

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAIS**

NATHALIA BLEY BALBINOT¹

**INVESTIMENTOS SOCIOAMBIENTAIS NAS EMPRESAS: UM
ENFOQUE CONTÁBIL-GERENCIAL.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Msc. Nicolau Schwez.

**PORTO ALEGRE
2010**

¹ Formanda do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

RESUMO

A economia de mercado com sua acirrada concorrência, o advento de entidades de proteção ao consumidor, o aumento da dedicação da mídia às questões empresariais e o conseqüente amadurecimento e conscientização dos consumidores em relação a seus direitos, o aumento da fiscalização governamental, a postura crítica e questionadora da sociedade relativa às empresas e aos produtos, entre outros fatores, induziram as empresas à reavaliação de seus conceitos e da qualidade de suas relações. (DAINEZE, 2002)

Os investimentos socioambientais tornam-se cada vez mais numerosos e importantes nas companhias. Tais investimentos e sua conseqüente evidenciação contábil conferem credibilidade às empresas frente a fornecedores, financiadores, investidores e clientes. Além dos ganhos gerenciais e de imagem, ao investir recursos em projetos de ação socioambiental, as empresas podem beneficiar-se das deduções fiscais das leis de incentivos para a inclusão social.

Considerando essa nova realidade, esse artigo tem como objetivo, de forma sucinta e sem esgotar o assunto, encontrar razões práticas, do ponto de vista contábil-gerencial, para que as empresas redirecionem seus investimentos a fim de atenderem às necessidades socioambientais. Serão abordados aspectos como: as expectativas dos *stakeholders*; a necessidade da sustentabilidade na gestão dos negócios; aspectos escriturais da chamada contabilidade ambiental; além do impacto da utilização dos benefícios fiscais nas demonstrações financeiras.

Palavras-chaves: Investimentos socioambientais. Contabilidade ambiental. Leis de incentivo social.

1 APRESENTAÇÃO

A importância da contabilização dos fatos ligados às ações socioambientais das empresas remonta ao objetivo maior da contabilidade: a informação. Iudícibus (2000) afirma que a evidenciação ou *disclosure* é um capítulo especial na Teoria da Contabilidade e que está ligada aos objetivos da Contabilidade por garantir informações diferenciadas para os diversos tipos de usuários dessa informação. Além disso, ele lembra que a evidenciação se refere ao conjunto das demonstrações contábeis.

Para o supracitado autor:

Não se trata de uma convenção, mas, como admitem alguns autores, de um capítulo especial da teoria da Contabilidade. Na verdade, o *disclosure* está ligado aos objetivos da contabilidade, ao garantir informações diferenciadas para os vários tipos de usuário. (IUDÍCIBUS, 2000, p.116)

[...]toda informação precisa ser, ao mesmo tempo, adequada, justa e plena, pelo menos no que se refere ao detalhe que está sendo evidenciado. (IUDÍCIBUS, 2000, p.117)

[...]não há dúvidas de que certos itens de despesa [...] mereceriam uma explicação melhor[...]Uma variante desta abordagem é a chamada Contabilidade Social que consiste em ampliar a evidenciação contábil para incluir informações sobre níveis de emprego da entidade, tipos de treinamento, demonstração de valor adicionado, etc. Outra ramificação importante é a Contabilidade Ecológica.”(IUDÍCIBUS, 2000, p.26)

Ainda a respeito da importância da informação, reforça Crepaldi (2008, p.5):

É importante ressaltar que as informações são importantes na medida em que os gestores consigam identificar tanto as oportunidades quanto as ameaças que o ambiente oferece às empresas. O desafio da contabilidade gerencial é contribuir para o aperfeiçoamento da interpretação desse ambiente empresarial. Esse desafio passa pelo processo de coleta de dados, mensuração, interpretação e culmina no processo de informação.

Paradoxalmente, Ferreira, Siqueira e Gomes (2009, p.45) afirmam: “poucas empresas no Brasil têm a preocupação de evidenciar o passivo e os investimentos em meio ambiente nos relatórios contábeis e/ou no balanço social”.

Demonstrada a importância da evidenciação contábil dos aspectos ambientais e sociais, faz-se necessário elencar o que diz a bibliografia a respeito da temática socioambiental nas empresas.

Há pouco tempo, consumidores, comunidade e colaboradores eram considerados elementos pouco significativos no desenvolvimento e atuação das companhias no mercado. Aos poucos esse cenário foi sofrendo modificações e esse lado do capitalismo foi se

transformando. Empresas tiveram que se adaptar; consumidores, acionistas e comunidade passaram a exercer forte influência em toda essa mudança. (RODRIGUES, 2009)

Ainda conforme Rodrigues (2009), atualmente, os acionistas exercem a referida influência ao se recusarem a investir em empresas e setores que causam danos a qualquer das partes interessadas da empresa.

Os investidores acima citados encontram suporte no que diz Srour apud Daineze (2002, p.10):

a estreiteza de horizontes pode custar caro às empresas que, num ambiente competitivo, se comportam como se fossem empreendimentos piratas, apenas movidos por uma visão imediatista. Porque, enquanto houver um mercado aberto e um ambiente político liberal, as empresas ficam sob o fogo cerrado da vigilância da sociedade civil.

A respeito da questão ambiental, Motta enfatiza:

Crescimento econômico e preservação ambiental são freqüentemente considerados objetivos antagônicos. [...]No entanto a questão ambiental não deve ser necessariamente entendida dentro dessa contradição.[...] Esta alternativa tem sido denominada desenvolvimento sustentável. (MOTTA, 2005, p.5)

2 IMPLICAÇÕES GERENCIAIS DOS INVESTIMENTOS SOCIOAMBIENTAIS

2.1 EXPECTATIVAS DOS *STAKEHOLDERS*: O QUE PENSAM INVESTIDORES, COLABORADORES E A COMUNIDADE

O grupo de *Stakeholders* denominado “proprietários”, de acordo com Atkinson *et. al.*(2000, p.568), proporcionam a fonte primária de capital para a empresa e, portanto, esperam retorno sobre o risco que assumiram.

Em entrevista à Ana Clara Costa (2009), Fábio Barbosa afirma: "Cada vez mais o mercado busca formas de mostrar que ser sustentável também significa ser rentável. E esse é um caminho sem volta”.

O mercado investidor observa curiosamente as companhias abertas que investem em sustentabilidade empresarial, ambiental e social. Os investidores buscam saber o que há de tão sustentável nessas empresas e por que merecem seus investimentos. (COSTA, 2009)

Conforme a mesma autora, para o mercado, investir em tais empresas é uma maneira, “ainda que egoísta, de amenizar o sentimento de culpa pela progressiva deterioração do planeta, pelas diferenças sociais e pelos demais males que assolam a humanidade”.

