

# LISTA REFERENCIAL DE PREÇOS 2025

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA  
**Sinapro**  
PERNAMBUCO

VALORES REFERENCIAIS DE CUSTOS INTERNOS DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

1	Comunicação Estratégica	TOTAL
1.1	Planejamento Estratégico de Marca /Posicionamento	R\$ 74.800,00
1.2	Planejamento de Comunicação / Ações (anual)	R\$ 66.000,00
1.3	Planejamento de Campanha	R\$ 55.000,00
1.4	Planejamento de Convenção / Evento / Promoção Comercial	R\$ 50.400,00
1.5	Planejamento de Ativação (pequeno porte)	R\$ 23.000,00
1.6	Planejamento de Ativação (médio porte)	R\$ 36.300,00
1.7	Planejamento de Ativação (grande porte)	R\$ 43.200,00
1.8	Planejamento Digital	R\$ 43.200,00
1.9	Planejamento de Mídia para Campanhas Digitais	R\$ 21.500,00
1.10	Planejamento (hora)	R\$ 2.160,00
1.11	Planejamento de Marketing Político	A DEFINIR
1.12	KV / Conceito de Campanha / Peça-Conceito	R\$ 24.000,00

MÍDIA IMPRESSA

2	Anúncio Jornal	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
2.1	Anúncio Mínimo / Rodapé Especial / Selo	R\$ 1.469,00	R\$ 972,00	R\$ 2.441,00
2.2	1/4 de página ou 1/3 de página	R\$ 2.025,00	R\$ 1.345,00	R\$ 3.370,00
2.3	1/2 página	R\$ 3.672,00	R\$ 2.452,00	R\$ 6.124,00
2.4	Rouba página	R\$ 4.774,00	R\$ 3.186,00	R\$ 7.960,00
2.5	1 página	R\$ 5.875,00	R\$ 3.920,00	R\$ 9.795,00
2.6	Página dupla	R\$ 8.824,00	R\$ 5.875,00	R\$ 14.699,00
3	Anúncio Revista	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
3.1	Anúncio Mínimo / Rodapé Especial / Selo	R\$ 1.323,00	R\$ 886,00	R\$ 2.209,00
3.2	1/4 de página	R\$ 1.588,00	R\$ 1.048,00	R\$ 2.636,00
3.3	1/3 de página	R\$ 2.138,40	R\$ 1.404,00	R\$ 3.542,40
3.4	1/2 página	R\$ 2.430,00	R\$ 1.620,00	R\$ 4.050,00
3.5	1 página	R\$ 4.773,60	R\$ 3.186,00	R\$ 7.959,60
3.6	Página dupla	R\$ 5.994,00	R\$ 3.996,00	R\$ 9.990,00
4	Anúncio Legal (Atas / Balanços / Editais)	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
4.1	Até 1/4 de página	R\$ 1.469,00	R\$ 977,00	R\$ 2.446,00
4.2	De 1/4 até 1/2 de página	R\$ 2.430,00	R\$ 1.620,00	R\$ 4.050,00
4.3	De 1/2 até 1 página	R\$ 3.013,00	R\$ 2.009,00	R\$ 5.022,00
4.4	Página dupla	R\$ 5.875,00	R\$ 3.920,00	R\$ 9.795,00

