

SOLUÇÃO DE CONSULTA SF/DEJUG nº 5, de 23 de janeiro de 2020

ISS. Base de Cálculo. Subitens 10.08 e 17.06 da Lista de Serviços da Lei nº 13.701, de 24 de dezembro de 2003.

O DIRETOR DO DEPARTAMENTO DE TRIBUTAÇÃO E JULGAMENTO, no uso de suas atribuições legais, em especial à vista dos artigos 73 a 78 da Lei nº 14.107, de 12 de dezembro de 2005, e em conformidade com o que consta nos autos do processo administrativo;

ESCLARECE:

1. Trata-se de consulta formulada por pessoa jurídica de direito privado inscrita no Cadastro de Contribuintes Mobiliários – CCM e estabelecida nesta municipalidade.

2. A consulente foi constituída com o objetivo de representar as suas associadas, que são instituições, sociedades e profissionais que exerçam atividades relacionadas ao “live marketing”, tratando-se de entidade representativa de categoria profissional que, de acordo com o artigo 73 da Lei nº 14.107, de 12 de dezembro de 2005, tem legitimidade para formular consulta tributária.

3. A consulente pretende, com a consulta, confirmar o seu entendimento a respeito dos enquadramentos tributários de suas associadas, de modo a promover adequada orientação jurídica a seus associados.

4. Em resumo, a consulente descreve dois tipos de serviços que seriam prestados por seus associados:

4.1 Serviços de marketing, “live marketing”, publicidade e propaganda; e

4.2 Serviços de intermediação de terceiros, contratados por conta e ordem de clientes para a execução das ações de marketing promocional, explorada por mecanismos como eventos, pontos de venda, feiras e congressos, campanhas de incentivo e de premiação, distribuição/apresentação de produtos, ofertas, brindes, entre outros.

5. Desenvolvendo a explanação, a consulente entende ou informa que:

5.1 a consulta foi formulada com o objetivo de dar segurança aos seus associados;

5.2 até o presente momento, marketing promocional não foi contemplado com definição específica pela legislação;

5.3 embora os serviços prestados pelas associadas da consulente apresentem denominação jurídica específica, porque referenciados na Lei Complementar Federal nº 116, de 31 de julho de 2003, no mercado são conjuntamente denominados de marketing promocional e, mais recentemente, de “live marketing”;

5.4 as atividades de suas associadas têm relação com os itens 10 e 17 da referida lista de serviços;

5.5 o enquadramento da atividade de criação e planejamento de uma ação que tenha por objetivo ativar uma marca/serviço/produto atingindo mediamente o público consumidor, quando realizada por suas associadas, implica a configuração do fato gerador de serviço classificado no item 17 – "Serviços de apoio técnico, administrativo, jurídico, contábil, comercial e congêneres", mais especificamente o do subitem 17.06, que prevê os serviços de criação e planejamento que englobam a arte e técnica publicitária na figura da "promoção de vendas";

5.6 em relação à intermediação dos terceiros “experts”, necessários para a implementação da ação de marketing promocional criada, não se vislumbra um subitem específico entre os previstos no item 10 do artigo 1º da Lei nº 13.701, de 24 de dezembro de 2003;

5.7 embora o subitem 10.08 preveja a atividade de agenciamento de publicidade, o agenciamento realizado junto a terceiros para implementar a ação de marketing promocional não está compreendido neste subitem, uma vez que a intermediação da atividade publicitária, como já reconhecido pela Municipalidade em sede de solução de consulta, corresponde à aproximação realizada pela agência entre o encomendante/anunciante do conteúdo publicitário e o veículo que divulgará o anúncio;

5.8 na falta de referência expressa das particularidades do agenciamento em um item específico da lista, pode-se recorrer a um item de abrangência geral, a saber, o subitem 10.05 – “agenciamento, corretagem ou intermediação de bens móveis, não abrangidos em outros itens ou subitens, por quaisquer meios”.

