MINISTÉRIO DA ECONOMIA, FAZENDA E PLANEJAMENTO

MSR

Sessão de 14 de setembro de 19 93 ACORDÃO Nº 103-14.092

Recurso nº: 101.964 - IRPJ - EX: 1986

Recorrente: REFRIGERANTES CAMPOS S/A

Recorrida: DRF EM NITERÓI - RJ

IRPJ - EXERCÍCIO DE 1986 - DESPESAS DE PROMOÇÃO - DEDUTIBILIDADE - São admitidas como despesas promocionais, e via de consequência dedutíveis, aquelas traduzindo a entrega de determinados bens de comercialização regular a título de bonificação para o incremento de vendas.

Recurso provido.

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos de recurso interposto por REFRIGERANTES CAMPOS S/A,

ACORDAM os Membros da Terceira Câmara do Primeiro Conselho de Contribuintes, por maioria de votos, em **DAR** provimento ao recurso, nos termos do relatório e voto que passam a integrar o presente julgado. Vencido o Conselheiro Carlos Emanuel dos Santos Paiva (Relator). Designado para redigir o voto vencedor o Conselheiro Victor Luís de Salles Freire.

Sala das Sessões, em 14 de setembro de 1993

CANDIDO RODRIGUES NEUBER - PRESIDENTE

VICTOR LUÍS DE SALLES FREIRE - REDATOR-DESIGNADO

VISTO EM SESSÃO DE: 11 NOV 1994

FRANCISCO JOAQUIM DE SOUSA NETO - PROCURADOR DA FAZENDA NACIONAL

Participaram, ainda, do presente julgamento, os seguintes Conselheiros: José Roberto Moreira de Melo, Clóvis Armando Lemos Carneiro, Sonia Nacinovic e Rubens Machado da Silva (Suplente Convocado).

SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

PROCESSO Nº 10730/000.987/90-65

RECURSO Nº : 101.964

ACORDÃO Nº : 103-14.092

RECORRENTE: : REFRIGERANTES CAMPOS S/A

R E L A T Ó R I O

REFRIGERANTES CAMPOS S/A, fabricante de bebidas não alcoólicas, qualificada nos autos recorreu da Decisão nº 121, do Delegado da Receita Federal em Niterói/RJm que julgou procedente o lançamento constante do AI de fls. 01 a 08, no valor total de 7.920,11 BTNF, sendo 3.979,96 BTNF de IRPJ e os demais dos acréscimos legais pertinentes.

I - DO AUTO DE INFLAÇÃO (FLS. 01 a 08)

O AI foi lavrado em decorrência da glosa de valores indevidamente deduzida na apuração do lucro, no exercício de 1986, período-base 01.08.84 a 31.07.85, em razão da despesa relativa a distribuição de brindes , marca Kaiser e embalagens plásticas, a seus clientes, produtos que não fazem parte de sua linha de produção, constituindo-se apenas na atividade de comercialização. Os valores indevidamente deduzidos estão demonstrados às fls. 03.

O contribuinte foi cientificado em 30.03.90.

Fundamento legal: art. 157, 174, § 1º, 191, §§ 1º, 2º, 387, I, 676 III e 678, III, todos do RIR, aprovado pelo Decreto nº 85.450/80.

J.H.

II - DA IMPUGNAÇÃO (FLS. 18 a 23)

Em 25.04.90, apresentou impugnação tempestiva alegando que:

a) a despesa que não contrarie os dispositivos legais (Lei 4506/64, art. 47 § 1º, art. 191, § 1º RIR/80), tem o seu favor a presunção de serem necessárias e normais, e se estão registradas e a autoridade fiscal as impugna a esta cabe demonstrar que não são necessárias e normais;

b) "a despesa é dedutível para determinada empresa ainda que ocorra excepcional ou esporadicamente no curso dos seus negócios, desde que possa ser tida como usual ou normal no tipo de atividade que explora" - art. 47 § 2º e art. 191, § 2º. RIR/80;

c) que em seu ramo de negócio concede as seguintes espécies de desconto financeiros: tabelas de preços, e em produtos;

