



PAINEL INCENTIVOS FISCAIS

8º Meeting de Responsabilidade Social

Setembro/2009



OBJETIVOS DO PAINEL

1. Apresentar as principais leis de incentivo fiscal e sua forma prática de utilização pelas empresas
2. Comentar as principais certificações e seus benefícios fiscais para o Terceiro Setor
3. Entender as maiores dificuldades na utilização dos incentivos fiscais nas áreas cultural, esportiva e social
- 4. Utilizar os incentivos fiscais de forma eficiente**



INCENTIVOS FISCAIS

- Tem **grande burocracia** envolvida no processo
- Historicamente as **renúncias fiscais tem ficado bem abaixo do teto anual aprovado**
- Os projetos culturais **podem captar incentivos fiscais das diversas leis de incentivo fiscal simultaneamente**
- Todos os patrocínios, doações e investimentos **devem ter um contrato**
- Projetos aprovados pela “Lei Rouanet” necessitam de acompanhamento de **Auditoria Externa Independente**
- A Lei Rouanet e do ICMS RJ possibilita patrocínios de projetos de **espetáculos estrangeiros** apresentados no Brasil



INCENTIVOS FISCAIS

- **Não podem** apoiar / doar para projetos culturais e sociais com recursos dos incentivos fiscais do Imposto de Renda:
 - **Microempresas** e empresas de pequeno porte optantes pelo **Simple Nacional**
 - **Empresas** com regime de tributação baseado no **lucro presumido ou arbitrado**
 - Doador ou patrocinador vinculado à pessoa, instituição ou empresa titular da proposta, **exceto**, quando se tratar de **instituição sem fins lucrativos, criada pelo incentivador**
- **Somente as empresas optantes pelo regime do Lucro Real podem optar pela faculdade dos incentivos fiscais do Imposto de Renda dentro do ano calendário**



INCENTIVOS FISCAIS PARA INICIATIVAS DE INTERESSE PÚBLICO

Nova abordagem jurista Eduardo Szazi (GIFE)

➤ **Incentivos de Primeira Geração:**

✓ Beneficia de forma mais direta ao contribuinte e apenas indiretamente a sociedade (modelo atual)

➤ **Incentivos de Segunda Geração:**

✓ O valor que o contribuinte deixa de pagar como tributo é canalizado a uma finalidade de interesse público, sendo apropriado por terceiro (organização da sociedade civil ou fundo público) para o desenvolvimento de ações e projetos em prol da coletividade

✓ Cumprir dois papéis importantes: **alavancar recursos** e de **mobilização social** com o propósito de estimular investidores sociais privados (indivíduos e empresas) a se envolverem nas causas da política pública incentivada



LEIS FEDERAIS DE INCENTIVO FISCAL

- **CULTURA**

- ✓ Lei Rouanet
- ✓ Lei do Audiovisual

- **SOCIAL**

- ✓ Fundo para Infância e do Adolescente (FIA)
- ✓ Doação OSCIP- Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público
- ✓ Doação para Entidades de Ensino e Pesquisa

- **ESPORTE**

- ✓ Lei Federal e FIA Federal



LEIS DE INCENTIVO FISCAL

- **ESTADUAL**

- ✓ **ICMS** – Cultura e Esporte

- ✓ Fundo para Infância e do Adolescente (**FIA**) - Social

- **MUNICIPAL**

- ✓ **ISS, IPTU e ITBI** – Cultura

- ✓ Fundo para Infância e do Adolescente (**FIA**) - Social



DIVERSAS ALTERNATIVAS CULTURA – SOCIAL - ESPORTE

- Dança, circo, e implantação de Centros Culturais
- Música popular e erudita, artes plásticas e gráficas e gravuras
- Cultura popular, eventos carnavalescos e escolas de samba
- Patrimônio cultural material e imaterial (museu, acervo, etc), artesanato,
- Audiovisual (curta, média e longa metragem, festivais nacionais, oficinas, programas de rádio e TV, sites, telefilme, obra seriada, etc)



DIVERSAS ALTERNATIVAS CULTURA – SOCIAL - ESPORTE

- Artes cênicas, preservação do patrimônio cultural, livros de valor artístico, literário e humanístico, exposição de artes visuais e música erudita e instrumental
- Doação de acervo para bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos, cinemateca, treinamento de pessoal e equipamentos para manutenção desses acervos
- Projeto Desportivo (Educacional, Participação e Rendimento)
- Infra-Estrutura Esportiva (Construção de quadras de esportes, ginásios, piscinas, pistas de atletismo, estádios, etc.)



