

2.  
C  
C  
C  
PUBLICADO NO D. O. U.  
De 04 / 10 / 19 91  
Rubrica



2.  
C  
C  
C  
RECORRI DESTA DECISÃO  
RECURSO N.º 80.694/2020.067  
Em 27 de 06 de 1991  
Procurador Rep. da Faz. Nacional

MINISTÉRIO DA FAZENDA  
SEGUNDO CONSELHO DE CONTRIBUINTE

Processo N.º 10.480-000.739/87-17

MAPS

Sessão de 30 de março de 19 89

ACORDÃO N.º 202-02-339

Recurso n.º 80.694

Recorrente CERVEJARIA ANTARTICA NIGER S.A.

Recorrida DRF EM RIBEIRÃO PRETO - SP

IPI - Base de Cálculo. Despesas de promoção pagas por distribuidoras-adquirentes sob a forma de rateio, ainda que estabelecidas em percentual sobre o valor do preço de venda no varejo das mercadorias adquiridas. Não se configuram como despesas acessórias por caracterizado no caso, tratar-se de despesas de interesse das adquirentes e necessárias ao desenvolvimento de seus negócios. Recurso a que se dá provimento.

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos de recurso interposto por CERVEJARIA ANTARTICA NIGER S.A.

ACORDAM os Membros da Segunda Câmara do Segundo Conselho de Contribuintes, por maioria de votos, em dar provimento ao recurso. Vencidos os Conselheiros: ELIO ROTHE, que apresentou declaração de voto, e JOSÉ LOPES FERNANDES. Fez sustentação oral pela recorrente o Dr. NELSON DE AZEVEDO BRANCO.

Sala das Sessões, em 30 de março de 1989

HELVIO ESCOVADO BARCELLOS - PRESIDENTE

HELENA MARIA POJO DO REGO - RELATORA

OLEGÁRIO SILVEIRA V. DOS ANJOS - PROCURADOR-REPRESENTANTE DA FAZENDA NACIONAL

VISTA EM SESSÃO DE 14 JUN 1991

Participaram, ainda, do presente julgamento, os Conselheiros: OSVALDO TANCREDO DE OLIVEIRA, ALDE DA COSTA SANTOS JÚNIOR, OSCAR LUIS DE MORAIS e SEBASTIÃO BORGES TAQUARY. HN



MINISTÉRIO DA FAZENDA  
SEGUNDO CONSELHO DE CONTRIBUINTE

Processo N.º 10.840-000.739/87-17

Recurso n.º: 80.694

Acórdão n.º: 202-02.339

Recorrente: CERVEJARIA ANTARTICA NIGER S.A.

R E L A T Ó R I O

O AI de fls. 20 foi lavrado devido à empresa ter efetuado venda de produtos de sua fabricação (cerveja e chope) deixando de incluir na base de cálculo do IPI, valores cobrados de seus distribuidores a título de co-participação em despesas de propaganda, promoção e publicidade, no período entre jun/83 e dez/86. Tais valores constituiriam despesas acessórias, que, por exigência legal, deveriam ser incluídas no preço de operação de venda. Em consequência teria deixado de lançar e recolher o imposto de Cz\$. 14.943.725,67, acrescido de correção monetária, multa e juros de mora, totalizando o crédito tributário de Cz\$ 108.466.256,30.

Tempestivamente, a autuada se manifestou através da impugnação de fls. 23/33, alegando contra o lançamento que, dado o interesse comum que vincula a produtora e as distribuidoras na propaganda; promoção e publicidade dos produtos Antártica, estabeleceu-se uma co-participação nas despesas para isso necessárias, fixada em contrato-tipo que celebraram. Através desse contrato, teria ficado provado que essas distribuidoras têm a obrigação de custear parte desses gastos feitos pela produtora, em função do interesse nas vendas que são por elas realizadas, não havendo, portanto, como confundir-se essa participação com as despesas acessórias

- segue -

Processo nº 10.840-000.739/87-17

Acórdão nº 202-02.339

a que alude o art. 63, II, § 1º, do RIPI.

