



# Prefeitura do Município de Jaguariúna

Departamento de Licitações e Contratos  
Rua Alfredo Bueno, 1235 – Centro – Jaguariúna-SP – CEP 13910-027  
Fone: (19) 3867 9801 / 9780 / 9757 / 9707 / 9825 / 9792 / 9786  
[www.licitacoes.jaguariuna.sp.gov.br](http://www.licitacoes.jaguariuna.sp.gov.br)

## ATA DE DELIBERAÇÃO COMPLEMENTAR E DEFINITIVA EM RELAÇÃO A IMPUGNAÇÃO REFERENTE À CONCORRÊNCIA Nº 007/2022 – PROCEDIMENTO LICITATÓRIO Nº 198/2022 – EDITAL 3ª ALTERAÇÃO.

**Objeto:** Serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

No vigésimo sexto dia do mês de julho do ano de dois mil e vinte e dois, às 13:30 horas, na sala de Sessões, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitação, com a presença dos membros abaixo assinados, para deliberar em definitivo sobre a impugnação constante das folhas 686-735 do procedimento Licitatório apresentada pelo **Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (SINAPRO) – CNPJ: 62.638.994/0001-23** relativa ao procedimento em epígrafe, após manifestação do Departamento de Assessoria Jurídica no que diz respeito à dinâmica da emissão das notas fiscais a serem emitidas pela empresa contratada, tal qual figurou na cláusula 11.4 da minuta de contrato do edital – 3ª Alteração. A cláusula em questão é revestida de legalidade, não se sustentando os argumentos trazidos pelo SINAPRO. Segundo entendimento do E. Tribunal de Contas da União, ao julgar consulta formulada pelo Tribunal Superior Eleitoral, admitiu que a Nota Fiscal seja emitida em desfavor da Agência Contratada. Veja-se: “uma outra possibilidade apresentada pelo TCU é a Agência Contratada emitir sua própria nota fiscal consolidada em nome do Órgão Público (Contratante). Nessa hipótese, devem ser discriminados seus honorários e comissões, além dos serviços de terceiros, para ser liquidada e paga pelo Órgão Contratante diretamente à agência de publicidade...(TCU Acórdão 699/2022.Plenário.Relator Ministro Bruno Dantas.Sessão: 30 de março de 2022)”. Portanto, a sistemática de emissão das notas fiscais prevista no instrumento convocatório vigente não merece reparo, motivo pelo qual esta Comissão Permanente de Licitação sugere a manutenção da sessão pública agendada sem razão para se



# Prefeitura do Município de Jaguariúna

Departamento de Licitações e Contratos  
Rua Alfredo Bueno, 1235 – Centro – Jaguariúna-SP – CEP 13910-027  
Fone: (19) 3867 9801 / 9780 / 9757 / 9707 / 9825 / 9792 / 9786  
[www.licitacoes.jaguariuna.sp.gov.br](http://www.licitacoes.jaguariuna.sp.gov.br)

proceder a quaisquer alterações que sejam. Não havendo mais nada a tratar o senhor Presidente decide encerrar a sessão, indo esta Ata assinada por todos os presentes.

Comissão Permanente de Licitações:

\_\_\_\_\_  
**Edson José da Silva Júnior**  
*Presidente*

\_\_\_\_\_  
**Renato Ribeiro Goivinho**  
*Membro*

\_\_\_\_\_  
**Luciano Sena Caxias de Araújo**  
*Membro*

\_\_\_\_\_  
**Ariana Aparecida de Almeida**  
*Membro*

\_\_\_\_\_  
**Ricardo Moreira Barbosa**  
*Membro*



# Prefeitura do Município de Jaguariúna

Departamento de Licitações e Contratos  
Rua Alfredo Bueno, 1235 – Centro – Jaguariúna-SP – CEP 13910-027  
Fone: (19) 3867 9801 / 9780 / 9757 / 9707 / 9825 / 9792 / 9786  
[www.licitacoes.jaguariuna.sp.gov.br](http://www.licitacoes.jaguariuna.sp.gov.br)

## DELIBERAÇÃO EM RELAÇÃO A IMPUGNAÇÃO REFERENTE À CONCORRÊNCIA Nº 007/2022 – PROCEDIMENTO LICITATÓRIO Nº 198/2022 – EDITAL 3ª ALTERAÇÃO.

**Objeto:** Serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.

No vigésimo quinto dia do mês de julho do ano de dois mil e vinte e dois, às 14:00 horas, na sala de Sessões, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitação, com a presença dos membros abaixo assinados e do Senhor Celso Lauro, Diretor do Departamento de Comunicação Social da Secretaria de Gabinete, para deliberar sobre a impugnação constante das folhas 686-735 do procedimento Licitatório apresentada pelo **Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (SINAPRO) – CNPJ: 62.638.994/0001-23** relativa ao procedimento em epígrafe. A impugnação apresentada faz referência expressa ao edital de licitação da Concorrência nº 007/2022 – **2ª Alteração**, versando, em síntese, sobre dois aspectos principais, a saber: a remuneração da agência e a questão da emissão das notas fiscais pelos fornecedores externos de serviços especiais e pelos veículos de divulgação. Necessário, contudo, frisar que as questões relativas à forma de remuneração já foram enfrentadas por essa municipalidade e devidamente adequadas ao edital – **3ª Alteração**, que é o edital corrente e, portanto, válido para o estabelecimento das regras a serem observadas durante a concorrência. Contudo, remanesceu na 3ª alteração disposição na minuta do contrato (cláusula 11.4) sobre a forma de emissão da nota fiscal, ponto esse questionado pela SINAPRO que alega que as notas fiscais devem ser emitidas em nome do anunciante, isto é, o Contratante e, para a situação *in casu*, no nome da Prefeitura do Município de Jaguariúna e não em nome da Contratada, conforme fundamenta nas folhas 697-700 para posterior repasse e/ou emissão de nota fiscal para a Contratante. No ponto, esta Comissão Permanente de Licitação endereçará o feito ao Departamento de Assessoria Jurídica em Licitações, Contratos e Parcerias a fim de que haja esclarecimento acerca da existência ou não de fundamentação legal que dê substrato ao arguido pela impugnante. De modo que o senhor Presidente decide encerrar a sessão, indo esta Ata assinada por



# Prefeitura do Município de Jaguariúna

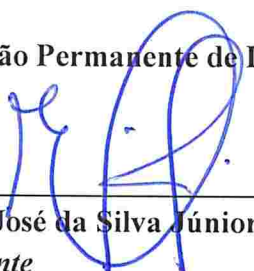
Departamento de Licitações e Contratos  
Rua Alfredo Bueno, 1235 – Centro – Jaguariúna-SP – CEP 13910-027  
Fone: (19) 3867 9801 / 9780 / 9757 / 9707 / 9825 / 9792 / 9786  
[www.licitacoes.jaguariuna.sp.gov.br](http://www.licitacoes.jaguariuna.sp.gov.br)


137  
10

todos os presentes. Retornando o procedimento a esta Comissão com os esclarecimentos necessários deliberar-se-á por definitivo.

Comissão Permanente de Licitações:


Departamento de Comunicação Social:

  
\_\_\_\_\_  
**Edson José da Silva Júnior**  
*Presidente*

  
\_\_\_\_\_  
**Celso Lauro**  
*Diretor*

  
\_\_\_\_\_  
**Renato Ribeiro Goivinho**  
*Membro*

  
\_\_\_\_\_  
**Luciano Sena Caxias de Araújo**  
*Membro*

  
\_\_\_\_\_  
**Ariana Aparecida de Almeida**  
*Membro*

  
\_\_\_\_\_  
**Ricardo Moreira Barbosa**  
*Membro*

ILMO(A) SR.(A) PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA  
PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE JAGUARIÚNA.

Ref. EDITAL DE CONCORRÊNCIA DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE DA PREFEITURA DO  
MUNICÍPIO DE JAGUARIÚNA

Concorrência n. 007/2022 (2ª. Alteração)



O SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO –  
**SINAPRO SP**, entidade representativa da categoria econômica das agências de  
publicidade no Estado de São Paulo, com sede à Avenida Brigadeiro Faria Lima, nº  
1656, 2º andar, conj. 21, Jd. Paulistano, São Paulo - SP, inscrito no CNPJ sob nº  
62.638.994/0001-23, vem, por seu Presidente que esta subscreve, respeitosamente,  
a V.Sa. para apresentar a presente **IMPUGNAÇÃO** ao edital do citado certame, para  
a Contratação de Serviços Publicitário pela Prefeitura do Município de Jaguariúna,  
pelos motivos a seguir deduzidos.

Esta entidade tem, dentre outras funções, a de colaborar com a Administração  
Pública na orientação de como contratar uma agência de propaganda, para a  
prestação de serviços publicitários, assim como zelar pela correta aplicação das  
disposições legais que norteiam a atividade publicitária, inclusive as que orientam os  
procedimentos licitatórios para a contratação de serviços de propaganda.

Assim, examinando o edital de licitação – Concorrência n. 007/2022 - para a  
contratação de tais tipos de serviços, foram constatadas disposições que **podem**  
caracterizar irregularidades, infringindo assim disposições da Lei 12.232/2010, da Lei  
8.666/93 e da Lei 4.680/65, bem como das Normas-Padrão da Atividade Publicitária,  
aplicáveis ao processo licitatório.

Ressaltamos que o intuito desta impugnação é, primordialmente, contribuir para que o processo licitatório se dê de forma absolutamente hígida.

### **I – A ATIVIDADE PUBLICITÁRIA E OS SERVIÇOS PRESTADOS PELAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE**

1 - Como está expresso no edital de licitação, as disposições que regem o certame são a Lei Federal 12.232/2010, o Decreto Municipal n. 2.897/10 e complementarmente pela Lei 8.666/93, Lei 4.680/65 e subsidiariamente a lei Complementar Federal n. 123/06.

Em relação à proposta de preços, o edital é claro e incisivo em estabelecer que a remuneração da agência atenderá a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo (com o desconto que vier a ser concedido pela agência vencedora). Também a agência será remunerada em honorários sobre produção externa pelos valores mínimos previstos nos itens 2.5.'1, 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária (remuneração essa paga pela Prefeitura) e pelo desconto de agência, que é a remuneração paga à agência pelos veículos de comunicação, nos termos do artigo 11 da lei 4.680/65.

Entretanto, desde logo se destaque que o edital prima em ofender as disposições legais quanto à remuneração da agência, estabelecendo, no item Proposta de Preços, que a agência será remunerada APENAS pela criação de peças e campanhas publicitárias, de acordo com a Tabela do SINAPRO E AINDA COM UMA REDUÇÃO MÍNIMA DE 60% E DESDE QUE TAIS CRIAÇÕES NÃO SEJAM DESTINADAS À VEICULAÇÃO, QUANDO ENTÃO TAL REMUNERAÇÃO NÃO SERIA DEVIDA.

Além desse absurdo em remunerar a agência prestadora de serviços publicitários APENAS pela criação de peças e campanhas que não sejam veiculadas, aplicar-se-á um desconto de 60% sobre os valores de tabela do SINAPRO.

A agência seria remunerada em honorários sobre produção externa, conforme o edital apontar, mas com base nos preços mínimos estabelecidos pelos itens 2.5, 3.6

689  
D

e 3.6.1 das Normas-Padrão. Entretanto, tais disposições apresentam OS PREÇOS MÁXIMOS, o que levaria ao entendimento de que não se remuneraria a agência em honorários sobre produção externa, à mingua de existência de “PREÇOS MÍNIMOS”.

O absurdo ainda se amplia, ao estabelecer o edital que a agência REPASSARÁ À PREFEITURA ¼ do valor correspondente à remuneração que os veículos pagarão àquela, de forma totalmente ilegal e despropositada.

Em síntese, o que a Prefeitura pagará à agência (por criação que não venha a ser veiculada e ainda com um desconto mínimo de 60% sobre os preços de tabela do SINAPRO) SERÁ MUITO MENOR DO VALOR QUE A AGÊNCIA REPASSARÁ - ILEGALMENTE - À PREFEITURA, A TÍTULO DE DESCONTO DE AGÊNCIA (honorários pagos pelos veículos).

Assim, desde logo chega-se à constatação que o edital afronta dois princípios básicos de direito:

- a) COMETE LOCUPLETAMENTO ILÍCITO DO TRABALHO ALHEIO e
- b) INCORRE EM ENRIQUECIMENTO SEM CAUSA.

A agência, portanto, PAGARÁ À PREFEITURA MUNICIPAL PARA TRABALHAR PARA ESTA.

2 – Quanto aos serviços a serem prestados pela agência licitante que vier a ser vencedora do certame, o artigo 2º da Lei 12.232/2010 dispõe:

*“Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.*”

?  
NÃO EXISTE  
NÃO É O

*Parágrafo 1º. Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:*

*I – ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no artigo 3º desta lei;*

*II – à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;*

*III- à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.”*

Como se vê, DUAS atividades fundamentais são realizadas pelas agências de publicidade no atendimento de seus clientes-anunciantes, sejam eles Públicos, como Privados.

A primeira se constitui em **“estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação e execução interna” de peças e campanhas publicitárias**”. Esta atividade é remunerada com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de sua base territorial. No presente caso, o Sindicato do Estado de São Paulo.

A segunda se constitui na **“INTERMEDIACÃO e supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral. “(grifamos).**

A “intermediação” também ocorre em relação aos serviços de pesquisas, produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados pela agência mas executados por terceiros, fornecedores externos de serviços publicitários (tais como produtoras cinematográficas, produtoras de som, produção gráfica, produção digital, contratação de elenco, etc).



A intermediação também ocorre na contratação de veículos de divulgação.

Neste caso de intermediação, como é evidente, a agência não contrata em seu nome os citados fornecedores externos de serviços especiais e os veículos de comunicação. Quem os contrata é sempre o cliente, contra os quais, aliás, estes devem emitir suas Notas Fiscais.