Ultimamente, segundo Scavone (2006), parte significativa dos acionistas crê que esse tipo de investimento significa apostar na competência e nos valores da empresa e participar de um movimento econômico com repercussões ambientais, sociais, globais. Esses investidores não têm dúvida da necessidade de adquirirem papéis de corporações que demonstram governança corporativa, ética, responsabilidade social. Afinal, investimentos de longo prazo exigem visão de futuro e a longevidade de uma companhia de capital aberto está intimamente atrelada a bases sólidas de confiança para com acionistas e para com a sociedade.

Ferreira, Siqueira e Gomes (2009, p.152) reforçam essa idéia: “internamente às empresas, os administradores começam a entender que a transparência reduz o custo do capital, é uma boa oportunidade de acesso a mercados internacionais e demonstra maior planejamento pela expansão do horizonte decisorial.”

Pensando no futuro, os proprietários encontram sustentação no fato de que uma empresa que respeita o meio ambiente não irá, no futuro, ser surpreendida por uma multa que comprometerá seus resultados e aquela que se preocupa com a comunidade terá sempre o respeito dos consumidores garantido e, portanto, venderá mais. (SCAVONE, 2006)

“Além disso, a postura socialmente responsável **contribui para melhorar e valorizar a imagem de marca** das empresas e, do outro lado da linha, traz resultados positivos para os empresários e retorno aos acionistas. Enfim, o ciclo todo se beneficia”. (RIBEIRO, 2008, grifo nosso)

Para a pesquisa IPEA a visão dos empresários brasileiros vai além do enfoque econômico, “a atuação privada na área social traz ganhos para todos, tanto para os próprios promotores da ação quanto para os beneficiários”. (DISOC – IPEA, 2006, P.29)

O grupo de *Stakeholders* denominado “comunidade” – conforme descreve Atkinson *et al.*(2000,p.570) – é que permite às empresas negociarem com demais elementos de sucesso operacional. Além de exigir que a empresa não viole as leis, espera que elas contribuam para com a sociedade e exerçam atividades de proteção ambiental.

Dentro desse grupo, mais da metade das pessoas concorda que a empresa deva ir além do seu papel econômico tradicional, como pagar impostos e gerar empregos, para esses cidadãos é papel do empresariado contribuir ativamente com a construção de uma sociedade melhor. (IPEA, 2008)

A pesquisa IPEA (2008) afirma que 77% dos brasileiros se interessam em saber de que forma as empresas procuram ser socialmente responsáveis. E o dado que mais evidencia a

importância do tema, é que 75% dos brasileiros tem consciência a respeito do próprio poder de influenciar o comportamento das empresas. (IPEA, 2008)

Para Atkinson *et. al.*(2000) os funcionários constituem o mais importante recurso utilizado pela empresa para criar produtos para seus clientes. Eles trabalham em nome dos proprietários e são responsáveis pelo planejamento, implementação e execução das decisões projetadas a fim de alcançar os objetivos dos proprietários. Para atingir tais metas, muitas empresas avaliam a satisfação do funcionário diretamente, apurando votos, ou indiretamente, avaliando o retorno deles, porque sentem que **a satisfação do funcionário tem efeito crucial em sua eficácia** e, em última instância no **sucesso do alcance dos objetivos primários da empresa**.

Dentro das empresas é possível observar significativo benefício através da conscientização dos colaboradores: estudo realizado por André L.Bufoni; Aracéli C.de S.Ferreira e Luiz F. L. Legey por meio da análise de 878 balanços sociais divulgados pelas empresas nos anos de 2001 e 2005, evidencia uma relação positiva entre a capacitação socioambiental do corpo funcional e a produção. (FERREIRA, SIQUEIRA e GOMES, 2009)

Os autores citados no parágrafo anterior resumem bem os reflexos dos gastos efetuados em programas sociais nos diferentes grupos de *stakeholders*:

Os fornecedores e os investidores podem obter informações de como a empresa encara suas responsabilidades quanto a seus recursos humanos, o que é um bom indicador da sua administração. Atualmente os grandes investidores internacionais, ao analisarem oportunidades de novos negócios, procuram avaliar a imagem da empresa segundo seu apoio ao governo no encaminhamento de soluções nacionais. Para os consumidores, dá uma idéia da mentalidade dos dirigentes da companhia, o que pode ser associado à qualidade do produto ou serviço que a empresa oferece. (FERREIRA, SIQUEIRA e GOMES, 2009, p.44)

2.2 CONTINUIDADE DAS ORGANIZAÇÕES: NECESSIDADE DE ENFOCAR A SUSTENTABILIDADE

Segundo Marina do Amaral Daineze (2002), uma pesquisa realizada pela Harvard University, ao longo de onze anos, atestou que as companhias voltadas aos *stakeholders* – no sentido amplo - geram entre quatro a oito vezes mais postos de trabalho do que aquelas que ocupam-se em satisfazer exclusivamente aos acionistas. Ou seja, elas crescem mais.

Montana e Charnov (2001, p.34-35) apontam argumentos teóricos e práticos em favor da responsabilidade social:

Argumentos Teóricos a Favor da Responsabilidade Social

1. É do interesse das empresas melhorar a comunidade na qual estão localizadas e onde fazem seus negócios. Melhorias na comunidade implicam benefícios à empresa.
2. Programas sociais podem impedir que pequenos problemas se tornem grandes, o que trará benefícios tanto para a sociedade como para a empresa.
3. Ser socialmente responsável é a coisa ética ou “correta” a se fazer.
4. Demonstrar sensibilidade com relação a assuntos sociais ajudará a impedir a intervenção do governo nas empresas.

Argumentos Práticos a Favor da Responsabilidade Social

1. Ações que demonstram sensibilidade social podem, na verdade, ser lucrativas para a empresa.
2. Ser socialmente responsável melhora a imagem pública da empresa.
3. Se a empresa não for socialmente responsável por conta própria, a opinião pública ou o governo exigirão que ela seja.
4. Pode ser bom para os acionistas, já que tais ações merecerão a aprovação pública, farão com que a empresa seja vista por analistas financeiros profissionais como pouco propensa a críticas sociais e aumentarão a cotação na bolsa de valores.

O balanço social, por exemplo, de acordo com Ferreira, Siqueira e Gomes (2009), pode ser utilizado pelos trabalhadores – parte essencial do processo produtivo – para avaliar suas expectativas, sem contar que os indicadores utilizados em tal relatório podem estimular o desempenho dos empregados.