DIVERSAS ALTERNATIVAS CULTURA – SOCIAL - ESPORTE

- Cinema comunitário fixo ou itinerante
- Documentários com temas ligados ao social e meio ambiente
- Construção de salas de cinema em municípios com menos de 100 mil habitantes
- Filmes educativos
- Programas que visam a erradicação do trabalho infantil, proteção do trabalhador adolescente, programas e projetos esportivos, profissionalização de jovens e a orientação e apoio sócio familiar



PESQUISA IBGE 2005

- **Dados da cultura no Brasil**

- Apenas **13%** dos brasileiros vão ao **cinema**
- **92%** nunca entraram num **museu**
- **93,4%** jamais foram a alguma **exposição de arte**
- **80%** nunca assistiram um **espetáculo de dança**
- Mais de **90%** dos municípios não possuem **sala de cinema, teatro, museu e espaços culturais multiuso**
- Cerca de **600 municípios** nunca tiveram **biblioteca**
- O brasileiro **lê em média 1,8 livros** per capita ano (França 7)



PRINCIPAIS MOTIVOS DA BAIXA UTILIZAÇÃO DAS LEIS DE INCENTIVO PELAS EMPRESAS

**PESQUISAS DE AÇÃO SOCIAL
E
CULTURA**



PESQUISA DE AÇÃO SOCIAL FIESP / CIESP - 2003

- **Dedução de doações para entidades sem fins lucrativos reconhecidas com de utilidade pública:**
 - 11,6% fazem a dedução
 - 40,7% não usa, mas conhece os incentivos
 - **38,7% não usa e não conhece os incentivos**
- **Dedução de doações aos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente:**
 - 11,4% fazem a dedução
 - 46,3% não usa, mas conhece os incentivos
 - **42,3% não usa e não conhece os incentivos**



PESQUISA DE AÇÃO SOCIAL FIESP / CIESP - 2003

- **Dedução para doações/patrocínios a projetos culturais:**

- 8,5% fazem a dedução
- 55,8% não usa, mas conhece os incentivos
- **35,7% não usa e não conhece**

- **Dedução para investimentos na produção audiovisual:**

- 2,3% fazem a dedução
- 48,7% não usa, mas conhece os incentivos
- **49,0% não usa e não conhece**

* Responderam o questionário 543 indústrias (11,1% do cadastro da Fiesp/Ciesp - 4.909 empresas)



PESQUISA DE AÇÃO SOCIAL IPEA 2002

- **Incentivos Fiscais / Federal :**

- **Não utilizaram:**

- 74% das empresas**

- 71% das empresas grandes

- 79% das empresas médias

- Utilizaram apenas 8% das empresas (17% das grandes empresas)

- **Incentivos Fiscais/Estaduais e Municipais:**

- **Não utilizaram:**

- 78% das empresas**

- Utilizaram apenas 4% das empresas



PESQUISA DE AÇÃO SOCIAL IPEA 2002

- **Principais motivos da não-utilização de incentivos fiscais:**

33% - valor de incentivo pequeno

24% - Ação social fora da legislação

18% - Desconhecimento

6% - Não tinha imposto a pagar

- **Somente 8% das empresas fizeram uso do Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente**

* Realizada pelo IPEA na Região Sudeste abrangendo 1.752 empresas desde micro até as de grande porte (1% apenas)



PESQUISA DE AÇÃO SOCIAL IPEA 2006

- O investimento social privado é pouco influenciado pela política de benefícios tributários – **apenas 2% (6% em 2000) das empresas que atuaram no social fizeram uso dos incentivos fiscais**
- **Motivos pelo não uso do incentivo fiscal:**
 - ✓ **40% - Valor o incentivo era pequeno**
 - ✓ **16% - Ações permitidas não se aplicavam**
 - ✓ **15% - não sabiam da existência dos incentivos**
- **O que dificulta ou impede o desenvolvimento das ações sociais?**
 - ✓ **62% - falta de recursos financeiros**
 - ✓ **11% - falta de incentivos**



PESQUISA DE AÇÃO SOCIAL GIFE 2004

- Base de dados da Receita Federal / DIPJ – **Ex.2000**
- Resultados apurados pelo consultor Eduardo Szazi:
 - **As empresas tributadas pelo lucro real representam 6,71% das que declaram concentrando 78% da receita**
 - As áreas beneficiadas com as doações das empresas:
 - 47% destinou recursos para ONG's
 - 31% para Lei Rouanet**
 - 12% para o Fundo da Criança e do Adolescente**
 - 6% para atividades audiovisuais**
 - 4% para instituições de ensino e pesquisa
 - Apenas **5,41%** das empresas usaram o incentivo em relação ao potencial doador

PESQUISA DE AÇÃO SOCIAL GIFE 2008

- Base de dados da Receita Federal / DIPJ – **Ex.2003**
- Resultados apurados pelo consultor Eduardo Szazi:
 - **O uso do incentivo fiscal do FIA subiu de 5,85% em 2000 para 16,05% em 2003, ano em que deixaram de ser aplicados R\$ 188,55 milhões em relação ao potencial de abatimento**

