

REFORMA TRIBUTÁRIA NAS AGÊNCIAS:

Guia com orientações
e ações práticas



Reforma Tributária nas Agências:

Guia com orientações e ações práticas

A chave para a sobrevivência das agências é, de fato, a transformação do “publicitário sócio de agência” em um “empresário especialista” que domina a gestão, a precificação e a estrutura fiscal de seu negócio.

Este guia é um passo a passo prático para que você, líder de agência, possa entender, simular e liderar as mudanças necessárias em sua empresa, protegendo a sua rentabilidade e garantindo a continuidade do negócio.



CONTEXTUALIZAÇÃO:

Por que a Reforma?

A Reforma Tributária (Lei Complementar nº 214/25) é uma mudança estrutural e histórica que visa unificar os tributos sobre o consumo no Brasil.



O modelo anterior é tido como caótico e complexo:

- **Alto Custo de Conformidade:**

A multiplicidade de tributos gerava um alto custo administrativo para as empresas.

- **Guerra Fiscal:**

A tributação na origem criava uma “guerra” entre Estados e Municípios, algo que a reforma busca eliminar.

O que esperar com a mudança

A intenção principal foi simplificar e adotar um sistema mais eficiente.

Falava-se, também, na intenção de não aumentar os impostos, mas isto não está sendo o resultado até este momento do processo que, mesmo não finalizado ao tempo de publicação dessa cartilha, já se observa uma possibilidade de aumento da carga tributária para a maioria dos setores, especialmente para o setor de Serviços e, consequentemente, para as Agências de Propaganda.

Os principais “ganhos” propostos conceitualmente são:

- **Simplificação:** Substituição dos atuais impostos (ICMS, ISS e IPI) e contribuições sociais (PIS e COFINS) por dois tributos no modelo IVA, sendo o IBS (competência conjunta de Estados e Municípios) e o CBS (competência da União).

- **Não-Cumulatividade Plena:** A base do novo sistema débito/crédito, que permite abater o imposto pago em todas as aquisições de bens e serviços usados como insumos.

- **Tributação no Destino:** O imposto será pago no local onde está situado o destinatário do produto ou serviço, o que acaba com a guerra fiscal.

CONQUISTA SETORIAL:

Manutenção da Base de Cálculo

De acordo com a Seção V, no art. 12, inciso IV, da Lei Complementar nº 214/25, promovemos uma conquista crucial para o setor, garantida pelo Sistema Nacional das Agências de Propaganda (SINAPRO) junto à Receita Federal.

O inciso IV, na íntegra, diz: “os reembolsos ou ressarcimentos recebidos por valores pagos relativos a operações por conta e ordem ou em nome de terceiros, desde que a documentação fiscal relativa a essas operações seja emitida em nome do terceiro;”.

Ou seja:

