Câmara Municipal de Cascavel
ESTADO DO PARANÁ

PROJETO DE LEI COMPLEMENTAR Nº 7 ,DE 2018.
(Proponente: Vereador Serginho Ribeiro/PPL)

CÂMARA MUNICIPAL DE CASCAVEL
Recebido em 07/11/18
Protocolo

Acrescenta dispositivo a Lei Complementar nº 1, de 30.12.2001 (Código Tributário Municipal).

A Câmara Municipal de Cascavel, Estado do Paraná, aprova:

Art. 1º Esta lei acrescenta o Inciso VII-A ao art. 167 da Lei Complementar nº 1, de 2001 que passa a vigorar com a seguinte redação:

"Art. 167....."
.....
.....
"VII-A. - Quando a agência de propaganda e publicidade, subitem 17.06 e 10.08 da lista de serviços, incluir em sua nota fiscal o valor da veiculação de matéria publicitária, é permitida a dedução deste valor para fins de apuração da base de cálculo desde que comprovado com a 1º via da nota fiscal fornecida pelo prestador, devidamente contabilizada como despesa.

Art. 2º Esta lei complementar entra em vigor a partir do ano subsequente a sua publicação oficial.

É o que Requer. Sala das Sessões.
Cascavel, 5 de novembro de 2018.

Serginho Ribeiro
Vereador/PPL

Justificação

A proposta legislativa que apresento tem a finalidade de corrigir um grave equívoco cometido quando da aprovação da Lei Complementar nº 95, de 2017 que alterou o Código Tributário Municipal tirando uma garantia que as agências de publicidades tinham com alguns serviços que eram prestados, onde poderiam deduzir o valor das alíquotas do ISSQN, acerca de serviços de veiculação de matérias publicitárias, para fins de apuração da base de calculo.

Com a revogação do Inciso VIII do art. 167 pela Lei Complementar nº 95, de 2017, estará havendo um prejuízo às agências de publicidades, pois, será serviços prestados que não terão mais a dedução do valor, o que poderá ocasionar problemas administrativos e financeiros para as agências, levando a possíveis medidas trabalhistas, como por exemplo, demissão em massa e mudança para outras cidades que proporcionam esses benefícios.

Posto isto, espero, pois, contar com a aprovação pelos Nobres Pares a este simples, mas importante projeto de lei, que poderá garantir a manutenção de vários empregos e de permanência de empresas em nossa cidade.

CONFERIDO DIRETORIA LEGISLATIVA

Ofício nº 48 de 2019 – Gab. Ver. SR

Cascavel, 29 de julho de 2019.

Ao Senhor
Diretor Legislativo
Mário Galavoti
Cascavel – Paraná

Assunto: Inclusão de nova Mensagem de Lei ao Projeto de Lei Complementar nº 7, de 2018, que acrescenta dispositivos a Lei Complementar nº 1, de 2001 (Código Tributário Municipal).

Senhor Diretor.

1. Solicito a inclusão de nova Mensagem de Lei, em anexo a este ofício, ao Projeto de Lei Complementar nº 7, de 2018, de minha autoria, que acrescenta dispositivos à Lei Complementar nº 1, de 2001 (Código Tributário Municipal).

Respeitosamente;

Serginho Ribeiro
Vereador/PDT

MENSAGEM DE LEI

Tendo em vista algumas dúvidas suscitadas por parlamentares e as assessorias dos nobres Edis desta Casa de Leis, técnicos do Fisco Municipal e sociedade civil em geral, se fez necessário a confecção de uma Mensagem de Lei que esmiuçasse a matéria legislativa em tela. Portanto, segue abaixo motivos bastante contundentes, explicitando as razões desta proposta de alteração em nosso Código Tributário.

O imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza é assegurado pelo inciso III, do art. 156, da nossa Carta Magna, regulado pelo Decreto-Lei nº 406, de 31 de dezembro de 1968, pela Lei Complementar nº 116, de 31 de julho de 2003 e por nosso Código Tributário Municipal, Lei Complementar nº 1, de 2001.