Aduz ainda que esse texto é incisivo ao estabelecer que o preço da operação compreende dois tipos de despesas: a principal, que é o preço do produto, e as acessórias, assim entendidos outros gastos necessários à realização da operação, os quais enumera como sendo juros, despesas com carga e descarga, e abatimentos, descontos, encargos com a utilização de portos, despacho, frete, carreto, transporte, seguro e outros, a eles, equiparados, sendo estas últimas excluídas do cálculo quando escrituradas separadamente e por espécie.

Afirma que as despesas acessórias que se incluem no preço da operação são apenas aquelas relativas à própria operação, não havendo como equiparar-se a tais despesa outros dispêndios feitos pelo comprador, não em razão da operação de venda e compra, mas em função do interesse na propaganda, na promoção e na publicidade do produto, cooperativamente efetuadas entre dois agentes autônomos; igualmente interessados na sua comercialização - produtora e distribuidoras.

Acrescenta que a licitude dos contratos de co-participação que celebrou com as distribuidoras foi reconhecida pela 3a. Câmara do 1º Conselho de Contribuintes, no julgamento do recurso nº 88.280 - IRPJ - Ex - 1983. Assegurando a dedutibilidade dessas despesas por parte da distribuidora do IR, entendimento que também teria sido acolhido pelo MM Juiz Federal da 1ª Vara Seção de SP, em decisão proferida no processo nº 6504434.

Em abono à tese que defende, cita os pareceres nor-  
-segue-

Processo nº 10.840-000.739/87-17

Acórdão nº 202-02.339

mativos CST nºs 253/70 e 32/84, os quais seriam claríssimos ao afirmar que são tributáveis despesas acessórias relativas à própria operação determinante da saída das mercadorias do estabelecimento produtor. Ou, em outras palavras, as despesas necessárias à operação de venda e compra, isto é, gastos sem os quais o produto não teria condições de sair do estabelecimento produtor, despesas que integram o valor tributável, porque vinculadas ao próprio produto, individualmente considerado, e, por isso, componentes do seu preço de venda.

Prossegue em seu raciocínio, afirmando que os preços dos produtos que fabrica são estabelecidos e controlados pelo Conselho Interministerial de Preços - CIP, que aprova o valor do produto a ser comercializado e fixa IPI a ser cobrado, sendo impossível com isso ter-se a contribuição das distribuidoras no custo da propaganda como despesa acessória; nos termos em que a legislação tributária a define, uma vez que, no caso, a propaganda se realiza cooperativamente entre a produtora e a rede de suas distribuidoras, ambas com interesses comuns na comercialização dos seus produtos, nada tendo a ver, portanto, com o preço do produto, base tributável do IPI. Constituem, antes, dispêndios das distribuidoras, que tanto podem realizar a propaganda diretamente como efetivá-la em cooperação com a produtora.

Complementa esse enfoque, enfatizando que o simples fato de haver-se contratualmente estabelêcido que essa participação é diretamente proporcional à receita que a distribuidora obtém com a distribuição dos produtos, determinada pelo fluxo das retiradas efetivamente realizadas na produtora e

-segue -

Processo nº 10.840-000.739/87-17

Acórdão nº 202-02.339

segundo as tabelas de venda aos varejistas, não pode caracterizar tais dispêndios como despesas acessórias, para os efeitos do IPI, simplesmente porque o valor das compras serve, in casu, apenas como parâmetro para mensurar a co-participação de cada distribuidora, como poderia ser qualquer outro. Essa proporcionabilidade à receita da distribuidora ocorre para que seja dada adequada proporção aos dispêndios, sem qualquer interferência na fixação de preços.

Assim, concluiu não ter que se falar em valor tributável, na espécie, por inoportunizar o fato gerador do IPI, pois, em verdade, a propaganda dos produtos Antártica dirige-se precipuamente ao consumidor e, se fosse válido o entendimento da fiscalização, estas despesas estariam vinculadas não à operação realizada entre produtora e distribuidora e sim, às operações posteriores, realizadas entre a distribuidora e os consumidores, arredando, desta forma, sua acessoriedade da operação principal sujeita, e apenas ela, à incidência do IPI. Como despesa, e porque, não é repassada ao consumidor, não integra o preço do produto, não constituindo, portanto, valor passível de tributação do IPI. Exatamente por ser alheia ao preço do produto, na forma em que é estabelecido pelo CIP, a co-participação das distribuidoras nas despesas de propaganda, promoção e publicidade dos produtos Antártica não constitui despesas acessórias, pela inexistência de previsão legal que a isso obrigue.

