



PARECER SEFIN/SUCON Nº 2013/

PROCESSO Nº: 2013/108935

INTERESSADO: Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará – Sinapro-CE

ASSUNTO: Consulta a tributação das agências de publicidade pelo ISSQN

EMENTA: Tributário. Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza. ISSQN. Serviços de propaganda e publicidade. Serviço de Veiculação. Agenciamento de publicidade e propaganda, inclusive o agenciamento de veiculação por quaisquer meios. Base de cálculo, deduções da base de cálculo. Impossibilidade.

1 RELATÓRIO

1.1. Do Pedido e das Razões

O **Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Ceará – Sinapro-CE**, pessoa jurídica de direito privado, representante da categoria econômica das agências de propaganda do Estado do Ceará, inscrito no CNPJ com o nº 11.088.374/0001-27 e no CPBS com o nº 265497-0, requer que seja respaldada a prática de mercado adotado pelas agências de propaganda, no que diz respeito à exclusão da base de cálculo do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN) da parcela entregue à agência de publicidade pelo cliente anunciante para o pagamento de terceiros, sob o argumento que a legislação municipal não prevê explicitamente essa exclusão.

A Consulente informa que as atividades de publicidade e propaganda envolvem o anunciante, a agência de publicidade e os veículos de publicidade; que a agência é responsável pela criação publicitária, pela seleção dos fornecedores, pelo planejamento da divulgação através dos veículos mais adequados, tudo dentro do plano de publicidade estabelecido, aprovado e contratado pelo anunciante (cliente); que a atividade econômica de publicidade e propaganda está regulada pela Lei nº 4.680/65 e pelo Decreto nº 57.690/66; que os valores devidos aos veículos de comunicação e fornecedores de produção, por serem contratados por conta e ordem do anunciante, são faturados contra o anunciante, aos cuidados da agência; que as agências emitem fatura própria, relacionando, meramente como demonstrativo da base de cálculo de seus honorários, o nome do veículo ou fornecedor de produção, bem como os valores das faturas que formam por eles emitidos contra o anunciante, complementando o faturamento com seus honorários, decorrentes da contratação havida com o cliente/anunciante; que os valores faturados pelos veículos e fornecedores contra o anunciante/cliente não transitam pela conta de resultado da agência, já que as faturas estão em nome do anunciante e são pagas através da agência; que as agências encaminham as faturas de terceiros (fornecedores e veículos) para o anunciante, capeando-as com uma fatura por ela emitida contendo os honorários da agência calculados sobre os valores constantes das faturas de terceiros; que hoje, em função da nota fiscal de serviços eletrônica, os anunciantes recebem as notas fiscais diretamente dos fornecedores veículos, mas cuja conferência dos trabalhos realizados permanece sob os cuidados da agência, até por força do contrato assinado com o anunciante; que as agências recebem os valores que lhe são repassados pelo anunciante e providencia o pagamento aos veículos e fornecedores de produção, por conta e ordem do anunciante; que os valores devidos a fornecedores devem ser deduzidos para efeito de cálculo da tributação que incide sobre as receitas das agências; que a legislação deste Município não explicita a exclusão de valores devidos a fornecedores da base de cálculo dos tributos incidentes sobre a prestação de serviços, de modo que a tributação deve vir a recair sobre os valores que não ingressaram a prestação de serviço das agências; que a adequação da legislação à realidade das atividades exercidas pelas agências de publicidade é necessária para que o fato jurídico tributário previsto no artigo 156, III, das Constituição Federal mantenha-se íntegro, tal qual como pensado pelo legislador constitucional.