Especificamente sobre o ISSQN tributado perante as agências de propaganda, o cerne desta matéria, o nosso CTM possuía legislação clara quanto à base de cálculo do imposto sobre a mesma, em seu art. 167, VIII, *in verbis*:

> Art. 167 A base de cálculo do ISSQN poderá ser deduzida nos seguintes casos:
> .....
> VIII – Quando a agência de propaganda e publicidade, subitem 17.06 e 10.08 da lista de serviços, incluir em sua nota fiscal o valor da veiculação de matéria publicitaria, é permitida a dedução deste valor para fins de apuração da base de cálculo desde que comprovada com a 1ª via da nota fiscal fornecida pelo prestador, devidamente contabilizada como despesa.

Tal redação deixava clara a incidência do ISSQN sobre somente aquilo que é contabilizado como receita pela agência de publicidade ou propaganda, e não sobre aqueles valores que transitam pelo caixa da empresa e que não correspondem sobre o preço cobrado pelo trabalho específico do prestador de serviço.

No entanto, tal legislação fora alterada em 2017, com a publicação da Lei Complementar nº 95, de 27 de setembro. O art. 5º da referida lei revogou o inciso VIII, jogando as agências de propaganda em uma insegurança jurídica e um acréscimo de tributação desproporcional, afetando a capacidade econômica de pagamento dos tributos. Ademais, cobrando imposto sobre valor que sequer compõe as receitas das agências de propaganda e publicidade, conforme veremos adiante em pormenores.

Com a publicação da Lei Complementar nº 95, de 2017, o ISSQN passou a incidir sobre o valor global da nota fiscal emitida pela agência de propaganda, no entanto, os honorários, Desconto-Padrão ou comissões da agência não são o valor total da nota, ao contrário, como preconiza o art. 11, Lei Federal nº 4.680 de 18 de junho de 1965, combinada com o Decreto nº 57.690, de 1966 e as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitidas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão da atividade publicitária – CENP, as comissões da agência correspondem a 20% do valor negociado. Podemos recorrer a um exemplo hipotético para compreender a operação

das agências: em um em contrato de dez mil reais assinado entre um anunciante (cliente) e a agência, dois mil reais correspondem à comissão de direito da agência (denominado de Desconto-Padrão), os outros oito mil reais são valores referentes à contratação de veículos de comunicação que fazem a veiculação dessas propagandas nos intervalos dos seus programas da grade. Ou seja, os últimos não fazem parte do serviço prestado pela agência, mas tão somente do serviço prestado por terceiros, não correspondendo, portanto, a valores devido à agência de propaganda por parte do tomador de serviço.

Como dito anteriormente, até 2017, a legislação em nosso Município cobrava o ISSQN somente sobre Desconto-Padrão que é de direito da agência, i.e, novamente utilizando o exemplo anterior, em uma nota de dez mil reais o ISSQN seria tributado sobre os 20% de direito da agência, ou seja, dois mil reais, e não o valor total de dez mil reais. Porém, após a publicação da aludida lei, a base de cálculo do ISSQN para as agências de propaganda, usando novamente o exemplo anterior, não é mais os dois mil reais em cima do Desconto-Padrão ou comissão que a agência tem direito, o que vale frisar é determinado por lei federal, mas sim sobre o valor total da nota fiscal. Ora, é de compreensão lógica que o valor total da nota não corresponde aos ganhos da agência, o que corresponde é apenas aquilo que é de direito da agência cobrar como comissão, desconto-padrão ou honorários, portanto, não fazendo sentido a base de cálculo de o ISSQN ser sobre o valor global da nota. Fica evidente que a publicação da referida lei gerou uma injustiça e desproporcionalidade na cobrança desse tributo às agências de publicidade. Ademais, fica nítido que pode ocorrer a bitributação, o que é vedado por nossa Constituição Federal.

Para compreendermos mais sobre a problemática gerada com a publicação da Lei Complementar nº 95, de 2017, e a motivação desta proposição, vamos adentrar em como as agências de propaganda atuam, a legislação e normas que devem seguir.

