

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Sinapro

TOCANTINS



VALIDADE: A PARTIR DE JANEIRO DE 2018



Filiado à FENAPRO | Carta Sindical publicada no DOU 208/2012

Endereço: 103 Sul - Av. NS-1 com Rua SO-3, Nº 1, Sala 5 CEP 77.015-014
Palmas/Tocantins - **Contatos:** (63) 3215-1415 / 3214-1888
site: www.sinaproto.com.br | **emails:** tosinapro@gmail.com
estudiodcriacao@gmail.com | agencia@dimensaoto.com.br

APRESENTAÇÃO

A Lista Referencial de Custos de Serviços Internos do Si-napro-TO, válida a partir de Janeiro de 2018 à Dezembro de 2020, foi organizada, ampliada e adaptada à realidade da nova era da comunicação. Nela, todos os itens encontram-se atualizados e ampliados, com atenção especial aos preços que se referem a Mídia Exterior e Serviços Web.

O conteúdo da Tabela apresenta-se superabrangente incluindo a prestação de serviços que, embora ainda incipiente no nosso Estado, pode despertar nas agências a prospecção de novos mercados e áreas de trabalho afins. Dessa forma, todos os setores envolvidos poderão alcançar um retorno cada vez mais satisfatório.

Temos, paulatinamente, aumentado o número de agências filiadas e continuamos buscando a valorização e o desenvolvimento da atividade econômica publicitária dentro das normas pertinentes ao mercado. Tudo está sendo feito no sentido de ajudar as agências no relacionamento com seus clientes e de estabelecer uma relação de confiança do Sinapro-TO e suas filiadas.

A Diretoria

CRITÉRIOS GERAIS

Os critérios gerais seguem rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, bem como a legislação da indústria da Propaganda, particularmente a Lei no 4.680/65, e os Decretos no 57.690/66 e no 4.563/02.

Custos Internos

- Os custos internos são cobrados conforme os valores estipulados neste documento e devem obedecer ao item 3.6 das Normas-Padrão do CENP.

Custos Externos

- São todos os custos dos serviços contratados com terceiros para a execução dos trabalhos dos clientes anunciantes sob supervisão da agência.
- Os honorários de agência a taxa de 15% (quinze por cento) incidentes sobre os custos dos serviços de terceiros devem seguir o estipulado nos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP.
- Os honorários não incidem sobre os custos internos, impostos, encargos sociais e reembolsos de despesas.

Reembolso de Despesas

- Todos os gastos efetuados a serviço do cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo sem incidência de honorários ou comissões. *Exemplos: viagens, diárias, transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópias etc.*
- Quando os reembolsos de despesas sofrerem taxaço de ISS, este imposto deve ser cobrado do cliente.

RECOMENDAÇÕES

- Serviços não previstos nesta tabela são de livre acerto entre a agência e o cliente.
- Os valores referenciais de serviços internos são aplicáveis em todo o Estado do Tocantins.
Em face das diferenças econômicas e peculiaridades locais, as agências de propaganda com atuação no interior poderão conceder aos clientes anunciantes descontos de acordo com a realidade do mercado local.
- **LEMBRE-SE:** a formação de preço considera variáveis que incluem o volume de tarefas, a complexidade do projeto e a equipe alocada, além da experiências e capacitação dos profissionais envolvidos.

***Moeda:** os valores desta Tabela encontram-se expressos em real (R\$)

ÍNDICE

| | |
|-----------------------------|-----------|
| ADVERTISING | 6 |
| Anúncios | |
| Campanhas Publicitárias | |
| BRANDING | |
| Marca / Logotipo | 9 |
| Identidade visual | |
| Naming | |
| Embalagem | |
| MATERIAIS GRÁFICOS | 12 |
| Materiais Gráficos Diversos | |
| Materiais Especiais | |
| MÍDIA EXTERIOR | 17 |
| Mídia Exterior | |
| Mobiliário Urbano | |
| PDV e Sinalização | |
| Brindes | |
| TV, RÁDIO, CINEMA | 21 |
| Comercial - TV | |
| Comercial - Rádio | |
| Geração de Arquivo | |
| Ilha de Edição | |
| ILUSTRAÇÃO | 24 |
| Infografia | |
| SERVIÇOS WEB | 32 |
| Produção Digital | |
| GLOSSÁRIO | 38 |
| APÊNDICE | 41 |



| ANÚNCIOS | | | |
|--------------------|----------------|--------------------|--------------|
| FORMATO | CRIAÇÃO | FINALIZAÇÃO | TOTAL |
| Página dupla | 4.498,90 | 2.999,20 | 7.498,00 |
| 1 página | 2.244,80 | 1.497,30 | 3.742,10 |
| Rouba Página | 2.026,30 | 1.351,25 | 3.377,55 |
| ½ página | 1.875,65 | 1.251,20 | 3.126,85 |
| 1/3 página | 1.128,15 | 752,10 | 1.880,25 |
| ¼ página ou rodapé | 753,25 | 502,55 | 1.255,80 |
| Valor mínimo | 376,05 | 251,85 | 627,80 |