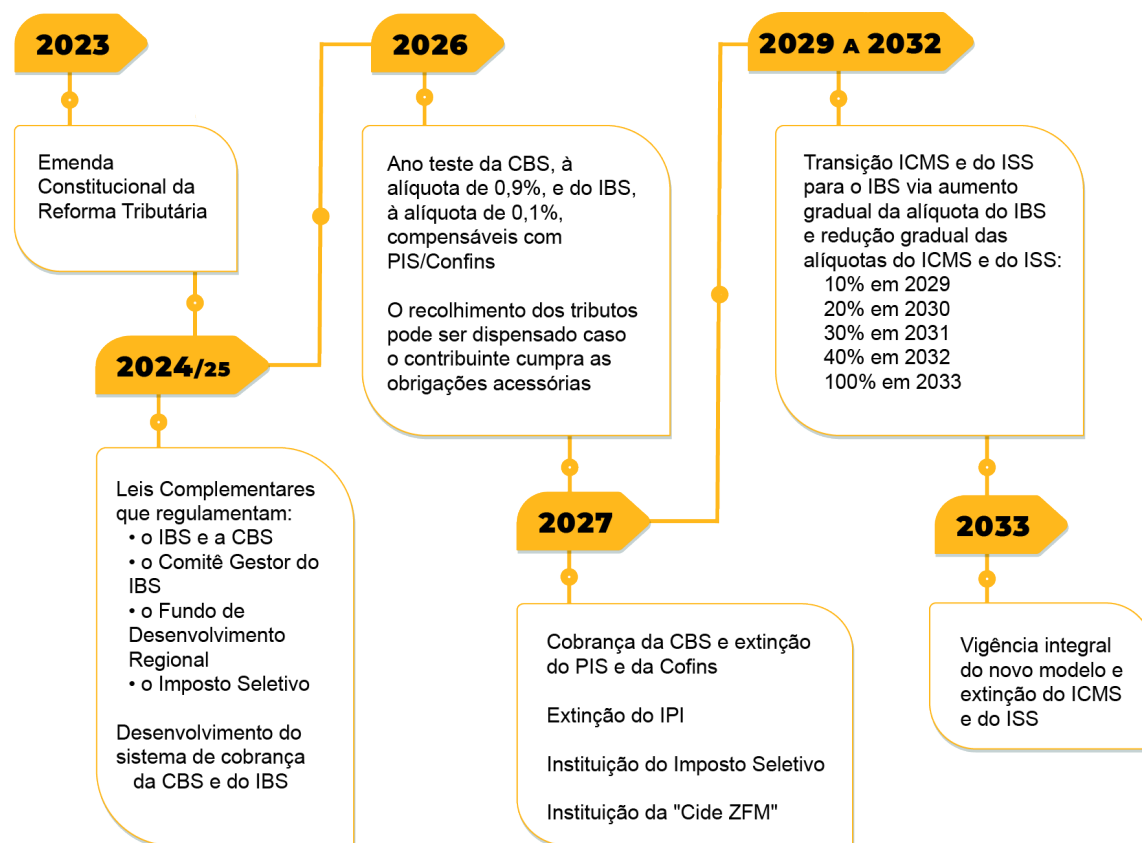
- **Regra Mantida:** A base de cálculo do novo imposto (CBS/IBS) incidirá apenas sobre a receita própria da agência (Honorários/Comissões/Fee/Custos Internos, Planos de Incentivos).
- **O que Fica de Fora:** Os valores de investimento pelos clientes em veículos de comunicação e fornecedores (operações por conta e ordem de terceiros) serão excluídos da base de cálculo.



Importância da conquista: Sem essa exclusão, as agências teriam que pagar cerca de 27% a 28% (valores estimados do IVA atualmente) sobre o valor total da fatura, o que inviabilizaria o negócio.

Alertas Críticos e Impactos Imediatos

- ▶ A transição será longa (2026 a 2033), mas os impactos na gestão começam agora.



Alerta de Fluxo de Caixa (Split Payment)

- ▶ **O que muda:** O imposto (IBS e CBS) não passará mais pelo caixa da agência, sendo recolhido automaticamente na liquidação financeira da operação (split payment).
- ▶ **Ação Imediata:** Se sua agência dependia desse valor para o fluxo de caixa (capital de giro), você precisa reestruturar-se financeiramente imediatamente.
- ▶ **Implementação de forma gradual:** O split payment será implementado a partir de 2027, inicialmente de forma opcional e por fases. A primeira fase focará nas transações entre empresas (B2B). Somente após a maturidade do mercado, o sistema será expandido e tornado obrigatório para essas operações.