d) que tais despesas são uma forma de incrementar vendas, portanto legitimamente operacionais, necessárias à atividade da empresa e à manutenção da respectiva fonte produtora de rendementos;

e) o valor de Cz$ 73.550,48, exercício 86/85/Conta "Desconto a Revendedor" corresponde a "Descontos em Produtos";

f) o valor de Cz$ 1.603,94 - "Relações Públicas" e os valores de Cz$ 209,44 e Cz$ 20.467,95 - "Despesas com Propaganda", exercício 86/85, correspondem a bonificações em cerveja KAISER em embalagens plásticas aos pontos de venda, visando a divulgação e incrementos nas vendas;

g) que a fiscalização não levantou qualquer dúvida sobre a documentçaão que serviu de base ao registro contábil ou sobre o valor das despesas, não aceitando a dedução por entender que os brindes ofertados não fazem parte da linha de produção;

h) o PN/CST nº 15/76, admite a possibilidade de se levar à contra de despesas o vlor de mercadorias próprias ou adquiridas de terceiros, oferecido à título de promoção, desde que em valores módicos em relação à receita bruta da empresa.

Finaliza considerando a glosa como totalmente contrária ao entendimento consagrado no PN/CST nº 15/76 e requer o cancelamento da exigência.

III - DO PARECER FISCAL (FLS. 34/35)

O autor do feito opinou pela manutenção do mesmo, baseando-se nos seguintes argumentos:

1) "que a operação consistia no seguinte: o varejista, adquirindo certa quantidade de cerveja, recebia em forma de "brinde" outra quantidade acompanhada de embalagem. Havia emissão de nota fiscal com o destaque do imposto. O produto líquido era contabilizado na conta "Desconto a Revendedor" e a embalagem na conta "Despesa de Propaganda". O produto líquido também recebeu lançamentos nas contas "Relações Públicas" e "Despesas com Propaganda";

2) a empresa é fabricante de Coca-Cola e comercializa a cerveja KAISER, e somente em relação à cerveja é que os encargos foram impugnados. Trata-se de mera liberalidade a promoção dos produtos KAISER em forma de Desconto ou Propaganda, bem como a distribuição de embalagens plásticas a título de Despesas de Propaganda, constituindo-se em um artifício para evadir-se do pagamento de tributos;

3) O PN/CST nº 15/76 é inaplicável na hipótese, pois ali está preconizado que a distribuição de brindes, deverá corresponder a objetos de pequeno valor em índices moderados em relação à receita bruta, sendo encargos eventuais e normalmente em épocas comemorativas. Acórdão nº 101-78.421/89;

4) as operações forma realizadas em todos os meses do período-base, agosto de 1984 a julho de 1985.

IV - DA DECISÃO DA AUTORIDADE SINGULAR (37/38)

A autoridade singular indeferiu a impugnação julgando procedente totalmente o lançamento invocando que o PN/CST nº 15/76 no qual a defesa se lastreou:

a) que, no seu entender, os brindes são aqueles de diminuto ou nenhum valor comercial e que os produtos distribuídos à título de brindes possuem signficativo valor comercial;

b) que a diluição do valor dos produtos distribuídos em várias contas de forma injustificável evidencia a intenção de "transformar" uma quantia significativa em várias "moderadas";

c) que se admitida a pretensão da Impugnante, o mesmo dispêndio seria computado como custo e como despesa, acarretando indevida redução da base de cálculo do imposto.

A contribuinte foi cientificada da Decisão em .... 14.10.91, fls. 40.

V - DO RECURSO (FLS. 41)

Em 05.11.91, apresentou o recurso de fls. 41 a 47, onde inconformada com a Decisão da autoridade monocrática reafirma todos os pontos já apresentados na peça impugnatória pedindo provimento do recurso com a conseqüente reforma da Decisão.

É o relatório.

V O T O V E N C I D O

Conselheiro **CARLOS EMANUEL DOS SANTOS PAIVA**, Relator

O recurso é tempestivo, dele conheço.