O Sindicato epigrafado alega ainda que a Administração Pública Federal adaptou sua legislação de modo a evitar tributar duas vezes os mesmos valores, no artigo 651, II, § 1º, do Regulamento do Imposto de Renda de 1999 e art. 13 da Lei nº 10.925/2004, bem como pelo parecer normativo CST nº 7, de 02/04/86; que estas normas excluem da base de cálculo as importâncias pagas diretamente ou repassadas pelas agências de propaganda à empresa de rádio, televisão, publicidade ao ar livre (outdoor), cinema, jornais e revistas, bem como os descontos por antecipação do pagamento, dentre outras verbas, tais como serviços contratados de terceiros (fornecedores); que não se sujeitam à tributação do município (ISS) os gastos feitos com terceiros em nome da agência, mas reembolsáveis pelo anunciante, ou os valores repassados pelo anunciante à agência, relativos a gastos feitos com terceiros por conta e ordem do anunciante e em nome deste, devendo, pois serem desconsiderados para efeitos de base de cálculo; que o Regulamento do ISSQN, em seu art. 51, permite a exclusão da base de cálculo ISS devido pelas agências de propaganda dos valores repassados aos veículos de publicidade, mas não dispõe sobre os valores pagos aos fornecedores de produção, tais como serviços gráficos, de produções cinematográficas, fonográficas, estúdios fotográficos etc.

Por fim, o Sindicato solicita um parecer para evitar entendimentos equivocados quanto à tributação de valores que pertencem a terceiros, que não configuram receita própria das agências.

Eis o relato dos autos.

1.2. Da Consulta

Sobre o instituto da consulta, o art. 59 da Lei nº 4.144 de 27.12.1972, prevê que é facultado ao contribuinte, sindicatos e entidades representativas de atividades econômicas ou profissionais, formularem consultas, por petição escrita à autoridade municipal competente, sobre assuntos relacionados com a interpretação de dispositivos da legislação tributária.

A legislação municipal estabelece ainda sobre o citado instituto, que a consulta formulada deverá indicar, claramente, se versa sobre hipótese do fato gerador da obrigação tributária, ocorrido ou não (Parágrafo único do art. 59 da Lei nº 4.144/72) e que deverá conter todas as razões supostamente aplicáveis à hipótese, inclusive, se for o caso, os motivos porque se julga certa determinada interpretação dos dispositivos legais pertinentes (art. 60 da Lei nº 4.144/72).

O Código Tributário Municipal estabelece que a pessoa competente para dar resposta à consulta é o Secretário de Finanças do Município (art. 61 da Lei nº 4.144/72) e que, quando a consulta versar sobre matéria já decidida pela mesma autoridade ou por instância administrativa superior do Município, limitar-se-á o julgador a transmitir ao consulente o texto da resposta ou solução dada em hipótese precedente e análoga, sem necessidade de nova decisão (Parágrafo único do art. 61 da Lei nº 4.144/72).

Para os fins do disposto no parágrafo único do artigo 61 da Lei nº 4.144/72, ressalta-se que já houve resposta à consulta em situação análoga à presente. No entanto, em razão das peculiaridades desta consulta, optou-se por elaborar o parecer na íntegra.

2 FUNDAMENTOS JURÍDICOS

2.1. Da Incidência do ISSQN sobre as atividades de propaganda e publicidade

Para responder a indagação formulada, preliminarmente, cabem algumas observações sobre a incidência do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISSQN) sobre serviços relativos à propaganda e a publicidade.

A obrigação de pagar o ISSQN, assim como qualquer outro tributo do Sistema Tributário Nacional, nasce com a ocorrência do fato gerador da obrigação tributária principal, que é a





situação definida em lei como necessária e suficiente a sua ocorrência (Art. 114 da Lei nº 5.172/66 – CTN).

No caso do imposto sobre serviços, as situações previstas em lei, necessárias a ocorrência do fato gerador, são aquelas descritas na Lista de Serviços anexa à Lei complementar nacional nº 116/2003 e incorporadas à legislação municipal, que no caso do Município de Fortaleza isto se deu por meio da Lei complementar municipal nº 14/2003 e estão retratadas pelo Regulamento do ISSQN, aprovado pelo Decreto nº 11.591, de 01 de março de 2004.