6. Por fim, a consulente formula os seguintes questionamentos:

6.1 Se está correto o entendimento da consulente de que os serviços técnicos de criação e planejamento das ações de marketing promocional, explorada por mecanismos como eventos, pontos de venda, feiras e congressos, campanhas de incentivo, distribuição/apresentação de

produtos, ofertas, brindes, entre outros, se classificam no subitem 17.06 da lista constante do artigo 1º da Lei nº 13.701, de 2003;

6.2 Se está correto o entendimento da consulente de que seus serviços de intermediação de terceiros, contratados por conta e ordem de seus clientes, para execução das ações de marketing promocional, explorada por mecanismos como eventos, pontos de venda, feiras e congressos, campanhas de incentivo e de premiação, distribuição/apresentação de produtos, ofertas, brindes, entre outros, estão classificados no subitem 10.05 da lista constante do artigo 1º da Lei nº 13.701, de 2003;

6.3 Se está correto o entendimento de que a base de cálculo dos serviços técnicos de criação e planejamento das ações de marketing promocional tem como base de cálculo o “fee”, entendido como os honorários de remuneração recebidos por suas associadas em contrapartida a estes serviços; e

6.4 Se está correto o entendimento da consulente quanto a considerar como base de cálculo dos serviços de intermediação de negócios que presta apenas o “fee”, entendido como a taxa, os honorários de remuneração recebidos por suas associadas em contrapartida a estes serviços.

7. O serviço de intermediação de terceiros “experts”, necessários para a implementação da ação de marketing promocional criada, classifica-se no subitem 10.08 do artigo 1º da Lei nº 13.701, de 2003.

8. O inciso I do artigo 47-A do Decreto nº 53.151, de 17 de maio de 2012, dispõe que quando a agência de publicidade prestar os serviços de agenciamento de publicidade e propaganda descritos no subitem 10.08 da lista de serviços do “caput” do artigo 1º da Lei nº 13.701, de 2003, a base de cálculo será a receita bruta auferida pelo prestador do serviço, constituída pelo valor das comissões, inclusive das bonificações a qualquer título, honorários, “fees”, criação, redação e veiculação.

9. O inciso II do mesmo artigo dispõe que quando a agência de publicidade prestar os serviços de propaganda e publicidade descritos no subitem 17.06 da lista de serviços do “caput” do artigo 1º da Lei nº 13.701, de 2003, a base de cálculo será a receita bruta auferida pelo prestador do serviço, constituída pelo preço da produção em geral, correspondente à soma de todo e qualquer ingresso financeiro da operação, ainda que parte do serviço seja executado por terceiros.

10. Portanto:

10.1 Está correto o entendimento da consulente de que os serviços técnicos de criação e planejamento das ações de marketing promocional,

explorada por mecanismos como eventos, pontos de venda, feiras e congressos, campanhas de incentivo, distribuição/apresentação de produtos, ofertas, brindes, entre outros, se classificam no subitem 17.06 da lista constante do artigo 1º da Lei nº 13.701, de 2003, correspondente ao código de serviço 02496 previsto no Anexo 1 da Instrução Normativa SF/SUREM nº 8, de 18 de julho de 2011;

10.2 Os serviços de intermediação de terceiros, contratados por conta e ordem de seus clientes, para execução das ações de marketing promocional, explorada por mecanismos como eventos, pontos de venda, feiras e congressos, campanhas de incentivo e de premiação, distribuição/apresentação de produtos, ofertas, brindes, entre outros, estão classificados no subitem 10.08 da lista constante do artigo 1º da Lei nº 13.701, de 2003, correspondente ao código de serviço 06394 previsto no Anexo 1 da Instrução Normativa SF/SUREM nº 08, de 2011;

10.3 Os serviços técnicos de criação e planejamento das ações de marketing promocional têm como base de cálculo a receita bruta auferida pelo prestador do serviço, constituída pelo preço da produção em geral, correspondente à soma de todo e qualquer ingresso financeiro da operação, ainda que parte do serviço seja executado por terceiros;

10.4 A base de cálculo dos serviços classificados no subitem 10.08 do artigo 1º da Lei nº 13.701, de 2003, referente à indagação veiculada no subitem 6.4 desta solução de consulta, é a receita bruta auferida pelo prestador do serviço, constituída pelo valor das comissões, inclusive das bonificações a qualquer título, honorários, "fees", criação, redação e veiculação.

11. Comunique-se o teor desta solução de consulta à consulente e, após as providências de praxe, archive-se.

Rafael Barbosa de Sousa
Diretor do Departamento de Tributação e Julgamento