Em relação a esses dois serviços de intermediação, a agência é remunerada na forma estabelecida pelos itens 3.6, 3.6.1, 3.6.2 e 2.5 e 2.5.1 das Normas-Padrão e pelo artigo 11 da Lei 4.680/65.

O que dispõem os citados dispositivos das Normas-Padrão?

***3.6. (...) 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 honorários de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer fornecedores.***

***3.6.2 quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo o Anunciante pagará à Agência honorários de no mínimo 5% (cinco por cento) e no máximo 10% (dez por cento).***

Estes itens, portanto, dizem respeito à remuneração que a agência receberá do cliente anunciante (inclusive do setor público), pela intermediação na contratação de

Fornecedores externos de serviços especiais e pela supervisão na execução dos trabalhos contratados com os mesmos.

***2.5.O Desconto-Padrão de Agência de que trata o artigo 11 da Lei 4.680/65 e art. 11 do Decreto n. 57.690/66, bem como o artigo 19 da Lei 12.232/2010, 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 (Conselho Executivo das Normas-Padrão) comprometendo-se com os custos e atividades a elas relacionadas, habilitar-se-á ao recebimento do “Certificado de Qualificação Técnica”, conforme o artigo 17, inciso I, alínea “f” do Decreto n. 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.”***

Estes itens 2.5 e 2.5.1 dizem respeito à remuneração que a agência **recebe dos veículos de divulgação (e não do cliente), no percentual de 20% sobre o valor da mídia efetivamente contratada.**

Ou seja, do valor total que os Veículos cobram dos anunciantes para veiculação de sua publicidade, a agência que fez a intermediação nessa contratação (e também pelo fato de ser a autora das peças publicitárias a serem veiculadas e por elaborarem o planejamento de mídia, com base em estudos técnicos e com a aplicação das pesquisas de mídia que a agência compra de institutos especializados como o Kantar Ibope, Ipsos, IVC, Marplan, Nielsen e outros) recebe dos veículos 20% do valor da mídia. O veículo fica com 80% e a agência 20%.

Nos termos do artigo 19 da Lei 12.232/2010, o veículo emitirá contra o anunciante (inclusive do setor público) e aos cuidados da agência, sua Nota Fiscal no valor correspondente a 80% do valor da mídia, cobrada e recebida através da agência. Esta, emitirá contra o Anunciante (inclusive do setor público) sua Nota Fiscal desses

honorários (intitulados como “desconto de agência”) correspondente a 20% do valor da mídia.

Dispõe o citado artigo 19 da Lei 12.232/2010:

*“Para fins de interpretação da legislação de regência (Lei 4.680/65, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículos de divulgação.”*

Aliás, é o que também dispõe o artigo 15 do Decreto n. 57.690/66:

*“O faturamento da divulgação será feito em nome do Anunciante, devendo o Veículo de Divulgação remetê-lo à Agência responsável pela propaganda.”*

Portanto, dois pontos do edital, data máxima vênia, desatendem as disposições legais:

- a) A remuneração da agência
- b) A emissão das Notas Fiscais pelos fornecedores externos de serviços especiais e pelos Veículos de Divulgação.

JA' FOR ANAG 5100

## II – QUESTIONAMENTOS DE DISPOSIÇÕES DO EDITAL

3 – O Edital estabelece que a licitante vencedora será remunerada APENAS pela criação/concepção/produção interna de peças e campanhas publicitárias, com base na Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo e com a concessão de um DESCONTO MÍNIMO DE 60% SOBRE OS PREÇOS DE TABELA.

E ainda: tal remuneração não será paga quando a criação (da peça ou campanha) vier a ser veiculada, pelo fato da agência vir a receber DOS VEÍCULOS o chamado “desconto de agência”.

Essa forma de remuneração (criação com valores constantes da Tabela de Custos Internos do SINAPRO SP) – que, aliás, não é “remuneração”, mas sim **ressarcimento dos custos internos havidos pelas agências de publicidade com mão de obra especializada (departamentos de criação, mídia, planejamento, atendimento, etc)** – está parcialmente correta. E parcialmente incorreta, obviamente.

Como se trata de Tabela REFERENCIAL, os custos ali indicados são apenas referenciais e, portanto, as licitantes poderão propor descontos sobre tais preços, mas sem infringir o parágrafo 3º do artigo 44 e o inciso II do artigo 48 da Lei 8.666/93 que dispõem:

*“Parágrafo 3º. do artigo 44 - Não se admitirá proposta que apresente preços global ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços dos insumos e salários do mercado acrescido dos respectivos encargos, , ainda que o ato convocatório da licitação não tenha estabelecido limites mínimos, exceto quando se referirem a materiais e instalações de propriedade do próprio licitante, para os quais ele renuncie à parcela ou à totalidade de remuneração.”*

*“Inciso II do artigo 48 – (Serão desclassificadas:)*

*“propostas com valor global superior ao limite estabelecido ou com preços manifestamente inexequíveis, assim considerados aqueles que não venham a ter demonstrada sua viabilidade através de documentação que comprove que os custos dos insumos são coerentes com os de mercado e que os coeficientes de produtividade são compatíveis com a execução do objeto do contrato, condições estas necessariamente especificadas no ato convocatório da licitação.”*

Entretanto, tal remuneração ou ressarcimento não será a única a ser paga à licitante vencedora, sob pena de se incorrer na virtual INEXEQUIBILIDADE DO CONTRATO.

Torna-se necessário que o edital seja retificado para se estabelecer que a agência será remunerada também pela intermediação na contratação de serviços a serem executados pelos Fornecedores de Serviços Externos Especializados (como os acima indicados exemplificativamente), bem como pelos Veículos de Divulgação (ainda que a remuneração da agência, no caso de veiculação, seja paga pelos Veículos de Divulgação).

As Normas-Padrão, como vimos (que representa ali os “preços de mercado”) estabelecem que a agência será remunerada pelo cliente, no percentual de 15% sobre os serviços de produção realizados por terceiros. Esse percentual, entretanto, poderá ser reduzido, na Proposta de Preços. O percentual de remuneração ou horários que o cliente pagará à agência por essa intermediação, deverá ser NO MÁXIMO de 15%. Mas poderá haver a concessão, na proposta de preços, da cobrança de um percentual menor.

É de se lembrar que essa remuneração que a agência recebe do cliente não decorre de mera intermediação entre as partes (Cliente x Fornecedor externo), mas também da verificação prévia que a agência deve fazer dentre os fornecedores desses serviços especiais quanto à qualificação técnica, preço, idoneidade comercial, além de SUPERVISIONAR toda a execução do trabalho desses terceiros.

Esses serviços de terceiros também estão relacionados no parágrafo primeiro, incisos I, II e III do artigo 2º da Lei 12.232/2010: (i) produção e execução técnica das peças e projetos publicitários criados pela agência; (ii) planejamento e execução de pesquisas de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação ou sobre os resultados das campanhas realizadas; (iii) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias.

Quanto aos honorários de mídia (desconto de agência) o percentual é pago pelos veículos às agências, não só pela intermediação entre Anunciante e Veículo, mas também pela criação/concepção das peças publicitárias a serem veiculadas, pela elaboração do Plano de Mídia que, como acima foi dito, tem base essencialmente técnica e com a utilização das pesquisas de mídia adquiridas pelas agências de institutos especializados.

Portanto, torna-se necessário que o edital estabeleça que a agência será remunerada também por essas outras duas formas acima referidas, além do ressarcimento dos custos internos.

O artigo 6º, inciso V da Lei 12.232/2010 estabelece que  
***“A proposta de preço conterá quesito representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário.”***

Como acima foi dito, as formas de remuneração vigentes no mercado publicitário brasileiro estão fixadas nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, as quais foram expressamente referidas no edital, a serem aplicadas (cf. Anexo I do Edital – Modelo de Proposta de preços – Observação no pé da página).

#### **4 – Impossibilidade de Repasse do Desconto de Agência à Prefeitura**

Como acima foi dito, o edital estabelece, na minuta do contrato administrativo (cláusula 9.2) que  
***“A CONTRATADA repassará à CONTRATANTE ¼ (um quarto) do valor correspondente ao desconto de agência a que faz jus, calculados sobre o valor acertado para cada veiculação”.***

Entretanto, o repasse parcial do desconto de agência pela agência ao cliente-anunciante só é possível, nos termos do Anexo B das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, quando a VERBA ANUAL DE MÍDIA DO CLIENTE for superior a R\$2.500.000,00 e ainda assim, nos limites estabelecidos por tal Anexo.

O repasse é deduzido dos 20% do desconto de agência (levando em consideração o valor da mídia adquirida).

Assim é que tal Anexo B estabelece:

Verba anual de mídia	Repasse	% agência
Até R\$2.500.000,00	nihil	20%
De R\$2.500.001,00 a R\$7.500.000,00	2%	18%
De R\$7.500.001,00 a R\$25.000.000,00	3%	17%
Acima de R\$25.000.000,00	5%	15%

O edital, portanto, em sua minuta de contrato, estabelece que a agência repassará à Prefeitura o equivalente a 5% (1/4 do desconto de agência), de forma absolutamente ilegal, já que a verba publicitária estimada pelo edital é de R\$1.950.000,00 (um milhão, novecentos e cinquenta mil). Ou seja, valor abaixo do mínimo permitido pelo Anexo B, para repasse de parte do desconto de agência.

#### **5 - Emissão das Notas Fiscais pelos fornecedores externos de serviços especiais**

O edital deste certame, na minuta do Contrato Administrativo, dispõe em sua cláusula 11.4 que

*“Em caso de serviços efetuados por terceiros, a Nota Fiscal deverá ser emitida em favor da CONTRATADA, devendo ser anexada cópia desta na Nota Fiscal a ser emitida para a CONTRATANTE.”*

Entretanto, data vênua, tanto os Fornecedores Externos de Serviços Especiais, quanto os Veículos de Divulgação, são contratados apenas com a INTERMEDIÇÃO DA AGÊNCIA, mas pelo cliente-anunciante. *In casu*, pela Administração Pública ou pelo ente privado que utilizará a publicidade em seu favor.

É de se atentar para o disposto no artigo 2º da Lei 12.232/2010, já acima citado, onde consta expressamente que além de criar, conceber publicidade, a agência faz a INTERMEDIACÃO na contratação de fornecedores externos de serviços publicitários e de veículos de comunicação, pois cabe a ela recomendar tecnicamente ao ente público (assim como ao privado) esses fornecedores e ou veículos.

Nenhum trabalho poderá ser realizado pela agência, assim como pelos citados fornecedores externos e veículos de divulgação, SEM A EXPRESSA APROVAÇÃO DO CLIENTE-ANUNCIANTE (seja este público ou privado).

Aliás, é importante destacar que o artigo 14 da Lei 12.232/2010 dispõe que para que seja contratado pelo ente público, o fornecedor deverá estar cadastrado previamente junto ao Contratante (administração pública):

*“Art. 14. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do parágrafo 1º do artigo 2º desta lei.”*

A agência procede à coleta de orçamentos junto a pelo menos três fornecedores externos PREVIAMENTE CADASTRADOS no ente público, com qualificação técnica semelhante, de forma que o contratante (ente público) escolha o fornecedor, que normalmente será o que apresentar o menor valor (já que a qualificação técnica é e deve ser do mesmo nível que os demais fornecedores que apresentaram seus orçamentos).

Tanto se vê que é o ente público quem contrata tais fornecedores e veículos, com a intermediação da agência, que o parágrafo único do artigo 15 da mesma lei estabelece que “pertencem ao contratante (*ente público*) as vantagens obtidas **em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência**, incluídos eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.”



Além disso, para garantir o livre acesso das informações das despesas em publicidade realizadas pelo ente público, este deve disponibilizar esses dados em sítio próprio na rede mundial de computadores, conforme disposição do artigo 16 da citada lei.

Tal como ocorre na contratação de serviços especiais prestados por fornecedores externos, também a contratação de mídia, junto aos veículos de divulgação, se dá pelo Anunciante, com a intermediação da agência.

As Normas-Padrão da Atividade Publicitária (aliás, citada expressamente pelo edital desta licitação) estabelece em seu item 2.4 e seus subitens:

*“2.4. O Anunciante é titular do crédito concedido pelo Veículo com a finalidade de amparar a aquisição de espaço, tempo ou serviço, diretamente ou por intermédio de Agência de publicidade.*

*2.4.1. A agência que intermediar a veiculação atuará sempre por ordem e conta do Anunciante, observado o disposto nos itens 2.4.1.1 a 2.4.1.3.*

*2.4.1.1. 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.*

*2.4.1.2. A fatura do veículo será encaminhada ao Anunciante por meio da Agência de Publicidade.*

*2.4.1.3 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 da Agência reter indevidamente aqueles valores, sem o devido repasse aos Veículos e/ou fornecedores, terá suspenso ou cancelado seu Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo CENP.*

*2.4.2. Em virtude de prévio e expresse ajuste, o Anunciante poderá repassar por meio do Veículo a importância correspondente ao Desconto-Padrão, observado que*

*nesta hipótese o veículo somente poderá faturar ou contabilizar como receita própria a parcela correspondente ao "Valor Faturado."*

*2.4.3. Excepcionalmente, nos termos de prévio e expresse ajuste, o Anunciante poderá efetivar diretamente os pagamentos correspondentes ao "Valor Faturado" e ao "Desconto- Padrão", respectivamente ao Veículo e à Agência de Publicidade."*

Como se vê, quem contratada fornecedores externos de serviços de publicidade e ou veículos de divulgação, ainda que com a intermediação da agência, é o Anunciante (seja do setor público ou privado), contra o qual os primeiros emitirão suas Notas-Fiscais, aos cuidados da agência, encaminhando-as a esta para que proceda à cobrança do cliente-anunciante e ao receber, faça o devido REPASSE dos valores devidos àqueles terceiros.