Conforme dispõe o art. 1º do Regulamento do ISSQN, o fato gerador do imposto ocorre pela efetiva prestação dos serviços constantes da sua Lista de Serviços anexa.

Para fins de verificação da incidência do imposto sobre o determinado fato econômico (prestação de serviço), assim como identificar o subitem da Lista que o mesmo se enquadra, conforme dispõe o § 4º do artigo 1º da LC 116/2003, retratado pelo inciso V do § 3º do artigo 1º do Regulamento do ISSQN, o que é relevante é a natureza ou a essência do serviço prestado e não denominação dada a ele.

Feitas estas observações gerais sobre a incidência do ISSQN, ressalta que, entre outras atividades que podem ser exercidas, as principais atividades realizadas na área de propaganda e publicidade são as previstas nos subitens 10.08 e 17.06 da lista de serviços sujeitos ao imposto, que preveem *in verbis* a tributação das seguintes serviços:

10.08 - Agenciamento de publicidade e propaganda, inclusive o agenciamento de veiculação por quaisquer meios.

17.06 - Propaganda e publicidade, inclusive promoção de vendas, planejamento de campanhas ou sistemas de publicidade, elaboração de desenhos, textos e os demais materiais publicitários.

Além destes dois serviços, também tem relação com eles o serviço de veiculação de propaganda e publicidade, que a partir da vigência da Lei Complementar nº 116/2003, em razão do veto presidencial ao subitem 17.07 da Lista de Serviços anexa ela, saiu do campo de incidência do ISSQN.

Sobre a natureza do serviço de veiculação de publicidade e propaganda, o Regulamento do ISSQN, aprovado pelo Decreto nº 11.591/2004, define este serviço, em seu art. 50, nos seguintes termos:

Art. 50. Consideram-se serviços de veiculação de propaganda, a divulgação efetuada através de quaisquer meios de comunicação visual, auditiva ou audiovisual (veículos de divulgação), capaz de transmitir ao público mensagens de qualquer espécie.

Já sobre o serviço de propaganda, este se encontra definido no artigo 49 do citado Regulamento, nos seguintes termos:

Art. 49. Consideram-se serviços de propaganda as atividades de estudar, conceber, executar e distribuir qualquer espécie de mensagens em veículos de divulgação, por conta e ordem do anunciante ou de terceiros.

Quanto ao serviço de agenciamento de publicidade e propaganda, inclusive o agenciamento de veiculação por quaisquer meios, este, nos termos do disposto no artigo 38 do Regulamento do ISSQN, consiste em a agência de publicidade se colocar entre o dono da propagando e o veículo que irá veiculá-la, para aproximar os dois. Nesta atividade, quem presta o serviço de veiculação para o anunciante é o veículo de publicidade e não agência intermediária. Esta cuida apenas de aproximar as duas partes, para eles realizarem o negócio do interesse deles ou contrata os serviços de veiculação em nome do anunciante, quando expressamente autorizada em contrato.



A agência de publicidade, nesta atividade recebe uma receita que é comumente denominada de comissão, que pode ser recebida do anunciante ou do veículo de propaganda, ou ainda das duas partes, conforme for acertado no caso concreto.

No caso do anunciante contratar uma agência para que esta conceba ou elabore uma propaganda e depois contrate os veículos de publicidade em nome daquele; e paga para ela os valores correspondentes aos dois serviços, agência não pode sofrer tributação do ISSQN sobre o valor que ela irá repassar para o veículo. Pois o valor a ser repassado não é receita da agência, por ela não está prestando este serviço para o anunciante. Em função deste fato, o Regulamento do ISSQN estabelece em seu artigo 51 que o valor a ser repassado a terceiros não compõe a base de cálculo do ISSQN, *in verbis*:

Art. 51. Não serão incluídas na base de cálculo do imposto devido pelas empresas de planejamento e elaboração de propaganda ou publicidade, as importâncias recebidas dos usuários dos serviços ou anunciantes e pagas aos veículos de publicidade.