5	OOH - Mídia Exterior	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
5.1	Backbus	R\$ 5.346,00	R\$ 3.326,00	R\$ 8.672,00
5.2	Empena	R\$ 5.751,00	R\$ 3.796,00	R\$ 9.547,00
5.3	Faixa de Rua	R\$ 1.026,00	R\$ 691,00	R\$ 1.717,00
5.4	Outdoor/Frontlight/Backlight Painel Rodoviário - Simples	R\$ 5.589,00	R\$ 3.726,00	R\$ 9.315,00
5.5	Outdoor/Frontlight/Backlight Painel Rodoviário - Projetos Especiais	R\$ 7.236,00	R\$ 4.774,00	R\$ 12.010,00
5.6	Mobiliário urbano estático por peça (não relacionados na tabela)	R\$ 2.938,00	R\$ 1.955,00	R\$ 4.893,00
5.7	Outbus / Busdoor / Taxidoor	R\$ 3.164,00	R\$ 2.106,00	R\$ 5.270,00
5.8	Vinheta Cartelada até 15" para DOOH	R\$ 6.890,00	A DEFINIR	R\$ 6.890,00
6	OOH - Mídia Indoor (shopping, restaurante, academia, aeroporto, supermercado etc.)	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
6.1	Adesivos indoor: colunas, chão, elevador, mesa, escada rolante, tapume	R\$ 3.100,00	R\$ 2.052,00	R\$ 5.152,00
6.2	Cancela de estacionamento	R\$ 2.820,00	R\$ 1.900,00	R\$ 4.720,00
6.3	Peças de Mall: placas, display, cartaz, banner (formato-padrão)	R\$ 2.910,00	R\$ 1.933,00	R\$ 4.843,00

MÍDIA ELETRÔNICA

7	Rádio / Áudio	TOTAL
7.1	Spot até 30"	R\$ 5.875,00
7.2	Spot acima de 30"	R\$ 5.960,00
7.3	Jingle 30"	R\$ 8.100,00
7.4	Jingle Acima de 30" (até 90")	R\$ 9.796,00
7.5	Vinheta Eletrônica	R\$ 4.590,00
7.6	Roteiro Testemunhal/Carro de Som	R\$ 4.979,00
7.7	Espera Telefônica (custo do minuto)	R\$ 2.392,00
7.8	Texto para Cartela Eletrônica (miolo de ofertas)	R\$ 3.370,00

8	Televisão / Vídeo	TOTAL
8.1	Assinatura / Vinheta Eletrônica (até 7")	R\$ 5.751,00
8.2	Filme/TV Institucional até 15"	R\$ 9.796,00
8.3	Filme/TV Institucional 30"	R\$ 14.942,00
8.4	Filme/TV Institucional 60"	R\$ 16.654,00
8.5	Filme/TV Varejo 15"	R\$ 5.022,00
8.6	Filme/TV Varejo 30"	R\$ 7.657,00
8.7	Miolo de Ofertas	R\$ 4.320,00
8.8	StroryBoard (por quadro) / cartela	R\$ 626,00
8.9	Audiovisual/Documentário (custo por minuto)	R\$ 4.720,00
8.10	Roteiro Testemunhal/Merchandising	R\$ 4.980,00

PRODUÇÃO GRÁFICA

9	Formatos	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
9.1	Cartaz A4	R\$ 1.469,00	R\$ 977,00	R\$ 2.446,00
9.2	Cartaz A3	R\$ 1.771,00	R\$ 1.161,00	R\$ 2.932,00
9.3	Cartaz com grandes formatos (maior que A3)	R\$ 2.209,00	R\$ 1.470,00	R\$ 3.679,00
9.4	Cupom	R\$ 1.426,00	R\$ 945,00	R\$ 2.371,00
9.5	Ficha de inscrição / Questionário / Formulário para preenchimento	R\$ 1.426,00	R\$ 945,00	R\$ 2.371,00
9.6	Folder por página	R\$ 1.620,00	R\$ 1.080,00	R\$ 2.700,00
9.7	Mala direta Projeto Especial	A DEFINIR	A DEFINIR	A DEFINIR
9.8	Mala direta simples	R\$ 4.163,00	R\$ 2.760,00	R\$ 6.923,00
9.9	Panflete / Volante	R\$ 1.470,00	R\$ 977,00	R\$ 2.447,00
10	Tabloide / Catálogos / Jornais / Relatórios / Cardápios / Cartilhas / Slides / Manuais / Broadside	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
10.1	Projeto Gráfico	R\$ 6.798,60	R\$ 4.536,00	R\$ 11.334,60
10.2	Desenvolvimento por página	R\$ 702,00	R\$ 464,00	R\$ 1.166,00
10.3	OBS: Revisão ortográfica com até 4 laudas inclusa nos valores de custo interno de finalização.			