É fato que a recorrente promoveu, em forma de brindes, a distribuição a seus clientes de produtos que comercializa, mas não fabrica, que importaram em dedução, como despesa operacional, sob as rubricas "Desconto a Revendedor", "Relações Públicas" e "Despesas com Propaganda", da importância de Cz$ 95.831,81, conforme demonstra a autuação às fls. 03 e admite a recorrente às fls. 45. Logo a ocorrência é incontroversa.

Resta, pois, examinar os argumentos da recorrente para assim proceder, a luz do diploma legal que rege a matéria, da jurisprudência deste Colegiado e dos costumes e práticas comerciais no seu ramo de atividade.

Esclarece-nos a recorrente que, no seu ramo de atividade concede duas espécies de descontos:

a) Descontos financeiros nas tabelas de preços; e

b) Deconstos em produtos, normalmente concedidos nos pedidos nos períodos de baixas vendas (inverno) como fator de aquecimento do mercado.

Decarto, de plano, qualquer consideração a respeito dos descontos financeiros, posto que os mesmos não estão em questão. Fixo-me no segundo.

Os produtos ofertados, a título de brindes, pela recorrente, são de sua linha de comercialização. Portanto, sem margem a dúvidas, faziam parte de seus estoques destinados à revenda

quando ela resolveu promovê-los comercialmente distribuindo-os por uma das formas por ela mesma indicada às fls. 45.

É lógico que, em se tratando de produtos destinados à revenda, foram os mesmos inicialmente contabilizados a débito de compras. Assim sendo, se o registro das despesas de propaganda, descontos em produtos e relações públicas não foi precedido do estorno do valor do estoque destinado à revenda, os dispêndios foi computado em dobro: uma vez como custo das mercadorias revendidas (e nesse caso já figurariam no valor de Cr$ 1.290.622.737, declarado às fls. 10-verso), outra vez como despesa operacional.

Aliás que essa hipótese parece admitir a recorrente ao deixar de atacar em seu recurso esse aspecto levantado pela autoridade monocrática. Entretanto, como tal fato não foi objeto da autuação deixo de considerá-lo.

A matéria está disciplinada no art. 191 do RIR, aprovado pelo Decreto nº 85.450, de 1980, que é uma norma geral e não exemplificativa ou muito menos taxativa. Isso implica em que provando a empresa que o gasto existiu e que era necessário, normal ou usual no seu tipo de atividade, não haveria porque ocorrer à glosa da despesas.

Não obstante a despesa tenha existido, creio que a Fiscalização trilhou caminho correto ao glosá-las com fulcro no art. 191 do RIR/80, posto que a empresa até aqui não conseguiu comprovar a necessidade, normalidade ou usualidade da despesa.

É fato que a muitos anos o Brasil apresenta uma demanda reprimida de cerveja o que deu azo a que uma infinidade de cervejas fabricadas em outros países, entrassem no mercado brasileiro para suprir essa demanda. Portanto, não consta que para vender cervejas haja necessidade de ofertálas como brindes ou descontos em produtos para incrementar vendas.

Não merece ser acolhido o argumento da empresa de que os descontos em produtos são normalmente concedidos nos períodos de baixa vendas (inverno), como fator de aquecimento do mercado.

Em Niterói/RJ não existe inverno capaz de afetar significativamente as vendas de cervejas e, mesmo que existisse-o que se admite só para argumentar -, teria a recorrente que provar, que as despesas ficaram adstritas ao período de maio a setembro, quando ocorre um arremedo de inverno naquela região.

Ao contrário, além de não produzir essa prova, que caso houvesse poderia ensejar considerações, pelo menos quanto a sua coincidência com o período menos quente naquela cidade, o autuante ainda nos informa, às fls. 35, que tais gastos eram rotineiros e não estavam identificados com qualquer épocas comemorativas ou promocionais da empresa.

Junte-se a isso o fato de que os gastos com promoção de produtos de revenda, representaram, no período-base 4,5% da receita de revenda de mercadorias (Cz$ 95.831,81 + Cr$ 2.126.171.450 x 1000 x 100), sendo:

- Cz$ 95.831,81 - valor da despesa glosada correspondente a produtos de revendas;

- Cz$ 2.126.171.450 - valor da receita da revenda de mercadorias declaradas, conforme fls. 10-verso;

- 1000 - fator de conversão para base em Cz$; e

- 100 - fator de transformação de decimal em percentual.