O agenciamento de propaganda e a profissão de agenciador de propaganda foram regulamentados pela Lei Federal nº 4.680, de 1965, e Decreto 57.690 de 1º de fevereiro de 1966. Ambos estabelecem as normas e princípios da atividade publicitária, bem como, estabelecem o Desconto-Padrão, que é a remuneração da agência por seus trabalhos, comissões e honorários em caso de produção externa. Mais claramente irá abordar este tema o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), que emitiu as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, em razão da lei e decreto acima aludidos. Vejamos qual a definição de agência de propaganda e qual o seu trabalho, conforme a lei acima citada:

> Art. 3º A Agência de Propaganda é pessoa jurídica, especializada na arte e técnica publicitária, que, através de especialistas, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veículos de divulgação, por ordem e conta de clientes anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir ideias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público.

Veja, a agência age por ordem e conta de seus clientes, os anunciantes. Logo, é mais nítido que as contratações de veículos de comunicação para inserções de propaganda em sua grade é em

função da ordem do anunciante, que somente é intermediado pela agência. Sobre as comissões e desconto-padrão, a lei prossegue:

> CAPÍTULO IV
>
> Das Comissões e Descontos devidos aos Agenciadores e às Agências de Propaganda
>
> Art. 11. A comissão, que constitui a remuneração dos Agenciadores de Propaganda, bem como o desconto devido às Agências de Propaganda serão fixados pelos veículos de divulgação sobre os preços estabelecidos em tabela.
>
> Parágrafo único. Não será concedida nenhuma comissão ou desconto sobre a propaganda encaminhada diretamente aos veículos de divulgação por qualquer pessoa física ou jurídica que não se enquadre na classificação de Agenciador de Propaganda ou Agências de Propaganda, como definidos na presente Lei.

Ainda sobre desconto padrão e sobre a ética profissional na atividade publicitária, como vimos anteriormente, em 1966 foi publicado o Decreto nº 57.690, que regulamenta a lei supracitada, o art. 7º, alterado pelo Decreto nº 4.563, de 2002, reconhece o Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, como responsável por estabelecer as normas referentes ao Desconto-Padrão, comissões ou honorários, *in verbis*:

> Art. 7o Os serviços de propaganda serão prestados pela Agência mediante contratação, verbal ou escrita, de honorários e reembolso das despesas previamente autorizadas, tendo como referência o que estabelecem os itens 3.4 a 3.6, 3.10 e 3.11, e respectivos subitens, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, com as alterações constantes das Atas das Reuniões do Conselho Executivo datadas de 13 de fevereiro, 29 de março e 31 de julho, todas do ano de 2001, e registradas no Cartório do 1o Ofício de Registro de Títulos e Documentos e Civil de Pessoa Jurídica da cidade de São Paulo, respectivamente sob no 263447, 263446 e 282131. (Redação dada pelo Decreto nº 4.563, de 31.12.2002)

Seguindo, conforme a alínea "e", do Inciso II, do art. 17, do Decreto nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, é dever da Agência de Propaganda, do Veículo de Divulgação e do Publicitário em geral, comprovar as despesas efetuadas, portanto, não cabendo na relação, cliente (anunciante), agência de publicidade e veículo de divulgação manter sob sigilo, entre as partes, dos custos referente a operação da propaganda.

A porcentagem estabelecida de 20% de Desconto-Padrão de direito da agência sobre o valor dos negócios que encaminhar ao veículo por ordem e conta dos seus clientes é igualmente amparada nos itens 2.5 e 2.5.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitaria, publicado pelo CENP, vejamos:

> 2.5 O "Desconto-Padrão de Agência" de que trata o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e art. 11 do Decreto 57.690/66, bem como o art. 19 da Lei 12.232/10, é a remuneração destinada à Agência de Publicidade pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes.
>
> 2.5.1 Toda Agência que alcançar as metas de qualidade estabelecidas pelo CENP, comprometendo-se com os custos e atividades a elas relacionadas, habilitar-se-á ao recebimento do "Certificado de Qualificação Técnica", conforme o art. 17, inciso I alínea "f" do Decreto nº 57.690/66, e fará jus ao "desconto padrão de agência" não inferior a 20% (vinte por cento) sobre o valor dos negócios que encaminhar ao Veículo por ordem e conta de seus Clientes. (NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA DO RELACIONAMENTO COMERCIAL ENTRE ANUNCIANTES, AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO, FRENTE À LEI Nº 4.680/65 E AOS DECRETOS Nº 57.690/66 E 4.563/02. CENP, 2019).