IMPORTANTE • Os valores aqui relacionados não contemplam custos com produção, impressão, edição, áudio, trilha, direção, iluminação, efeitos especiais, cópias, cachês e despesas operacionais, composição, arranjo, foto, ilustração especial ou concessão de imagem, entre outros serviços de terceiros, os quais deverão ser orçados especialmente para cada trabalho. Os aspectos técnicos da produção de cada item deverão levar em consideração o envolvimento direto dos prestadores dos serviços em questão. • Todos os preços previstos nesta tabela têm como base a peça mais simples. Portanto, qualquer peça considerada especial deverá ter negociação à parte. • Os custos não previstos nos itens desta tabela precisarão ser analisados caso a caso.

IDENTIDADE VISUAL

11	Identidade Visual / Branding			TOTAL
11.1	Marca Empresa (com até 5 aplicações)			R\$ 44.200,00
11.2	Marca Pequena/Micro Empresa (com até 5 aplicações)			R\$ 26.500,00
11.3	Marca / Logotipo de produto			R\$ 26.500,00
11.4	Marca / Logotipo de empreendimento imobiliário			R\$ 17.650,00
11.5	Marca / Logotipo de evento			R\$ 17.650,00
11.6	Marcas com criação de nome será acrescentado 60% do valor de criação ao valor de criação acima			A DEFINIR
11.7	Selo / Símbolo / Emblema			R\$ 9.800,00
11.8	Slogan			R\$ 12.600,00
12	Os valores de marca contemplam a criação da marca e suas versões básicas. Projetos de identidade visual com mais de cinco aplicações deverão ser orçados de acordo com o projeto.	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
12.1	Rótulo	R\$ 12.123,00	R\$ 8.084,00	R\$ 20.207,00
12.2	Assinatura para e-mail	R\$ 1.600,00	A DEFINIR	R\$ 1.611,20
12.3	Envelope / Pasta	R\$ 1.933,00	R\$ 1.296,00	R\$ 3.229,00
12.4	Timbrado / Bloco / Post It / Caderno	R\$ 1.933,00	R\$ 1.296,00	R\$ 3.229,00
12.5	Embalagem (padrão já existente no mercado)	R\$ 12.500,00	R\$ 8.326,00	R\$ 20.826,00
12.6	Uniforme (cada)	R\$ 2.025,00	R\$ 1.350,00	R\$ 3.375,00