A literatura indica que os investidores querem e precisam proteger a si mesmos contra passivos e surpresas inesperadas – inclusive potenciais passivos ambientais. Além disso, o meio ambiente e sua proteção devidamente divulgados estão se tornando oportunidades para abrir mercados e prevenir-se contra restrições futuras ao acesso a mercados internacionais, pois tais mercados demandarão informações financeiras completas (*full disclosure*) e de qualidade. (FERREIRA, SIQUEIRA e GOMES, 2009, p.217)

Mais do que a maximização dos lucros, para os autores supracitados:

[...]A contabilidade[...] vem desenvolvendo instrumentos para medir os níveis de envolvimento e contribuição das organizações à comunidade. De um enfoque voltado para a maximização do valor de empresas aos acionistas, o foco aos poucos migra para uma reavaliação de sua responsabilidade social no tocante ao tripé do desenvolvimento sustentável, cujas variáveis são o econômico, o social e o ambiental. A própria concepção de valor muda para o valor adicionado a distribuir. (FERREIRA, SIQUEIRA e GOMES, 2009, p.42)

Outro forte argumento é de que os bancos – por razões que vão além das suas convicções relativas à sustentabilidade, ou seja, também por temerem pela continuidade das atividades das empresas - têm evitado conceder crédito a companhias que não investem em sustentabilidade: “Empresas com demonstrações contábeis herméticas são repelidas pelos bancos”(ROMANINI, 2007).

Em suma, pode-se afirmar que: "O risco de não adotar práticas sustentáveis está ficando maior do que o custo de adotá-las", diz Christopher Wells, superintendente de risco socioambiental do banco Real"(ROMANINI, 2007).

3 IMPLICAÇÕES CONTÁBEIS DOS INVESTIMENTOS SOCIOAMBIENTAIS

3.1 MOTIVOS PARA INVESTIR EM PROJETOS ECOLOGICAMENTE SUSTENTÁVEIS

O primeiro grande incentivo para que as empresas destinem recursos para o meio ambiente é o reembolso proporcionado pelos próprios investimentos com o uso das tecnologias sustentáveis.

Nesse contexto, de acordo com Romanini (2007), as empresas podem lançar mão de atitudes como a revisão dos processos a fim de reduzir o consumo dos insumos e das matérias-primas, desenvolvimento de políticas de reposição ou de reutilização de recursos naturais, instalação de mecanismos de coleta e tratamento de resíduos que diminuam os custos, adoção de projetos de gerenciamento ambiental e incentivo às ações dos fornecedores.

De acordo com o portal eletrônico Exame (ROMANINI, 2007), o investimento em um projeto ecologicamente sustentável que custe 5% mais caro do que um tradicional, a redução de gastos com água e luz oferece um retorno dessa diferença no primeiro ano de operações.

Entre as companhias brasileiras que já adotam a prática ambiental sustentável, existe um grupo que vai além, para elas a questão ambiental é tão estratégica que têm atrelado a remuneração variável de seus executivos também a objetivos socioambientais, e não apenas ao cumprimento das metas econômicas (RAMIRO, 2008).

Um exemplo dessa prática, citado por Ramiro (2008), é a subsidiária brasileira da Unilever que entre 2002 e 2007 teve uma queda de 32% consumo de água e de resíduos sólidos nas suas fábricas. Isso rendeu a um gerente que atingisse suas metas um bônus médio correspondente a 22% de seu salário anual.

No entanto, esses não são os únicos motivadores dos projetos ecologicamente sustentáveis. Paulo Schmidt afirma:

Ao produzir produtos ou serviços, mesmo que não intencionalmente, a empresa estaria "produzindo", quase sempre, danos ao meio ambiente, cujos custos poderão ser cobrados a qualquer momento, seja por terceiros, pelo governo, por meio de multas ou impostos, e por outras empresas, instituições ou pessoas que se sentem prejudicadas. (SCHMIDT, 2002, p.186)

Por isso, “quando decide instituir uma área responsável pela gestão do meio ambiente, a empresa espera que ela possa contribuir positivamente para seu resultado global.” (SCHMIDT, 2002, p.185)

É nesse contexto que os gestores passam a requerer da contabilidade informações financeiras que os ajudem nesse trabalho. Por isso que “a contabilidade ambiental é não apenas um sistema de informações para a tomada de decisão e, sim, um sistema de informações comprometido com a continuidade!” (SCHMIDT, 2002, p.200)

Não há dúvidas, portanto, em consonância com o autor supramencionado, de que o meio ambiente é hoje uma variável estratégica nas relações de negócios entre empresas e entre países. A relutância das empresas em adotar a contabilidade ambiental deve-se mais ao fato de sua associação com o reconhecimento de passivos ambientais do que pela importância de sua informação para a gestão do negócio

Ferreira, Siqueira e Gomes (2009) enfatizam que o não-reconhecimento do passivo ambiental² é capaz até de comprometer a continuidade da empresa e a qualidade da informação dada à sociedade e aos investidores de forma geral.

Entretanto, existem, conforme Ribeiro e Lisboa (2000), dificuldades para o reconhecimento do passivo ambiental nas demonstrações contábeis tais como: identificar o fato gerador no momento em que ele ocorre e mensurar o montante dos gastos necessários para saná-los. Contudo, os referidos autores lembram que o não-reconhecimento do passivo ambiental não se justifica, pois os princípios contábeis prevêm que todas as obrigações, ambientais ou não, devem ser registradas, ainda que **por meio de estimativas**, na impossibilidade de estimar tais obrigações que elas **sejam pelo menos mencionadas em notas explicativas**.

As demonstrações financeiras devem evidenciar todos os gastos e provisões efetuados com o meio ambiente, além de todas as situações relacionadas diretamente com a natureza que possam prejudicar os interesses dos acionistas minoritários e/ou comprometer a continuidade da empresa e da sociedade. (PAIVA, 2003)

² Passivo Ambiental pode ser definido como o sacrifício de benefícios econômicos realizados na recuperação do meio ambiente degradado que pode ser decorrente de uma conduta inadequada. (FERREIRA, SIQUEIRA E GOMES, 2009)

Para Tinoco e Kraemer (2004) também devem ser evidenciados, entre outros itens, os investimentos no sistema de gestão ambiental, os custos ambientais, o consumo dos recursos naturais.

Os sistemas de gestão ambiental anteriormente mencionados foram desenvolvidos, de acordo com Machado (2003), em resposta a pressões oriundas da sociedade ou pela identificação de que a gestão dos investimentos em preservação e recuperação ambiental possa ser uma forma de adquirir uma **vantagem competitiva** sobre seus concorrentes.