6 - Como se realiza o faturamento dos serviços publicitários prestados a Clientes Anunciantes, seja da iniciativa privada, seja da Administração Pública?

Pela citada cláusula 11.4 do contrato administrativo – que faz parte integrante do Edital – a Prefeitura do Município de Jaguariúna estabeleceu que a emissão das Notas Fiscais pelos fornecedores externos e veículos de comunicação sejam feitos contra (ou "em favor") da agência que vier a ser contratada. E com isso, fica o entendimento que o pagamento dos Veículos de Comunicação e demais fornecedores de serviços auxiliares de propaganda (produtoras cinematográficas, produtoras de som, fotógrafos, gráficas, etc) sejam feitos **pela Agência (e não apenas através dela)**, após esta receber a verba correspondente do cliente.

O faturamento desses fornecedores e veículos seriam feitos contra a Agência (suportando esta, portanto, os tributos incidentes, como se tais verbas fossem integralmente **despesas da Agência**) e esta, por seu turno, faturando o valor integral ao Cliente Anunciante (obviamente, acrescido dos impostos e demais encargos e contribuições).

Efetivamente, tal forma de faturamento e pagamento dos serviços publicitários, notadamente os relativos à produção executada por terceiros fornecedores e à veiculação, realizada pelos Veículos de Comunicação, **é incorreta, data vênua.**

## 7 - BREVE RESUMO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA

A propaganda no Brasil existe há mais de um século. Porém, somente em 1965 foi editada a lei 4.680/65 de 18.06.1985, disciplinando as atividades do Publicitário e, por conseguinte, as atividades das Agências.

Essa lei foi regulamentada pelo Decreto n. 57.690/66.

Além das várias disposições dessa Lei e de seu Decreto Regulamentador, destacamos para essa análise um dos pontos principais que é a definição de uma agência de publicidade:

**“A Agência de Propaganda é pessoa jurídica e 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 ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público”.**

Primeiramente, há de se destacar que a Agência de Propaganda exerce (nos exatos termos do art. 3º da Lei 4.680/65) duas atividades bem definidas, tal como já destacado acima: **a primeira**, seria a de criação e execução de materiais e obras publicitárias (eventualmente, também a sua produção, internamente na própria Agência); **a Segunda**, seria a de intermediar a contratação de Veículos de Divulgação (para veicular os trabalhos criados pela Agência) e de fornecedores de bens e serviços, que realizarão tecnicamente o que a Agência concebeu, criativamente (tais como produtoras cinematográficas, que vão executar tecnicamente o filme publicitário criado pela Agência; gráficas, que irão imprimir folhetos criados pela Agência, etc).

No segundo caso (de intermediação), a Agência **“age por conta e ordem do Cliente”** (nos termos do art. 3º da Lei 4.680/65) e, portanto, todos os compromissos assumidos com a intermediação da Agência (mas SEMPRE aprovados previamente pelo Cliente-Anunciante), **o são em nome do cliente, a quem compete pagar pelos serviços prestados por tais terceiros.**

Assim, toda e qualquer licitação realizada pelo Poder Público (seja em âmbito federal, estadual ou municipal) e também pela iniciativa privada, implica na



contratação de Agências de Propaganda para que estas criem e executem materiais publicitários e para que, por intermédio desta, sejam contratados fornecedores dos chamados serviços auxiliares de propaganda (produtoras, fotógrafos, gráficas, etc) bem como Veículos de Comunicação para divulgação das mensagens publicitárias.

Assim, estes últimos (fornecedores e Veículos) são prestadores de serviços do Cliente (Poder Público ou Particulares), contratados por estes através da Agência de Propaganda vencedora da licitação.

Dessa forma, tais fornecedores/veículos de comunicação, ao cobrarem seus serviços, **FATURARÃO CONTRA O CLIENTE (inclusive sendo este Poder Público ou cliente da iniciativa privada) e aos cuidados da Agência, nos exatos termos do art. 15 do Decreto n. 57.690/66.**

E porque “aos cuidados da Agência”?

Porque esta foi quem criou os trabalhos que foram produzidos por esses terceiros fornecedores e veiculados pelos Veículos de Comunicação, além de ter sido ela – Agência – a intermediária na sua contratação. Mas principalmente, porque compete à Agência proceder à verificação da regularidade da produção desses serviços pelos fornecedores e da veiculação, pelos Veículos. Somente em estando corretos tais trabalhos, a Agência comunica o cliente para que possa efetuar o pagamento, o qual, também é feito POR INTERMÉDIO da Agência.

É importante ressaltar, mais uma vez, que as **Normas-Padrão do Relacionamento Comercial entre Anunciantes/Agência/Veículos (e também fornecedores)** são claras em dispor em seu item 2.4 que

**“O anunciante é titular do crédito concedido pelo Veículo para a aquisição do espaço, tempo ou serviço em seu nome adquirido, permanecendo nessa qualidade como o responsável pelo pagamento do mesmo junto ao Veículo. O faturamento do Veículo será sempre emitido contra o Anunciante aos cuidados da Agência, que efetua a cobrança e já retém seu desconto a título de “Del Credere” pagando ao Veículo o valor líquido da operação no prazo estabelecido.”**

Outrossim, o item 2.4.1 das mesmas Normas Padrão determina:

Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo  
Av. Brigadeiro Faria Lima, 1.656 – 2º andar – Cj. 21 – São Paulo – SP  
Telefone: (11) 3035-0099 - Site: [www.sinaprosp.org.br](http://www.sinaprosp.org.br)

**A Agência responde perante o Veículo pelos valores recebidos do Cliente e àquele devido”.**

Assim, fica claro que a Agência é mera intermediária entre Anunciante e Fornecedores/Veículos, agindo em nome do primeiro.

**8** – Por conta dessas disposições, as faturas são emitidas pelos veículos de comunicação e fornecedores de produção, em nome do Anunciante/Cliente e são enviadas aos cuidados da Agência e incorporadas ao total da fatura da Agência, para que o Anunciante/Cliente pague essas faturas diretamente à Agência, que a partir daí, paga os veículos e fornecedores, sempre por conta e ordem do cliente.

Mesmo antes da promulgação das citadas disposições legais, o escopo de trabalho da agência já incluía essa prestação de serviço, ou seja, o Anunciante/Cliente ao contratar uma agência, paga a ela por vários serviços, além da gestão de todo o processo de autorizações de mídia e contratação de fornecedores, sempre por conta e ordem e, principalmente, o gerenciamento financeiro da operação. A Agência fica responsável pelo pagamento de todos os fornecedores e veículos após receber o numerário do Cliente, destinado a esse fim. O Anunciante/Cliente faz uma auditoria na Agência, quando julga conveniente.

Por força de lei, esses valores recebidos e repassados não integram a receita bruta da Agência e, portanto, não transitam na conta de resultados, simplesmente são contabilizados como ativos a receber e passivos a pagar, por ocasião da contabilização da fatura.

Esses valores são zerados na contabilidade tão logo a Agência recebe os valores do Anunciante/Cliente e imediatamente repassa, ou seja, paga os valores devidos a esses veículos e fornecedores.

Essa forma de prestação de serviços pelas Agências, Fornecedores e Veículos e a sua remuneração na forma já referida (inclusive quanto ao faturamento) é praticada em todo o Brasil, inclusive pelos Poderes Públicos em todos os seus níveis e ratificada pela Lei 12.232/2010.

Aliás, nem poderia ser de outra forma, já que não tendo em seu objeto social serviços de produção cinematográfica, serviços de produção sonora, produção gráfica,

veiculação, etc, a agência não poderia prestar tais serviços diretamente. Por isso é que, nesses casos, ela age como mera intermediária entre o seu cliente (inclusive do setor público) e os fornecedores de serviços especiais e veículos de comunicação e não como subcontratante.

Ressalte-se que as normas legais, inclusive tributárias federais, expressamente preveem tal forma de pagamento, faturamento e prestação de serviços de terceiros e veículos, intermediados pelas Agências de Propaganda.

A Instrução Normativa Conjunta n. 3, de 05.02.97 dos Secretários da Receita Federal, do Tesouro Nacional e Federal de Controle, dispondo sobre a retenção de tributos e contribuições nos pagamentos efetuados por órgãos, autarquias e fundações da administração pública federal determina, em relação a Serviços de “Propaganda e Publicidade” prestados a órgãos e entidades do Poder Público, em seu artigo 2º e respectivos parágrafos e incisos que:

*“Nos pagamentos de serviços de propaganda e publicidade, quando efetuados por intermédio da agência de Propaganda, a retenção será efetuada em relação a esta e a cada uma das demais pessoas jurídicas prestadoras dos serviços, pelo valor das respectivas notas fiscais de sua emissão.*

*Parágrafo Primeiro – Nesse caso, a agência de propaganda deverá apresentar, à unidade pagadora, documento de cobrança, do qual deverão constar, no mínimo:*

*I – o nome e o número de inscrição no CNPJ, de cada empresa emitente da nota fiscal, listada no documento de cobrança;*

*II – o número da respectiva nota fiscal e o seu valor.*

*Parágrafo Segundo – No caso de diversas notas Fiscais de uma mesma empresa, os dados a que se refere o inciso I do parágrafo anterior poderão ser indicados apenas na linha correspondente à primeira nota fiscal listada.*

*Parágrafo Terceiro – O valor do imposto e das contribuições retido será compensado pela empresa emitente da nota fiscal, na proporção de suas receitas, devendo o comprovante de retenção ser fornecido em seu nome.*

Portanto, o próprio Governo Federal estabelece que **cada um dos fornecedores/veículos, contratados por intermédio da Agência de Propaganda, deve emitir suas notas fiscais contra o órgão público contratante E CADA UM**

**DESTES, RECOLHENDO SEUS TRIBUTOS SOBRE TAIS PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS.**

Portanto, as contratações dos fornecedores de serviços especializados e Veículos de Comunicação, ainda que sejam feitas com a intermediação da Agência de Publicidade, são realizadas pela Administração Pública e, portanto, os faturamentos desses fornecedores/veículos serão emitidos em face da Administração Pública contratante, ainda que aos cuidados” da agência, na forma do disposto no artigo 15 do Decreto n. 57.690/66.

Tomando como exemplo o Código Tributário do Município de São Paulo, constata-se que a base de cálculo do ISS sobre serviços publicitários leva em consideração, obviamente, o PREÇO DO SERVIÇO.

E O SERVIÇO prestado pelas agências é exatamente a criação de peças e campanhas e a INTERMEDIÇÃO na contratação de fornecedores externos de serviços especializados e de veículos de divulgação.

Em se tratando de remuneração decorrente de serviços de publicidade e propaganda (entenda-se: os relacionados na Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo), se aplica o Código 02498, tendo como subitem 17.06, na lista de serviços. Neste caso, não há possibilidade de qualquer “repasso” a terceiros.

Em se tratando de remuneração de AGENCIAMENTO ou intermediação na Contratação de veiculação e ou Serviços Especializados, Executados por Fornecedores Externos, a base de cálculo do ISS incide sobre essa remuneração e não sobre os serviços prestados por terceiros.

Neste caso, o Código de Serviços é o de n. 06394 e subitem 10.08 (da lista de serviços) e na nota fiscal eletrônica, haverá um campo destinado à indicação dos fornecedores externos/veículos, suas notas-fiscais, os serviços prestados e os valores repassados.

Se mantida a disposição do edital, de que os fornecedores externos e Veículos de Comunicação deverão emitir suas notas fiscais CONTRA a agência e não contra a Prefeitura, ter-se-á a ocorrência de BITRIBUTAÇÃO, pois a agência terá que recolher

os tributos pelo valor de seus honorários e pelos valores a serem destinados ao pagamento dos fornecedores externos e veículos.

Chegar-se-ia ao absurdo de que a veiculações de publicidade em jornais seriam tributadas contra a agência, quando, no entanto, os jornais estão isentos dessa tributação.

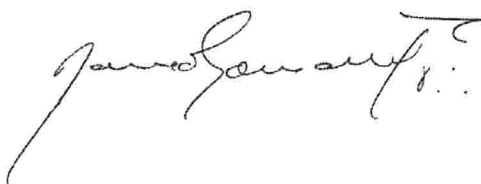
Assim sendo, requer-se a essa DD. Comissão Permanente de Licitação que esses pontos sejam revistos e retificados no edital, a fim de que possa o processo licitatório ser realizado de forma absolutamente hígida.

Nestes termos,  
P. deferimento.

São Paulo/ Jaguariúna, 22 de julho de 2022.



**EDUARDO DE GODOY PEREIRA**  
Presidente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO SP



**Paulo Gomes de Oliveira Filho**  
OAB/SP. 30.453  
Consultor Jurídico do SINAPRO SP





## ESTATUTO SOCIAL DO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO SINAPRO-SP

### CAPÍTULO I

#### DA DENOMINAÇÃO, SEDE, FILIADOS E OBJETIVOS DO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO - SINAPROSP:

**ART. 1º** - O SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO – SINAPRO-SP, com sede e foro em São Paulo, Capital, à Avenida Brigadeiro Faria Lima, nº 1656, 2º andar, cj. 21, como Entidade sindical de primeiro grau, integrante do Sistema Confederativo de Representação Sindical, nos termos da Constituição da República Federativa do Brasil, com base territorial e jurisdicional no Estado de São Paulo, constituído para fins de estudos, coordenação, orientação, proteção, representação e defesa das atividades compreendidas na categoria econômica das Agências de Propaganda e Publicidade, na forma do presente Estatuto e de conformidade com a legislação, a solidariedade e os interesses da categoria representada.

**ART. 2º** - O Sindicato é competente para congregar pessoas jurídicas que se dedicam, em caráter permanente, às atividades compreendidas na categoria das Agências de Propaganda e Publicidade, no âmbito do Estado de São Paulo.

