

**LEANDRO DAMASCENO
E MARIANA COLLAÇO**Consultor e advogada do Departamento
Tributário do Marins Bertoldi

Créditos de ICMS e IPI sobre produtos intermediários

As recentes discussões sobre a definição de insumos para fins de crédito de PIS e COFINS vêm reacendendo uma nova reflexão sobre o creditamento de ICMS e IPI, em especial sobre aquisições dos chamados “produtos intermediários” que, durante muito tempo, sofreram restrições quanto à possibilidade de apropriação dos créditos por parte dos governos federal e estaduais, pressionados pela necessidade em aumentar os índices de arrecadação ou pelas dificuldades de caixa.

Os “produtos intermediários” são considerados insumos para fins de crédito dos chamados tributos não cumulativos: ICMS, IPI, PIS e COFINS. Entende-se por produto intermediário, em linhas gerais, os itens não classificados como matérias primas, mas que são consumidos no processo de produção.

A extensão do conceito de “produto intermediário” figurou expressamente no RIPI/72, que permitia a apropriação de crédito apenas para os itens intermediários que fossem consumidos “imediatamente” no processo de industrialização. A partir do RIPI/79, houve a supressão do termo “imediatamente”. Todavia, o conceito restritivo empregado pelo RIPI/72 influenciou o entendimento jurisprudencial e administrativo. É comum vermos decisões negando o direito ao crédito de ICMS e IPI sobre itens que, apesar de essenciais à produção, não se incorporam ao produto final e não se consomem de forma imediata e integral no processo produtivo.

Entende-se por produto intermediário, em linhas gerais, os itens não classificados como matérias primas, mas que são consumidos no processo de produção

Para fins das contribuições do PIS e da COFINS, essa questão já vem sendo decidida favoravelmente aos contribuintes, bastando, como regra, provar que o item é essencial ao processo produtivo.

Entretanto, nem tudo que se consume ou se utiliza na produção pode ser conceituado como produto intermediário. A amplitude conceitual do termo permite a indevida classificação de infinidade de itens que mais se assemelham a componentes do ativo ou itens de consumo, que também se desgastam em decorrência das atividades produtivas, mas cujos créditos fiscais de ICMS e IPI são vedados.

Objetivando definir critério relativamente seguro, sem que para tanto sejam tolhidos direitos, a Receita Federal tem se posicionado favoravelmente à tese do “contato direto” com o produto final como critério para a apropriação de crédito, como ficou demonstrado no Acórdão 3302-002.643/14 do CARF e na SC COSIT/24/14. Isso garantiu ao contribuinte o creditamento de IPI sobre aquisições de manufaturas, roletas e viajantes.

Para o ICMS, a confusão interpretativa e insegurança jurídica são maiores. O Estado de São Paulo, através da Dec. Normativa CAT01/01, considerou como materiais intermediários itens que sejam utilizados no processo produtivo para limpeza, desbaste e solda que não se consomem imediatamente e integralmente na produção. Isso permite ao contribuinte paulista o crédito sobre a aquisição de lixas, discos e óleos de cortes, eletrodos, escovas de aço, entre outros.

Frisa-se, no entanto, que esse ainda não é o entendimento dos demais estados. Contudo, é possível que, em decorrência do aprofundamento das análises dos processos produtivos e da maior receptividade da ampliação do conceito de produtos intermediários, a legislação do ICMS venha a acompanhar mais essa importante evolução.

IÊDA NOVAIS

Diretora da KPMG no Brasil

Pela retomada à equidade de gênero no mercado brasileiro

A maioria da população brasileira é composta por mulheres e a sua participação é cada vez mais crescente no ambiente corporativo. Por outro lado, continuamos a ver as estatísticas apontarem níveis altos de desigualdade entre os gêneros. As corporações têm desempenhado um papel crucial no assunto. São elas as responsáveis por minimizar as barreiras e por incentivar o sucesso profissional das mulheres. Desse modo, o nivelamento dos gêneros caminha para uma igualdade maior e favorece a sociedade como um todo.

Líderes de expressivas empresas do mercado, sempre que possível, retomam a pauta sobre os diversos fatores que continuam a retardar o êxito das mulheres no mercado de trabalho, além das possíveis soluções.

Recente levantamento feito pelo Fórum Econômico Mundial revelou que o Brasil caiu, em 2014, em nove posições no ranking de equidade de gênero, quando em 2013 ocupava a 62ª posição e atualmente encontra-se no 71º lugar. A queda refere-se, principalmente, a cargos no setor econômico e político, resultando também na depreciação dos salários e na presença feminina em funções de chefia.