Não parece nem um pouco razoável e muito menos módica a destinação de 4,5% da receita bruta da revenda de produtos como brindes.

Tampouco aproveita a recorrente o entendimento da Administração Tributária consubstanciado no Parecer Normativo nº 15, de 1976, porque:

- o parecer admite a dedução de brindes em "certas fases do ano", normalmente por ocasião de festas tradicionais;

- segundo entendimento do parecer as despesas qualificadas como de propaganda correspondem a gastos estritamente de natureza publicitária, efetivamente realizadas com profissionais ou empresas especializadas;

- os brindes se destinam a promover a empresa e não necessariamente seus produtos, distinguindo-se, portanto das amostras, porém se a elas assemelhadas que sejam de diminuto ou nenhum valor comercial.

Como se vê não foi o caso das cervejas que a recorrente distribuiu com brindes o ano inteiro, contabilizando os dispêndios como "Despesas de Propaganda", "Relações Públicas" e Desconto a Revendedor".

Ante o exposto, e considerando tudo o mais que do processo consta, voto no sentido de negar provimento ao recurso.

Brasília (DF), em 14 de setembro de 1993

CARLOS EMANUEL DOS SANTOS PAIVA - RELATOR

V O T O V E N C E D O R

Conselheiro **VICTOR LUÍS DE SALLES FREIRE**, Redator-Designado

Impetrando a devida venia do I. Relator, do mesmo ouso dissentir.

É que verifico, em primeiro lugar, matéria em tudo e por tudo idêntica à da presente já haver merecido tratamento absolutamente diferenciando do proposto por S.Sª, na medida em que a Colenda 4ª Câmara, sendo Relator o I. Conselheiro Waldyr de Amorim deu integral provimento ao recurso, achando-se o acórdão nº 104-10.012, de 18 de novembro de 1992, assim ementado:

> "IRPJ - DESPESAS OPERACIONAIS - GLOSA - Não encontra amparo na legislação do imposto sobre a renda, pessoa jurídica, a glosa de quantias referentes a clientes e brindes.
>
> Com base no fato de referirem a produtos que não integram a linha de produção da autuação."

Por outro lado, outro acórdão também cairia como uma luva à espécie, qual seja o emanado da Colenda 5ª Câmara, publicado no Diário Oficial de 15 de junho de 1990 e Resenha Tributária, IR - Jurisprudência Administrativa 12.10, página 102, verbis:

> "DESCONTOS E BONIFICAÇÕES - Uma e outra forma de concessão de benefícios a clientes, visando o incremento das vendas e, conseqüentemente, dos lucros, se reconhecidamente vinculados às operações realizadas pelo contribuinte, subentendem-se no conceito de despesas operacionais a teor do art.. 191 do RIR/80."

Em verdade, com seu procedimento, promovendo a distribuição gratuita a seus clientes de cerveja da marca KAISER, que a fiscalização erroneamente identificou como "brindes", mas que, no fundo se tratavam de produtos, ainda que não de sua linha de produção, destinados a incrementar sua venda, nada mais fez do que realizar despesas nitidamente operacionais tendo em vista incrementar suas vendas, sua receita operacional, seu lucro tributá-

vel e, quiçá, seu imposto de renda a recolher. Procedimento absolutamente legítimo, que guarda relação com as melhores prática de comércio, de tal sorte que os dispêndios assim caracterizados não podem merecer glosa ou serem identificados como "mera liberalidade", desnecessária à mantença da fonte. De resto a assertiva de que a bonificação se fazia "com o objetivo de promover produto novo da linha de comercialização da Recorrente" não restou elidida pela Fiscalização e nem se disse que a promoção extravazou do indíce moderaro em relação à receita bruta da empresa, de sorte a configurar venda disfarçada.

Dou provimento ao recurso.

Brasília (DF), em 14 de setembro de 1993

VICTOR LUÍS DE SALLES FREIRE - REDATOR-DESIGNADO