**ART. 3º** - O Sindicato não tem prazo determinado de duração.

### CAPÍTULO II

#### DOS DIREITOS E DEVERES DO SINDICATO:

**ART. 4º** - Para a realização dos objetivos básicos da solidariedade e interesses da categoria econômica das Agências de Propaganda e Publicidade, incumbe ao Sindicato:

- representar, perante os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, os interesses gerais da categoria integrante da atividade econômica das Agências de Propaganda e Publicidade e, de igual forma, os interesses individuais e coletivos de suas Filiadas;
- proteger com todos os meios ao seu alcance os direitos e interesses da categoria econômica das Agências de Propaganda e Publicidade perante as autoridades constituídas;
- celebrar Convenções, Acordos, Contratos Coletivos de Trabalho ou instaurar Dissídios em favor da categoria econômica das Agências de Propaganda e Publicidade;

RECEBUEMOS  
2017  
SINAPRO-SP

PRENOTADO  
4º RCPJ-SP

- d) criar serviços de assessoria e consultoria técnicas para assuntos jurídicos e econômicos envolvidos na categoria econômica das Agências de Propaganda e Publicidade;
- e) fixar contribuição àqueles que participarem da categoria representada, através de Acordos, Convenções, Contratos ou Dissídios Coletivos de Trabalho;
- f) eleger ou designar os representantes da categoria econômica das Agências de Propaganda e Publicidade, inclusive para composição dos colegiados dos órgãos públicos;
- g) impetrar mandado de segurança coletivo e ajuizar ações, coletivas ou individuais (art. 5º LXX e art. 8º, III da Constituição Federal), em nome dos integrantes da categoria econômica representada;
- h) filiar-se e desfiliar-se de organizações sindicais nacionais e internacionais mediante aprovação da Diretoria, em Assembleia;
- i) estabelecer e fiscalizar o cumprimento das normas éticas inerentes à categoria econômica das Agências de Propaganda e Publicidade, conforme Regimento Interno do Conselho de Ética;
- j) promover a valorização da atividade publicitária, ressaltando o seu caráter liberal, segundo os princípios do sistema de economia de mercado, da legislação vigente e da Constituição Federal Brasileira;
- k) promover congressos, conferências, cursos ou debates referentes à atividade publicitária;
- l) poderá, ainda, em benefício dos empresários e funcionários ligados às Agências de Propaganda e Publicidade do Estado de São Paulo, implantar Plano de Previdência Privada, exclusivamente para fins previdenciários.

**ART. 5º - São deveres do Sindicato:**

- a) colaborar com os poderes públicos e organizações legalmente reconhecidas, objetivando o desenvolvimento da solidariedade social;
- b) estabelecer intercâmbio e promover solidariedade e ações comuns com as demais organizações sindicais;
- c) zelar pela fiel observância das leis vigentes, em especial as sociais e as demais que digam respeito à categoria econômica representada;
- d) tomar iniciativa e sugerir aos poderes competentes a instituição, aprovação, emenda ou revogação de leis e quaisquer atos que envolvam direta ou indiretamente os interesses da categoria econômica representada;
- e) participar dos Dissídios Coletivos de Trabalho;

PRENOTADO  
4º RCPJ-SP

*[Handwritten signatures]*

2

- f) manter serviços de assistência jurídica para as Filiadas;
- g) organizar os serviços internos, na forma deste Estatuto.
- h) auxiliar a dirimir pendências entre Agências de Propaganda e Publicidade, Veículos de Divulgação, Fornecedores, Anunciantes e Consumidores, mediante a arbitragem entre as partes litigantes, nos termos do que determina a Lei.

### CAPÍTULO III

#### **DOS DIREITOS E DEVERES DAS FILIADAS PERANTE O SINDICATO:**

**ART. 6º** - Assiste o direito de filiar-se ao Sindicato, toda pessoa jurídica que participe da categoria econômica das Agências de Propaganda e Publicidade do Estado de São Paulo, definida como tal no Art. 3º da Lei 4.680/65, satisfazendo as exigências estatutárias, apresentando contrato social devidamente arquivado na Junta Comercial do Estado ou no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, inscrição no CNPJ/MF, na Prefeitura Municipal de sua sede e a declaração de possuir estrutura mínima para o exercício da atividade. Não poderá a Agência de Propaganda e Publicidade pertencer a grupo econômico ou empresarial que exerça outras atividades que não sejam exclusivamente de publicidade e propaganda.

**§ 1º** - O pedido de admissão/filiação ao quadro social será dirigido à Diretoria do Sindicato por meio de formulário-proposta fornecido pela própria Entidade, devidamente preenchido, apresentando-se os documentos necessários e exigidos pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO-SP.

**§ 2º** - O formulário-proposta a que se refere o parágrafo anterior conterá declaração de adesão e subordinação do proponente às normas estatutárias, assim como às Normas-Padrão da Atividade Publicitária, ao Código de Ética do SINAPRO-SP, ao Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, às normas legais e convencionais que regulam ou que vierem a regular a atividade publicitária e o relacionamento entre Agências de Propaganda e Publicidade, Anunciantes, Veículos de Comunicação, Fornecedores e Consumidores, como também o Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária.

**§ 3º** - O julgamento das propostas de admissão/filiação será de competência da Diretoria e da Comissão de Admissão/Filiação, após a prévia manifestação do Jurídico, que decidirá por maioria simples, cabendo, na hipótese de recusa, recurso pelo interessado à Diretoria da Entidade.

**§ 4º** - No caso do pedido de admissão/filiação ser indeferido, caberá recurso, no prazo de 10 (dez) dias contados da data de sua ciência, à Diretoria para apreciação e julgamento.

**§ 5º** - O Sindicato manterá registrados os dados necessários e qualificação de suas Filiadas.

PRENOTADO  
4º RCPJ-SP

*[Handwritten signatures]*

3

§ 6º - A apuração, a qualquer tempo, de falsidade nas declarações contidas no formulário-proposta de admissão/filiação, importará em penalidade para quem tenha prestado nos termos do que dispõe o presente Estatuto.

**ART. 7º - São direitos das Filiadas:**

- a) participar das Assembleias Gerais, votar e ser votado, de acordo com o presente Estatuto.
- b) usufruir dos serviços assistenciais diretos e indiretos, bem como de outros benefícios prestados pelo Sindicato, na forma do que vier a dispor este Estatuto, ao tornarem-se filiadas e estarem quites com suas contribuições.
- c) requerer à Diretoria, nos termos do que determina o presente Estatuto, a convocação da Assembleia Geral Extraordinária justificando-a pormenorizadamente e mediante a adesão de número correspondente a, no mínimo, 1/5 (um quinto) das Filiadas, em pleno gozo de seus direitos;
- d) frequentar todas as dependências do Sindicato;
- e) filiar-se ao Sindicato para usufruir dos benefícios que poderão ser implantados pelo próprio Sindicato, para que seus titulares das filiadas, bem como seus empregados, venham a desfrutar dos citados benefícios.
- f) perderá seus direitos, a filiada que, por qualquer motivo, deixar de exercer a atividade da categoria econômica dentro da base territorial do Sindicato.
- g) desligar-se ou demitir-se da entidade como afiliada, mediante aviso antecipado de trinta dias, sem prejuízo de suportar os encargos associativos devidos até esse desligamento.

§ 1º - As filiadas não respondem solidariamente ou subsidiariamente pelas obrigações contraídas pelo Sindicato.

§ 2º - Os direitos das filiadas são pessoais e intransferíveis.

**ART. 8º - São deveres das filiadas:**

- a) pagar a mensalidade referente à contribuição social nos prazos estabelecidos, concordando que em caso de atraso no pagamento, o valor será corrigido de acordo com a variação do IGPM, acrescido de multa de 2% e juros nominais de 1% ao mês, salvo se a Assembleia Geral definir de forma diferente;
- b) respeitar este Estatuto e acatar as decisões emanadas da Diretoria, das Assembleias Gerais e das Comissões formadas, inclusive em processos éticos e administrativos, sem prejuízo da faculdade de utilização dos recursos cabíveis;
- c) comparecer às Assembleias Gerais e às Reuniões para que for convocada e acatar suas decisões;

RECEBIDO  
26 JUL 2017  
SINAPRO  
SÃO PAULO

- d) desempenhar com zelo e dedicação o cargo ou função para que foi eleito ou indicado e em que tenha sido investido;
- e) prestigiar o Sindicato por todos os meios ao seu alcance e propagar o espírito de coletividade entre integrantes da categoria econômica;
- f) respeitar os regulamentos e Regimentos Internos do Sindicato, elaborados e aprovados para cada setor, de acordo com as normas estatutárias;
- g) cumprir e acatar a legislação publicitária, normas éticas e praxes publicitárias, inclusive as Normas-Padrão da Atividade Publicitária;
- h) representar perante o Sindicato, devidamente documentada, contra outras Agências, perante o Conselho de Ética e, contra outras Agências, Veículos de Divulgação, Anunciantes e Fornecedores, perante a Câmara Nacional de Arbitragem na Comunicação, sobre atos antiéticos e ilegais, assim considerados conforme a legislação em vigor e demais diplomas legais e éticos, nos termos do que determinar o Regimento Interno da Câmara.
- i) obter e manter em vigor o Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão - CENP.

#### CAPÍTULO IV

#### **DAS PENALIDADES CABÍVEIS ÀS FILIADAS PERANTE O SINDICATO:**

##### **ART. 9º - Das penalidades às Filiadas:**

- a) a aplicação das penalidades é de competência da Diretoria;
- b) as Filiadas estão sujeitas às penalidades de advertência, suspensão e de eliminação do quadro social;
- c) a penalidade de advertência será aplicada quando entender que ela deva preceder a qualquer das outras penalidades.

**ART. 10º -** É passível de suspensão de seus direitos sindicais por prazo não superior a 180 (cento e oitenta) dias, se primária, e de 12 (doze) meses, se reincidente, a Filiada que:

- a) infringir dever previsto no presente Estatuto;
- b) representar o Sindicato, ou manifestar-se em seu nome, sem estar credenciada pela Diretoria ou Assembleia Geral;
- c) não cumprir as determinações das Assembleias Gerais Ordinárias ou Extraordinárias;

PRENOTADO  
4º RCPLSP

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br

d) desrespeitar as normas éticas da categoria, cuja decisão deverá ser proferida em obediência ao Regimento Interno do Conselho de Ética.

§ **ÚNICO** – Durante o decurso da pena de suspensão, conforme previsto no Art. 10 e suas alíneas acima, a Filiada deixará de exercer seus direitos, mas continuará com todos os seus deveres sociais para com o Sindicato.

**ART. 11º** - Está sujeita à eliminação do quadro social do Sindicato a Filiada que:

a) for reincidente no cometimento de falta punida com suspensão;

b) deixar de pagar 04 (quatro) mensalidades referentes às contribuições sociais mensais sucessivas, ou 06 (seis) não sucessivas;

c) não acatar as decisões da Diretoria do Sindicato ou de suas comissões, após submeter-se a procedimentos éticos ou administrativos, com amplo direito de defesa, na forma deste Estatuto e do Regimento Interno do Conselho de Ética.

§ **ÚNICO** - Da decisão que vier a excluir a Filiada do quadro social do Sindicato caberá recurso, no prazo de 10 (dez) dias, à Assembleia Geral, cuja decisão será irrecorrível.

**ART. 12º** - A Filiada que for desligada do quadro social do Sindicato poderá ser readmitida, a critério da Diretoria, recebendo nova matrícula, iniciando-se o curso de novo prazo de carência para usufruir os serviços assistenciais proporcionados pela Entidade, inclusive para inscrição eleitoral.

§ **ÚNICO** - Se o desligamento referido no "caput" deste artigo decorrer de decisão por infração ética, disciplinar ou legal, a readmissão da Agência somente poderá ser concedida se aquela comprovar ter eliminado a falta cometida e as consequências dela decorrentes. Caso o desligamento da filiada se dê por inadimplência perante o Sindicato, sua readmissão ao quadro social dependerá do pagamento dos débitos anteriores, seja da Contribuição Social enquanto filiada e as Contribuições Sindical e Assistencial/Confederativa de todo o período, independentemente de ser filiada ou não.

## CAPÍTULO V

### **DOS ORGÃOS DO SINDICATO:**

**ART. 13º** - O Sindicato compreende os seguintes Órgãos institucionais:

a) Assembleia Geral das Filiadas;

b) Diretoria;

c) Conselho Fiscal;

RECEBIDO  
2017  
664103

PRENOTADO  
4º RCPJ-SP

CAPÍTULO VI

**DAS ASSEMBLEIAS GERAIS E DAS VOTAÇÕES:**

**ART. 14º** - A Assembleia Geral é o Órgão supremo do Sindicato, é soberana nas resoluções que não contrariam a Constituição, as Leis e ao presente Estatuto, sendo constituída pelas Filiadas em pleno gozo de seus direitos sociais, tendo cada uma delas direito a 01 (um) único voto.

§ **ÚNICO** - Nas Assembleias serão exclusivamente tratados os assuntos constantes dos respectivos editais de convocações.

**ART. 15º** - A convocação das filiadas para a Assembleia Geral Ordinária ou Extraordinária será convocada pelo Presidente do Sindicato, através de Edital, o qual será publicado em jornal de grande circulação na base territorial ou no Diário Oficial do Estado, afixado na sede do próprio Sindicato e através de correspondências encaminhadas às filiadas via correio, fax ou Internet, com antecedência mínima de 07 (sete) dias da data de sua realização, exceto quando a convocação visar a eleição dos membros da Diretoria, quando deverá, tal convocação, ocorrer no mínimo com 30 (trinta) dias de antecedência e no máximo 60 (sessenta) dias da data marcada para a sua realização.

**ART. 16º** - A Assembleia Geral se instalará, em primeira convocação, com a presença de pelo menos 2/3 (dois terços) de Associados, e, em seguida, com qualquer número.