| ANÚNCIO PUBLICIDADE LEGAL BALANÇO | TOTAL |
|--|--------------|
| Página dupla | 4.864,00 |
| 1 página | 2.505,00 |
| Rouba página | 1.340,50 |
| ½ página | 1.283,00 |
| Até ¼ página | 688,00 |

| ANÚNCIO REVISTA | | | |
|------------------------|----------------|--------------------|--------------|
| FORMATO | CRIAÇÃO | FINALIZAÇÃO | TOTAL |
| Página dupla | 4.524,60 | 3.016,40 | 7.541,00 |
| 1 página | 2.271,00 | 1.514,00 | 3.785,00 |
| Até ½ página | 1.146,00 | 764,00 | 1.910,00 |

* Acrescentar os custos de fotos, ilustrações e outros serviços de terceiros, se for o caso. Os custos referem-se à 1ª montagem. A partir da 2ª montagem do mesmo layout cobrar 50% do valor da tabela.

| GRAVAÇÃO E TRANSMISSÃO DE MATERIAIS (download/upload) | TOTAL |
|--|--------------|
| Página dupla / 1 página | 400,00 |
| Rouba Página / ½ página | 330,00 |
| 1/3 página, ¼ página ou rodapé | 150,00 |
| Valor mínimo | 100,00 |

* Gravação e transmissão de outros tipos de materiais - preço sob consulta

| CRIAÇÃO DE CAMPANHA | TOTAL |
|---|--------------|
| Criação de Tema / Conceito de Campanha (key visual) | 30.200,00 |

| PLANEJAMENTO (custo mínimo) | TOTAL |
|---|--------------|
| Calendário Promocional | 43.000,00 |
| Cases de Marketing / Mídia / RP | 39.200,00 |
| *Planejamento de Convenção | 37.400,00 |
| Planejamento de Eventos | 37.400,00 |
| Planejamento de Ação Promocional / Vendas | 40.600,00 |

| MKT ELEITORAL / PLANEJAMENTO (custo mínimo) | TOTAL |
|--|--------------------------|
| Deputado Federal | 290.800,00 |
| Deputado Estadual | 170.484,00 |
| Vereador | 80.244,00 |
| Prefeito Governador Senador Presidente da República Presidente de Entidade e Associações de Classe | *Orçamento por Avaliação |

* **O Kit Político está sujeito à legislação vigente.**

- Os custos de campanha são específicos de agência para o Kit Político (englobando planejamento estratégico, criação, slogan, direção de arte, programação visual; em arte final: logomarca, adesivo, cartaz, santinho, praguinha, outdoor e monstro/jingle; layouts: muro, faixa de rua, bandeirola).

- Não estão inclusos custos de terceiros; produtoras (jingles finalizados, spots, VTs, etc.); fornecedores (gráficas, fotolito, fotos, silkscreen, etc); veículos (rádio, televisão, jornal, outdoor, etc.) ou pesquisas, que serão cobrados à parte.

| MATERIAIS DIFERENCIADOS - Trabalhos por avaliação | | |
|--|--------------------------|------------------------------------|
| Assessoria de Jornalismo | Desenho Técnico | Mortália / Abadá |
| Assessoria de Publicidade | Display especial | Pesquisa de Mercado |
| Assessoria de RP | Distribuição de Folhetos | Projetos Especiais |
| Consultoria | Filmagem / Eventos | Promoção de Vendas |
| Decoração de Vitrines | Mala direta / Expedição | Shows / Planejamento / Organização |

BRANDING



Marca, Logotipo



Identidade Visual



Naming



Embalagem



Para Refletir :

BRANDING é o agrupamento de soluções que uma marca necessita para sobreviver no mercado. Ele abrange desde a criação de uma nova marca, na administração da mesma e no reposicionamento de marcas existentes que passam por dificuldades. O Branding se divide nas seguintes etapas: Detalhamento do Público-Alvo, Posicionamento da Marca e Construção Multissensorial.