Frisam Ferreira, Siqueira e Gomes (2009, p.177):

A Commission of the European Communities (2002, p.20) recomenda o reconhecimento, mensuração e evidenciação de informações ambientais na Contabilidade e nos relatórios anuais das empresas e dentro de padrões confiáveis, comparáveis e verificáveis sobre o desempenho ambiental das empresas.

3.2 IMPLICAÇÕES CONTÁBEIS DOS INVESTIMENTOS SOCIAIS

3.2.1 LEIS DE INCENTIVOS FISCAIS DE INCLUSÃO SOCIAL

Embora haja, de acordo com o exposto, sólidos argumentos que explicitam o quão fundamental são os investimentos socioambientais na continuidade das companhias, eles ainda são muito pequenos e poucas empresas lançam mão de benefícios fiscais para dar suporte à tais investimentos, a pesquisa IPEA demonstra que somente 2% das empresas que atuaram no social fizeram uso dos incentivos. Quando questionadas sobre os motivos pelos quais não recorreram aos incentivos fiscais para financiar suas ações, 15% responderam que não tinham conhecimento da existência desses benefícios. (DISOC – IPEA, 2006)

Frente essa realidade, não poderiam ser omitidas do presente artigo as leis que proporcionam incentivos fiscais para projeto de inclusão social. Rokembach *et. al.* (2009) elucida que os incentivos fiscais têm diferentes reflexos no resultado das empresas que apuram seus resultados através do lucro real. Alguns podem ser integralmente deduzidos do imposto de renda devido diretamente. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

3.2.1.1 DOAÇÕES A ENTIDADES CIVIS SEM FINS LUCRATIVOS

Nesta modalidade de doação o incentivo limita-se à dedutibilidade da doação como despesa operacional. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

Há de se observar, ainda, que conforme a Lei 9249-95 (artigo 13, §2º - III) doações desse tipo ficam limitadas à 2% do Lucro Operacional da doadora, antes de computada a própria dedução.

	Lucro Operacional	R\$ 1.200.500,00
(+)	Doação à entidade civil	R\$ 24.500,00
(=)	Lucro Operacional antes da doação	R\$ 1.225.500,00
	Limite para a dedutibilidade fiscal da doação	2%
(=)	Valor limite das doações a entidades civis	R\$ 24.500,00

Quadro 1: Exemplo DRE. Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al. Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais*. Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.23.

A doação pode ser em bens ou em dinheiro e devem ser, respectivamente, assim contabilizadas:

Em dinheiro:

Débito	Despesa Operacional - Doações a Entidades Sem Fins Lucrativos
Crédito	Ativo Circulante – Disponibilidades

Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al. Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais*. Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.23.

Em bens:

Débito	Despesa Não Operacional	Valor residual do bem
Débito	Ativo Permanente - Depreciação Acumulada	Valor da depreciação acumulada do bem
Crédito	Ativo Permanente	Valor contábil do bem

Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al. Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais*. Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.23.

3.2.1.2 DOAÇÕES À OSCIP

Às Pessoas Jurídicas tributadas pelo lucro real é facultada a contabilização das contribuições realizadas as OSCIP como despesa dedutível para fins de Imposto de Renda e Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido, até o limite de 2% do resultado operacional antes de computadas as doações. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

São possíveis, também, de acordo com a Lei 9249-95 (artigo 13, §2º - II), doações dessas empresas para instituições de ensino e pesquisa. Nesse caso, a doação fica limitada à 1,5% do lucro operacional da doadora.

O efeito do incentivo sobre o resultado será o valor da doação menos a carga tributária correspondente.

Exemplo:	R\$	%
Doação à entidade OSCIP	(1000,00)	100
Redução da Carga Tributária (IRPJ/CSLL)	<u>3400,00</u>	34
Efeito no Resultado	(6600,00)	66

Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al. Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais*. Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.23.

O percentual de 34% é composto por: 25% de IR e 9% de CSLL.

	Sem doação	Doação de 2% do Lucro Operacional	Doação acima de 2% do Lucro Operacional
Receita Bruta	4.000.000,00	4.000.000,00	4.000.000,00
Custo dos Produtos Vendidos	(2.500.000,00)	(2.500.000,00)	(2.500.000,00)
Margem bruta	1.500.000,00	1.500.000,00	1.500.000,00
Despesas com Vendas	(200.000,00)	(200.000,00)	(200.000,00)
Despesas Administrativas	(100.000,00)	(100.000,00)	(100.000,00)
Doação a entidade OSCIP		(24.500,00)	(50.000,00)
Receita Financeira Líquida	25.000,00	25.000,00	25.000,00
Resultado Operacional	1.225.000,00	1.200.500,00	1.175.000,00
Resultado Não Operacional	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Lucro antes dos Impostos	1.235.000,00	1.210.500,00	1.185.000,00
Impostos:			
Imp. Renda de 15%	(185.250,00)	(181.575,00)	(181.575,00)
Imp. Renda - Adicional de 10%	(99.500,00)	(97.050,00)	(97.050,00)
Contribuição Social de 9%	(111.150,00)	(108.945,00)	(108.945,00)
LUCRO LÍQUIDO	839.100,00	822.930,00	797.430,00

Quadro 2: Demonstração Anual do Resultado evidenciado a dedutibilidade da doação a uma entidade OSCIP. Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al.* Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais. Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.28.

Na tabela acima:

- A redução do Lucro Líquido de R\$ 16170,00 (ou seja, 839100,00 – 822930,00) corresponde a 66% da doação de R\$ 24500,00.
- Na terceira coluna, a doação excedeu a 2% do Lucro Operacional. Portanto o valor excedente (R\$ 25500,00) deve ser adicionado ao LALUR.
- Na terceira coluna, o lucro real é de R\$ 1210500,00 (= 1185000,00 + 25500,00).

A doação pode ser em bens ou em dinheiro e devem ser, respectivamente, assim contabilizadas:

Em dinheiro:

Débito	Despesa Operacional – Doações a Entidades OSCIP
Crédito	Ativo Circulante – Disponibilidades

Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al.* Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais. Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.29.

Em bens:

Débito	Despesa Não Operacional	Valor residual do bem
Débito	Ativo Permanente – Depreciação Acumulada	Valor da depreciação acumulada do bem
Crédito	Ativo Permanente	Valor contábil do bem

Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al.* Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais. Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.29.

3.2.1.3 FUNCRIANÇA

Doações ao FUNCRIANÇA, dentro do limite legal verificável na Instrução Normativa SRF 258 de 2002 (artigo 28), são totalmente dedutíveis do Imposto de Renda.