Beneficiário da doação	Atividade do Doador	Frequência de registros na DIPJ	Abatimento do IRPJ R\$ milhões	Potencial de abatimento R\$ milhões
Criança e Adolescente	PJ em Geral	804	24,20	173,68
	Financeiras	25	11,35	43,31
	Seguradoras	10	0,50	7,81
	Total	839	36,05	224,80



PESQUISAS DE AÇÃO SOCIAL

GRUPO + UNIDOS / USA - 2008

- A sua organização utiliza os incentivos fiscais em suas ações de **Investimento Social Privado (ISP)**

- **Não : 55%**

- **Sim: 45%**

* Responderam o questionário 46 empresas multinacionais e 13 institutos / fundações americanas estabelecidas no Brasil das 104 que integram o Grupo de Responsabilidade Social da Embaixada Americana.

MINISTÉRIO DOS ESPORTES / 2008

- Da renúncia fiscal aprovada de R\$ 400 milhões somente foi captado o valor de R\$ 80 milhões **(20% do total)**



PESQUISAS DE AÇÃO SOCIAL

2008

MINISTÉRIO DA CULTURA

- **Apenas 5%** das 400 mil empresas que podem investir optam pela **Lei Rouanet**

FIRJAN

- Número de empresas que conhecem e utilizam os incentivos previstos na Lei 8.060/90 (**FIA**):
 - ✓ **92,31%** das empresas conhecem
 - ✓ **46,15%** a utilizam
 - ✓ **7,69%** não conhecem



PESQUISAS DE AÇÃO SOCIAL 2008

CEDCA – RIO DE JANEIRO

- Potencial de doação de Pessoa Física é de R\$ 110 milhões e da **Pessoa Jurídica de R\$ 270 milhões**
- Ao todo existe um total de **R\$ 380 milhões** que poderia ser investidos no **FIA** do Estado (dados de 2008)
- Evolução histórica da captação (R\$/ mil):

Ano	RJ	SP
2004	1.753,3	3.819,8
2005	586,7	10.468,4
2006	138,4	17.177,8
2007	332,8	39.079,7



PESQUISA DE AÇÃO SOCIAL

IRES – Instituto ADVB /2004

- A organização é a favor da **criação de lei de incentivo** fiscal para as empresas que investem em **projetos sociais**:

- Não : 4%

- **Sim: 96%**

* Responderam o questionário 2.030 empresas-alvo (48,4% do total de 4.195 empresas)



PRINCIPAIS MOTIVOS DA BAIXA UTILIZAÇÃO DAS LEIS DE INCENTIVO PELAS EMPRESAS

- **Burocracia** que envolve a concessão do incentivo
- **Desconhecimento das leis** de incentivo e seus **potenciais usos** em projetos culturais, esportivos e ações sociais
- **Diversidade de leis**, percentuais, bases de cálculo e de efeitos contábeis e fiscais
- **Falta de articulação** das áreas das empresas: marketing, fiscal, logística, orçamento, compras, recursos humanos, finanças, comunicação, meio ambiente e social
- Alternativas de patrocínios, doações e investimentos **fora da lógica empresarial**



UTILIZAÇÃO EFICIENTE DOS INCENTIVOS FISCAIS PELAS EMPRESAS

- **GESTÃO DOS INCENTIVOS FISCAIS**
- **VISÃO HOLÍSTICA**
- **POLÍTICA DE PATROCÍNIOS (CULTURA, ESPORTE E SOCIAL)**
- **COMITÊ DE INCENTIVO FISCAL**
- **LEVANTAMENTO DOS INCENTIVOS POTENCIAIS**
- **PLANEJAMENTO FINANCEIRO DOS DESEMBOLSOS**
- **IDENTIFICAÇÃO E SELEÇÃO DOS PROJETOS**
- **PROJETOS SOB MEDIDA**
- **PARCERIAS ESTRATÉGICAS**



UTILIZAÇÃO EFICIENTE DOS INCENTIVOS FISCAIS PELO TERCEIRO SETOR

- **GESTÃO**
- **PROFISSIONALIZAÇÃO**
- **LEVANTAMENTO DOS INCENTIVOS POTENCIAIS**
- **ENQUADRAMENTO EFICAZ DOS PROJETOS**
- **PLANEJAMENTO FINANCEIRO**
- **EFICIÊNCIA NA CAPTAÇÃO DE RECURSOS**
- **ESTRATÉGIAS DE ABORDAGEM E NEGOCIAÇÃO**
- **FIDELIZAÇÃO DE DOADORES E PATROCINADORES**
- **COMUNICAÇÃO E MARKETING**



OBRIGADO!

Luiz Fernando Rodrigues
Coordenador de Responsabilidade Social
Ipiranga (IPP)

Tel. (21) 2574-5517
Luiz.Rodrigues@ipiranga.com.br