Neste caso, surge um segundo serviço, que é o de veiculação de publicidade e propaganda, que é prestado pelo veículo de comunicação ao anunciante. O veículo de comunicação ao prestar o serviço de veiculação fica obrigado a emitir a nota fiscal de serviço correspondente para o anunciante, que é o verdadeiro tomador do serviço, aos cuidados da agência responsável por contratá-lo em nome do anunciante.

Quando a agência de publicidade fica responsável pela veiculação de publicidade em nome do anunciante, além do serviço de propaganda, prestado quando da elaboração da campanha publicitária, ocorre a prestação de outra atividade, que é serviço de intermediação ou de agenciamento, que é prestado pela agência, e como consequência deve ser emitida nota fiscal de serviço corresponde para o anunciante ou para o veículo de publicidade, conforme quem seja responsável pelo pagamento da comissão.

Feitas estas observações sobre a incidência do ISSQN sobre os serviços prestados no setor de publicidade e propaganda, a seguir serão esclarecidas as questões relativas a base de cálculo do ISSQN.

2.2. Da Base de Cálculo do ISSQN

A consulta da consulente é relacionada com a base de cálculo do ISSQN. Este aspecto tributário é previsto no *caput* do art. 7º da Lei Complementar nº 116/2003, regulada no Município de Fortaleza pelas normas dispostas no art. 141 da Lei nº 4.144/1972, com redação da Lei Complementar nº 14/2003, alterada pela Lei Complementar nº 32/2006, e no art. 18 do Regulamento do ISSQN deste Município, nos seguintes termos:

Art. 18. O imposto devido por pessoa jurídica ou pessoa a ela equiparada terá por base de cálculo o preço dos serviços. [Destacou-se]

§ 1º Inclui-se no preço do serviço o valor da mercadoria envolvida na prestação do mesmo, excetuados os casos expressos na lista do Anexo I deste Regulamento.

§ 2º Incorporam-se ao preço dos serviços:

I – os valores acrescidos, a qualquer título, e os encargos de qualquer natureza, inclusive valores porventura cobrados em separado, a título de imposto sobre serviços;

II – os descontos, diferenças ou abatimentos concedidos sob condição;

III – os ônus relativos à concessão de crédito, ainda que cobrados em separado, na hipótese de prestação de serviços a crédito, sob qualquer modalidade.





§ 3º O preço dos serviços, a ser considerado para base de cálculo do imposto, caso não mereçam fé os registros apresentados pelo contribuinte, não poderá ser inferior ao total da soma dos seguintes elementos, apurada mensalmente:

I – folha de salários pagos, adicionada de honorários de diretores, retiradas de proprietários, sócios ou gerentes, e outras formas de remuneração;

II – aluguel do imóvel, de máquinas e equipamentos utilizados na prestação do serviço ou, quando forem próprios, 1% (um por cento) do seu valor;

III – despesas gerais e os demais encargos obrigatórios do contribuinte.

§ 4º Quando os serviços descritos pelos subitens 3.3 e 22.1 da lista do Anexo I deste Regulamento forem prestados no território deste município e em outros municípios, a base de cálculo será proporcional, conforme o caso, à extensão da ferrovia, da rodovia, das pontes, dos túneis, dos dutos e dos condutos de qualquer natureza, dos cabos de qualquer natureza ou ao número de postes, existentes em cada município.

§ 5º Não se inclui na base de cálculo do Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza o valor dos materiais fornecidos pelo prestador dos serviços previstos nos subitens 7.2 e 7.5 da lista de serviços do Anexo I deste Regulamento.