A Forma de operação fica mais clara quando recorremos novamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitaria, publicada pelo CENP. O capítulo 6, que rege sobre as práticas e procedimentos operacionais da atividade publicitária, determina que seja dever da agência cobrar o anunciante os valores referentes aos custos com a veiculação de propaganda nos veículos de comunicação e repassar a estes, *in verbis:*

> [...]
>
> 6.1 A Agência de Publicidade que intermediar a veiculação atuará sempre por ordem e conta do Anunciante, observado o disposto nos itens 6.1.1 a 6.1.3.
>
> 6.1.1 É dever da Agência de Publicidade cobrar, em nome do Veículo, nos prazos estipulados, os valores devidos pelo Anunciante, respondendo perante um e outro pelo repasse do "Valor Faturado" recebido ao Veículo.
>
> 6.1.2 A fatura do Veículo será encaminhada ao Anunciante por meio da Agência de Publicidade.
>
> 6.1.3 Tendo em vista que o fator confiança é fundamental no relacionamento comercial entre Veículo, Anunciante e Agência e sendo esta última depositária dos valores que lhes são encaminhados pelos Clientes/Anunciantes para pagamento dos Veículos e Fornecedores de serviços de propaganda, fica estabelecido que, na eventualidade de a Agência reter indevidamente aqueles valores sem o devido repasse aos Veículos e/ou Fornecedores, terá suspenso ou cancelado seu Certificado de Qualificação Técnica concedida pelo **CENP**. (NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA DO RELACIONAMENTO COMERCIAL ENTRE ANUNCIANTES, AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO, FRENTE À LEI Nº 4.680/65 E AOS DECRETOS Nº 57.690/66 E 4.563/02. CENP, 2019)
>
> [...]

É, portanto, nítido que a agência é responsável pelo cuidado de todos os valores das operações realizadas entre anunciante e veículos de comunicação, no entanto, esses valores não correspondem a receita da agência, mas sim apenas passam por ela como passivos que devem ser encaminhados aos veículos, como preconiza a Lei Federal nº 4.680, de 1965, Decreto nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966 e o art. 19 da Lei Federal 12.232, de 29 de abril de 2010.

Veja a contradição de nossa legislação Municipal, O Conselho Executivo de Normas-Padrão, responsável por estabelecer as regras do mercado publicitário em todo Brasil, determina que os valores devidos pelo anunciante aos veículos de comunicação devem passar pela agência de propaganda e então encaminhados aos veículos, mas, frisa-se, não devem ser incorporados como lucros pela agência. No entanto, a Legislação do Município de Cascavel pune as agências de publicidade por seguirem as regras estabelecidas pelo conselho nacional responsável por ditar os rumos da área, e que fixa que a operação deve ser desse modo. É uma grande incongruência o atual cenário, pois a legislação municipal deve apenas complementar aquilo que é estabelecido em legislação estadual e federal e não ir contrária a essas esferas, editando normas que vão de encontro com que o conselho executivo de um meio, reconhecido por legislação federal, e que dita as regras do mercado publicitário.

O Município do Rio de Janeiro, visualizando essa particularidade da forma de operação das agências de propaganda possui legislação clara e objetiva no que se refere a base de cálculo para cobrança do ISSQN, desde 1991, com a edição do Decreto nº 10.514, de 8 de outubro, que Regulamenta as disposições legais relativas ao Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza e, em seu art. 128, diz:

> Art. 128 Nos serviços de propaganda e publicidade a base de cálculo compreenderá:
>
> I - o preço dos serviços próprios de concepção, redação, produção, planejamento de campanhas ou sistemas de publicidade, elaboração de desenhos, textos e demais materiais publicitários e sua divulgação por qualquer meio;
>
> II - o valor das comissões ou dos honorários relativos à veiculação em geral, realizada por ordem e conta do cliente;
>
> III - o valor das comissões ou dos honorários cobrados sobre o preço dos serviços relacionados no inciso I deste artigo, quando executados por terceiros, por ordem e conta do cliente;
>
> IV - o valor das comissões ou dos honorários cobrados sobre a aquisição de bens ou contratação de serviços por ordem e conta do cliente;
>
> V - o preço dos serviços próprios de pesquisa de mercado, promoção de vendas, relações públicas e outros ligados às suas atividades;
>
> VI - o valor das comissões ou dos honorários cobrados sobre reembolso de despesas decorrentes de pesquisas de mercado, promoção de vendas, relações públicas, viagens, estadas, representações e outros dispêndios feitos por ordem e conta de clientes.

> Parágrafo único. A aquisição de bens e os serviços de terceiros serão individualizados e inequivocamente demonstrados ao cliente por ordem e conta de quem foram efetuadas despesas, mediante documentação fiscal hábil e idônea, sob pena de integrar-se à base de cálculo.

A legislação tributaria do Município do Rio de Janeiro é clara, especificando que aqueles valores não compreendem a receita da agência, e não podem ser tomados como base de cálculo para a cobrança do ISSQN.

É nítida a incoerência da nossa atual legislação, sendo necessária a aprovação de nova lei, corrigindo o equívoco gerado após a publicação da Lei Complementar nº 95, de 27 de setembro de 2017, especialmente pela revogação do inciso VIII, do art. 167, do nosso Código Tributário.

Não bastando como argumento a compreensão e exposição da forma de operação da agência de propaganda e publicidade e que esse *modus operandi* gera uma particularidade – e que esse obriga a cobrança de valores não correspondentes como lucro ou receita passarem pelo caixa da empresa, sem modificar aquele ponto inicial de patrimônio, portanto, não constituindo o preço da operação, mas somente esses, o Desconto-Padrão, comissões e honorários como tal – podemos recorrer a novos argumentos.

É de salientar que a base de cálculo do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza é o preço do serviço, preconizado pelo art. 9º do Decreto-Lei nº 406, de 31 de dezembro de 1968, e pelo art. 7º da Lei Complementar nº 116, de 31 de julho de 2003. Destarte é possível surgir dúvidas quanto ao significado do conceito de Preço, no entanto, em decisão ao Recurso Especial nº 788.594 – MG, em que os Ministros da Primeira Turma, do Superior Tribunal de Justiça, em análise ao provimento ou não do recurso especial interposto pelo Município de Varginha, o Eminente Ministro Relator, Luiz Fux, em seu voto foi catedrático em esclarecer o que deve ser compreendido como "preço do serviço":

> Assim, deve-se proceder a uma interpretação do venha a ser "**preço do serviço**", que se mostre mais consentânea com os princípios da capacidade contributiva, da legalidade e da justiça Tributária.
> A base de cálculo do ISS é o preço do serviço, consoante disposto no art. 9º, *caput* do Decreto-Lei nº 406/68. Para fins de tributação pelo imposto municipal, **preço do serviço é a contraprestação que o tomador ou o usuário do serviço deve pagar diretamente ao prestador, vale dizer, o valor a que o prestador faz jus, pelos seus serviços que presta.**
> Ao *contrario sensu*, uma prestação de serviço, à qual não corresponda nenhuma contraprestação a cargo do tomador, não equivalerá ao conceito de serviço tributável pelo ISS, porque, para a composição deste, a presença do aspecto quantitativo, correspondente àquele eleito pelo legislador (preço do serviço), é essencial. Assim, somente quando surgir o direito à contraprestação do tomador por seus serviços, ter-se-ão realizados os aspectos material, temporal e quantitativo do fato tributário, ensejando a incidência do ISS a perspectiva dimensível do aspecto material da hipótese de incidência - base de cálculo - do ISS **não é o volume de recursos financeiros que ingressa no caixa das**

> **empresas, mas tão-só aquela espécie de ingressos que pode ser classificada como receita do prestador,**
> **proveniente da efetiva prestação de serviços.** (grifo nosso) (Resp. nº 788.594/MG de 2007. Relator: Ministro Luiz Fux. Página 5, par 1)