Estados e municípios possuem autonomia para reger esse fundo, portanto, alguns municípios denominam o FUNCRIANÇA com nomenclaturas como FIA ou Conselho Municipal da Criança. O incentivo, entretanto, é o mesmo. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

As doações são dedutíveis do Imposto de Renda devido, até o limite de 1% do IR devido, calculado na alíquota de 15%. As doações devem ser efetuadas dentro do período-base e são independentes de demais incentivos fiscais. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

Para usufruir do benefício a empresa deve ser tributada pelo lucro real. As doações devem ser contabilizadas como despesa operacional. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

Por se tratar de uma despesa NÃO dedutível para fins de Imposto de Renda e Contribuição Social sobre Lucro Líquido, o valor da contribuição deve ser adicionado ao LALUR e adicionado à base de cálculo para CSLL. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

Dentro de um mesmo período-base de apuração, quando o valor incentivado ultrapassar 1% do Imposto de Renda devido, a diferença poderá ser deduzida nos meses seguintes. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

	Com Doação	Sem Doação
Receita Bruta de Vendas	12.000.000,00	12.000.000,00
(-) Deduções da Receita Bruta	-2.760.000,00	-2.760.000,00
Receita Líquida	9.240.000,00	9.240.000,00
(-) Custo dos Produtos Vendidos	-5.340.000,00	-5.340.000,00
Lucro Bruto	3.900.000,00	3.900.000,00
Despesas Operacionais		
Doações ao FUNCRIANÇA	-5.000,00	
Outras Despesas Operacionais	-1.260.000,00	-1.260.000,00
Receitas Financeiras Líquidas	125.000,00	125.000,00
Resultado Operacional	2.760.000,00	2.765.000,00
Resultado Não Operacional	40.000,00	40.000,00
Resultado antes dos Impostos e Contribuições	2.800.000,00	2.805.000,00
Provisão p/ IR e CSLL	-928.200,50	-932.420,00
LUCRO LÍQUIDO	1.871.799,50	1.872.580,00

Quadro 3: Demonstração do Resultado do Exercício. Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al.* Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais. Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.37.

Parte A	Com Doação	Sem Doação
Lucro em 31-12-xx, antes do Imposto de Renda e da CSLL	2.800.000,00	2.805.000,00
Adições:		
Doações ao FUNCRIANÇA	5.000,00	
Despesas não dedutíveis	15.000,00	15.000,00
Exclusões:		
Dividendos recebidos	-7.000,00	-7.000,00
Lucro Real	2.813.000,00	2.813.000,00

Quadro 4: Livro de Apuração do Lucro Real. Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al. Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais.* Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.37.

A	Com	Sem
	incentivo	incentivo
Imposto de Renda devido 15% de R\$ 2.813.000	421.950,00	421.950,00
Adicional de 10% s/ (R\$ 2.813.000 – R\$ 240.000)	257.300,00	257.300,00
Dedução do Funcriança 1% de R\$ 421.950,00	(4.219,50)	
Imposto de Renda devido	675.030,50	679.250,00
B		
Contribuição Social sobre o Lucro Líquido Alíquota de 9% s/ Base de Cálculo de R\$ 2.813.000	253.170,00	253.170,00
C		
Provisão p/ IR e da CSLL (A +B)	928.200,50	932.420,00

Quadro 5: Cálculo do Imposto de Renda, da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido e Funcriança – PJ. Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al. Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais.* Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.38.

A diferença entre o resultado da empresa que fez e o da que não fez a doação refere-se à parcela não dedutível ($5000,00 - 4219,50 = 780,50$).

Contabilização:
Em dinheiro

Débito	Despesa Operacional – Projetos Sociais Funcriança
Crédito	Ativo Circulante – Disponibilidades

Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al. Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais.* Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.38.

Em bens

Débito	Despesa Não Operacional	Valor residual
Débito	Ativo Permanente – Depreciação Acumulada	Valor da depreciação acumulada do bem
Crédito	Ativo Permanente	Valor contábil do bem

Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al. Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais.* Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.39.

3.2.1.4 LEI DA SOLIDARIEDADE – RS

A Lei da Solidariedade é um programa de apoio à inclusão e promoção social do estado do Rio Grande do Sul. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

Contribuintes do ICMS-RS podem deduzir do ICMS devido mensalmente, até o valor correspondente a 75% em cada projeto. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

A renúncia fiscal tem um teto estabelecido pela Secretaria da Fazenda do RS.

O valor mensal do benefício a ser adjudicado deverá ser calculado de acordo com o enquadramento nas faixas da tabela instituída periodicamente por lei. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

A parcela que não for abrangida pelo incentivo poderá ser contabilizada como despesa operacional, a fim de ser deduzida do Imposto de Renda e da Contribuição Social (observado o limite de 2% do Lucro Operacional), caso a entidade que recebeu a doação se enquadre como de utilidade pública federal ou como OSCIP. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

Contabilização:

Pelo pagamento

Débito	Despesa Operacional – Projetos Sociais Lei da Solidariedade	
Crédito	Ativo Circulante – Disponibilidades	Valor total da doação

Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al. Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais*. Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.43-44.

Pelo registro do crédito tributário

Débito	Ativo Circulante – ICMS a recuperar	
Crédito	Despesa Operacional – Incentivo a Projetos Sociais Lei da Solidariedade	Valor incentivado

Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al. Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais*. Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.44.

3.2.1.5 LEI ROUANET

A Lei Rouanet institui o PRONAC – Programa Nacional de Apoio à Cultura.

Poderão aplicar recursos em projetos culturais aprovados pelo Ministério da Cultura, Pessoas Jurídicas tributadas pelo Lucro Real. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

Os valores aplicados poderão ser 100% deduzidos do IR, desde que não ultrapassem 4% do Imposto de Renda devido, calculado à alíquota de 15%. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

Da mesma maneira que acontece em relação ao FUNCRIANÇA, os valores, também neste caso, deverão ser adicionados ao LALUR para fins de cálculo de IR e CSLL. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

Outros dois incentivos que podem ser utilizados concomitantemente, também com dedução integral no Imposto de Renda calculado à alíquota de 15% são:

Projetos desportivos: até 1% do IR.

Fundo dos Direitos da Criança e do Adolescente: até 1% do IR.

O incentivo fiscal ao Audiovisual é de 3% do IR devido. Entretanto, aplicações incentivadas pela lei Rouanet somadas às aplicações da lei do Audiovisual não devem ultrapassar 4% do IR devido (calculado à 15%). (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

Valores excedentes aos limites não podem ser aproveitados nos exercícios seguintes.