Encaminhado o processo à fiscalização, esta manifestou-se pela manutenção integral do feito, conforme informação de fls. 49/52, sob o argumento de que o acórdão trazido pela impugnação segue-

Processo nº 10.840-000.739/87-I7

Acórdão nº 202-02.339

nante diz respeito ao Imposto de Renda e não ao IPI e que o próprio relator desse aresto referiu-se ao pagamento das despesas de propaganda considerando-se como um sobrepço ajustado em ressarcimento de despesas promocionais do produto.

No tocante aos Pareceres Normativos invocados pela defesa em prol de sua argumentação, sustentam os autuantes que esses atos diriam exatamente o contrário do que foi demonstrado pela impugnante, vindo antes em abono à ação fiscal.

Afirma, ainda, que a legislação do IPI só exclui da tributação as despesas de transporte e seguro, as quais não se confundem com as de promoção, publicidade e propaganda.

Quanto à alegação de que os preços dos produtos são estabelecidos pelo CIP, entendem ser de praxe que as outras empresas, que também têm seus preços controlados por esse órgão, elaborem suas planilhas de custo, incluindo entre seus itens de custo ou despesa operacional os gastos com propaganda, promoção e publicidade, separadamente ou englobadas nas rubricas "Despesas com Vendas" ou "Despesas Administrativas", onerando seus custos e, conseqüentemente, os respectivos preços de venda que nada mais são do que o valor da operação, base de cálculo do IPI.

Para concluir, afirma que se à época em que foram celebrados os contratos de co-participação ou em qualquer época posterior, a interessada tivesse solicitado àquele órgão (CIP) revisão em sua "Planilha de Custos", todo gasto com propaganda estaria sendo repassado aos distribuidores, como já o está hoje, só que via preço de venda e não cobrado por fora, via recibo.

Processo nº 10.840-000.739/87-17

Acórdão nº 202-02.339

A decisão recorrida de fls. 53/59, depois de analisar os vários elementos e pronunciamentos constantes dos autos, emite as seguintes e principais razões de decidir:

- que não se encontra em discussão a dedutibilidade, ou não, das despesas de propaganda no âmbito do Imposto de Renda portanto, o fato de ser reconhecida uma determinada parcela como despesa dedutível não pode conduzir necessariamente ao raciocínio de que o seu valor deixe compor a base imponible de outro tributo, dada a autonomia que cada um possui, tornando-se, assim, irrelevantes "in casu" as decisões trazidas à colação pela empresa;

- que todas as despesas acessórias debitadas ao comprador ou destinatário, exceto as de transporte e seguro quando escrituradas em separado na nota fiscal, integram a base de cálculo do IPI, conseqüentemente, não há como subtraírem-se da tributação as parcelas cobradas indistintamente, do comprador, a título de rateio de despesas de propaganda, mediante um percentual fixo sobre o preço de venda dos produtos, porque o seu valor fica indiscutivelmente vinculado a esse preço de venda, de tal sorte que seria impossível dissociar-se tal custo montante da operação;

- que o fato de haver contrato de co-participação entre as partes não elide o cumprimento dessa obrigação, mesmo porque, em matéria tributária, é princípio incontroverso de que as convenções não podem ser opostas à Fazenda Pública;

- que não favorece à impugnante a alegada circunstância de serem os preços dos seus produtos "cipados", conforme fundamentado na informação fiscal de fls. 49/52.

Processo nº 10.840-000.739/87-17

Acórdão nº 202-02.339

Por essas e outras principais razões, acolhe a impugnação de sua tempestividade, para no mérito negar-lhe provimento mantendo a exigência fiscal, tal como, retratada no Auto de Infração de fls. 20.

Inconformada, apela tempestivamente a autuada para este Colêgiado, em extenso arrazoado, que resumimos.