§ 6º O valor dos materiais a ser considerado na dedução do preço do serviço é o constante dos documentos fiscais de aquisição ou produção emitidos em nome do prestador do serviço. (Redação adequada à LC 32)

§ 7º A dedução dos materiais mencionada no § 5º deste artigo somente poderá ser feita quando os materiais se incorporarem diretamente e definitivamente à obra, perdendo sua identidade física no ato da incorporação, não sendo passíveis de dedução os gastos com ferramentas, equipamentos, combustíveis, materiais de consumo, materiais de instalação provisória, refeições e similares. (Redação adequada à LC 32)

§ 8º A exclusão dos materiais da base de cálculo prevista no § 5º deste artigo, quando não comprovado o seu valor, ou quando a documentação comprobatória apresentada não mereça fé, poderá ser estimada em até 50% (cinquenta por cento) do valor total do serviço.

Diante do exposto, verifica-se que em regra a base de cálculo do imposto é o preço cobrado pelo serviço prestado, sem nenhuma dedução. Somente há permissão de dedução de materiais para os serviços previstos nos subitem 7.02 e 7.05 da Lista de serviços. Para os demais não há previsão de dedução.

Neste sentido também é a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça (STJ). Este Tribunal, no julgamento do AgRg no AREsp 227724 - SP (DJe 26/11/2012) assentou entendimento que:

1. A decisão agravada aplicou a jurisprudência desta Corte, no sentido de que a base de cálculo do ISS, nas hipóteses de prestação de serviços de marketing, é valor global cobrado pelo serviço. Não sendo legítima a dedução com os chamados "valores de reembolso" por ausência de previsão legal. [Destacou-se]

2. O acórdão recorrido, com base na documentação carreada aos autos afirmou ser a agravante "tomadora dos préstimos que terceiriza para viabilizar a consecução dos seus serviços de marketing promocional, a apelante por aqueles também cobra de seus clientes, integrando-os no preço global percebido, que é a receita bruta por ela, de todo modo, embolsada." [Destacou-se]

Os autos do Recurso Especial em questão discutia sobre o ISSQN nas atividades discriminadas no item 17.06 da lista anexa à Lei Complementar nº 116/03, cujo seu artigo 7º estabelece que a base de cálculo respectiva é o preço dos serviços. O citado serviço, conforme destacado no item precedente, é o de propaganda e publicidade, inclusive promoção de vendas, planejamento de campanhas ou sistemas de publicidade, elaboração de desenhos, textos e os



demais materiais publicitários. Isto é o mesmo serviço que o Sindicato consulente afirma ser atividade das agências sindicalizadas.

Conforme transcrito, a legislação local não destoa da Lei federal que rege o ISSQN. Sendo, portanto, aplicável a citada jurisprudência.

O entendimento exarado pelo STJ não destoa do que vem sendo afirmado por aquela Corte, cuja jurisprudência tem consolidado o entendimento de que a base de cálculo do ISS é valor global cobrado pelo serviço. Não sendo legítima a dedução com os chamados "valores de reembolso" por ausência de previsão legal.

O mesmo entendimento exposto vem sendo proferido em diversas decisões daquele Tribunal. Além daquela decisão citada, segue-se a ementa de acórdão semelhante:

TRIBUTÁRIO. ISS. SERVIÇOS DE MARKETING. BASE DE CÁLCULO. PREÇO DO SERVIÇO. DEDUÇÃO DE MATERIAIS ADQUIRIDOS PARA A PRESTAÇÃO. IMPOSSIBILIDADE. DEDUÇÃO DE "VALORES PERCEBIDOS A TÍTULO DE REEMBOLSO". AUSÊNCIA DE PREVISÃO LEGAL.

1. Não se admite recurso especial fundado na alegada violação de normas constitucionais, na espécie, dos artigos 5º, II, 145, § 1º e 150, IV, todos da CF.