PROMOCIONAL

13	Diversos	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
13.1	Aplicação de marca em modelo existente	R\$ 1.334,00		R\$ 1.334,00
13.2	Desenvolvimento de brindes especiais			
13.3	Embalagem diferenciada para brinde			
13.4	Cinta / adesivo para embalagem de brinde existente	R\$ 2.646,00	R\$ 1.760,00	R\$ 4.406,00
13.5	Abanador / Leque	R\$ 3.013,00	R\$ 2.008,00	R\$ 5.021,00
13.6	Adesivos Diversos	R\$ 2.765,00	R\$ 1.836,00	R\$ 4.601,00
13.7	Backdrop	R\$ 1.814,00	R\$ 1.210,00	R\$ 3.024,00
13.8	Bandeira / Flâmula / Pirulito para ação promocional/ Wind Banner	R\$ 1.588,00	R\$ 1.069,00	R\$ 2.657,00
13.9	Bandeirola (por face)	R\$ 1.588,00	R\$ 1.069,00	R\$ 2.657,00
13.10	Banner / Galhardete	R\$ 1.690,00	R\$ 1.129,00	R\$ 2.819,00
13.11	Blimps/Infláveis	R\$ 1.690,00	R\$ 1.129,00	R\$ 2.819,00
13.12	Bolsa / sacola / necessaire	R\$ 3.073,00	R\$ 2.047,00	R\$ 5.120,00
13.13	Boné / viseira / chapéu	R\$ 2.095,00	R\$ 1.393,00	R\$ 3.488,00
13.14	Botton / imã	R\$ 1.588,00	R\$ 1.069,00	R\$ 2.657,00
13.15	Calendário (por lâmina)	R\$ 2.392,00	R\$ 1.588,00	R\$ 3.980,00
13.16	Camiseta com Estampa / Artevisual	R\$ 1.588,00	R\$ 1.069,00	R\$ 2.657,00
13.17	Caneca / Copo / Squeeze	R\$ 1.588,00	R\$ 1.069,00	R\$ 2.657,00
13.18	Cartão comemorativo/ postal	R\$ 2.506,00	R\$ 1.652,00	R\$ 4.158,00
13.19	Convite / ingresso	R\$ 2.392,00	R\$ 1.588,00	R\$ 3.980,00
13.20	Crachá	R\$ 1.588,00	R\$ 1.069,00	R\$ 2.657,00
13.21	Diploma / Certificado	R\$ 1.663,00	R\$ 1.112,00	R\$ 2.775,00
13.22	Display	R\$ 3.110,00	R\$ 2.074,00	R\$ 5.184,00
13.23	Expositor de Produto	R\$ 5.589,00	R\$ 3.726,00	R\$ 9.315,00
13.24	Fundo de palco	R\$ 1.944,00	R\$ 1.296,00	R\$ 3.240,00
13.25	Jogo Americano	R\$ 1.745,00	R\$ 1.162,00	R\$ 2.907,00
13.26	Móbile (por face)	R\$ 3.013,00	R\$ 2.009,00	R\$ 5.022,00
13.27	Mouse pad	R\$ 2.430,00	R\$ 1.620,00	R\$ 4.050,00
13.28	Papel Forração / Bandô	R\$ 2.830,00	R\$ 1.890,00	R\$ 4.720,00
13.29	Placa comemorativa / Troféu / Medalha	R\$ 1.879,00	R\$ 1.253,00	R\$ 3.132,00
13.30	Stopper	R\$ 3.013,00	R\$ 2.009,00	R\$ 5.022,00
13.31	Tag	R\$ 1.588,00	R\$ 1.069,00	R\$ 2.657,00
13.32	Testeira de Gôndola	R\$ 3.013,00	R\$ 2.009,00	R\$ 5.022,00
13.33	Testeira / Aplique / Orelha para computador	R\$ 2.576,00	R\$ 1.712,00	R\$ 4.288,00
13.34	Totem	R\$ 4.039,00	R\$ 2.690,00	R\$ 6.729,00
13.35	Woobler	R\$ 3.013,00	R\$ 2.009,00	R\$ 5.022,00

SINALIZAÇÃO

14	Diversos	TOTAL		
14.1	Fachada	R\$ 9.970,00		
14.2	Projeto de Sinalização Interna (sem finalização de peças)	R\$ 11.665,00		
14.3	Sinalização Interna (por peça, somando ao projeto)	R\$ 540,00		
14.4	Sinalização de veículos (grande porte)	R\$ 7.800,00		
14.5	Sinalização de veículos (médio porte)	R\$ 4.980,00		
14.6	Sinalização de veículos (pequeno porte)	R\$ 3.240,00		
14.7	Sinalização de estande de feira	A DEFINIR		
14.8		CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
14.9	Placa de sinalização / Placa indicativa	R\$ 2.646,00	R\$ 1.760,00	R\$ 4.406,00
14.10	Placa de obra / Placa técnica	R\$ 2.279,00	R\$ 1.512,00	R\$ 3.791,00
14.11	Tapume (até 10m linear)	R\$ 4.400,00	R\$ 2.950,00	R\$ 7.350,00