Reitera que, em contrato de distribuição de bebidas, a recorrente confiou a comercialização dos seus produtos a empresas especializadas no ramo, mediante condições inequívocas, no sentido de prontamente assistir à sua freguesia.

Que, das estipulações contratuais, incumbe às distribuidoras a retirada dos produtos adquiridos diretamente na fábrica da produtora, ou onde for por esta indicado, contra pagamento à vista, segundo tabela estabelecida pelo CIP.

Com a finalidade de destacar o "interesse comum" transcreve cláusula do contrato, pela qual a produtora "promoverá", diretamente ou mediante terceiros, a criação e divulgação dos trabalhos de propaganda, publicidade e promoção de vendas dos produtos Antártica, em âmbito nacional, havendo, portanto, interesse comum das distribuidoras na realização desse programa.

Que, também, das estipulações do contrato, se verifica a adoção de um sistema de participação das distribuidoras nas despesas de propaganda, promoção e publicidade, programadas pela Antártica.

Processo nº 10.840-000.739/87-17

Acórdão nº 202-02.339

Nesse passo, protesta pela insinuada ocorrência de simulação, tendente a frustrar o pagamento do IPI.

Após tecer considerações históricas sobre as origens do atual IPI, conclui-se que só haverá incidência do citado imposto se do processo utilizado na operação resultar um produto industrializado. A contrário senso, só o produto industrializado é passível de incidência do IPI.

Invocando o art. 47 do CTN, diz que este determina que a base de cálculo do imposto "o valor da operação de que de correr a saída da mercadoria".

Já a Lei nº 4502/64, apenas manda acrescentar "todas as despesas acessórias ao destinatário ou comprador", definindo ser despesas acessórias "aquelas que dizem diretamente com o produto industrializado, individualmente considerado".

Dépois de discorrer detalhadamente sobre as despesas de propaganda, promoção e publicidade, dentro das características e peculiaridades do contrato, diz que ao admitir-se a participação das distribuidoras nas citadas despesas como despesas acessórias do IPI, somente pelo fato de serem elas recolhidas no momento em que é o produto vendido, estar-se-ia admitindo, para esse mesmo efeito, quaisquer outros pagamentos feitos pelas distribuidoras à produtora, na mesma ocasião, o que constitui evidente absurdo.

Que a despesa acessória passível de tributação do IPI é aquela e "somente aquela que diz com o próprio produto industrializado, no caso, cervejas, chopp e refrigerantes, indi

Processo nº 10.840-000.739/ 87-17

Acórdão nº 202-02.339

vidualmente considerado, cujo preço é estabelecido pelo CIP de forma detalhada, com a discriminação de todas as parcelas que o informam, desde a sua fabricação, até a venda a nível de consumidor final".

Finalmente, pede provimento ao recurso.

É o relatório.

Processo nº 10.840-000.739/87-17

Acórdão nº 202-02.339

VOTO DA CONSELHEIRA-RELATORA HELENA MARIA POJO DO REGO

A matéria já é conhecida deste Conselho. Por ocasião do Recurso nº 78.843, a 1a. Câmara decidiu, à unanimidade, pelo provimento do recurso, conforme Acórdão nº 201-64.504. Adoto, portanto, os fundamentos do Conselheiro-Relator Lino de Azevedo Mesquita, que transcrevo:

"A recorrente, ao conceder a distribuição de seus produtos a empresas especializadas no ramo, ajustou, mediante contrato escrito, que a empresa distribuidora se obrigava a adquirir da recorrente determinadas quantidades mínimas de seus produtos, pagando segundo tabela estabelecida pelo Conselho Interministerial de Preços - CIP.

Ainda, pelo contrato de distribuição, com vistas a conservar os consumidores existentes dos produtos da recorrente, a serem revendidos pela distribuidora, e mesmo a ampliá-los, foi avençado entre a recorrente e a distribuidora a participação de ambas as contratantes nas despesas de propaganda, promoção e publicidade dos produtos em questão.