Dados apontam que, no Brasil, entre as cem maiores empresas, apenas cinco têm mulheres na presidência. Nas de médio porte, a presença fica em 3%

De acordo com dirigentes das grandes organizações, captar e desenvolver o potencial de liderança feminina ainda é uma preocupação. Contudo, a principal barreira à ascensão profissional é primeiramente inconsciente.

Existe ainda herança que inibe e afasta mulheres de cargos de confiança, mesmo quando elas são capacitadas para ocupar tal espaço. A exemplo, uma experiência americana proporcionou a participação do dobro de mulheres em uma orquestra sinfônica depois que os jurados fizeram a avaliação ouvindo os candidatos tocarem às escuras. Sem saber se o artista era homem ou mulher, a escolha por mulheres foi maior do que de costume.

Dados apontam que, no mercado brasileiro, entre as cem maiores empresas, apenas cinco têm mulheres ocupando a presidência. Nas de médio porte, a presença fica em 3%. E poucas oferecem opção de jornada flexível para conciliar a vida pessoal. Essa dificuldade em organizar as duas rotinas — pessoal e profissional — é, certamente, a segunda grande barreira enfrentada pela maioria das mulheres.

Segundo um levantamento feito pela consultoria de RH Robert Half entre mulheres de 14 países, as profissionais brasileiras são as que menos retornam da licença-maternidade. No total, 85% das empresas responderam que menos da metade de suas funcionárias retornou à vida corporativa após o nascimento de seus filhos. A taxa é bem mais alta que a média global, em que 52% das companhias ouvidas em todo o mundo relataram o mesmo problema.

Por outro lado, também temos as mães que querem trabalhar e não podem, já que não existem ferramentas e métodos garantidos para que suas crianças sejam adequadamente cuidadas. Cerca de 40% dos lares brasileiros são chefiados por mulheres, mas só na cidade de São Paulo faltam mais de 170 mil vagas em creches.

Hoje, sabe-se muito bem que competência não tem relação com as questões de gênero. Basta agora encontrar meios para contornar os antigos problemas que ainda atrapalham nosso sucesso profissional. É sabido também que, apesar de toda a dificuldade, há a vontade de superação e é isso que toda mulher deve considerar na hora de disputar o seu espaço na sociedade, principalmente dentro de uma empresa.

Presidente do Conselho de Administração Maria Alexandra Mascarenhas
Diretor Presidente José Mascarenhas

**Brasil
Econômico**

Publisher Ramiro Alves
Chefe de Redação Octávio Costa
Editora-Chefe Sonia Soares

Diretor de arte André Hippertt
Editor de arte Carlos Mancuso

BRASIL ECONÔMICO é uma publicação da
Empresa Jornalística Econômico S.A.

Redação (RJ) Rua dos Inválidos, 198, Centro,
CEP 20231-048, Rio de Janeiro
Tels.: (21) 2222-8000 e 2222-8200
Redação (SP) Rua Guararapes, 2064, Térreo,
Brooklin Novo, CEP 04561-004, São Paulo
Redação (DF) SHS Quadra 6 Conjunto A,
Complexo Brasil 21, Bloco C, Salas 520 a 523, CEP
70316-109, Brasília. Tel.: (61) 3223-4274
E-mail redacao@brasileconomico.com.br

CONTATOS

Redação (21) 2222-8000, (11) 3320-2000 e (61) 3223-4274
Administração (21) 2222-8050 e (11) 3320-2128
Publicidade (21) 2222-8151 e (11) 3320-2182

Atendimento ao assinante / leitor

Rio de Janeiro (Capital) – Tels.: (21) 3878-9100
São Paulo e demais localidades – Tels.: 0800 021-0118
De segunda a sexta-feira – das 6h30 às 18h30
Sábados, domingos e feriados – das 7h às 14h
www.brasileconomico.com.br/assine
assinatura@brasileconomico.com.br

Condições especiais para pacotes e projetos corporativos
assinaturas@brasileconomico.com.br
Tel.: (11) 3320-2017
(circulação de segunda à sexta, exceto nos feriados nacionais)

Central de Atendimento ao Jornaleiro
Tel.: (11) 3320-2112

Impressão
Editora O DIA S.A. (RJ)

EJES2