

Coronavírus: Entidades publicitárias pedem medidas para preservar o setor

Renato Pezzotti
Colaboração para o UOL, em São Paulo
30/03/2020 18h48

Oito entidades do mercado publicitário nacional enviaram hoje (30), um pedido formal de medidas a serem tomadas pelo Governo Federal para preservar o setor durante o período de pandemia causada pelo coronavírus.

Entre os pedidos estão o fornecimento de linhas de crédito, a isenção de impostos, possibilidade de férias coletivas de 60 dias e da redução da jornada de trabalho, além da redução salarial dos funcionários.

"Precisamos urgentemente de medidas para preservação do setor da comunicação não apenas enquanto setor, mas também sob a óptica de seu papel para manutenção da confiança dos mercados, expansão dos setores e recuperação de toda economia e conjunto do PIB", diz o documento, assinado em conjunto pela Abap (Associação Brasileira de Agências de Publicidade); Fenapro (Federação Nacional das Agências de Propaganda); ABP (Associação Brasileira de Propaganda); Abradi (Associação Brasileira dos Agentes Digitais); APP (Associação dos Profissionais de Propaganda); Apro (Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais); Aprosom (Associação Brasileira das Produtoras de Fonogramas Publicitários) e pela Ampro (Associação de Marketing Promocional).

Segundo as associações, um estudo da consultoria Deloitte, feito em 2014, indicou que cada R\$ 1,00 aplicado em publicidade gera em média, R\$ 10,69 para o conjunto da economia. "A propaganda comercial movimentou o mercado a ajuda a manter 55 mil, empregos diretos e mais de 500 mil indiretos", diz um trecho da carta.

"A publicidade exerce um serviço essencial de comunicar as medidas de saúde e também de conectar as marcas e empresas com os cidadãos de maneira transparente. Precisaremos preservar o nosso maior ativo, que é o capital humano. Nossa atividade será vital na retomada da economia", afirma Mario D'Andrea, presidente nacional da Abap.

Para que as empresas possam manter suas atividades e o máximo de empregos possíveis, as entidades requerem:

- Disponibilização de linhas de crédito de longo prazo, especialmente do BNDES, para capital de giro das empresas, sem juros e com carência de 24 (vinte e quatro) meses para o restabelecimento as atividades normais da indústria da comunicação;
- Desoneração de folha de pagamento para os empregados com isenção do recolhimento de INSS e FGTS referente às competências março, abril, maio, junho, julho e agosto de 2020;
- Isenção do recolhimento de impostos federais aplicáveis ao mercado de propaganda, referente às competências março, abril, maio, junho, julho e agosto de 2020; (notadamente SIMPLES NACIONAL, IR, CSLL, PIS, COFINS);

-
- Suspensão dos pagamentos dos mensais das estimativas, para as empresas sujeitas ao regime de Lucro Real referente às competências março, abril, maio, junho, julho e agosto de 2020;
 - Possibilidade de férias coletivas de 60 (sessenta) dias, para os empregados que optarem, havendo isenção do INSS, tanto da parte do empregador, como do empregado;
 - Possibilidade de implementação do art. 2º da lei 4923/65 (redução da jornada de trabalho ou número de dias trabalhados) por falta de recursos financeiros, para empresas que apresentem uma queda superior a 25% (vinte e cinco por cento) de sua receita, aplicando-se imediatamente redução proporcional dos salários dos empregados em até 25% (consoante o disposto no art. 503 da CLT), sem que haja a necessidade de prévio acordo com as entidades sindicais representativas dos seus empregados;
 - Disponibilidade financeira para todos os contratos públicos zerarem os valores pendentes de pagamento dos Restos a Pagar e das campanhas realizadas em 2020;
 - Suspensão dos vencimentos das parcelas do Refis, Programa de Recuperação Fiscal por 24 (vinte e quatro) meses, bem como instituir a carência de 180 dias para o pagamento da primeira parcela de novos financiamentos firmados.

<https://www.bol.uol.com.br/noticias/2020/03/30/coronavirus-entidades-publicitarias-pedem-medidas-para-preservar-o-setor.htm>