§ 1º - Não havendo quórum estatutário na hora marcada, a Assembleia poderá instalar-se, meia hora depois, em segunda convocação.

§ 2º - É permitido o voto por procuração, credenciamento em documento original, ou encaminhados pelos correios, via fax ou Internet, que deverá conter poderes específicos para tal fim, ou votar pessoalmente como representante legal da empresa.

**ART. 17º** - O quórum deliberativo das decisões da Assembleia respeitará os ditames do Parágrafo Único do artigo 59 do Novo Código Civil Brasileiro e conforme disposto no parágrafo único do artigo 19, abaixo, na hipótese ali especificada.

**ART. 18º** - As Assembleias Gerais serão presididas pelo Presidente do Sindicato, salvo quando estiver em julgamento ato de sua responsabilidade ou da Diretoria, caso em que a Presidência da Mesa será exercida por filiada escolhida pelo plenário, ou, na ausência devidamente justificada do Presidente, seguindo-se a ordem seguinte, pelo Vice-Presidente, pelo Diretor Financeiro ou por um dos restantes Diretores. Será feita pelo Presidente a leitura do Edital de Convocação da Assembleia e da Ata anterior para conhecimento do plenário, expondo o objetivo da reunião e indicará um dos presentes para secretariá-lo.

**ART. 19º - Compete privativamente à Assembleia Geral:**

a) eleger membros da Diretoria e eventuais administradores:

PRENOTADO  
4º RCPJ-SP

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br





- b) destituir membros da Diretoria e eventuais administradores;
- c) alterar o presente Estatuto.
- d) decidir pela dissolução da entidade.

§ **ÚNICO** - Para as deliberações a que se referem as alíneas deste artigo, é exigida a convocação da Assembleia especialmente para esse fim, cujo quórum será o estabelecido neste Estatuto, em seu artigo 16. Especificamente, para as deliberações previstas nas alíneas "a", "b" e "c" acima, será obrigatório o voto concorde de 2/3 (dois terços) das Filiadas presentes, não podendo ela deliberar, em primeira convocação, sem a maioria absoluta das Filiadas e, em segunda convocação, com pelo menos 1/3 (um terço) dos presentes. Quando a finalidade da Assembleia Geral for a destituição dos administradores, os critérios de eleição daqueles que vierem a substituí-los também deverá ser especificada na sua convocação.

**ART. 20º** - Encerrada a discussão, compete ao Presidente colocar a matéria em votação, a qual poderá ser realizada por: aclamação ou votação aberta.

**ART. 21º - As deliberações das Assembleias serão tomadas, nos seguintes casos:**

- a) eleição para os órgãos de administração e representação do Sindicato, por votação aberta;
- b) Previsão Orçamentária e sua complementação, por votação aberta;
- c) aprovação de contas da Diretoria, por votação aberta;
- d) aquisição, cessão ou alienação de imóveis que importem em alterações patrimoniais, por votação aberta;
- e) alteração do presente Estatuto, por votação aberta.

**ART. 22º** - No caso de empate nas votações, o Presidente da Assembleia proferirá o voto de qualidade, definindo o resultado.

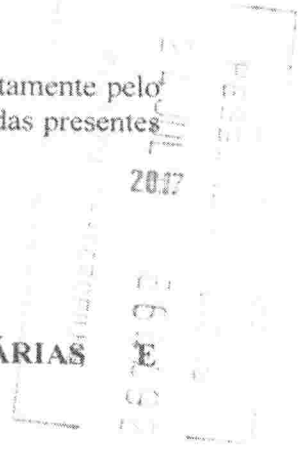
**ART. 23º** - Os trabalhos de cada sessão serão registrados em ata redigida imediatamente pelo secretário e assinada por ele e pelo Presidente da Assembleia, e ainda, pelas Filiadas presentes que assim desejarem.

**CAPÍTULO VII**

**DAS ASSEMBLEIAS GERAIS ORDINÁRIAS, EXTRAORDINÁRIAS E ELEITORAIS:**

**Das Assembleias Gerais Ordinárias**

**ART. 24º** - Serão realizadas Assembleias Gerais Ordinárias não eleitorais 2 (duas) vezes por ano, sendo a primeira, até o último mês do 1º semestre, para tomada de contas, aprovação do



Handwritten signatures and initials in black ink, including a large signature and some smaller initials.

Balanco e Relatório do Exercício anterior das ocorrências administrativas e atos da Diretoria, e a segunda até o último mês do 2º semestre para apresentação da Proposta Orçamentária das receitas e despesas para o Exercício seguinte, observadas as instruções em vigor. As referidas peças contábeis deverão estar acompanhadas de parecer do Conselho Fiscal.

#### Das Assembleias Gerais Extraordinárias

**ART. 25º** - Realizar-se-á Assembleia Geral Extraordinária por iniciativa do Presidente ou da maioria da Diretoria, a requerimento da maioria dos membros pertencentes ao Conselho Fiscal e, quando requerida pelas Filiadas em dia com as suas obrigações sindicais, em número mínimo de 1/5 (um quinto), para exame, exclusivamente, de assuntos determinados no pedido, os quais deverão ser pormenorizadamente específicos.

**§ ÚNICO** - Quando a Assembleia Geral Extraordinária for convocada a requerimento das Filiadas deverão obrigatoriamente comparecer, pelo menos, metade mais uma das que a requereram, obedecidas às regras dispostas no art. 16 para a sua instalação. Todavia, quando a convocação tenha sido realizada com o objetivo de destituir administradores ou alterar o presente Estatuto, além do disposto no art. 16, deverão ser obedecidas as regras dispostas no parágrafo único do art. 19 para as suas deliberações.

#### Das Assembleias Gerais Eleitorais

**ART. 26º** - Realizar-se-á Assembleia Geral Eleitoral mediante convocação do Presidente em exercício nos termos do Estatuto e do seu Regimento Interno, especificamente para:

- a) eleição dos membros da Diretoria e do Conselho Fiscal;
- b) eleição de candidatos ou de listas de candidatos para o exercício de função de representação profissional perante a Justiça do Trabalho e colegiados de órgãos públicos.

**§ 1º** - Compete à Assembleia Geral Eleitoral a eleição da Diretoria e do Conselho Fiscal a cada 03 (três) anos, que deverá ter a participação conforme as disposições do parágrafo único do art. 19 deste Estatuto.

**§ 2º** - Será admitido o voto por procuração, credenciamento em documento original, os quais deverão conter poderes específicos para tal fim, que poderão ser enviados pelo correio, via fax ou Internet ou votar pessoalmente.

**§ 3º** - A eleição não concluída no mesmo dia da sua instalação, por falta de quórum, permanecerá aberta nos dias úteis subsequentes, até que se efetive o número de votos de acordo com o parágrafo primeiro deste artigo. Após o 1º dia da votação, caso a mesma não tenha sido concluída, será feita uma Ata de Prorrogação de Mandato por tempo indeterminado, até que se complete o quórum necessário para o fechamento da eleição, efetuando neste momento a Ata de Encerramento dos Trabalhos Eleitorais.

PRENOTADO  
4º RCPJ-SP

*[Handwritten signatures]*

**ART. 27º** - A votação para eleição da Diretoria se processará mediante votação aberta ao coordenador geral das eleições, ou a quem este último designar, em sua ausência.

**ART. 28º** - Finda a coleta de votos, será imediatamente instalada a Mesa Apuradora que será presidida pelo coordenador geral das eleições, a quem competirá indicar os escrutinadores.

### CAPÍTULO VIII

#### **DA DIRETORIA:**

**ART. 29º** - O Sindicato será dirigido por uma Diretoria de 07 (sete) membros efetivos, 2 (dois) Suplentes, eleitos pela Assembleia Geral Eleitoral e terá o seu mandato por 03 (três) anos, sendo permitida a reeleição do Presidente, para uma única vez subsequente.

**ART. 30º** - A Diretoria efetiva será composta de Presidente, Vice-Presidente, Diretor Financeiro, Diretor Secretário, Diretor de Relações Inter Associativas, Diretor de Planejamento e Desenvolvimento, Diretor de Relações Governamentais e 2 (dois) Suplentes.

§ **ÚNICO** - Na composição de chapa deverá constar obrigatoriamente a designação do cargo de cada candidato, exceto Suplentes e Conselho Fiscal, na ordem da menção prevista neste artigo.

#### **ART. 31º - À Diretoria compete:**

- a) dirigir o Sindicato de acordo com o presente Estatuto, administrar o patrimônio social e promover o bem geral das Filiadas e da categoria profissional representada;
- b) elaborar os regimentos de prestação e execução de serviços internos de natureza técnica, subordinados a este Estatuto;
- c) cumprir e fazer cumprir as leis em vigor, bem como o Estatuto, regimentos internos e resoluções próprias das Assembleias Gerais;
- d) aplicar as penalidades previstas neste Estatuto;
- e) estruturar os serviços internos, técnicos e administrativos,
- f) reunir-se em sessão ordinária 01 (uma) vez por bimestre e, extraordinariamente sempre que o Presidente ou sua maioria convocar;
- g) convocar anualmente 02 (duas) Assembleias Gerais Ordinárias para atender o disposto no art. 24 deste Estatuto.
- h) propor Assembleia Geral Extraordinária à alienação de bens imóveis, na forma da Lei;
- i) indicar os representantes do Sindicato nos órgãos colegiados e de representação oficial, quando lhe couber essa prerrogativa;

RECEBIDO  
07 JUL 2017  
SECRETARIA

PRENOTADO  
4º RCPJ-SP

*[Handwritten signature]* 10

- j) exercer quaisquer outros poderes legais não reservados especialmente à Assembleia Geral ou ao Conselho Fiscal;
- k) encaminhar o relatório anual e as contas de cada exercício à apresentação e deliberação da Assembleia Geral;
- l) deliberar sobre os atos de administração patrimonial;
- m) deliberar sobre o valor da contribuição associativa dos filiados;
- n) nomear e/ou indicar peritos ou árbitros em processos judiciais ou em arbitragem, relativos a pendências sobre o relacionamento entre as Agências de Propaganda e Publicidade, Anunciantes, Veículos de Divulgação e Consumidores;
- o) indicar as funções dos Diretores eleitos, no caso de alteração das funções/cargos originalmente estabelecidos conforme art. 30 "caput".
- p) nomear comissões para estudo e pareceres sobre os diversos assuntos que interessam à categoria;
- q) nomear Comissão de Ética e elaborar seu Regimento Interno, bem como constituir Câmara de Arbitragem;
- r) deliberar quanto à abertura de Delegacias/Representantes/Diretorias Regionais do Sindicato em regiões do Estado de São Paulo e nomear seus respectivos Delegados/Representantes/Diretores Regionais, indicar encarregados e outros representantes para eventuais eventos, bem como escolher e nomear Administradores.
- s) organizar o quadro de pessoal, admitir e demitir funcionários e prestadores de serviços autônomos, fixar os seus vencimentos, consoante as necessidades do serviço;
- t) organizar um relatório das ocorrências do ano anterior e apresentá-lo à Assembleia Geral Ordinária, a realizar-se no primeiro semestre de cada ano;
- u) aplicar penalidades a qualquer filiada de acordo com o Estatuto, desde que devidamente relatada nos seus termos, bem como admitir, readmitir, suspender ou excluir filiada, de acordo com este mesmo Estatuto;
- v) elaborar o resumo dos principais acontecimentos administrativos, políticos e sindicais, verificados no curso do ano anterior, acompanhado do Balanço Geral do Exercício Financeiro, instruído com os seguintes elementos:
  - l) comparativo da receita orçada com a arrecadada;

2007

PRENOTADO  
4º RCPL-SP

II) comparativo das despesas autorizadas com as realizadas;

III) balanço financeiro e patrimonial;

IV) demonstração das variações patrimoniais;

V) termo de conferência dos valores em caixa;

VI) demonstração especial de aplicação da contribuição sindical arrecadada;

VII) extrato de conta corrente de confirmação de saldos em depósitos na data de balanço, fornecido pelo estabelecimento bancário em que a entidade mantenha conta;

VIII) parecer do Conselho Fiscal.

x) resolver os casos omissos no Estatuto.

**ART. 32º** - As deliberações da Diretoria serão aprovadas mediante 50% mais 01 (um) dos votos dos Diretores que estiverem presentes.

**ART. 33º** - Os membros da Diretoria e do Conselho Fiscal não receberão quaisquer tipos de remuneração pelos serviços prestados ao Sindicato.

**Art. 34º** - Os membros da Diretoria e do Conselho Fiscal não respondem solidária ou subsidiariamente pelas obrigações contraídas pelo Sindicato.

**ART. 35º** - Os membros da Diretoria perderão o seu mandato na ocorrência dos seguintes casos:

a) malversação ou dilapidação do Patrimônio Social;

b) mudança de atividade econômica não enquadrada no grupo representado pelo Sindicato;

c) abandono do cargo para o qual foi eleito;

d) grave violação do presente Estatuto.

**ART. 36º** - Abandono de cargo será considerado ausência injustificada a 03 (três) reuniões sucessivas dos membros da Diretoria ou do Conselho Fiscal ou a ausência alternada e de igual forma injustificada, no decurso do ano, a 05 (cinco) reuniões da Diretoria.

**ART. 37** - Ocorrendo vacância de cargo de Presidente, assumirá o Vice-Presidente, que escolherá seu substituto entre os membros da chapa, fazendo-se a seguir a convocação do suplente.

PRENOTADO  
4º RCPL/SP

**ART. 38º** - O preenchimento na Diretoria efetiva será por suplente, obedecida sempre a ordem em que estão relacionados na chapa eleita.

**ART. 39º** - Ocorrendo renúncia coletiva da Diretoria e não havendo suplentes para preencher os cargos vagos a assegurar o funcionamento normal dos órgãos, o Presidente do Sindicato, ainda que resignatário, convocará imediatamente Assembleia Geral Extraordinária, para que esta nomeie e constitua uma Comissão Administrativa Provisória.