A decisão negou acolhimento ao recurso interposto pela prefeitura de Varginha, deixando claro que a base de cálculo do ISSQN não deve ser todo aquele valor que simplesmente passa no caixa da empresa, mas somente aquele valor correspondente ao preço que o prestador fixa perante o tomador de serviço. É o preço cobrado que irá incorporar realmente no patrimônio da empresa, alterando-o perante o seu estado inicial. Somente isso deve ser considerado como receita da pessoa jurídica, portanto, o ISSQN deve incidir sobre aquele valor correspondente ao Desconto-Padrão da agência de propaganda e não os valores globais da nota.

É necessário trazer à baila algumas decisões judiciais que corroboram com a tese acima, evidenciando que a base de cálculo do ISSQN deve ser tão somente o preço cobrado pelo prestador de serviço, e não meros valores que passam pelo caixa da empresa, e que não alteram o estado original de seu patrimônio:

> TRIBUTÁRIO. ISS. LOCAÇÃO DE VEÍCULOS. BENS MÓVEIS. SERVIÇOS NÃO PRESTADOS PELA DEVEDORA TRIBUTÁRIA. REEMBOLSOS DE IMPORTÂNCIAS QUE NÃO SE ENQUADRAM COMO SERVIÇOS RESTADOS. NÃO INCIDÊNCIA.
> 1. A Autora, como locadora de automóveis, aluga seus veículos com o tanque de combustível cheio, sendo contratado que o locatário deve restituir o carro no prazo combinado igualmente com o tanque cheio. Quando isto não ocorre na devolução do veículo, a Autora providencia a reposição do combustível gasto e realiza a cobrança do locatário, à parte, destacando na Nota Fiscal que referida receita não é tributada pelo ISS, pois não integra o preço do serviço, que é a base de cálculo do imposto.
> 2. O mesmo procedimento é adotado pela Autora com relação a despesa com franquias de seguros. Quando o veículo locado sofre qualquer tipo de abalroamento, a empresa seguradora da Autora cobre as despesas e emite cobrança de uma franquia, a qual posteriormente é cobrada do Locatário responsável, como reembolso de despesas, conforme previsto no contrato de locação. Da mesma forma que ocorre com relação às demais despe- sas, a Autora não recolhe o ISS sobre esta quantia, visto que a mesma não integra o preço do serviço.
> 3. A base de cálculo de incidência, "in specie", face à natureza da atividade da locadora, é a locação de veículos, pura e simplesmente, e não serviços correlatos, mas não afins, que não fazem parte da espécie de serviços prestados pela locadora.
> 4. **Os reembolsos que se pretende façam parte dos serviços não podem vingar, simplesmente porque são serviços prestados por terceiros, sem qualquer relação direta com a atividade principal exercida pela locadora, que é a locação de veículos**.
> 5. Os serviços referidos não são, propriamente, receita da loca- dora. Os que estão sujeitos à base tributária, "in casu", são os locativos, tão apenas estes, os que, verdadeiramente, constituem a receita propriamente dita do locador.

6. Recurso improvido. (STJ - REsp: 224813 SP 1999/0067587-8, Relator: Ministro JOSÉ DELGADO, Data de Julgamento: 07/12/1999, T1 - PRIMEIRA TURMA, Data de Publicação: --> DJ 28/02/2000 p. 57 RDDT vol. 56 p. 136 RDR vol. 18 p. 212) (grifo nosso)