	Com incentivo	Sem incentivo
1 – Lucro antes do Incentivo Cultural	900.000,00	900.000,00
2 – Patrocínio Lei Rouanet (art. 18)	-5.000,00	
3 – Lucro antes dos Impostos e Contribuições	895.000,00	900.000,00
4 – Lucro Real (Lalur = 2 + 3)	900.000,00	900.000,00
5 – I. Renda – Alíquota de 15% s/ item 4	-135.000,00	-135.000,00
6 – I. Renda – Adicional de 10% s/ (900.000 – 240.000)	-66.000,00	-66.000,00
7 – Dedução do IR – Incentivo Lei Rouanet	5.000,00	
8 – Imposto de Renda a pagar (5 + 6 - 7)	-196.000,00	-201.000,00
9 – Contribuição Social (9% s/ item 4)	-81.000,00	-81.000,00
10 – Total do I. Renda e da CSLL (8 + 9)	-277.000,00	-282.000,00
11 – Lucro Líquido (3 - 10)	618.000,00	618.000,00

Quadro 6: Demonstração Anual de Cálculo do Incentivo Fiscal – PJ. Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al. Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais.* Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.55.

O pagamento do incentivo fiscal dos projetos listados no art.18 da Lei 8313-91, dentro das regras fiscais, não afeta os resultados da empresa.

Para projetos culturais listados no art. 26 da Lei 8313, a dedução direta do Imposto de Renda chega à 40% das doações e 30% dos patrocínios. O limite da dedutibilidade anual é de 4% do IR devido – calculado à alíquota de 15%.

Essas últimas doações e patrocínios, além da dedutibilidade supramencionada, também podem ser deduzidas como Despesa Operacional para fins de IR e CSLL, não havendo, para tanto, limites. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

	Com incentivo	Sem incentivo
1- Lucro antes do Incentivo	900.000,00	900.000,00
2 – Patrocínio Lei Rouanet (art. 25)	-5.000,00	
3 – Base de Cálculo do IR e da CSLL (1 - 2)	895.000,00	900.000,00
4 – CSLL (9% do item 3)	-80.550,00	81.000,00
5 – Lucro Real (item 3)	895.000,00	900.000,00
6 – I. Renda – Alíquota de 15% s/ item 5	-134.250,00	135.000,00
7 – I. Renda – Adicional de 10% s/ (895.000 - 240.000)	-65.500,00	-66.000,00
8 – Lei Rouanet – Dedução IR (30% s/ item 2)	1.500,00	
9 – Imposto de Renda a pagar (6 + 7 - 8)	-198.250,00	-201.000,00
10 – Total do I. Renda e da CSLL (4 + 9)	-278.800,00	-282.000,00
11 – Lucro Líquido (3 - 10)	616.200,00	618.000,00

Quadro 7: Demonstração Anual do Cálculo do Incentivo Fiscal PJ. Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al. Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais.* Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.58.

A doação pode ser em bens ou em dinheiro e devem ser, respectivamente, assim contabilizadas:

Em dinheiro:

Débito	Despesa Operacional – Projeto Cultural Lei Rouanet
Crédito	Ativo Circulante – Disponibilidades

Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al. Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais.* Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.58-59.

Em bens:

Débito	Despesa Não Operacional	Valor residual do bem
Débito	Ativo Permanente - Depreciação Acumulada	Valor da depreciação acumulada do bem
Crédito	Ativo Permanente	Valor contábil do bem

Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al. Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais.* Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.59.

3.2.1.6 AUDIVISUAL

Para que pessoas físicas – desde que tributadas pelo Lucro Real – possam deduzir do Imposto de Renda devido a totalidade do recurso aplicado, os projetos devem ser aprovados pela Agência Nacional do Cinema, em consonância com a Lei 8685 – 1993, artigo 1º.

Esse incentivo permite além da dedução direta do IR devido, a exclusão do mesmo valor no LALUR para cálculo do Imposto de Renda. A mesma regra não vale para formação da base de cálculo da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

Valores aplicados em projetos Audiovisuais não transitam pelo resultado, pois recebem tratamento de investimento do Ativo Permanente. São contabilizados como despesa

ou receita os efeitos de recebimento de dividendos ou alienação do investimento advindos da aplicação realizada. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

O limite específico da Lei Audiovisual é de 3% do Imposto de Renda devido calculado sobre alíquota de 15%. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

	Com incentivo	Sem incentivo
2 – Valor da aplicação em projeto Audiovisual	-5.000,00	
3 – Lucro após a aplicação e antes do IR e da CSLL	1.200.000,00	1.200.000,00
4 – LALUR – Livro Apuração Lucro Real	1.195.000,00	1.200.000,00
5 – Contrib. Social: 9% s/ item 1	-108.000,00	-108.000,00
6 – IR – alíquota de 15% s/ item 4	-179.250,00	180.000,00)
7 – IR – adicional de 10% s/ R\$955 mil	-95.500,00	-96.000,00
8 – Dedução Incentivo (até 3% do 6)	5.000,00	
9 – Total de IR a pagar: (6 + 7 – 8)	-269.750,00	-276.000,00
10 – Total dos Impostos e Contrib. (5 + 9)	-377.750,00	-384.000,00
11 – Lucro Líquido (3 – 10)	822.250,00	816.000,00

Quadro 8: Demonstração Anual de Cálculo do Incentivo Fiscal. Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al. Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais.* Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.65.

Cálculo da base de cálculo do adicional de IR: $1195000,00 - (20000,00 \times 12) = 955000,00$.

Contabilização:

Pelo pagamento do valor investido

Débito	Ativo Circulante – Depósito para Incentivos Fiscais – Projetos Culturais Lei do Audiovisual	
Crédito	Ativo Circulante – Disponibilidades	Valor total contratado

Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al. Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais.* Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.66.

Pelo recebimento do Certificado do Investimento

Débito	Ativo Permanente – Outros Investimentos – Investimentos em Incentivos Fiscais – Audiovisual	
Crédito	Ativo Circulante – Depósito para Incentivos Fiscais – Projetos Culturais Lei do Audiovisual	Valor total contratado

Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al. Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais.* Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.67.

Pelo recebimento de Dividendos

Débito	Ativo Circulante – Disponibilidades
Crédito	Receitas Operacionais – Dividendos Auferidos

Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al. Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais.* Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.67.

Receita obtida através de dividendos é excluída do LALUR para evitar bitributação, uma vez que esse valor advém da distribuição de resultados, já tributados pelo IR, de outra empresa. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

No caso de perdas na alienação do Certificado de Investimento não será possível deduzir o resultado da base de cálculo do IR, ou seja, o valor da perda deve ser adicionado no LALUR. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

3.2.1.7 LIC – RS

A Lei de Incentivo à Cultura no Rio Grande do Sul visa ofertar incentivo fiscal para que Pessoas Jurídicas, contribuintes do ICMS, invistam recursos na preservação e divulgação do patrimônio cultural estadual. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

Poderão ser abatidos do ICMS a pagar até 75% do valor aplicado em cada projeto, obedecidas as devidas faixas de recolhimento mensal estabelecidas pelo regulamento do ICMS.(Lei Estadual 10846 -1996, artigo 2.)