Em face disso, ajustaram as partes que a participação da distribuidora seria diretamente proporcional à receita que viesse a obter com a distribuição dos produtos da recorrente, pelo que foi estipulado que a distribuidora contribuiria para as despesas de propaganda, promoção e publicidade, à base de 2% sobre o preço de tabela de venda pelos varejistas dos produtos - cerveja e chope - que adquirisse, pagável no momento e segundo as retiradas que fosse efetuando.

-segue-

Processo nº 10.840-000.739/87-17

Acórdão nº 202-02.339

Dessa forma o litígio cinge-se à indagação no sentido de se saber se os valores pagos pela adquirentes dos produtos da recorrente nas condições indicadas constituem-se em despesas acessórias à operação de vendas desses produtos e, pois, submetidas ao império da norma disposta no § 1º do art. 63 do RIPI aprovado pelo Decreto nº 87.981, de 23/12/82, verbis:

"Art. 63 Salvo disposição especial deste Regulamento, constitui valor tributável (Lei nº 4.502/64, art. 13),

.....  
 II - dos produtos nacionais o preço da operação de que decorrer o fato gerador.

§ 1º - No preço da operação referido nos incisos I, alínea "b"; e II, serão incluídas as despesas acessórias debitadas ao comprador ou destinatário, salvo as de transporte e seguro, quando escrituradas separadamente, por espécie, na Nota Fiscal, atendidas, ainda as seguintes normas".

Despesas acessórias, ainda que não sendo parte essencial da operação, a estabelecerem e dela fazem parte. Portanto, despesas acessórias são aquelas, e tão somente, necessárias à entrega do produto ao adquirente, sem a realização das quais o produto não teria condições de sair do estabelecimento do contribuinte.

Assim sendo, as verbas em tela, seriam decorrentes de operações do processo de venda do produto?

Ao nosso parecer não há como se entender que essas despesas decorrem de gastos de saída dos produtos do estabelecimento do fabricante. O fato delas terem como parâmetro o valor dos produtos, no comércio varejistas sobre as quantidades adquiri-  
 -segue-

Processo nº 10.840-000.739/87-17

Acórdão nº 202-02.339

das, não as caracterizam como despesas decorrentes do processo de venda do produto, pois a tal equivaleria equiparar-se os valores de alugueis recebidos de locatário que ocupasse em arrendamento i móvel de empresa industrial e deste houvesse adquirido produtos pa ra seu negócio de revenda e cujo aluguel houvesse sido ajustado em percentual do valor das vendas do locatário (prática hoje bastan te difundida).

Seriam, então, as verbas em questão despesas que ca-beriam ao fabricante do produto?

Desconheço norma legal que diga que as despesas de publicidade e promoção são somente de responsabilidade do fábric ante do produto.

De certo que o aumento das vendas proporciona lucro ao fabricante, mas sem dúvida também dele se beneficia o distri- buidor.

Ora, no caso, o vendedor dos produtos da recorrente de que cuidam os autos havia se comprometido a adquirir quantida- des determinadas. É óbvio que se não fosse executada publicidade dos produtos de que se trata, os distribuidores - vendedores das mesmas poder-se-iam ver em situação de não cumprirem o avençado, , sujeitando-se, dessa forma, à rescisão contratual apontada, mesmo ao encerramento, de suas atividades.

Como afirmei, sem dúvida que a publicidade além de atender ao desenvolvimento das vendas do distribuidor dos produ- tos atende também ao seu fabricante pela consolidação de sua mar- ca no mercado.

Processo n° 10.840-000.739/87-17

Acórdão n° 202-02.339

Em assim sendo, as despesas de publicidade e promoção de que tratam os autos inerentes, que às atividade do fabricante, que às do revendedor-distribuidor, como o decidiu à unanimidade de seus membros o Egrégio Primeiro Conselho de Contribuintes que reconheceu que as despesas de publicidade e promoção feita de forma institucional e rateadas proporcionalmente entre fabricantes e distribuidor, a parte paga pelo distribuidor-revendedor são despesas operacionais deste. Vale dizer, o Primeiro Conselho de Contribuintes reconheceu que essas despesas não são acessórias de venda, próprias do revendedor e necessárias à atividade dessas empresas.

