



Cálculo do PIS/Cofins de empresa de marketing é indevido

24/11/2005

É comum que as empresas que atuam no ramo de marketing promocional tenham dúvidas sobre qual base de cálculo deve ser utilizada para os cálculos e recolhimentos dos tributos federais que incidem sobre suas receitas. Será correto utilizar apenas o valor dos honorários pagos pelos serviços como base de cálculo, ou se deveria também estar incluída nesta base de cálculo os reembolsos das despesas repassadas aos clientes?

As leis 10.637/02 e 10.833/03 instituíram como base de cálculo para as contribuições ao PIS e à Cofins o faturamento mensal, assim entendido o total das receitas auferidas pela pessoa jurídica, independentemente de sua denominação ou classificação contábil. Há que se indagar, então, o que seriam estas receitas.

A Receita Federal já expôs seu entendimento sobre eventuais deduções de valores repassados a terceiros em seu endereço eletrônico informando que, por absoluta falta de amparo legal, as empresas de propaganda e publicidade não podem excluir da base de cálculo para o PIS/Pasep e Cofins, os valores pagos ou transferidos a outras pessoas jurídicas.

Assim, do ponto de vista da receita federal, dos tributos que incidam sobre a receita bruta da empresa de propaganda, publicidade e analogamente de marketing promocional não podem ver abatidos de suas receitas as importâncias transferidas a outras empresas por quaisquer serviços por elas intermediados.

Todavia, discordamos do posicionamento do Fisco, pois entendemos que a Receita Federal tem confundido dois conceitos totalmente distintos: entrada e receita bruta. A expressão entrada constitui-se gênero, do qual receita bruta é espécie. Em outras palavras, nem toda entrada de dinheiro é considerada receita bruta, fato gerador dos tributos federais.

As entradas são valores que, embora transitando graficamente pela contabilidade da empresa, não integram seu patrimônio e, por conseqüência, são elementos incapazes de exprimir a sua capacidade contributiva. As receitas, ao contrário, correspondem ao benefício efetivamente resultante do exercício da atividade profissional e, por isso, integram o patrimônio da empresa, sendo exteriorizadoras de sua capacidade contributiva.

Pois bem, atuando as empresas de marketing como meras intermediárias entre seu cliente e os fornecedores para as promoções, tão-somente a taxa de agenciamento ou honorários profissionais — benefício efetivamente resultante da prestação de serviço — passa a integrar o seu patrimônio, podendo ser considerada receita bruta. Os valores intermediados constituem-se apenas entrada, haja vista que são meros reembolsos, não pertencentes às empresas de marketing, já que são repassados aos fornecedores, exteriorizando capacidade econômica destes. Desta forma, fazem parte das bases de cálculos dos tributos federais apenas a parcela da riqueza que o prestador integrar em seu patrimônio como contrapartida da prestação do



serviço. Assim, o faturamento, base de cálculo das empresas de marketing equivale-se à base de cálculo do ISS, o preço do serviço.

Caso prevalecesse o entendimento da Receita Federal, chegar-se-ia ao absurdo de se incluir no faturamento das corretoras de imóveis, por exemplo, o valor do imóvel, bem como incluir o preço das passagens e hospedagem no faturamento de agenciamento de viagens.

Em síntese, a base de cálculo do PIS e da COFINS, assim como do ISS, é a receita bruta, entendida como todos os valores recebidos como contraprestação ao serviço prestado (honorários cobrados dos clientes), e não, como pretende a Receita Federal, todas as entradas de dinheiro (valores intermediados).

Fonte: https://conjur.jumps.com.br/2005-nov-24/calculo_piscofins_empresa_marketing_indevido/