado

como doc. 02 da Impugnação), que inclui a análise de riscos e outros serviços necessários para o uso dos produtos e serviços VISA no país, como por exemplo, treinamentos.

74 Vale destacar que a Recorrente emite notas fiscais específicas para esses serviços, não havendo dúvidas da vinculação entre o emprego dos insumos incorridos e as receitas auferidas.

74.1 A título de exemplo, confira-se:

 PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO SECRETARIA MUNICIPAL DA FAZENDA		Número da Nota 00010720 Data e Hora de Emissão 20/07/2016 17:30:31 Código de Verificação WUAB-PIYL
NOTA FISCAL ELETRÔNICA DE SERVIÇOS - NFS-e RPS Nº 11847, emitido em 20/07/2016		
PRESTADOR DE SERVIÇOS CPF/CNPJ: 31.661.766/0001-43 Inscrição Municipal: 2.161.342-2 Nome/Razão Social: VISA DO BRASIL EMPREENDIMENTOS LTDA Endereço: AV PRESIDENTE JUSCELYNO KUBITSCHEK 01908, 3 ANDAR TORRE NORTE - VILA NOVA CONCEICAO - CEP: 04543-807 Município: São Paulo UF: SP		
TOMADOR DE SERVIÇOS Nome/Razão Social: CAIXA ECONÔMICA FEDERAL CPF/CNPJ: 00.369.306/0001-04 Inscrição Municipal: --- Endereço: R SBS Quadra 4 304, Bloco A Lote - Asa Sul - CEP: 70092-900 Município: Brasília UF: DF E-mail: gic@caixa.gov.br		
INTERMEDIÁRIO DE SERVIÇOS CPF/CNPJ: --- Nome/Razão Social: ---		
DISCRIMINAÇÃO DOS SERVIÇOS SERVIÇOS DE CONSULTORIA - JOGOS OLÍMPICOS DE VERÃO 2016 - JOGOS OLÍMPICOS DE VERÃO 2016. VENCIMENTO: 03/08/2016. DADOS D/ PAGTO.: BCO: T45 BANCO CITIBANK S.A. - AG: 0001 - C/C: 98684744. COFINS: R\$17.821,36 CSLL: R\$1.473,88 IRRF: R\$27.234,50 PIS: R\$2.558,81 Valor Líquido: R\$313.767,54		

 PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO SECRETARIA MUNICIPAL DA FAZENDA		Número da Nota 00010301 Data e Hora de Emissão 03/03/2016 15:04:20 Código de Verificação JPLP-3BHR
NOTA FISCAL ELETRÔNICA DE SERVIÇOS - NFS-e RPS Nº 11238, emitido em 03/03/2016		
PRESTADOR DE SERVIÇOS CPF/CNPJ: 31.661.766/0001-43 Inscrição Municipal: 2.161.342-2 Nome/Razão Social: VISA DO BRASIL EMPREENDIMENTOS LTDA Endereço: AV PRESIDENTE JUSCELYNO KUBITSCHEK 01908, 3 ANDAR TORRE NORTE - VILA NOVA CONCEICAO - CEP: 04543-807 Município: São Paulo UF: SP		
TOMADOR DE SERVIÇOS Nome/Razão Social: CIELO S.A. CPF/CNPJ: 01.027.068/0001-91 Inscrição Municipal: --- Endereço: AL Grajaú 219 - Alphaville Industrial - CEP: 06464-080 Município: Barueri UF: SP E-mail: fabiana.diniz@cielo.com.br		
INTERMEDIÁRIO DE SERVIÇOS CPF/CNPJ: --- Nome/Razão Social: ---		
DISCRIMINAÇÃO DOS SERVIÇOS THEINHEMTO IH COMPANY - FUNDAMENTO DO RESCISO VISA - BENS 22 E 23/02/2016 Po: 4590049172 VENCIMENTO: 13/03/2016. DADOS D/ PAGTO.: BCO: T45 BANCO CITIBANK S.A. - AG: 0001 - C/C: 98684744. COFINS: R\$546,25 CSLL: R\$182,71 IRRF: R\$274,13 PIS: R\$119,79 Valor Líquido: R\$17.151,80		

 PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO SECRETARIA MUNICIPAL DA FAZENDA		Número da Nota 00010313 Data e Hora de Emissão 03/03/2016 15:04:20 Código de Verificação EDEI-WQHX
NOTA FISCAL ELETRÔNICA DE SERVIÇOS - NFS-e RPS Nº 11240, emitido em 03/03/2016		
PRESTADOR DE SERVIÇOS CPF/CNPJ: 31.661.766/0001-43 Inscrição Municipal: 2.161.342-2 Nome/Razão Social: VISA DO BRASIL EMPREENDIMENTOS LTDA Endereço: AV PRESIDENTE JUSCELYNO KUBITSCHEK 01908, 3 ANDAR TORRE NORTE - VILA NOVA CONCEICAO - CEP: 04543-807 Município: São Paulo UF: SP		
TOMADOR DE SERVIÇOS Nome/Razão Social: ADMINISTRADORA DE CARTÕES SICREDI LTDA CPF/CNPJ: 03.108.213/0002-71 Inscrição Municipal: --- Endereço: AVENIDA ASSIS BRASIL 3940, TORRE F 4º ANDAR - SAO SEBASTIAO - CEP: 91060-900 Município: Porto Alegre UF: RS E-mail: ---		
INTERMEDIÁRIO DE SERVIÇOS CPF/CNPJ: --- Nome/Razão Social: ---		
DISCRIMINAÇÃO DOS SERVIÇOS THEINHEMTO VISA BUSINESS SCHOOL: GERENCIAMENTO DE AUTORIZAÇÕES - DÁTAS: 21 E 22 DE JANEIRO/2016 PARTICIPANTES: IAN CASTRO VENCIMENTO: 02/04/2016. DADOS D/ PAGTO.: BCO: T45 BANCO CITIBANK S.A. - AG: 0001 - C/C: 98684744. COFINS: R\$01,50 CSLL: R\$20,50 IRRF: R\$20,75 PIS: R\$10,23 Valor Líquido: R\$1.923,92		

75 O descritivo dos serviços diversos aplicados como insumos e os documentos comprobatórios estão dispostos no Anexo E deste recurso.