Domínio Interno e a Estratégia Tributária



Você precisa dominar a estrutura de custos de sua agência para se antecipar e proteger a rentabilidade, que pode ser consumida pela reforma. ***Não delegue essa apropriação sobre a gestão do seu negócio ao seu financeiro, nem à Contabilidade.*** Agora, mais do que nunca, você precisa virar um empresário especialista em gestão, dominar o custeio da sua empresa e liderar as mudanças necessárias diretamente junto aos clientes e fornecedores. ***Capacidade de negociação será muito grande daqui para frente.***

Passo 1

Mapeamento de Custos e Fornecedores (A busca por Crédito Tributário)

O novo modelo do IVA Dual permite crédito sobre a aquisição de insumos. Você precisa saber quem gera e quem não gera crédito para a sua agência:

Exemplos do que GERA Crédito (Insumos/Custos Operacionais):

- Equipamentos e Softwares/Licenças.
- Benefícios a Funcionários (Saúde, Vale Refeição/Alimentação, entre outros...).
- Infraestrutura (Aluguel, Energia, manutenção...).
- Prestadores de Serviço (Contador, Advogado).
- Outros serviços não listados aqui, e que devem ser observados caso a caso

Exemplos do que NÃO GERA Crédito (Principalmente):

- Custos de Pessoal atrelados à CLT.
- Contratação de PJ pelo modelo MEI (Microempreendedor Individual), pois MEIs não geram crédito tributário para o adquirente.

Exemplos do que GERA CRÉDITO PARCIAL:

- Cabe ressaltar que fornecedores optantes pelo Simples Nacional geram crédito limitado apenas à parcela de IBS e CBS embutida no DAS, conforme regulamentação futura. Essa parcela tende a ser significativamente menor do que a alíquota integral do regime não cumulativo (estimada em 27–28%). Ou seja, o crédito na compra de fornecedor do Simples é apenas uma fração — muitas vezes expressivamente inferior — daquele que seria gerado se o fornecedor estivesse no regime regular. Existirão casos em que o crédito não passará de 3%, e outros que podem chegar em até 50% do IVA. É importante aprofundar cada caso, pois dependerá de vários fatores.

Ação Prática: Classifique todos os seus fornecedores e despesas pelo regime tributário deles (MEI, Simples Nacional, Presumido/Real). Fornecedores em regime regular (Presumido/Real) geram mais crédito de entrada para a agência.

Passo 2

Simulação e Revisão da Opção Tributária

Seu resultado/lucro pode cair pela metade se não houver ajuste nos contratos dos clientes.

Ação Prática: Faça diversas simulações considerando o cenário atual da sua base de despesa e receita, e avalie as possibilidades de mudanças para comparar os cenários pós-reforma (já com a visão completa em 2033) para sua agência (Simples, Presumido, Real).

Lembre-se: O impacto é diferente para cada negócio e para cada cliente. Tudo a depender da sua opção tributária e a do cliente também. (ver detalhes sobre o Simples Nacional mais abaixo)

Oportunidade: O período ideal para a revisão e mudança da opção tributária (se for o caso) é janeiro. Você precisa agir de imediato.

O Dilema do Simples Nacional: Se sua agência permanecer no Simples, ela terá uma vantagem fiscal (não recolher o INSS sobre a folha CLT). Contudo, ela não poderá se apropriar de créditos de IBS e CBS na totalidade e gerará um crédito significativamente menor para seus clientes. Isso pode afetar sua competitividade e levar o cliente a pressionar por uma redução no fee para compensar a perda de crédito. No entanto, você precisa dominar cada ponto das possíveis mudanças, pois simplesmente abrir mão do Regime do Simples para atender ao pedido do cliente para obter crédito tributário sobre o seu serviço pode ser um grave problema ao afetar diretamente o seu Lucro. Até mesmo a opção do modelo híbrido precisa ser vista com muito cuidado. Tudo sempre muito calculado para o cenário individual de cada empresa.



Procure seu contador e faça as simulações, pois cada caso é um caso.

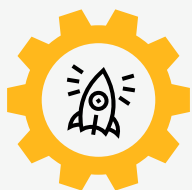


Liderando a Negociação com o Cliente

Você precisa liderar o processo de ajuste contratual, pois o cliente (especialmente o privado, que busca crédito) pode fazer movimentos que não sejam benéficos para você. Não deixe que o mercado dite a defesa que só você pode fazer pela sua rentabilidade.