Na hipótese do saldo devedor do período anterior ao da apropriação ser maior do que R\$ 400000,00; o benefício poderá ser aplicado sobre o valor mais elevado das duas opções a seguir (ROKEMBACH *et. al.*,2009):

- $(400000,00 \times 12\%) + 25000$;
- Aplicação do percentual de 3% sobre o saldo devedor de ICMS declarado na GIA/GIS.

Se o investimento for aplicado por sociedade de economia mista, o crédito fiscal chega à 90% do valor.

Caso o investimento se enquadre nas áreas de acervo e patrimônio histórico e cultural (em especial construção ou reforma de prédios e bibliotecas públicos), o incentivo chega à 95% do valor. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

Havendo a divulgação do nome, da marca ou dos produtos da empresa investidora, a parcela não incentivada poderá ser contabilizada como Despesa Operacional a fim de ser deduzida no cálculo do IR e da CSLL, pois tais itens ficam caracterizados como publicidade. (ROKEMBACH *et. al.*,2009)

Contabilização:

Pelo pagamento do valor total do projeto cultural

Débito	Despesa Operacional – Projeto Cultural LIC RS
Crédito	Ativo Circulante – Disponibilidades

Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al.* Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais. Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.71.

Pelo lançamento contábil da recuperação de crédito tributário:

Débito	Ativo Circulante – Impostos e contribuições a recuperar – ICMS a recuperar	
Crédito	Despesa Operacional – Projetos Culturais LIC RS	Valor incentivado

Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al.* Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais. Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.71.

Exceto projetos de patrimônio histórico cultural, produções cinematográficas de longa-metragem, aquisição de acervo e equipamento; a Instrução Normativa nº01-2007 (artigo 10º, XI) estabelece os seguintes tetos para cada projeto cultural:

- Produtor Pessoa Física: R\$ 350000,00
- Produtor Pessoa Jurídica: R\$ 700000,00

3.2.1.8 INCENTIVO AO DESPORTO

Para usufruir do incentivo da lei desportiva, a Pessoa Jurídica deve ser tributada pelo regime de Lucro Real. Serão deduzidas diretamente do IR patrocínios e doações que observem as seguintes especificações (ROKEMBACH *et. al.*,2009):

- a) O desembolso deve acontecer dentro do próprio exercício social. Caso os investimentos ultrapassem o exercício, sua dedutibilidade fica limitada à soma do investimento efetuada em cada exercício, obedecendo também os tetos percentuais para cada exercício;
- b) O projeto que receberá o investimento não pode beneficiar, direta ou indiretamente, pessoa física ou jurídica vinculada ao doador ou patrocinador;
- c) O projeto deve ser aprovado pelo Ministério do Esporte;
- d) A verba não deve ser usada para remuneração de atletas profissionais.

Até 100% do valor investido pode ser deduzido do Imposto de Renda devido, observado o limite de 1% do IR devido (calculado à 15%). Esse incentivo não concorre com os demais (Lei 11438 – 2206, artigo 1º, § 3º), ou seja, em cada exercício social a Pessoa Jurídica pode usufruir, concomitantemente, dos incentivos abaixo:

- 1% para projeto Desportivo;
- 1% para o FUNCRIANÇA;
- 4% para projeto Cultural (Rouanet + Audiovisual).

Os valores devem ser contabilizados como despesa operacional não dedutível, isso significa que devem ser adicionados ao LALUR, para fins de IR e CSLL.

Débito	Despesa Operacional – Incentivo ao Desporto
Crédito	Ativo Circulante – Disponibilidades

Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al.* Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais. Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.85.

	Com incentivos	Sem incentivos
1 – Lucro antes dos Incentivos Fiscais	900.000,00	900.000,00
2 - Patrocínio ao Desporto	(1.350,00)	
3 - Doação ao Funcionário	(1.350,00)	
4 - Patrocínio Lei Rouanet – art. 18	(5.000,00)	
5 - Lucro antes dos Impostos e Contribuições	892.300,00	900.000,00
6 - Lucro Real (Itens 5 + 2 + 3 + 4)	900.000,00	900.000,00
7 - Imp. de Renda – alíquota de 15 % s/ item 6	(135.000,00)	(135.000,00)
8 - Imp. de Renda –Adic. de 10% s/ (900.000 – 240.000)	(66.000,00)	(66.000,00)
9 - Incentivos Fiscais c/ Dedução no Imp. Renda:		
- Patrocínio ao Desporto – até 1% do item 7 = 1.350,00		
- Funcionário - até 1% do item 7 = 1.350,00		
- Lei Rouanet – até 4 % do item 7 = 5.000,00	7.700,00	
10 - Imp. Renda a pagar (7+ 8 – 9)	(193.300,00)	(201.000,00)
11 - Contrib. Social s/Lucro Líq.: 9 % s/ item 6	(81.000,00)	(81.000,00)
12 - Total do Imp. Renda e da CSLL	(274.300,00)	(282.000,00)
13 - Lucro Líquido (5 – 12)	618.000,00	618.000,00

Quadro 9: Demonstração Anual de Cálculo de Incentivos Fiscais – PJ. Fonte: ROKEMBACH, Rogério. *et. al.* Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais. Porto Alegre: CRCRS, 2009, p.86.

4 CONCLUSÃO

Ao longo do estudo foi possível concluir que os investimentos socioambientais têm tornado-se uma preocupação estratégica no mundo empresarial. A postura dos *stakeholders*, os benefícios gerenciais e a possibilidade de ganhos tributários, entre outros fatores, apresentam-se como incentivos não apenas dessas ações, mas também da sua evidenciação contábil. No Brasil, a consciência a respeito da importância do tema ainda está distante do patamar ideal, todavia, vem apresentado um importante crescimento.

Em relação às externalidades provenientes de suas interações com o meio ambiente torna-se importante que as empresas estimem e evidenciem seus passivos ambientais nas demonstrações financeiras. Desse modo, a contabilidade estaria cumprindo com seu papel elementar de informar e a organização, conseqüentemente, poderia usufruir dos retornos advindos de sua elevada credibilidade junto aos *stakeholders*.

As Leis de Incentivos Fiscais de Inclusão Social ainda são pouco conhecidas e, conseqüentemente, não têm sido muito utilizadas pelas empresas brasileiras. Essas leis, além de burocráticas, apresentam restrições especialmente quanto à concorrência entre os incentivos. Outro empecilho aos investimentos está no fato de que a legislação impõe, na maioria dos casos, que as empresas sejam tributadas com base no Lucro Real.