TRIBUTÁRIO. ISS. BASE DE CÁLCULO. PREÇO DO SERVIÇO. DESPESAS REFERENTES A VALORES QUE SERÃO REPASSADOS A TERCEIRO E POSTERIORMENTE REEMBOLSADOS. NÃO INCLUSÃO NA BASE DE CÁLCULO. **I - A base de cálculo do ISS é o preço do serviço, não sendo possível incluir nesse valor importâncias que não serão revertidas para o prestador, mas simplesmente repassadas a terceiros, mediante posterior reembolso.** Precedentes: REsp nº 411.580/SP, Rel. Min. LUIZ FUX, DJ de 16/12/02 e REsp nº 224.813/SP, Rel. Min. JOSÉ DELGADO, DJ de 28/02/00. II - Recurso especial improvido (STJ - REsp: 618772 RS 2003/0233315-0, Relator: Ministro FRANCISCO FALCÃO, Data de Julgamento: 08/11/2005, T1 - PRIMEIRA TURMA, Data de Publicação: DJ 19.12.2005 p. 217) II - Recurso especial improvido. (STJ. Primeira Turma. REsp 618.772/RS, Rel. Ministro FRANCISCO FALCÃO, julgado em 2005, p. 217) (grifo nosso)

TRIBUTÁRIO. IMPOSTO SOBRE SERVIÇOS DE QUALQUER NATUREZA. BASE DE CÁLCULO. REEMBOLSO DE DESPESAS DE VIAGEM, ALIMENTAÇÃO E ESTADA DE EMPREGADOS QUANDO DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS EM OUTRA LOCALIDADE. NÃO INCIDÊNCIA DO ISSQN. 1. A base de cálculo do ISS é o preço do serviço, consoante disposto no art. 9º, caput, do Decreto-Lei no 406/68. 2. Destarte, o preços do serviço é a contraprestação que o tomador ou usuário do serviço deve pagar diretamente ao prestador, vale dizer, o valor a que o prestador faz jus, pelos serviços que presta. 3. **Consectariamente, as despesas realizadas com viagens, alimentação e estada de funcionários, para prestação do serviço em localidade diversa do estabelecimento do prestador, ostentam natureza indenizatória em virtude do repasse ao contratante para posterior reembolso, não integrando a remuneração pelo serviço prestado, porquanto não realizadas em favor de quem as efetuou.** 4. É cediço na jurisprudência da Corte que somente os gastos com a própria atividade são objeto de tributação pelo ISS, não podendo ser deduzidos para a apuração do resultado, sob pena de o preço do serviço deixar de ser a receita bruta a ele correspondente. 5. Outrossim, não podem ser considerados como referidos valores os recebidos de outrem para adimplir obrigações (não do prestador) de terceiro, cujo negócio é por aquele administrado, sob pena de não se distinguir o conceito de despesa com o de custo da prestação do serviço, e de valores pertencentes a terceiros. 6. Precedentes: REsp 411580/SP, 1ª Turma, Rel. Min. Luiz Fux, DJ 08/10/2002; REsp 618772/RS, 1ª TUrma, Rel. Min. Francisco Falcão, DJ 19/12/2005; REsp 224813/SP, 1ª TUrma, Rel. Min. José Delgado, DJ 07/12/1999. 7. Recurso especial desprovido (STJ - REsp: 788594 MG 2005/0171941-7, Relator: Ministro LUIZ FUX, Data de Julgamento: 06/02/2007, T1 - PRIMEIRA TURMA, Data de Publicação: DJ 08.03.2007 p. 167) (grifo nosso)

Com as decisões trazidas para o contexto e o voto do Eminente Ministro Relator Luiz Fux, é pacífico que não há o que se falar em incidência de ISSQN sobre valor que não corresponde ao preço devido ao prestador de serviço pelo tomador. Assim, é assentado que a base de cálculo do ISSQN deve ser aquele valor que verdadeiramente afeta o patrimônio da empresa e não aqueles que somente transitam pelo caixa. É evidente que o que ocorre em nossa cidade vai contra uma jurisprudência já consolidada e pacificada em nosso país, não restando dúvidas quanto ao que deve ser considerado como base de cálculo do ISSQN. A nossa legislação também vai contra as boas práticas determinadas pelo próprio conselho da atividade publicitaria no país, não restando alternativa, tão somente a adequação da letra da lei.

Diante dos motivos expostos, solicito o voto favorável ao Projeto de Lei Complementar nº 7, de 2018, e sem mais para o momento, externo meus votos de elevada estima e distinta consideração aos nobres Edis.

Cascavel, 29 de julho de 2019.

Serginho Ribeiro
Vereador/PDT