Aprofundar mais o seu papel de EMPRESÁRIO:
Tornar-se um ESPECIALISTA na gestão da sua empresa, e se posicionar como a principal AUTORIDADE no assunto junto ao seu CLIENTE e FORNECEDORES.



Se Prepare: Domine o assunto para defender sua margem e não deixar o mercado decidir sobre o seu negócio. Não delegue este assunto ao financeiro ou à contabilidade. Use-os como fonte instrumental de uma análise que você precisa dominar. Não permita que você seja levado pela ausência de um conhecimento que você não poderá, neste momento, se dar o luxo de não adquirir.

- **Cálculo da Margem:** Calcule o aumento necessário dos seus contratos (de todas as suas receitas) para recuperar a rentabilidade que naturalmente será perdida pelos efeitos da Reforma.





Estratégia de Defesa (Clientes do Regime Regular/Privados)

- **Argumento Central:** A nova fatura, embora maior em valor total (*exemplo hipotético*: de R\$ 10 mil para R\$ 13.483,00), gera um Crédito Tributário para o cliente que ele não possuía antes.

Resultado Líquido: O custo final para o cliente será praticamente o mesmo (ou muito próximo) do valor antigo, após o abatimento do crédito do novo IVA Dual.

- **Desafio:** É preciso ter capacidade técnica de argumentar junto ao cliente sobre toda essa matemática, exigindo de você uma postura de autoridade técnica e preparado para o debate com ele e a área fiscal/contábil dele.

Estratégia de Defesa (Clientes Públicos)

- **Regra Específica:** Clientes do setor público não se beneficiam do crédito.

- **Ação:** A lei prevê que haja espaço para renegociação contratual caso o prestador de serviço consiga provar o impacto do aumento da alíquota e perda de rentabilidade.

(Art. 374 da Lei Complementar n° 214/25)



Checklist de Ações Práticas

	Prioridade	Ação	Prazo Recomendado
☐	Urgente	Realizar o Balanço Intercalar para a distribuição formal de lucros de 2025 e anos anteriores, evitando a tributação de 10% a partir de 2026.	Até o final de 2025
☐	Urgente	Mapear todos os fornecedores (PJ/PF) e classificá-los por Regime Tributário (MEI, Simples, Presumido/Real) para entender a geração de crédito.	Imediato
☐	Alta	Simular o impacto financeiro da reforma (visão 2033) em sua agência, comparando os regimes (Simples vs Presumido vs Real) e começar a se preparar desde já, a considerar o cronograma já posto.	Imediato
☐	Alta	Revisar e readequar a Opção Tributária de sua agência (se necessário) com base nas simulações.	Janeiro
☐	Alta	Iniciar o treinamento da liderança e da área comercial/financeira para dominar a mecânica do crédito tributário.	Imediato
☐	Média	Avaliar e adequar os sistemas de gestão (ERP, Faturamento) para a fase piloto de 2026.	Antes da Fase Piloto (2026)
☐	Contínua	Manter-se atento aos atos normativos do Comitê Gestor do IBS (CGIBS) para atualizações sobre regras e regulamentação.	Permanente

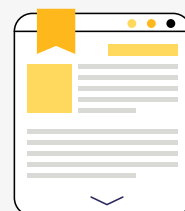
A transformação é inevitável. Sua liderança, domínio dos dados e capacidade de negociação serão os fatores cruciais para a viabilidade do seu negócio.

A parte “boa” é que todos os empresários do Brasil estarão passando pelo mesmo desafio.

E os seus clientes, também!

Não vai ser uma conversa isolada.

Mas precisa ser uma conversa transparente, madura e alinhada com os objetivos de manter uma prestação de serviço de qualidade e alto valor agregado.