Finalmente, a contabilidade apresenta um papel fundamental nesse universo corporativo sedento por sustentabilidade. Os profissionais da área contábil são os responsáveis pela qualidade das informações prestadas às partes interessadas. Concomitantemente cabe aos contabilistas dominar as regras fiscais de incentivo e as técnicas da escrituração ambiental e social. Afinal, a melhor forma de uma organização beneficiar-se de suas ações socioambientais é – além do pleno aproveitamento das deduções fiscais – sendo transparente e divulgando da forma mais explícita possível o quão empenhada está em garantir a própria continuidade e a perenidade do ambiente em que se insere.

SOCIAL-ENVIRONMENTAL INVESTMENTS IN ENTERPRISES: A FOCUS ON ACCOUNTING AND MANAGEMENT.

ABSTRACT

The market economy and its fierce competition, the existence of consumer protection entities, the rising interest of media for business issues, the increasing consciousness and maturity of consumers in terms of sustainability and a more efficient government's taxation, among other factors, are making firms rethinking their values and the quality of their relationships. (DAINEZE, 2002)

Social-environmental investments are becoming increasingly numerous and important for firms. Such investments and the resulting accounting disclosure enhance stakeholders' trust on firms. Besides gains in management experience and reputation, companies can benefit from tax deductions of the governmental incentives by investing resources in social-environmental projects.

Given this new reality, this article aims to find practical reasons, from the standpoint of accounting and management, for companies to redirect their investments to meet social and environmental needs. This work will address issues such as the stakeholders' expectations, the need for sustainability in business management, book features of the "green" accounting and the impact of the use of tax benefits in financial statements.

Keywords: Social-environmental investments. Environmental accounting "green" accounting. Social incentive laws.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ATKINSON, Anthony A.; BANKER, Rajiv D.; KAPLAN, Robert S.; YONG, S. Mark. **Contabilidade Gerencial**. São Paulo: Atlas, 2000.

BRASIL. **Instrução Normativa SRF nº 259 de 18 de dezembro de 2002**. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/ins/2002/in2582002.htm>>. Acesso em 30 out. 2010.

_____. **Lei nº 9249 de 26 de dezembro de 1995**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9249.htm>. Acesso em 30 out. 2010.

_____. **Lei nº 11438 de 29 de dezembro de 2006**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11438.htm>. Acesso em 30 out. 2010.

_____. **Lei nº 8313 de 23 de dezembro de 1991**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8313cons.htm>. Acesso em 30 out. 2010.

_____. **Lei nº 8685 de 20 de julho de 1993**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8685.htm>. Acesso em 30 out. 2010.

_____. **Rio Grande do Sul. Instrução Normativa SEDAC/LIC nº 01 de 27 de março de 2007**. Disponível em: <<http://www1.lic.rs.gov.br/arquivos/IN012007-SIMLIC.pdf>>. Acesso em 30 out. 2010.

_____. **Rio Grande do Sul. Lei Estadual nº 10846 de 19 de agosto de 1996**. Disponível em: <http://www.marketingcultural.com.br/leis/lei_10846_rs.htm>. Acesso em 30 out. 2010.

COSTA, Ana Clara. **Como Cultivar uma Carteira Verde**. São Paulo: Revista eletrônica Isto É Dinheiro, 2009. Disponível em: <www.terra.com.br/istoedinheiro>. Acesso em 25 nov. 2009.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade Gerencial: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2008.

DAINEZE, Maria do Amaral. **Códigos de Ética Empresarial e as Relações da Organização com seus Públicos**. São Paulo: 2002. Disponível em: <www.ethos.org.br/_ethos/documents/codigos_de_etica_empresarial.doc>. Acesso em 17 nov. 2009.

DISOC, Diretoria de Estudos Sociais do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **A Iniciativa Privada e o Espírito Público. A evolução da ação social das empresas privadas no Brasil**. Brasília: 2006.

FERREIRA, Aracéli Cristina de Souza; SIQUEIRA, José Ricardo Maia de; GOMES, Mônica Zaidan. **Contabilidade ambiental e relatórios sociais**. São Paulo: Atlas, 2009.

IPEA, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **População brasileira se interessa pelas práticas socioambientais das empresas.** Brasília: 2008. Disponível em: <www.ipea.gov.br/acaosocial/article3e9e.html?id_article=636>. Acesso em 2 dez. 2009.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade.** São Paulo: Atlas, 2000.

MACHADO, Carla Mara. **Contabilidade ambiental: o papel da contabilidade na evidenciação de investimentos, custos e passivos ambientais.** São Paulo: 2003.

MONTANA, Patrick J.; CHARNOV, Bruce H. **Administração.** São Paulo: Saraiva, 2001.

MOTTA, Ronaldo Seroa da. **Contabilidade ambiental: teoria, metodologia e estudos de casos no Brasil.** Rio de Janeiro: IPEA, 2005.

PAIVA, Paulo Roberto de. **Contabilidade Ambiental: evidenciação dos gastos ambientais com transparência e focada na prevenção.** São Paulo: Atlas, 2003.

RIBEIRO, Cynthia. **Responsabilidade Social: Julio Isnard e Daniel Rasello.** São Paulo: Revista eletrônica Responsabilidade Social, 2008. Disponível em: <www.responsabilidadesocial.com>. Acesso em 28 nov. 2009.

RIBEIRO, Maisa de S.; LISBOA, Lázaro. **Passivo Ambiental.** Anais do XVI Congresso Brasileiro de Contabilidade. Goiânia, 2000.

RODRIGUES, Mariana. **O Papel dos Stakeholders na Sustentabilidade Empresarial.** Portal Eletrônico Sucesso News, 2009. Disponível em: <www.sucessonews.com.br>. Acesso em 01 dez. 2009.

ROKEMBACH, Rogério. *et. al.* **Manual de Incentivos Fiscais para Investimentos Sociais, Desportivos e Culturais.** Porto Alegre: CRCRS, 2009.

ROMANINI, Vinícius. **O Valor da Sustentabilidade.** São Paulo: Portal Exame, 2007. Disponível em: <www.portalexame.abril.com.br>. Acesso em 30 nov. 2009.

SCAVONE, Miriam. **Mulheres em Ação. Intuição Feminina para a Sustentabilidade.** São Paulo: Revista eletrônica BOVESPA, 2006. Disponível em: <www.bmfbovespa.com.br/institutes/revistabovespa>. Acesso em 24 nov. 2009

SCHMIDT, Paulo. **Controladoria: agregando valor para a empresa.** Porto Alegre: Bookman, 2002.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio; KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **Contabilidade e gestão ambiental.** São Paulo: Atlas, 2004.