2. A base de cálculo do ISS, nos termos da Lei Complementar nº 116/2003 é o preço do serviço, ou seja, todos os valores pagos pelo tomador ao prestador pela utilidade oferecida. Precedentes. [Destacou-se]

3. A lei não prevê, no caso dos serviços de marketing, a dedução da base de cálculo de materiais inseridos no contexto do serviço prestado e de "valores percebidos a título de reembolso" (e-STJ fl.142).

4. Recurso especial conhecido em parte e, nesta parte, não provido. (REsp 1293162/RS, Rel. Ministro CASTRO MEIRA, SEGUNDA TURMA, julgado em 19/06/2012, DJe 03/08/2012).

Do exposto resta claro que a base de cálculo do ISSQN é o preço do serviço. Somente sendo admitida dedução nos casos expressamente previstos nas normas.

Das normas municipais citadas, que tratam da base de cálculo do ISSQN, além dos casos previstos nos subitens 7.02 e 7.05 da lista de serviços, no caso das agências de publicidade, há a permissão de dedução dos valores recebidos do anunciante para fins de pagamento de anúncios a serem veiculados a cargo das agências de propaganda. Com isso, em função desta previsão expressa no art. 51 do Regulamento do ISSQN, estas podem deduzir do valor dos seus serviços faturado, apenas "as importâncias recebidas dos usuários dos serviços ou anunciantes e pagas aos veículos de publicidade as agências".

Fora este caso, não há nenhuma norma que permita dedução de valores de outros serviços subcontratados pelas agências de publicidade. Portanto, os valores relativos às despesas com serviços subcontratados de fornecedores de produção, tais como serviços gráficos, de produções cinematográficas, fonográficas, estúdios fotográficos etc. não podem ser deduzidos da base de cálculo do serviço propaganda ou de marketing prestado pelas sindicalizadas do Consulente. Haja vista serem custos da prestação do serviço de propaganda, que consiste nas atividades de estudar, conceber, produzir, executar e distribuir qualquer espécie de mensagens em veículos de divulgação, por conta e ordem do anunciante ou de terceiros.

O serviço de propaganda não consiste só em criar a ideia a ser transmitida, mas também em produzi-la para deixar em condições de ser transmitida ou veiculada. Por isso, se a agência não possui a estrutura necessária para produzir seu produto e subcontrata ou terceiriza com as outras





peças, estes serviços subcontratados são partes do serviço prestado e integram o custo deste e, conseqüentemente, a base de cálculo do ISSQN.

Além destes fatos citados, reforça a impossibilidade de abater da base de cálculo do ISSQN os serviços de produção de propaganda, o fato do ISSQN ser um tributo cumulativo, que tributa em cascata cada etapa de uma prestação de serviço e compõe o custo total do serviço principal a ser fornecido. Portanto, se um prestador horizontaliza sua operação de prestação de serviços, subcontratando ou terceirizando etapas do serviço, e devido, pela legislação vigente, não ser permitido abater o tributo pago em uma operação, nas operações subseqüentes, não há como querer abater serviços da base de cálculo do serviço principal fornecido pelo prestador de serviço.

A possibilidade de dedução da base de cálculo do imposto *in casu* do valor recebido e repassado aos veículos de qualquer espécie se funda no contrato de agência ou de intermediação de publicidade e propaganda. Neste tipo de contrato, a agência de propaganda figura como mandatária do anunciante ou cliente, exercendo contrato de agência. Por isso, é admitida a dedução na base de cálculo do ISSQN neste caso.

Sobre o agenciamento, traz-se a lume o conceito dado pelo professor Paulo Nader. Para ele, nos contratos de agência “uma pessoa, denominada agente, sem vínculo empregatício mas mediante pagamento, assume a obrigação de promover negócios em determinada área geográfica, à conta e sob a responsabilidade de outra, chamada proponente, em caráter duradouro” (NADER, Paulo. Curso de Direito Civil: contratos. Rio de Janeiro: Forense, 2006, p. 426 e 432). Portanto, a característica principal daquele que se intitula “agente comercial” é o de mandatário, ou seja, realiza do negócio em nome de outrem.