**ART. 40º** - A Comissão Administrativa provisória, constituída nos termos do artigo anterior, procederá no prazo de 90 (noventa) dias a eleição e posse da nova Diretoria.

**ART. 41º** - O Diretor que perder o cargo nos termos deste Estatuto, ficará impedido de concorrer a qualquer cargo administrativo sindical ou representação, inclusive junto a órgão de deliberação coletiva, no âmbito do Sindicato, pelo prazo de 05 (cinco) anos.

**ART. 42º** - Ocorrendo falecimento de membro da Diretoria, a substituição far-se-á de conformidade com o presente Estatuto.

## CAPÍTULO IX

### **DAS ATRIBUIÇÕES DOS MEMBROS DA DIRETORIA:**

**ART. 43º – Compete ao Presidente, além de outras atribuições legais e estatutárias:**

- a) representar o Sindicato perante as autoridades administrativas, legislativas e judiciárias, podendo para esse fim constituir procuradores ou prepostos;
- b) administrar o Sindicato, assumindo o controle, dirigindo e fiscalizando todas as suas atividades e serviços;
- c) atribuir encargos ou serviços aos Diretores, além daqueles contidos nas atribuições específicas de cada um dos membros;
- d) presidir as reuniões da Diretoria e da Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária, coordenando os debates, tomando os votos, proclamando os resultados e deliberando sobre qualquer questão de ordem;
- e) convocar e presidir as Assembleias Gerais, tanto ordinárias como extraordinárias;
- f) convocar e presidir as reuniões de Diretoria;
- g) presidir as conferências, reuniões e sessões públicas;

21 JUL 2017  
RECEBIDO  
6449  
SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

PRENOTADO  
4º RCPJ-SP

721  
b

- h) assinar os contratos que obrigam o Sindicato e quaisquer ordens de movimentação dos fundos sociais, inclusive cheques ou levantamentos de depósitos e qualquer espécie de títulos, cauções, ordens de pagamentos, previsões orçamentárias, balanços, balancetes e relatórios financeiros, todos eles em conjunto com o Diretor Financeiro ou com outro Diretor que eventualmente o esteja substituindo;
- i) assinar com o secretário as atas de reuniões da Diretoria;
- j) assinar os ofícios, comunicações, representações e papéis dirigidos a autoridades e que não sejam de mero expediente;
- k) abrir, rubricar e encerrar os livros da Secretaria e Tesouraria;
- l) constituir procuradores para representar a Entidade, judicial e extrajudicial, ativa e passivamente;
- m) devidamente autorizado pela Assembleia Geral ou pela Diretoria, contrair obrigações, transigir, renunciar a direitos, dispor do patrimônio social ou por qualquer forma o onerar;
- n) fazer executar as resoluções e deliberações da Diretoria e das Assembleias Gerais.

**ART. 44º - Ao Vice-Presidente compete:**

- a) substituir o Presidente em seus impedimentos eventuais ou temporários;
- b) auxiliar o Presidente, no desempenho das atribuições, que são conferidas pelo presente Estatuto, bem como os demais membros da Diretoria nas atribuições de suas competências;
- c) promover a ampliação do quadro de filiadas.

**ART. 45º - Ao Diretor Financeiro compete:**

- a) substituir o Vice-Presidente;
- b) ter sob sua guarda e responsabilidade os valores do Sindicato;
- c) assinar cheques em conjunto com o Presidente, no seu impedimento, com o Vice-Presidente e no impedimento de ambos, com outro Diretor;
- d) dirigir, supervisionar e fiscalizar os trabalhos de finanças e manter em ordem a respectiva escrituração contábil, de conformidade com a lei;
- e) recolher o dinheiro do Sindicato em estabelecimento de crédito autorizado pela Diretoria;

RECEBIDO  
27 JUL 2017  
16:19

PRENOTADO  
4º RCPJ-SP

*[Handwritten signatures]*

- f) apresentar à Diretoria balancetes mensais e balanço anual, acompanhados dos respectivos comprovantes;
- g) elaborar, anualmente, relatório geral das atividades desenvolvidas na área de finanças.
- h) compete especificamente ao Tesoureiro a captação de recursos para o regular exercício das atividades desenvolvidas, bem como a administração financeira do Sindicato.

**ART. 46º – Ao Diretor Secretário compete:**

- a) substituir o Diretor de Planejamento e Desenvolvimento e o Diretor Financeiro em seus impedimentos;
- b) dirigir e fiscalizar os serviços da Secretaria;
- c) diligenciar para a boa guarda dos arquivos do SINAPRO-SP;
- d) redigir as atas das reuniões de Diretoria e Assembleias Gerais.

**ART. 47º – Ao Diretor de Relações Inter-Associativas compete:**

- a) substituir o Diretor Secretário em seus impedimentos, e manter contato com as demais entidades de classe nacionais e internacionais, objetivando uma somatória de esforços no sentido de coordenar apoio na solução de pendências e incentivar ações conjuntas para melhoria do mercado e estudar medidas a serem pleiteadas aos poderes constituídos, assim como elaborar propostas e executar tarefas específicas de sua área de atuação, contribuindo com as autoridades federais, estaduais e municipais na solução de questões de interesse do mercado;

**ART. 48º – Ao Diretor de Planejamento e Desenvolvimento compete:**

- a) substituir o Diretor de Relações Inter-Associativas em seus impedimentos e executar tarefas específicas de sua área de atuação, tais como, organizar congressos, cursos, seminários, palestras, etc... e tudo o mais que, neste sentido for determinado pelo presidente.

**ART. 49º – Ao Diretor de Relações Governamentais compete:**

- a) substituir o Diretor de Planejamento e Desenvolvimento em seus impedimentos, assim como elaborar propostas e executar tarefas específicas de sua área de atuação, contribuindo com as autoridades federais, estaduais e municipais na solução de questões de interesse do mercado;

RECEBIDO  
SINAPRO-SP  
2017

PRENOTADO  
4º RCPJ-SP



CAPÍTULO X

**DO CONSELHO FISCAL:**

**Art. 50º** - O Conselho Fiscal será composto com até 06 (seis) membros, que serão eleitos juntamente com os Diretores, exigindo-se no mínimo 03 (três) assinaturas dos conselheiros, quaisquer que sejam, nos pareceres.

**§ ÚNICO** - O mandato do Conselho Fiscal terá duração de 03 (três) anos.

**ART. 51º** - Compete ao Conselho Fiscal fiscalizar a gestão financeira da Entidade.

CAPÍTULO XI

**DO PATRIMÔNIO DO SINDICATO:**

**ART. 52º** - Constitui o patrimônio do Sindicato:

- a) as contribuições sindicais daqueles que participam da categoria profissional representada pelo Sindicato;
- b) as contribuições assistenciais;
- c) as contribuições confederativas;
- d) as contribuições sociais;
- e) os bens e valores adquiridos e as rendas pelos mesmos produzidos;
- f) os aluguéis, móveis, imóveis e juros de títulos de depósitos;
- g) as multas e outras rendas eventuais não especificadas;
- h) as doações e legados;

**ART. 53º** - A alienação, permuta e oneração do bem imóvel, no todo ou em parte, será efetuada pela Diretoria, após a resolução aprovada pela Assembleia Geral Extraordinária, mediante deliberação expressa de, no mínimo, dois terços (2/3) das Filiadas, reunidas em Assembleia Geral Extraordinária, especialmente convocada, na forma prescrita por este Estatuto e mediante a elaboração de laudo de avaliação prévio, pela Caixa Econômica Federal ou, por qualquer organização legalmente habilitada para esse fim.

**ART. 54º** - As despesas do Sindicato ocorrerão pelas rubricas constantes de seus orçamentos, observadas as disposições legais vigentes.

PRENOTADO  
4º RCPJ-SP

*[Handwritten signatures]*

RECEBUEIRO  
24 JUL 2007  
96  
PES...

**ART. 55º** – Ocorrendo um dos casos de dissolução, taxativamente expresso na legislação civil, o patrimônio social será destinado à entidade congênere, ou em caso de extinção desta, para outra entidade de fins não econômicos reconhecida nacionalmente, nos termos do artigo 61 do Código Civil vigente.

**PARÁGRAFO ÚNICO** – De acordo com os artigos 54, inciso VI e artigo 61 da Lei 10.406/02, em ocorrendo motivos para a dissolução da entidade, esta só se dará por deliberação expressa da Assembleia Geral para esse fim, convocada e com a presença mínima de 2/3 (dois terços) dos associados, quites com suas obrigações, que deverão deliberar a destinação dos bens do SINAPRO-SP, atendendo o artigo 55 deste estatuto, após pagamento das dívidas decorrentes de responsabilidade por ela assumidas.

## CAPÍTULO XII

### **DAS DISPOSIÇÕES GERAIS:**

**ART. 56º** – Para atender as despesas comuns da entidade, esta poderá obter Cartão de Crédito/Débito junto ao Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal ou outro estabelecimento bancário, onde a entidade possua conta corrente, o qual será mantido e utilizado pelo Diretor Executivo, pelo Presidente e pelo Diretor Financeiro, que deverão prestar contas mensalmente das despesas realizadas.

### **ART. 57º – DA CONTRIBUIÇÃO SINDICAL**

#### **Seção I – da fixação e do recolhimento da contribuição sindical**

Conforme a Art. 579 da CLT, a contribuição sindical é devida por todos aqueles que participarem de uma determinada categoria econômica ou profissional, ou de uma profissão liberal, em favor do sindicato representativo da mesma categoria ou profissão.

#### **Seção II - da aplicação da Contribuição Sindical (Patronal)**

De acordo com o Art. 592 da CLT – Consolidação das Leis do Trabalho, a contribuição sindical, além das despesas vinculadas à sua arrecadação, recolhimento e controle, será aplicada pelos sindicatos, na conformidade dos respectivos estatutos, visando aos objetivos alíí consignados.

**ART. 58º** - O presente Estatuto só poderá ser reformulado pela Assembleia Geral Extraordinária, para esta finalidade especialmente convocada, sendo obrigatório o voto concorde de 2/3 (dois terços) das Filiadas presentes, não podendo ela deliberar, em primeira convocação, sem a maioria absoluta das Filiadas e, em segunda convocação, com pelo menos 1/3 (um terço) dos presentes.

RECEBIDO  
2017  
SINAPRO-SP

725  
D

### CAPÍTULO XIII

#### DO PROCESSO ELEITORAL

##### Da Diretoria

**ART. 59º** - O Sindicato será dirigido por uma Diretoria de 07 (sete) membros efetivos, 2 (dois) suplentes, eleitos pela Assembleia Geral Eleitoral e terá o seu mandato por 03 (três) anos, sendo permitida a reeleição do Presidente, para uma única vez subsequente.

**ART. 60º** - A Diretoria efetiva será composta de Presidente, Vice-Presidente, Diretor Financeiro, Diretor Secretário, Diretor de Relações Inter Associativas, Diretor de Planejamento e Desenvolvimento, Diretor de Relações Governamentais e 2 (dois) Suplentes.

§ **ÚNICO** - Na composição de chapa deverá constar obrigatoriamente a designação do cargo de cada candidato, exceto Suplentes e Conselho Fiscal, na ordem da menção prevista neste artigo.

### CAPÍTULO XIV

#### DO CONSELHO FISCAL:

**ART. 61º** - O Conselho Fiscal será eleito juntamente com a Diretoria, conforme disposto no art. 50º deste Estatuto.

§ **ÚNICO** - O mandato do Conselho Fiscal terá duração de 03 (três) anos.

**ART. 62º** - Compete ao Conselho Fiscal fiscalizar a gestão financeira da Entidade.

### CAPÍTULO XV

#### DAS ELEIÇÕES E SUA CONVOCAÇÃO:

**Art. 63º** - As eleições dos membros da Diretoria e do Conselho Fiscal do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO-SP, sejam eles efetivos ou suplentes, serão realizadas a cada 03 (três) anos, no término da gestão então vigente, seja pelo vencimento do prazo convencional, seja pela conclusão do período de prorrogação, eventualmente ocorrido.

**Parágrafo Único** - Caso não tenha havido a apresentação de chapas concorrentes ou por outros motivos superiores, será feita nova convocação eleitoral, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias e no máximo de 60 (sessenta) dias da data de sua realização e para a eleição em 90 (noventa) dias e assim sucessivamente, até que haja chapa(s) concorrente(s). Assim sendo, para os devidos efeitos legais, a então atual Diretoria permanece à testa da Entidade, bem assim a sua representação legal, inclusive junto aos órgãos públicos e privados, dentre os quais as instituições bancárias, acompanhado de Ata de Prorrogação de mandato.

PRENOTADO  
4º RCPJ-SP

18

**Art. 64º** - Nos termos do Estatuto Social, as eleições serão convocadas pelo Presidente do Sindicato, através de Edital publicado uma vez em jornal de grande circulação, na Capital do Estado, bem como afixado na sede do próprio Sindicato e através de correspondências encaminhadas às Filiadas via correio, fax ou internet, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias e no máximo 60 (sessenta) dias da data de sua realização.

**Parágrafo Único** - Do edital de convocação para as eleições constará:

- a) Finalidade específica da convocação – eleição de membros efetivos da Diretoria, Suplentes e do Conselho Fiscal;
- b) Datas, horários e locais de votação;
- c) Prazo para registro das chapas dos candidatos e horários de funcionamento da Secretaria do Sindicato;
- d) Prazo para impugnação de candidaturas;
- e) Data para nova eleição, no caso de empate das chapas mais votadas ou prorrogação de mandato por falta de chapas, ou por outro motivo legal.

## CAPÍTULO XVI

### DAS CHAPAS, SEU REGISTRO E IMPUGNAÇÃO:

**Art. 65º** - O prazo para registro das chapas é de 20 (vinte) dias contados da data seguinte da publicação do Edital de convocação.