E não se diga que para efeito do Imposto de Renda, considerar-se essas despesas como acessórias à venda ou como operacionais, o resultado final seria o mesmo. Essa afirmativa não tem apoio na lei do referido tributo. Fossem elas consideradas não operacionais a publicidade paga pelo distribuidor-revendedor seria glosada, vez que ela seria de responsabilidade do fabricante e o pagamento pelo revendedor uma liberalidade, além do que este ainda teria o custo de seus estoques (influenciados do lucro tributável) acrescido, por integrarem essas despesas, se considerados não operacionais, integrantes dos custos das mercadorias adquiridas.

Do processo resta provado que a publicidade em tela fora paga tanto pela recorrente, como pelas distribuidoras adquirentes das mercadorias, não ficanto evidenciado, ainda que por indícios, que essas despesas se constituíram em fatos simulados da operação.

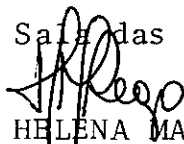
Processo nº 10.840-000.739/87=17

Acórdão nº 202-02.339

Por fim, é de se indagar: se as despesas de publicidade e promoção em questão, em razão de ajuste, ao invés de as adquirentes-distribuidoras entregarem as quantias, que lhe cabiam no rateio, diretamente à recorrente (que as escrituras em conta própria e individualizada) as entregassem, em pagamento, à empresa de publicidade que executa a publicidade conforme determinado pela recorrente, dir-se-ia que essas despesas eram acessórias da operação de venda? Mas parece óbvio que não haveria tal afirmação. Se assim é, qual a diferença econômica entre essas duas modalidades de as distribuidoras-adquirentes remunerarem publicidade e promoção que lhe interessa diretamente.

São essas, portanto, as razões que me levam a dar provimento ao recurso".

Sala das Sessões, em 30 de março de 1989



HELENA MARIA POJO DO REGO

## DECLARAÇÃO DE VOTO DO CONSELHEIRO ELIO ROTHE

A questão está em saber se as despesas de propaganda, promoção e publicidade compõem o valor tributável do IPI, como quer a autuação, ou se do mesmo devem ser excluídas como entende a recorrente.

O artigo 63, inciso II do RIPI/82 dispõe que, para os produtos nacionais, o valor tributável e o preço da operação de que decorrer o fato gerador do imposto, fato gerador esse que se verifica pela saída do produto do estabelecimento industrial ou equiparado (art. 29, II).

Ainda, o § 1º do mencionado artigo 63 estabelece que no preço da operação serão incluídas as despesas acessórias debitadas ao comprador, salvo as de transporte e seguro nas condições que estipula.

Portanto, para que as despesas de propaganda, promoção e publicidade sejam alcançadas pelo imposto é necessário que estejam compreendidas no preço da operação ou que se constituam em despesas acessórias debitadas ao comprador.

Com efeito, na formação do preço do produto, para fins de vendas, que passa pela aferição dos custos primário, industrial ou de produção e comercial, as despesas com propaganda se constituem em despesas comerciais que são apropriadas ao custo comercial, portanto, afinal, compondo o preço do produto.

Não se trata de nenhuma inovação na determinação do preço dos produtos, a qual se verifica a partir dos respectivos custos, o que pode ser constatado em qualquer literatura a respeito, como em "Contabilidade Industrial" de Armando Aloe e Franciso

Valle, Editora Atlas SA, 2ª edição, páginas 60 a 62, item 2.7 - Fases dos Custos, e, também, em "Introdução à Contabilidade" de Milton Augusto Walter, Editora Saraiva, Volume 2, páginas 86 a 88.

De conseguinte, as despesas de propaganda integrando o preço do produto, forçosamente, como consequência, estarão compondo, incluídas, o preço da operação relativamente aos produtos vendidos e, desse modo, constituindo valor tributável pelo IPI.

No caso concreto, a recorrente, por sua conveniência, dada a contratação levada a efeito com os distribuidores de seus produtos para a co-participação em tais despesas, adotou o sistema de cobrar as despesas com propaganda separadamente, mediante recibo, excluindo-a do preço da operação constante das notas fiscais.