Destaques Importantes

O DILEMA DO SIMPLES NACIONAL:

Credibilidade vs. Competitividade

A maioria das agências brasileiras é optante pelo Simples Nacional. Embora o Simples mantenha vantagens em relação a impostos sobre a folha de pagamento (ex: não recolhe INSS patronal), o novo sistema de crédito introduz um sério desafio de gestão.

É crucial que os líderes de agência entendam o dilema do **Simples Nacional** na Reforma Tributária, pois ele está no centro da potencial **perda de competitividade**. A questão não é apenas se a agência pode se manter no Simples, mas sim, como isso afeta a decisão de compra dos seus clientes.

O dilema se resume a isso: **Proteger sua Margem no Simples** (mantendo algumas vantagens internas, como na folha CLT) ou **Gerar Crédito Integral para o Cliente** (aumentando a competitividade no mercado por exigência do contratante).

Opção Híbrida de Recolhimento

As agências no Simples terão a faculdade de escolher como apurar o novo imposto (IBS e CBS):

- **Permanecendo no Simples Tradicional:**

A agência continua com a apuração unificada do Simples, mas não poderá se apropriar de créditos de IBS e CBS sobre suas próprias compras.

- **Optando pelo Regime Regular ou Híbrido:**

A agência segue as regras gerais do IVA Dual e adquire o direito a créditos sobre suas aquisições.



O Efeito Redutor de Crédito (A Perda de Competitividade)

O ponto nevrálgico é o impacto no cliente (o adquirente do seu serviço), especialmente aqueles que operam no Regime Regular (Lucro Real ou Presumido).

Tipo de Fornecedor	Crédito Gerado para o Cliente (Adquirente)	Impacto na Competitividade da Agência
Agência no Regime Regular (Lucro Real/ Presumido)	100% do Crédito (cerca de 27,5% da fatura).	Alta Competitividade. O cliente maximiza seu crédito e tem um custo líquido menor ou similar.
Agência no Simples Nacional	Crédito Reduzido/Parcial (apenas o equivalente ao que a agência efetivamente recolheu).	Perda de Competitividade. O cliente perde a oportunidade de maximizar o abatimento de impostos.

Todo cliente buscará maximizar seus **créditos fiscais**.

Se ele compara sua agência (Simples, que gera crédito parcial) com uma agência de Lucro Real (que gera 100% do crédito), a agência no Simples se torna financeiramente menos atraente.

O Risco de Pressão na Negociação

Essa diferença de crédito para o cliente tem uma implicação direta na negociação do seu fee:

- **A Pressão:** O cliente pode argumentar que, ao contratar sua agência no Simples, ele está perdendo uma fatia de crédito que recuperaria com outro fornecedor.
- **A Consequência:** O cliente pode pressionar sua agência para **compensar a perda de crédito com uma redução no fee ou exigir que a agência fique no Híbrido**. O empresário precisa estar preparado para não ceder a essa pressão, pois para você isso não faz o menor sentido, e ocasionará em perda imediata de rentabilidade.
- **O desafio é para todos:** Todas as agências, mesmo as optantes do Real e do Presumido que vão gerar crédito integral, terão que reajustar seus contratos para valores maiores em decorrência do aumento da carga tributária. Ou seja: mesmo que o cliente decida migrar em busca do crédito, ele não terá necessariamente ganho financeiro, pois todos os contratos, necessariamente, deverão ser reajustados.



Orientação para o Empresário Especialista:

É fundamental que você **simule** a fundo sua estrutura. Não se trata apenas de “pagar menos imposto” hoje, mas de garantir a **viabilidade econômica e a atratividade comercial** do seu negócio no longo prazo.



Destaques Importantes

Por que a reforma impacta mais o setor de serviços (e agências)



O impacto desproporcional da Reforma Tributária no setor de serviços, como as Agências de Propaganda, deve-se a uma combinação de fatores do modelo anterior e da nova arquitetura do IVA Dual.