**Art. 66º** - As chapas deverão ser encaminhadas ao Presidente do Sindicato, contendo a qualificação e a identificação pessoal de cada um dos candidatos, devidamente assinada por um deles e instruída pelos seguintes documentos, para que sejam registradas:

- a) Comprovação de que exerçam cargos de direção em qualquer uma das agências de propaganda e publicidade, dentro do Estado de São Paulo, ainda que não sócio quotista ou acionista, neste caso com autorização da mesma.
- b) Xerox da cédula de identidade de cada candidato;
- c) Prova de que a agência, na qual exerça o candidato sua atividade de direção, seja filiada ao SINAPRO-SP por, pelo menos, 06 (seis) meses;
- d) Prova de que a agência, da qual seja diretor o candidato, se encontre quitas com as contribuições Sindical, Assistencial e social até o mês anterior da data marcada para a eleição.

**Art. 67º** - Do registro das chapas será fornecido recibo pela Secretaria do Sindicato, podendo ser cancelado em caso de renúncia dos candidatos, de modo que o número dos remanescentes seja insuficiente para preencher os cargos efetivos e mais da metade dos suplentes ou do Conselho Fiscal.

PRENOTADO  
4º RCPJ-SP

*[Handwritten signatures]*

19

**Art. 68º** - As chapas deverão conter os cargos para os quais cada candidato estará concorrendo, exceto para os suplentes e Conselho Fiscal, e serão registradas e numeradas, seguidamente, a partir do número 1 e, assim, sucessivamente, por ordem cronológica.

**Art. 69º** - Em caso de irregularidades pelo não atendimento das exigências do Estatuto, o Presidente do Sindicato notificará os interessados para que, no prazo de 02 (dois) dias úteis, contados do seu recebimento, promovam a sua regularização, sob pena de recusa do registro.

**Art. 70º** - Encerrado o prazo para registro das chapas, todas aquelas que tenham sido registradas constarão de Ata de Registro de Chapas lavrada pelo Presidente, conforme sua ordem numérica de registro, dando conhecimento às Filiadas através de Edital específico para essa finalidade, afixado na sede da entidade, para que, no prazo de 03 (três) dias úteis, contados da publicação do Edital, apresentem a impugnação que tiverem.

**Art. 71º** - As impugnações também deverão ser dirigidas ao Presidente e protocolizadas na Secretaria do Sindicato, dentro do seu horário de funcionamento e nos termos especificados no art. 8º acima.

**Art. 72º** - O Presidente deverá, no prazo de 02 (dois) dias úteis, contados da data do recebimento das impugnações acima mencionadas, notificar os candidatos impugnados para que, também no prazo de 02 (dois) dias úteis, contados do recebimento da citada notificação, apresentem sua defesa, também a protocolizando na Secretaria do Sindicato.

**Art. 73º** - Não havendo apresentação de defesa ou, tendo-a havido dentro do prazo especificado, o Presidente do Sindicato proferirá sua decisão, nos 02 (dois) dias úteis subsequentes, notificando os impugnantes, decisão essa final e única, contra a qual não caberá qualquer recurso.

## CAPÍTULO XVII

### DO ELEITOR E DA VOTAÇÃO:

**Art. 74º** - É considerado eleitor a filiada que estiver, na data da eleição, em pleno gozo de seus direitos junto ao Sindicato, nos termos do que prevê o art. 7º do Estatuto Social, além de preencher os requisitos abaixo especificados:

- Ter representante legal, na votação, maior de idade;
- Ter a filiada mais de 06 (seis) meses de filiação ao Sindicato;
- Ter a filiada mais de 02 (dois) anos de exercício regular de sua atividade econômica no Estado de São Paulo ou ser originada de fusão, divisão ou derivada de outra empresa que já seja filiada ao Sindicato, pelo período mínimo especificado na alínea "b" acima.

**Art. 75º** - As chapas registradas serão disponibilizadas pelo Sindicato, devendo conter os nomes e especificação dos cargos de todos os candidatos efetivos, dispensada a indicação dos cargos do Conselho Fiscal e dos Suplentes.

PRENOTADO  
4º RCPJ-SP

atendimento@sinaprosp.org.br - www.sinaprosp.org.br

**Parágrafo Único** – É permitido o voto por procuração, credenciamento em documento original, ou encaminhados pelos correios, via fax ou Internet, que deverá conter poderes específicos para tal fim, ou votar pessoalmente como representante legal da empresa.

**Art. 76º** – As votações no Processo Eleitoral serão abertas e públicas.

**Art. 77º** – O voto deverá ser exercido pelo titular, sócio, diretor ou representante legal da Filiada, este último com poderes específicos para esse fim. É permitido o voto por procuração, credenciamento, por carta, via fax ou internet, que deverá conter poderes específicos para tal fim ou pessoalmente.

**Art. 7º** – A mesa coletora será composta de um Presidente, de dois mesários e de um suplente, todos nomeados pelo Presidente da Entidade.

**Art. 79º** – As votações poderão ser encerradas antecipadamente se tiverem cotados todos os eleitores constantes da(s) folha(s) de votação, ao mesmo tempo em que a eleição não concluída no mesmo dia da sua instalação por falta de quórum, permanecerá aberta nos dias úteis subsequentes, até que se efetive o número de votos necessários nos termos do Estatuto Social, conforme disposto no art. 26, em seu parágrafo 3º deste Estatuto.

**Art. 80º** – Concluída a votação, serão encerrados os trabalhos no dia em que for completado o quórum exigido.

**Art. 81º** – Encerrados os trabalhos de votação com todos os votos recebidos por procuração, credenciamento, via fax ou pela internet, pessoalmente e também pelos demais meios estabelecidos por este Estatuto, lavrando-se em seguida a respectiva Ata de Encerramento dos Trabalhos Eleitorais, declarando-se a hora do início e do encerramento dos trabalhos, números de votos coletados e o número constante na relação de votantes, a regularidade na votação, cumprindo ao Presidente da Mesa Coletora que igualmente terá a função de Mesa Apuradora, com o auxílio dos mesários, inclusive suplentes, que terão também a função de escrutinadores.

**Art. 82º** - Será considerado voto nulo aquele que contenha sinal, rasura ou que vote em mais de uma chapa.

**Art. 83º** - É assegurado a qualquer das Filiadas o direito de formular perante a Mesa Apuradora protesto fundamentado referente à apuração, o qual será decidido, de imediato, pela Mesa Apuradora, registrando-se na Ata de Encerramento o protesto e a decisão.

**Art. 84º** – Concluída a apuração, o Presidente da Mesa Apuradora proclamará eleita a chapa que obtiver a maioria simples dos votos válidos e fará lavrar a Ata dos trabalhos, mencionando na mesma todos os fatos ocorridos na apuração, a qual será assinada por todos os componentes da Mesa Apuradora, inclusive pelos escrutinadores e também pelos fiscais, se presentes.

**Art. 85º** - Havendo empate, deverá ser realizada nova eleição no prazo mínimo de 10 (dez) dias corridos, na qual concorrerão somente as duas chapas mais votadas.

PRENOTADO  
4º ROPJ-SP

## CAPÍTULO XVIII

### DAS NULIDADES:

**Art. 86º** - Será nula a eleição quando realizada em dia, hora e local diversos daqueles designados no Edital de convocação ou que seja encerrada antes da hora ali previstas, sem que haja votado filiadas em número determinado pelo quórum mínimo para eleição.

**Art. 87º** - Anulada a eleição, deverá ser realizada outra no prazo de 90 (noventa) dias, contados da data da decretação de sua anulação com nova publicação do edital, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias e no máximo 60 (sessenta) dias da data de sua realização, a que se refere os artigos 63 e 64 deste Estatuto.

**Art. 88º** - Na hipótese de empate na votação ou na anulação da eleição - tal como deve ocorrer quando não houver apresentação de chapas para concorrer à eleição - o mandato da Diretoria então na gestão da entidade, será automaticamente prorrogado até a realização de nova eleição e da investidura dos eleitos, conforme especificado neste Estatuto. Assim sendo, para os devidos efeitos legais, a então atual Diretoria permanece à testa da Entidade, bem assim a sua representação legal, inclusive junto aos órgãos públicos e privados, dentre os quais as instituições bancárias, e a elaboração da Ata de Prorrogação de mandato.

**Art. 89º** - A nulidade não pode ser invocada por quem lhe deu causa, nem dela se aproveitar.

## CAPÍTULO XIX

### DAS DISPOSIÇÕES GERAIS:

**Art. 90º** - Ao Presidente do Sindicato incumbe coordenar, organizar e orientar o processo eleitoral e seus atos preparatórios e conclusivos da eleição.

**Art. 91º** - O processo eleitoral é de exclusiva responsabilidade do Presidente do Sindicato, que poderá designar coordenador geral para a eleição, bem como suas funções específicas para o cumprimento de suas atribuições.

**Art. 92º** - A posse dos eleitos ocorrerá imediatamente na conclusão do processo eleitoral.

**Art. 93º** - Ao assumir o cargo, a Diretoria eleita prestará, por escrito e solenemente, o compromisso de respeitar, no exercício do mandato, a Constituição Federal, as leis vigentes e o Estatuto do Sindicato e seus regimentos e regulamentos internos.

PRENOTADO  
4º RCP.LSP  
JUL 2017  
06

PRENOTADO  
4º RCP.LSP



# Sinapro

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

## SÃO PAULO

730  
D

**Art. 94º**– A Filiada que deixar de votar ou não apresentar justificativa até 30 (trinta) dias após a realização da eleição, ficará sujeita a eventual suspensão dos direitos sociais e sindicais por até 90 (noventa) dias.

São Paulo, 28 de abril de 2017

VAMPRE!  
RA FONSECA!  
T. GONZAGA!  
Copiar.

*[Handwritten signature]*  
Geraldo Martins de Brito  
Presidente

24º  
INDIANÓPOLIS

*[Handwritten signature]*  
Paulo Gomes de Oliveira Filho  
Advogado e Consultor Jurídico do Sinapro-SP  
OAB/SP – 30.453

*[Handwritten signature]*  
Francisco Sales Romeu de Moraes  
Diretor Executivo/Secretário

3M/15/01/17  
67799  
70773  
2017  
PES

19º TABELIÃO DE NOTAS  
FALCÃO FALCÃO  
SÃO PAULO

14º Tabelião de Notas de São Paulo  
Reconheço por Semelhança a(s) firma(s):  
GERALDO MARTINS DE BRITO  
São Paulo, 21 de Junho de 2017. C. Seq: 44050258. 10:21:54h  
R\$9,00 SEL0(5) 1047A80612485

14º TABELIÃO - VAMPRE  
KARINA FUGIMURA FONSECA  
ESCREVENTE AUTORIZADA  
São Paulo - Capital  
111229  
1047A80612485

19º TABELIÃO DE NOTAS  
RECONHEÇO POR SEMELHANÇA O VALOR DECLARADO E FIRMA(S) DE:  
FRANCISCO SALES ROMEU DE MORAES  
São Paulo, 21 de Junho de 2017.  
Em Test. da verdade: R\$ 9,00  
Marco Aurélio Ferraz - Escrevente  
Virtu@ 7,00. C. Seq: 472511-102444  
Válido somente com o selo de Autenticidade.

PRENOTADO  
4º RCPJ-SP



ÍNDICE:

<u>CAPÍTULO I - DA DENOMINAÇÃO, SEDE, ASSOCIADOS E OBJETIVOS DO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO – SINAPRO-SP.....</u>	PAG. 01
<u>CAPÍTULO II - DOS DIREITOS E DEVERES DO SINDICATO .....</u>	PAG. 01
<u>CAPÍTULO III - DOS DIREITOS E DEVERES DAS FILIADAS PERANTE O SINDICATO .....</u>	PAG. 03
<u>CAPÍTULO IV - DAS PENALIDADES CABÍVEIS ÀS FILIADAS PERANTE O SINDICATO .....</u>	PAG. 05
<u>CAPÍTULO V - DOS ORGÃOS DO SINDICATO .....</u>	PAG. 06
<u>CAPÍTULO VI - DAS ASSEMBLEIAS GERAIS E DAS VOTAÇÕES .....</u>	PAG. 07
<u>CAPÍTULO VII - DAS ASSEMBLEIAS GERAIS ORDINÁRIAS, EXTRAORDINÁRIAS E ELEITORAIS .....</u>	PAG. 08
<u>CAPÍTULO VIII - DA DIRETORIA.....</u>	PAG. 10
<u>CAPÍTULO IX - DAS ATRIBUIÇÕES DOS MEMBROS DA DIRETORIA.....</u>	PAG. 13
<u>CAPÍTULO X - DO CONSELHO FISCAL .....</u>	PAG. 16
<u>CAPÍTULO XI - DO PATRIMÔNIO DO SINDICATO .....</u>	PAG. 16
<u>CAPÍTULO XII - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS .....</u>	PAG. 17
<u>CAPÍTULO XIII - DO PROCESSO ELEITORAL.....</u>	PAG. 18
<u>CAPÍTULO XIV - DO CONSELHO FISCAL.....</u>	PAG. 18
<u>CAPÍTULO XV - DAS ELEIÇÕES E SUA CONVOCAÇÃO.....</u>	PAG. 18
<u>CAPÍTULO XVI - DAS CHAPAS, SEU REGISTRO E IMPUGNAÇÃO.....</u>	PAG. 19
<u>CAPÍTULO XVII - DO ELEITOR E DA VOTAÇÃO.....</u>	PAG. 20
<u>CAPÍTULO XVIII - DAS NULIDADES.....</u>	PAG. 22
<u>CAPÍTULO XIX - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS .....</u>	PAG. 22

PRENOTADO  
4º RCPJ-SP

732  
D

Marco Aurélio Ribeiro  
4º RTDC PJ  
Substituto do Oficial



4º Oficial de Registro de Títulos e Documentos e  
Civil de Pessoa Jurídica da Capital - CNPJ: 15.141.653/0001-68  
Robson de Alvarenga - Oficial de Registro

Emol.	R\$ 635,50	Protocolado e prenotado sob o n. <b>359.750</b> em
Estado	R\$ 181,14	<b>27/06/2017</b> e registrado, hoje, em microfilme
Ipesp	R\$ 123,45	sob o n. <b>664.492</b> , em pessoa jurídica.
R. Civil	R\$ 34,04	Averbado à margem do registro n. <b>245666/92</b>
T. Justiça	R\$ 43,37	São Paulo, 24 de julho de 2017
M. Público	R\$ 30,24	
Tss	R\$ 13,31	

*Marco Aurélio Ribeiro*

Total R\$ 1.061,05  
Selo e taxas  
Recibidos p/verba

Marco Aurélio Ribeiro  
Substituto do Oficial

SUBDISTRITO - INDIANÓPOLIS

Selo(s): 1 de: AD-0007322

Reconheço, por Semelhança, a firma de: (1) PAULO GOMES DE OLIVEIRA FERREIRO, com valor reconhecido.