DIGITAL

15	Digital - Páginas Web	TOTAL
15.1	Site (Planejamento, UX, Direção de Arte e Redação). Programação orçada à parte de acordo com a complexidade do projeto.	R\$ 38.721,80
15.2	Hotsite	R\$ 35.330,00
15.3	Landing Page	R\$ 7.680,00
16	Digital - Anúncios Web	TOTAL
16.1	Formato Estático de até 900 x 900px	R\$ 2.400,00
16.2	Formato Animado de até 900 x 900px	R\$ 3.310,00
16.3	Formato RichMedia de até 900 x 900px	R\$ 5.950,00
16.4	Roteiro BumperAd	R\$ 4.685,00
16.5	Link Patrocinado	R\$ 2.168,00
17	Links Patrocinados (Gestão de Campanha)	R\$ 8.060,00
17.1	Digital - Redes Sociais	TOTAL
17.2	Post Estático (Por Rede Social)	R\$ 1.325,00
17.3	Post Animado (Por Rede Social)	R\$ 1.800,00
17.4	Carrossel (até 5 slides)	R\$ 4.213,00
17.5	Filtro Personalizado	R\$ 3.848,00
17.6	Cobertura (por hora)	R\$ 848,00
17.7	Análise de Presença (Diagnóstico)	R\$ 7.574,00
18	Personalização (capa, perfil, background)	R\$ 2.900,00
18.1	Gerenciamento, Produção de Conteúdos e Interação	A DEFINIR
18.2	Ação influenciador - conteúdo	R\$ 4.000,00
19	Gestão de influenciador - seleção, negociação, conteúdo, acompanhamento	R\$ 5.600,00
19.1	Digital - SEO	TOTAL
19.2	Diagnóstico	R\$ 1.570,00
20	Gestão Mensal	R\$ 6.730,00
20.1	Digital - Mobile	TOTAL
20.2	Criação e Planejamento de aplicativo	A DEFINIR
20.3	Desenvolvimento	A DEFINIR
20.4	Digital - Diversos	TOTAL
20.5	E-mail Marketing	R\$ 3.000,00
20.6	Newsletter (sem elaboração de conteúdo)	R\$ 2.250,00
20.7	Newsletter (com elaboração de conteúdo)	R\$ 3.970,00
20.8	WhatsApp (card sem animação)	R\$ 1.325,00
20.8	WhatsApp (card com animação)	R\$ 2.250,00
21	Sticker / Figurinha	R\$ 610,00

COMPLEMENTARES

21	Diversos	TOTAL
21.1	Acompanhamento e/ou assessoria (hora)	R\$ 920,00
21.2	Tratamento de imagens simples (hora)	R\$ 520,00
21.3	Vetorização de logomarca	R\$ 920,00
21.4	Ilustração / Mascotes / Charges	A DEFINIR
21.5	Infográfico	R\$ 5.950,00
21.6	Mapa de localização simples	R\$ 3.920,00
21.7	Peça adaptada ou derivada de original	50% do valor
21.8	Refação	30% do valor



LEI Nº 4.680/65

Art. 3º - Agência de Propaganda é a Pessoa jurídica especializada na arte e técnica publicitárias 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, marcas ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço deste mesmo público.

Art. 4º - São Veículos de Divulgação, para os efeitos desta lei, quaisquer meios de comunicação visual ou auditiva capazes de transmitir mensagens de propaganda ao público, desde que reconhecidos pelas entidades e órgãos de classe, assim considerados associações civis locais e regionais de propaganda, bem como os sindicatos de publicitários.

Art. 5º - Compreende-se por propaganda qualquer forma remunerada de difusão de ideias, mercadorias ou serviços por parte de um anunciante público ou privado identificado.  
DECRETO Nº 57.690/66

Art. 7º - Os serviços de propaganda serão prestados pela Agência mediante contratação verbal ou escrita de honorários e reembolso das despesas previamente autorizadas, observadas as normas-padrão da publicidade brasileira.