Por pertinente, reproduzo também o Anexo E do Recurso Voluntário:

DOCUMENTO VALIDADO

Anexo E: Fornecedores do Grupo "Demais dispêndios"

Fornecedor	Objeto da contratação	Relação documentos anexos à Impugnação
Gartner do Brasil Serviços de Pesquisas Ltda CNPJ 02.593.165/0001-40	Fornecedor especializado em pesquisas de mercado e atua no ramo das pesquisas e consultorias relacionadas à tecnologia da informação. Responsável pelo suporte material que dá substrato ao desenvolvimento de API's (Interface de Programação de Aplicativos, em português) que permitem a integração rápida e simples entre serviços ⁷ .	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42)
Cairos Usabilidade Ltda. CNPJ 05.590.528/0001-81	Fornecedor responsável pela elaboração de relatórios de usabilidade do VISA CHECKOUT para parceiros E-Commerce da VISA.	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42)
Bites – Comércio de Livros e Desenvolvimento de Soluções em Redes Sociais Ltda. CNPJ 11.727.696/0001-79	Fornecedor especializado na interpretação e análise estratégica de dados disponibilizados em redes sociais.	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42)
MCF Consultoria e Capacitação Eireli ME (patrocínio) CNPJ 17.758.770/0001-09	Fornecedor especializado em consultoria, pesquisa e análise de informações para o segmento de alta renda. Construção e implementação de processo de desenvolvimento de produto para o novo cartão VISA BRADESCO – Alta Renda	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42)
BJ Consultoria em Gestão Empresarial Ltda. (patrocínio) CNPJ 23.159.178/0001-85	Fornecedor responsável por gerar e formatar conteúdo técnico nutricional exclusivo para o Produto VISA VALE, com foco nos portadores do cartão, as empresas e os estabelecimentos.	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42)
Newsnet Jornais Eletrônicos Ltda. CNPJ 04.847.347/0001-25	Fornecedor especializado no monitoramento de veículos de mídia, responsável pelo envio de newsletter diária a respeito dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos.	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42)
Estudos Empresarias Com. Imp. Exp. Ltda. CNPJ 55.083.257/0001-46	Fornecedor especializado em serviços de Consultoria Estratégica, contratado para desenvolver uma "Visão Estrutural do Mercado" no Brasil a fim de orientar a estratégia da VISA.	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42)
STI Traduções e Interpretações S/S Ltda. CNPJ 06.290.219/0001-59	Fornecedor especializado em serviços de tradução e interpretação.	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42)
Scenica Locação e Serviços Ltda. CNPJ 03.951.310/0001-80	Fornecedor que atua no mercado de prestação de serviços de cenografia.	Contrato (Doc_Comprobatorios11 a Doc_Comprobatorios24) Notas Fiscais (Doc_Comprobatorios25 a Doc_Comprobatorios42)

É o que passo a apreciar.

Inicialmente, cumpre destacar que, por se tratar de direito creditório, o ônus probatório é do contribuinte, o qual, ainda que se tratando de diversas despesas, deve comprovar a essencialidade e relevância de tais dispêndios para o desenvolvimento da sua atividade econômica, a fim de permitir o reconhecimento do direito ao aproveitamento de créditos da não-cumulatividade das contribuições ao PIS e da COFINS.

No presente caso, entendo que o objeto da contratação permite reconhecer o caráter de insumo para a atividade desenvolvida pela recorrente apenas em relação aos fornecedores Gartner do Brasil Serviços de Pesquisas Ltda., Cairos Usabilidade Ltda., MCF Consultoria e Capacitação Eireli ME, BJ Consultoria em Gestão Empresarial Ltda., uma vez que se verifica claramente uma relação direta entre tais contratações e os serviços prestados pela recorrente, o que revela a essencialidade de tais despesas para o desenvolvimento de sua atividade econômica.

Por outro lado, em relação aos demais fornecedores arrolados no Anexo E, em razão da insuficiência de informações e ausência de correlação com os serviços prestados, entendo que a recorrente não logrou êxito em demonstrar a essencialidade ou relevância de tais despesas para o desenvolvimento da sua atividade econômica, razão pela qual entendo pela manutenção das glosas efetuadas pela fiscalização.

Por tais razões, voto por dar parcial provimento ao recurso neste tópico, para reverter as glosas relativas aos fornecedores Gartner do Brasil Serviços de Pesquisas Ltda., Cairos Usabilidade Ltda., MCFC Consultoria e Capacitação Eireli ME e BJ Consultoria em Gestão Empresarial Ltda..

CONCLUSÃO

Por todo exposto, voto por conhecer do Recurso Voluntário, para dar-lhe parcial provimento, no sentido de reverter as glosas sobre (i) despesas com marketing e publicidade; (ii) patrocínio; (iii) desenvolvimento de tecnologia e relatórios gerenciais de mercado, e (iv) serviços prestados pelos fornecedores Gartner do Brasil Serviços de Pesquisas Ltda., Cairos Usabilidade Ltda., MCFC Consultoria e Capacitação Eireli ME e BJ Consultoria em Gestão Empresarial Ltda.

Assinado Digitalmente

Matheus Schwertner Zicarelli Rodrigues