São Paulo, 21 de Junho de 2017.

Em testemunho da verdade.

GRUPON 240 - INDIANÓPOLIS (Valor Unit. R\$ 9,00; Qtde: total R\$ 9,00)

Feito por: RONALDO

Notarial  
10498 B0007322

2º SUBDISTRITO REGISTRO CIVIL  
INDIANÓPOLIS  
Paulo Gemido Nogueira Ferraz  
ESCREVENTE AUTORIZADO



**ATA DE POSSE E DISTRIBUIÇÃO DE CARGOS DOS MEMBROS EFETIVOS DA DIRETORIA, SUPLENTES E DO CONSELHO FISCAL, DO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE SÃO PAULO – SINAPRO-SP, REALIZADA NO DIA 14 DE JULHO DE 2020**

Aos 14 (quatorze) dias do mês de julho de 2020, às 16 (dezesesseis) horas, na sede social da Entidade, situada na Av. Brig. Faria Lima, 1656 – 2º andar – cj. 21, Jd. Paulistano, São Paulo - Capital, realizou-se a posse e distribuição de cargos dos membros efetivos da Diretoria, Suplentes e do Conselho Fiscal do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO-SP, eleitos em Assembleia Geral Eleitoral Presencial e Virtual, realizada no dia 13 de julho de 2020, com início às 10 (dez) horas e encerramento às 16h, conforme Edital de Convocação publicado em 11 (onze) de junho de 2020, quando completados os votos necessários das agências filiadas em condições de votar e de acordo com os Estatutos Sociais, conforme art. 19 - § único e art. 26 - § 1º e § 3º. Do total de 209 agências filiadas, 184 agências tinham condições de votar. Dessas agências em condições de votar, (17) agências votaram na plataforma virtual; (03) agências enviaram credenciamento para voto; (00) com procuração não teve nenhum voto, conforme lista de votantes presencial e na plataforma virtual. Aberto os trabalhos pelo Sr. Eduardo de Godoy Pereira, que na qualidade de Presidente da Entidade, prestou amplos esclarecimentos sobre a gestão anterior da Diretoria, passando doravante, o mandato dos órgãos de administração e representação da entidade para o triênio de 2020 - 2023, a ser contado a partir de 14 (quatorze) de julho de 2020 a 13 (treze) de julho de 2023 e proclamada eleita a única chapa concorrendo ao pleito. Continuando o Sr. Presidente procedeu a chamada nominal de cada um dos diretores efetivos eleitos, dando-lhes posse nos respectivos cargos discriminados, em seguida, também com chamada nominal dos Suplentes e membros do Conselho Fiscal, cuja chapa está assim constituída: **Diretoria efetiva: Presidente: Sr. Eduardo de Godoy Pereira**, casado, empresário, Cédula de Identidade nº 8.409.745-0 – SSP/SP, CPF/MF nº 015.360.338-04, residindo à Rua Eugênio de Medeiros, 601, apto 123 – Pinheiros - CEP 05425-001 - São Paulo - SP – empresa representada: Dentsu Latin América Propaganda Ltda. – CNPJ/MF nº 06.275.469/0001-10; **Vice-Presidente: Sr. Roberto Pereira Tourinho Dantas**, separado consensualmente, empresário, Cédula de Identidade nº 2.703.096 – SSP/BA, CPF/MF nº 292.523.775-49, residindo à Rua Dom Paulo Pedrosa, 720 – apto. 113 – Real Parque – CEP 05687-001 - São Paulo – SP – empresa representada: PPR – Profissionais de Publicidade Reunidos S. A. – CNPJ/MF nº 05.411.322/0003-09; **Diretor Financeiro: Sr. Antônio Donizete Dudli**, divorciado, economista, Cédula de Identidade nº 11.542.434-9 – SSP/SP, CPF/MF nº 011.303.428-83, residindo à Rua Leopoldo Couto de Magalhães Junior, 695 – apto. 331 – Itaim Bibi – CEP 04542-011 - São Paulo – SP – empresa representada: Dentsu Latin América Propaganda Ltda. – CNPJ/MF nº 06.275.469/0001-10; **Diretor Secretário: Sr. Geraldo Martins de Brito**, casado, empresário, Cédula de Identidade nº 9.940.036 – SSP/SP, CPF/MF nº 857.187.008-00, residindo à Rua Barbara Veitiekka, 131 – Perdizes – CEP 05005-040 - São Paulo – SP – empresa representada: DeBrito Propaganda Ltda. – CNPJ/MF nº 00.000.424/0001-56; **Diretora de Planejamento e Desenvolvimento: Sra. Ester Parreira de Miranda**, casada, empresária, Cédula de Identidade nº 32.886.293 – SSP/SP, CPF/MF nº 264.443.638-96 - residindo à Rua Davi Pereira Coimbra, 195 – Jd. das Rosas do Sul –

Φ  
B  
A  
X  
C

CEP 17030-690 – Bauru – Est. de São Paulo – empresa representada: House Criativa Comunicação Ltda. – CNPJ/MF nº 08.889.690/0001-93; **Diretor de Relações Governamentais: Sr. Rino Ferrari Filho**, divorciado, empresário, Cédula de Identidade nº 4.664.869-0 – SSP/SP, CPF/MF nº 859.539.978-68, residindo à Alameda Ministro Rocha Azevedo, 619 – apto. 161 – Cerqueira César – CEP 01410-001 - São Paulo – SP – empresa representada: Rino Publicidade S.A. – CNPJ/MF nº 60.883.261/0001-29; **Diretor de Relações Inter-Associativas: Sr. Paulo Cesar Ferrari**, casado, empresário, Cédula de Identidade nº 6.424.109 – SSP/SP, CPF/MF nº 673.262.008-82, residindo à Rua Paissandu, 81 – Vila Pires – CEP 09195-640 – Santo André – São Paulo - SP – empresa representada: Octopus Comunicação Ltda. – CNPJ/MF nº 50.175.198/0001-01 - **Suplentes: Sr. Gustavo Rafael Moreira Giudice**, casado, economista, Cédula de Identidade nº 864.543-40 – SSP/BA, CPF/MF nº 076.739.305-87, residindo à Rua Gomes de Carvalho, 1732 – apto. 62 B – Vila Olímpia - CEP 04547-001 - São Paulo – SP – empresa representada: Propeg Comunicação S/A – CNPJ/MF nº 05.428.409/0006-31; **Sr. Guilherme Rabboni Junior**, casado, administrador de empresas, Cédula de Identidade nº 13.528.101 – SSP/SP, CPF/MF nº 030.009.788-36, residindo à Avenida Escola Politécnica, 942 – Rio Pequeno – CEP 05350-000 – São Paulo – SP – empresa representada: Avante8 Propaganda Ltda. – CNPJ/MF nº 21.573.122/0001-47 - **Conselho Fiscal: Sr. Luiz Augusto Teixeira Leite**, casado, empresário, Cédula de Identidade nº 8.780.562-5 – SSP/SP, CPF/MF nº 011.803.338-70, residindo à Rua Arruda Botelho, 262 – apto. 121 – Alto de Pinheiros – CEP 05466-902 - São Paulo – SP – empresa representada: Ogilvy & Mather Brasil Comunicação Ltda. – CNPJ/MF nº 61.067.492/0001-27; **Sr. Pedro Atilio Cesarino**, casado, empresário, Cédula de Identidade nº 2.811.739-6 – SSP/SP, CPF/MF nº 107.936.318-15, residindo à Rua Safira, 115 – Aclimação – CEP 01532-010 - São Paulo – SP – empresa representada: Publicidade Archote Ltda. – CNPJ/MF nº 61.604.641/0001-40; **Sr. Luiz Celso de Piratininga Figueiredo Junior**, casado, empresário, Cédula de Identidade nº 11.259.140-1 – SSP/SP, CPF/MF nº 056.514.888-55, residindo à Av. São Luiz, 268 – apto. 4A – Centro – CEP 01046-000 - São Paulo – SP – empresa representada: Adag Comunicação - EIRELI. – CNPJ/MF nº 62.624.812/0001-65; **Sr. Cesar Augusto Massaioli**, casado, empresário, Cédula de Identidade nº 19.945.643-X – SSP/SP, CPF/MF nº 126.918.948-43, residindo à Rua Madre Maria Santa Margarida, 794 – Parque Nova Campinas – CEP 13100-064 - Campinas – Est. de São Paulo – empresa representada: Portal Publicidade Ltda. – CNPJ/MF nº 44.627.321/0001-96; **Sr. Francisco Garcia Dias da Silva**, casado, administrador, Cédula de Identidade nº 29.583.065-7 – SSP/SP, CPF/MF nº 286.011.778-40, residindo à Rua Santo Irineu, 775 – apto. 12 – Bosque da Saúde – CEP 04127-120 - São Paulo – SP – empresa representada: Oliver Produções Ltda. - CNPJ/MF nº 29.812.442/0001-1; **Sr. Raul Audi Junior**, casado, empresário, Cédula de Identidade nº 20.147.775-0, CPF/MF nº 080.340.388-73, residindo à Rua Francisco Gazabim, 157 – Residencial Damha 2 - CEP 19053-756 - Presidente Prudente - Est. de São Paulo - empresa representada: Audi Propaganda S/S Ltda. - CNPJ/MF nº 08.081.631/0001-94, cujos mandatos passam a ser contados a partir de 14 (quatorze) de julho de 2020, devendo terminar em 13 (treze) de julho de 2023. Após as saudações de praxe, o Sr. Eduardo de Godoy Pereira, desejando frutuosa gestão aos recém-empossados, encerrou a reunião de posse às 16 (dezesesseis) horas do dia 14 (quatorze) de julho de 2020, alegando não haver nada mais a tratar, solicitou para constar, que se lavrasse a presente ata, pelo Sr. Roberto

Pereira Tourinho Dantas, Diretor Secretário, para os devidos e regulares efeitos de direito, a qual após lida, aprovada e devidamente assinada pelos membros da Diretoria, Suplentes e do Conselho Fiscal, ora empossados.

São Paulo, 14 de julho de 2020.



Eduardo de Godoy Pereira


  

Antônio Donizete Dudli

ESTER PARREIRA DE  
MIRANDA:26444363896

Assinado de forma digital por ESTER PARREIRA DE  
MIRANDA:26444363896  
DN: cn=BR, o=ICP-Brasil, ou=Secretaria da Receita Federal  
do Brasil - RFB, ou=RFB e CPF A3, ou=(EM BRANCO),  
ou=25363049000130, cn=ESTER PARREIRA DE  
MIRANDA:26444363896  
Dados: 2020.08.03 08:40:12 -03'00'


Ester Parreira de Miranda

Paulo Cesar Ferrari

Guilherme Rabboni Junior

Pedro Atilio Cesarino

CESAR AUGUSTO  
MASSAIOLI:12691894  
843

Assinado de forma digital por  
CESAR AUGUSTO  
MASSAIOLI:12691894843  
Dados: 2020.07.31 18:03:14 -03'00'

Cesar Augusto Massaioli

RAUL AUDI  
JUNIOR:08034038873

Assinado de forma digital por  
RAUL AUDI JUNIOR:08034038873  
Dados: 2020.07.30 10:06:07 -03'00'

Raul Audi Junior

ROBERTO PEREIRA  
TOURINHO  
DANTAS:29252377549

Assinado de forma digital por  
ROBERTO PEREIRA TOURINHO  
DANTAS:29252377549  
Dados: 2020.08.11 16:20:55 -03'00'

Roberto Pereira Tourinho Dantas

Geraldo Martins de Brito

RINO FERRARI  
FILHO:85953997868

Assinado de forma digital por  
RINO FERRARI FILHO:85953997868  
Dados: 2020.07.27 14:52:38 -03'00'

Rino Ferrari Filho

GUSTAVO RAFAEL  
MOREIRA  
GIUDICE:07673930587


Assinado de forma digital por  
GUSTAVO RAFAEL MOREIRA  
GIUDICE:07673930587  
Dados: 2020.08.11 16:18:51 -03'00'

Gustavo Rafael Moreira Giudice

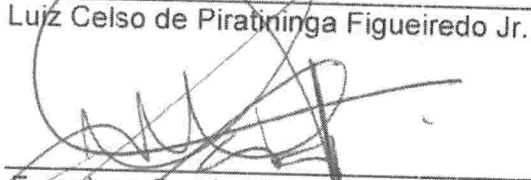
LUIZ AUGUSTO  
TEIXEIRA  
LEITE:01180333870

Assinado de forma digital por  
LUIZ AUGUSTO TEIXEIRA  
LEITE:01180333870  
Dados: 2020.07.28 16:53:09  
-03'00'

Luiz Augusto Teixeira Leite

Luiz Celso de Piratininga Figueiredo Jr.

Francisco Garcia Dias da Silva