Como vimos, no artigo 63, inciso II e § 1º do RIPI/82, o valor tributável do IPI é o preço da operação incluídas as despesas acessórias debitadas ao comprador.

Essa determinação de serem incluídas as despesas acessórias ao valor tributável existe justamente para alcançar casos como o presente, em que, por qualquer circunstância, despesas-custo fossem desmembradas do preço do produto (e do preço da operação) para serem cobradas em separado, porém, sem prejuízo do valor tributável.

Não fosse essa providência da lei, estaria aberto o caminho para que qualquer parcela do preço de venda, e, conseqüentemente, do preço da operação, fosse destacada do preço e cobrada em separado do comprador, desse modo excluindo-a do valor tributável e do imposto.

Por conseguinte, no caso, como o contribuinte preferiu receber em separado as suas despesas de propaganda, mediante recibo

a sua inclusão no valor tributável se faz como despesas acessórias.

Por outro lado, os recebimentos dessas importâncias, calculadas pelo percentual de 2% sobre os seus produtos vendidos e saídos do estabelecimento industrial ou equiparado para distribuidores, apesar de recebidas para cobertura de futuros pagamentos com despesas de propaganda, constituem autênticas receitas porque provenientes das atividades que constituem seu objeto social - produção e venda de bebidas - portanto decorrentes das vendas de seus produtos, não havendo qualquer dispositivo legal que exclua tais valores da incidência do imposto.

É de se ressaltar que o contrato de co-participação das despesas de propaganda não apresenta nenhum inconveniente legal quanto à legislação do IPI, devendo, porém, suas parcelas compor o valor tributável, como visto.

O Acórdão nº 103-06.267, da Terceira Câmara do Primeiro Conselho de Contribuintes, tendo como recorrente Sampaio e Barreto Ltda., empresa distribuidora da recorrente, em nada a beneficia eis que se trata de despesas de propaganda pagas e contabilizadas por aquela empresa, enquanto que neste processo se cuida de recebimento (receitas) da recorrente.

Quanto à sentença em anexo, ela diz respeito à dedução de despesas de propaganda com vistas à exigência de Imposto de Renda, o que não é o caso em pauta.

No que respeita aos pareceres normativo e CST/SIPE, invocados pela recorrente, o entendimento aqui exposto não discrepa dos mesmos, eis que tais despesas de propaganda compõem o preço de venda e, conseqüentemente, o preço da operação, portanto, sendo despesas relativas às próprias operações.

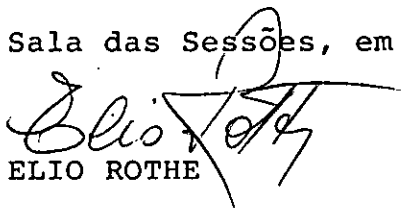
Também, quanto ao fato das bebidas terem seus preços determinados pelo CIP, nenhuma interferência tem quanto ao valor tributável do IPI que é objeto de determinação legal, sendo certo que esse órgão não foi informado quanto à existência de tais despesas, como se verifica dos elementos formadores do preço, apresentados pela recorrente, que não elenca despesas de propaganda, nem pode ser considerada incluída no "líquido" porque cobrada em separado, mediante recibo.

Por fim, deve ser destacado que o próprio RIPI/82, em seu artigo 64, § único, inciso II, dispõe que o valor tributável deve ser composto, entre outros, do custo de publicidade, dispositivo esse aplicável na hipótese de arbitramento do valor tributável por impossibilidade de apuração dos preços (art. 69 § 2º do RIPI/82), bem como em casos do artigo 64, inciso II, e do artigo 68, § 6º, do mesmo RIPI.

Assim, o RIPI/82, no referido dispositivo, vem confirmar que as despesas (custos) de propaganda (publicidade) compõem o valor tributável do IPI, eis que o valor tributável arbitrado pelo somatório dos elementos nele discriminados, visa justamente obter o valor tributável-preço da operação.

Pelo exposto, deve ser mantida a decisão recorrida e nego provimento ao recurso voluntário.

Sala das Sessões, em 30 de março de 1989.

  
ELIO ROTHE