Neste caso, se uma agência é contratada para prestar o serviço de propaganda e também de realizar a veiculação em nome do cliente anunciante ela realiza dois contratos de prestação de serviços: o de propaganda e o de agência (agenciamento). No contrato de propaganda o preço do serviço de propaganda é preço cobrado pela concepção da ideia e pela a produção das mídias a serem veiculadas. Já no contrato de agenciamento, o preço do serviço é a comissão recebida do anunciante ou do cliente ou, conforme o caso, dos dois.

No tocante as normas federais citadas pelo Consultante, destaca-se que tratam de tributos que tem natureza diversa do Imposto sobre Serviços. Por isso, não pode ser utilizadas como paradigma.

3 CONCLUSÃO

Pelos fundamentos expostos, destaca-se que as agências de publicidade prestam precipuamente o serviço de agenciamento de publicidade e propaganda e os serviços de propaganda e publicidade, inclusive promoção de vendas, planejamento de campanhas ou sistemas de publicidade, elaboração de desenhos, textos e os demais materiais publicitários (subitens 10.08 e 17.06 da lista de serviços do Regulamento do ISSQN).

Quanto à base de cálculo do ISSQN, nos termos do art. 7º da Lei Complementar nº 116/2003, transcrita nas normas municipais no artigo 18 do Regulamento do ISSQN, esta é o preço do serviço, nele compreendido todos os valores pagos pelo tomador ao prestador pela utilidade oferecida. Portanto, somente pode haver dedução de valores desta base de cálculo nos casos expressamente previstos nas normas tributárias. E no caso das agências de publicidade, a legislação municipal somente permite deduzir do serviço de propaganda ou marketing as importâncias recebidas dos usuários dos serviços ou anunciantes e pagas aos veículos de publicidade, devidamente comprovadas (Art. 51 do Regulamento do ISSQN).





Portanto, conforme legislação e jurisprudência citadas, a base de cálculo do ISSQN, nas hipóteses de prestação de serviços de propaganda e marketing, é o valor global cobrado pelo serviço. Não sendo possível a dedução de valores recebidos a título de reembolso das atividades de produção das mídias publicitárias, tais como serviços gráficos, de produções cinematográficas, fonográficas, estúdios fotográficos etc., por estas serem meios para viabilizar a consecução dos seus serviços de propaganda e marketing.

Quanto ao pedido do Consulente, não há como respaldar a prática de mercado das sindicalizadas do Consulente, por ela ser contrária à legislação tributária que rege o ISSQN neste município e em âmbito nacional.

É o **parecer** que ora submete-se à apreciação superior.

Fortaleza-CE, 11 de junho de 2013.

Francisco José Gomes

Auditor de Tributos Municipais
Mat. nº 45.119

VISTO DO SUPERVISOR DA SUCON

De acordo com os termos deste parecer.

Fortaleza-CE, __/__/__.

Paulo Sérgio Dantas Leitão

Supervisor de Consultoria e Normas

**DESPACHO DA COORDENADORIA DE ADMINITRAÇÃO
TRIBUTÁRIA**

1. De acordo com os termos deste parecer;
2. Encaminhe-se ao Secretário Municipal de Finanças para fins de ratificação.

Fortaleza-CE, __/__/__.

Paulo Luis Martins de Lima

Coordenador Administrativo Tributário

DESPACHO DO SECRETÁRIO MUNICIPAL DE FINANÇAS

1. Aprovo o parecer acima nos seus exatos termos e dou ao mesmo o efeito de resposta à consulta formulada;
2. Encaminhe-se aos setores correspondentes para adoção das providências cabíveis.

Fortaleza-CE, __/__/__

Jurandir Gurgel Gondim Filho

Secretário Municipal de Finanças de Fortaleza