Art. 9º - Nas relações entre Agência e Cliente serão observados os seguintes princípios básicos:

- Para rescisão ou suspensão da propaganda, a parte interessada avisará a outra do seu propósito, com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias, sob pena de responder por perdas e danos.
- A ideia utilizada na propaganda é presumidamente da Agência, não podendo ser explorada por outrem sem que aquela, pela exploração, receba a remuneração justa, ressalvado o disposto no art. 454 da Consolidação das Leis do Trabalho.

Art. 11 - O Veículo de Divulgação fixará em Tabela a comissão devida aos agenciadores, bem como o desconto atribuído às Agências de Propaganda.

Parágrafo 1º - Comissão é a retribuição pelo Veículo de Divulgação do trabalho profissional do Agenciador de Propaganda, sendo vedada a sua transferência, mesmo parcial, para o anunciante.

Parágrafo 2º - Desconto é o abatimento concedido pelo Veículo de Divulgação como estímulo à Agência de Propaganda que dele não poderá utilizar-se para rebaixar os preços de tabela.

Parágrafo 3º - Nenhuma comissão ou desconto será concedido sobre a propaganda encaminhada diretamente ao Veículo de Divulgação por qualquer Pessoa Física ou Jurídica que não se classifique como Agenciador de Propaganda ou Agência, definidos no presente Regulamento.

Art. 12 - Ao Veículo de Divulgação não será permitido descontar da remuneração dos Agenciadores de Propaganda, mesmo parcialmente, os débitos não liquidados por Anunciantes, desde que a propaganda tenha sido formal e previamente aceita por sua direção comercial.

Art. 15 - O faturamento da divulgação será feito em nome do Anunciante, devendo o Veículo de Divulgação remetê-lo à Agência responsável pela propaganda para cobrança.

DECRETO Nº 4.563/2002

O Art. 7º do Decreto nº 57.690/66, passa a vigorar com a seguinte redação: Os serviços de Propaganda serão prestados pela Agência mediante contratação de honorários e reembolso das despesas previamente autorizadas, tendo como referência o que estabelece os itens 3.4 a 3.6, 3.10 e 3.11, e seus respectivos subitens, das Normas-Padrão editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), com as alterações constantes das atas de reunião desse conselho, de 13 de fevereiro, 29 de março e 31 de julho do ano de 2001, devidamente registradas em cartório.

**NORMAS-PADRÃO DA PROPAGANDA ESTABELECIDAS PELO CENP**

2.5.1 - Toda Agência que alcançar as metas de qualidade estabelecidas pelo CENP, comprometendo-se com os custos e atividades a ela 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 conta e ordem de seus Clientes.

2.7 - É facultado à Agência reverter parcela do seu “desconto-padrão de agência” em favor do respectivo Anunciante, observados os preceitos estabelecidos nos itens 3.5 e 4.4 destas Normas-Padrão.

2.8 - É facultada, como exceção à regra do item 3.6.1, a negociação entre Agência e Anunciante dos honorários sobre os serviços e suprimentos externos, desde que seja expressivo o investimento bruto anual a ser

aplicado em publicidade pelo Anunciante através da Agência contratada, bem como que a verba de mídia seja, pelo menos, duas vezes maior que a da produção.

3.4 - Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a Agência deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços de controle da verba do Anunciante.

3.5 - Nas transações entre Anunciantes e Agências, tendo por objeto a parcela negociável do “desconto-padrão de agência”, adotar-se-ão como referência de melhor prática os parâmetros contidos no ANEXO “B” das Normas-Padrão.

#### ANEXO “B” - SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/ BENEFÍCIOS

Instituído pelo item 4.4 nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária **INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA E AS PARCELAS DO INVESTIMENTO BRUTO “DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA” A REVERTER AO ANUNCIANTE**

- ATÉ R\$ 2.500.000,00 - 0%

- De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00 - até 2% (dois por cento) do investimento bruto.

- De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00 - até 3% (três por cento) do investimento bruto.

- De R\$ 25.000.000,01 em diante - até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.