Aumento da Carga Tributária Efetiva no Setor de Serviços

Historicamente, os serviços no Brasil eram mais favorecidos em termos de carga tributária comparados à indústria e ao comércio, especialmente para empresas de lucro presumido, que desfrutavam de alíquotas de PIS/COFINS e ISS mais baixas.

- **Modelo Antigo:** O IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) e o ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) — com alíquotas elevadas — eram tributos sobre a indústria e o comércio, que conseguiam se creditar na cadeia. Já o ISS (Imposto sobre Serviços) era tipicamente de alíquotas menores.

- **Modelo Novo (IVA Dual):** A reforma substitui os atuais impostos (ICMS, ISS e IPI) e contribuições sociais (PIS e COFINS) por um Imposto sobre Valor Agregado (IVA) Dual (CBS + IBS), com uma alíquota de referência estimada em 27,5%. Essa alíquota única é significativamente maior do que a maioria das alíquotas efetivas pagas atualmente pelo setor de serviços.

- **A Consequência:** A migração de um sistema com tributos mais segmentados e, em muitos casos, com alíquotas mais baixas para uma alíquota única de IVA Dual resulta em um aumento da carga tributária para o setor de serviços.



A Estrutura de Custos Centrada em Pessoas (Falta de Crédito)

O segundo e mais crítico fator é a composição do custo das Agências de Propaganda, que são tipicamente intensivas em mão de obra.

O Princípio do Crédito

O IVA Dual foi construído sob o conceito de “não-cumulatividade plena”. A ideia é que o imposto só incida sobre o valor adicionado: tudo que a empresa compra como insumo para prestar o serviço gera crédito que pode ser abatido do imposto devido.

O Peso do Pessoal

- Agências de Propaganda gastam, em média, praticamente 80% de suas despesas com pessoas (custo de pessoal), e se calcular sobre a receita, gira em torno de 50% do total.
- O custo de pessoal atrelado à CLT (salários, encargos, benefícios) não gera crédito na Reforma Tributária.

O Desequilíbrio: O setor de serviços tem uma base de custos onde o maior componente (pessoal) não é um “insumo” que gera crédito no IVA. Em contraste, a indústria tem grande parte de seus custos em matérias-primas e equipamentos, que são insumos tributados e, portanto, geram créditos integrais para abater o imposto final.



Com isso:

1. A agência terá pouco crédito a abater, pois sua maior despesa (pessoal CLT) não se qualifica para o creditamento.
2. O resultado é que a agência vai se creditar muito pouco em sua base de custos e vai absorver a grande parte do IVA dual cheio sem muita chance de abatimento a partir do que contrata, elevando seu custo tributário e consumindo sua rentabilidade.

Essa combinação de alíquotas mais altas e a impossibilidade de creditar o principal custo (mão de obra) é o motivo pelo qual a Reforma Tributária representa um dos maiores desafios de gestão para as agências de propaganda na próxima década.



Destaques Importantes

ALERTA URGENTE:

Tributação de Dividendos

O que Muda:

A distribuição de lucros acima de R\$ 50 mil por mês será tributada em **10% na fonte a partir de 2026**.

Ação Urgente (Até o Final de 2025):

- 💡 Realize um balanço intercalar (até o final de 2025).
- 💡 Convoque uma assembleia para a **destinação formal dos lucros** de 2025 e anos anteriores.
- 💡 Isso protege os lucros gerados antes de 31/12/2025 da nova tributação, que poderão ser distribuídos até 2028.
- 💡 **Procure especialistas:** Converse com seu contador e advogado da agência para a correta proteção legal.
- 💡 Um contador tecnicamente bem preparado, mais do que antes, passa a ser uma peça-chave na gestão do seu negócio.



Siga a Fenapro



Tire dúvidas com nosso SAC

✉ sac@fenapro.org.br

Acesse

www.fenapro.org.br