

## **C.N. – 005**

### **RESCISIÓN DE CONTRATOS**

SÃO PAULO, 16/05/2002

El CENP – Consejo Ejecutivo de las Normas Estándares, con objeto de recomendar al mercado la adopción de una práctica ya existente en el mercado, como actuación de las mejores prácticas para la relación comercial entre Clientes Anunciantes y Agencias de Propaganda y a fin de reducir litigios por rescisiones de contratos – verbales y escritos – de prestación de servicios publicitarios y teniendo en cuenta que en los casos de rescisión de dichos contratos de prestación de servicios publicitarios, sean ellos escritos o verbales, el Decreto n. 57.690/66 establece en su artículo 9o, inciso V, que debe concederse, por parte del denunciante del contrato, el aviso previo de 60 (sesenta) días, estando el cliente impedido de beneficiarse de todo y cualquier trabajo publicitario que haya creado la Agencia;

Teniendo en cuenta que los trabajos de las Agencias implican la creación y la producción de materiales publicitarios, aparte de otros, como también la intermediación en la compra de espacio/tiempo en los Medios de Divulgación, a fin de proporcionarles a sus Clientes las mejores condiciones de eficiencia y economía para su propaganda y que, por tanto, por todas estas actividades, las Agencias deben ser remuneradas, como efectivamente lo son a través del “descuento estándar de Agencia” para los casos de divulgación;

Teniendo en cuenta que muchas veces, al rescindirse un contrato de prestación de servicios publicitarios, existen campañas o trabajos publicitarios en divulgación y con los medios previamente negociados, que sobrepasan el plazo del aviso previo concedido, SE RECOMIENDA a las Agencias de Propaganda, la primera, que le haya atendido al cliente, y la Segunda, que lo atiende en aquel instante, que negocien entre si el “descuento estándar de Agencia”, sea cuando el cliente continúe divulgando los materiales que haya creado la primera pero el medio tiene autorización de la Segunda, sea cuando nuevos trabajos creados por la Segunda lleguen a utilizar espacio/tiempo publicitarios negociados previamente por la Primera Agencia, teniendo en cuenta que el “descuento estándar de Agencia” resulta no sólo de la creación intelectual de la pieza publicitaria sino también de la negociación que haya habido entre ésta y el medio de divulgación.

Petrônio Corrêa  
**Presidente**

**Nota: Texto traducido libremente al español, siendo válida, para todos los efectos jurídicos, la versión original en português.**

Entidades Fundadoras



Av. Paulista, 2073 - 6º andar - Ed. Horsa II - CEP: 01311-940

São Paulo - SP

Tel.: (11) 2172-2367 - Fax : (11) 2172-2381