3.6 - Todos os demais serviços e suprimentos que terão o seu custo coberto pelo Cliente deverão ser adequadamente orçados e requererão prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução. O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da base territorial onde a Agência estiver localizada e não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos.

3.6.1 - Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a Fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. O Cliente deverá pagar à Agência os “honorários” de 15% (quinze por cento) sobre os valores dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer Fornecedores.

3.6.2 - Quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou ao pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo, o Anunciante pagará à Agência um “honorário” de, no mínimo, 10% (dez por cento).

3.10 - Como alternativa à remuneração através do “desconto-padrão de agência” é facultada a contratação de serviços de Agência de Publicidade mediante “fees” ou “honorários de valor fixo” a serem ajustados por escrito com o Anunciante, respeitando o disposto no item 2.9 destas Normas-Padrão.

Item 2.9 - Conforme determina o art. 17, inciso I, alínea “F”, do Decreto nº 57.690/66, é vedada a contratação de propaganda em condições antieconômicas, anticoncorrenciais ou que importem em concorrência desleal, podendo o CENP, diante de tais condutas, aplicar as sanções previstas no art. 61 dos seus Estatutos, bem como representar à autoridade competente para a imposição das sanções previstas na legislação aplicável.

3.10.1 - O “fee” poderá ser cumulativo ou alternativo à remuneração de Agência decorrente da veiculação (“desconto-padrão de agência”), de produção externa, de produção interna e de outros trabalhos eventuais e excepcionais, tais como serviços de relações públicas, assessoria de imprensa etc.

3.10.2 - Em qualquer situação ou modalidade de aplicação do “fee”, a Agência deverá ser remunerada em valor igual ou aproximado ao que ela receberia, caso fosse remunerada na forma do item 2.5.1, sempre de comum acordo entre as partes, contanto que os serviços contratados por este sistema sejam abrangidos no item 3.1 e que sejam preservados os princípios definidos nos itens 2.7, 2.8, 2.9 e 3.4.

3.10.3 - Para adequação dos valores de remuneração de Agência através de “fee”, como forma de evitar a transferência ou concessão de benefícios ao Cliente/Anunciante pela Agência, contrariando as Normas-Padrão, bem como as normas legais aplicáveis à espécie, recomenda-se a revisão, a cada 06 (seis) meses, dos valores efetivamente aplicados ao Cliente/Anunciante em publicidade, em comparação aos valores orçados inicialmente (“budgets” de publicidade) e que tenham servido como parâmetro para a fixação dos valores do “fee”.

3.11 - Refere-se a contratações com o setor público. Nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental.

3.11.1 - Consideram-se Esferas Administrativas distintas o Município, o Estado e a União.

3.11.2 - O disposto neste item aplica-se à: a) reversão da parcela do “desconto de agência” de que tratam os itens 2.7, 3.5 e 4.4; b) negociação do custo dos serviços internos de que trata o item 3.6, que poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos; c) negociação dos honorários incidentes sobre os serviços de que trata o item 3.6.1, ressalvando que os referidos honorários poderão ser integralmente

eliminados/excluídos/suprimidos quando se tratar de ações de comunicação que geram veiculação;

d) negociação dos honorários de que trata o item 3.6.2.

4.4 - A Agência poderá reverter a seu Cliente parcela do “Desconto-Padrão de Agência” a que fizer jus, observados os parâmetros contidos no ANEXO “B” - SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS, os quais poderão ser revistos pelo Conselho Executivo do CENP.

#### PERMUTA

Como prevê o item 2.3.1 das Normas-Padrão, é livre a contratação de permuta de espaço, tempo ou serviço publicitário entre Veículos de Comunicação e Anunciantes, diretamente ou mediante a participação da Agência de Publicidade responsável pela conta publicitária. Esta transação deverá respeitar as condições estabelecidas na “Cartas-Padrão” firmadas entre os Veículos de Comunicação e Fornecedores junto às Agências integrantes do Fórum Empresarial da Propaganda em Pernambuco.

O respectivo contrato deverá, necessariamente, estabelecer a quem competirá remunerar a Agência, podendo esse ônus recair sobre o Veículo ou sobre o Anunciante, isoladamente, ou sobre ambos, e em qual proporção. Quando o contrato for omissivo a respeito, a Agência titular dos direitos autorais sobre o material a ser veiculado fará jus aos 20% “desconto-padrão de agência”.

#### PROCEDIMENTOS ÉTICOS

Entre outros critérios éticos fixados na Carta-Compromisso firmada por Agências filiadas ao SINAPRO e associadas à ABAP, destacam-se as regras de comportamento recomendadas para nortear as ações de prospecção que são consideradas atitudes naturais e legítimas na esfera dos negócios de prestação de serviços de publicidade, que podem ser feitas através de envio de folders, portfólios, cartas de apresentação etc., que informam a respeito dos vários requisitos das Agências que atuam no mercado. No entanto, é consenso de todas as Agências que zelam por um relacionamento ético entre elas que sejam ressaltadas duas questões:

- Prospecção: a) Não apresentar ao prospect peças ou campanhas não solicitadas (as chamadas “campanhas exploratórias”), a não ser que o cliente em potencial solicite por escrito um determinado trabalho para avaliar a performance da agência; b) Não oferecer propostas de negócios que possam prejudicar o relacionamento comercial do cliente com a Agência detentora da conta.

- Concorrências: a) As normas de comportamento recomendadas pelo Conselho de Ética, referem-se especialmente às concorrências do setor privado. Quanto as concorrências do setor público que deverão ser regidas por Editais e enquadradas na lei nº 12.232/10, lembrando que, quando elas não obedecerem às Normas-Padrão orientadas, por lei pelo CENP, cabem recurso visando tais casos anômalos; b) É desejável que as Agências convidadas para uma concorrência do setor privado solicitem da empresa proponente o nome das outras Agências engajadas, invocando, se for oportuno, a existência de uma Carta-Compromisso entre as Agências de Publicidade, recomendando essa prática; c) Tratar da relação comercial após o resultado da definição técnica, de acordo com a recomendação das entidades representativas.

- Como forma de preservar legalmente a relação comercial entre Cliente e Agência, indica-se a formalização da relação através de contrato-padrão disponibilizado por este Sindicato.

#### CRITÉRIOS GERAIS

Os critérios gerais seguem rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP), bem como a legislação da Indústria da Propaganda, particularmente lei nº 4.680, de 18 de junho de 1995, e os decretos nº 57.690, de 1 de fevereiro de 1966, e nº 2.262, de 26 de junho de 1997.

#### CUSTOS INTERNOS

Os custos internos são cobrados conforme os valores referenciais de honorários internos da Agência de Propaganda recomendados pelo Sinapro.

#### CUSTOS EXTERNOS

São todos os custos dos serviços contratados com fornecedores/terceiros pela Agência de Propaganda, por ordem do Cliente-Anunciante, para execução dos trabalhos e realizados sob a supervisão da Agência. Sobre esses custos incidirá a taxa de 15% (quinze por cento). Essa taxa não incidirá sobre custos com impostos (exemplo IPI), encargos sociais e reembolsos de despesas. “Desconto-Padrão de Agência” é o abatimento concedido com exclusividade pelo Veículo de Comunicação à Agência de Publicidade, a título de remuneração, pela criação/produção de conteúdo e intermediação técnica entre aquele e o Anunciante, no percentual não inferior a 20% (vinte por cento).

#### Reembolso de Despesas

Todos os gastos efetuados a serviço do Cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custos, sem incidência de honorários ou comissões. Exemplos: viagens, diárias, transportes, alimentação, comunicação em geral, fotocópias etc. A cobrança de projetos, criação e redação de textos de materiais e outros serviços não previstos aqui é de livre acerto entre Agência e Cliente.