Branding não é criar um logo ou fazer uma identidade corporativa; é encontrar maneiras de atrair o consumidor para sua marca, é gerar uma opinião pública sobre ela... (por Canha, design.blog.br)

MARCA/ LOGOTIPO

| PEÇA | CRIAÇÃO | FINALIZAÇÃO | TOTAL |
|---|--------------------------------|-------------|-----------|
| Empresa/Governo/Serviços Públicos <i>* Incluso 5 aplicações de peças da papelaria</i> <i>* Incluso manual conforme especificado conteúdo abaixo</i> | 8.568,00 | 5.712,00 | 14.280,00 |
| Produto | 6.660,00 | 4.440,00 | 11.100,00 |
| Imobiliário | 2.160,00 | 1.440,00 | 3.600,00 |
| Eventos | 2.160,00 | 1.440,00 | 3.600,00 |
| Reformulação | 70% do valor de cada categoria | | |
| Marca de Grupo (derivação da marca-mãe) | 30% do valor de uma marca | | |
| Manual de Identidade Visual <i>O Manual de Identidade Visual deve considerar os seguintes conteúdos: capa, sumário, introdução, sistema de assinaturas, malha de proporção; redução mínima, área de não interferência, tipografia, padrão cromático, controle de fundo e uso incorreto.</i> <i>* Manual de Identidade Visual por página extra = R\$ 350,00</i> | 2.100,00 | 1.400,00 | 3.500,00 |
| Pictograma/Ícone/Símbolo | 1.680,00 | 1.120,00 | 2.800,00 |
| Selo Comemorativo | 2.280,00 | 1.520,00 | 3.800,00 |
| Vetorização de marca | 720,00 | 480,00 | 1.200,00 |
| Aplicação marca em uma peça | 210,00 | 140,00 | 350,00 |

Obs.: o registro da marca/nome no INPI é de responsabilidade do cliente.



MARCA é aquilo que falam de você quando você não está por perto. É a percepção dos consumidores sobre um produto, serviço, experiência ou organização. (www.dioz.com.br)



NAMING (Criação de Nomes)

| NOME/SLOGAN | CRIAÇÃO | FINALIZAÇÃO | TOTAL |
|---------------------------------|----------|-------------|----------|
| Nome Fantasia e Nome de Produto | 4.314,00 | 2.876,00 | 7.190,00 |
| Nome Empresa | 2.592,00 | 1.728,00 | 4.320,00 |
| Slogan | 2.652,00 | 1.768,00 | 4.420,00 |

PAPELARIA

| PEÇA | criação | FINALIZAÇÃO | TOTAL |
|----------------------------------|---------|-------------|--------|
| Bloco de Anotações | 106,00 | 72,00 | 178,00 |
| Cartão de Visita / Personalizado | 106,00 | 72,00 | 178,00 |
| Envelope Simples | 235,00 | 157,00 | 392,00 |
| Envelope Saco / Ofício | 291,00 | 194,00 | 485,00 |
| Formulário A-5 (14,81x21cm) | 235,00 | 157,00 | 392,00 |
| Formulário A-4 (21x29,7cm) | 290,00 | 193,00 | 483,00 |
| Formulário A-3 (29,7x42cm) | 343,00 | 228,00 | 571,00 |
| Papel Carta / Ofício | 290,00 | 193,00 | 483,00 |
| Pasta | 317,40 | 211,60 | 529,00 |

EMBALAGEM

| PEÇA | LAYOUT | MONTAGEM | TOTAL |
|---|-----------|-----------|-----------|
| Berço | 3.028,00 | 1.500,00 | 4.528,00 |
| Caixa de embarque | 1.972,00 | 1.031,00 | 3.003,00 |
| Caixa display de produto | 6.435,00 | 2.612,00 | 9.047,00 |
| Cartela/Tag | 1.608,00 | 959,00 | 2.567,00 |
| Cinta para embalagem | 168,00 | 110,00 | 278,00 |
| Embalagem (adaptação) | 2.412,00 | 2.216,00 | 4.628,00 |
| Embalagem blister/sampling | 2.477,00 | 1.404,00 | 3.881,00 |
| Embalagem de produto | 2.612,00 | 1.481,00 | 4.093,00 |
| Embalagem de linha de produtos *(até 5 produtos) | 27.930,00 | 11.970,00 | 39.900,00 |
| Embalagem promocional | 3.620,00 | 2.612,00 | 6.232,00 |
| Luva (<i>slipcase books</i>) | 2.100,00 | 1.400,00 | 3.500,00 |
| Mockup (sem custo de terceiros) | 6.153,00 | 2.460,00 | 8.613,00 |
| Rótulo | 2.450,00 | 2.352,00 | 4.082,00 |
| Rótulo Reformulação | 1.224,00 | 817,00 | 2.041,00 |
| Rótulo Melhoria | 612,00 | 409,00 | 1.021,00 |
| Sacola | 900,00 | 600,00 | 1.500,00 |

● REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%



MATERIAIS GRÁFICOS

Materiais Gráf. Diversos

Materiais Especiais

MATERIAIS GRÁFICOS DIVERSOS

| PEÇAS | CRIAÇÃO | FINALIZAÇÃO | TOTAL |
|--|----------|-------------|----------|
| Adesivo / Sticker | 346,00 | 232,00 | 578,00 |
| Agenda (capa) | 1.167,00 | 779,00 | 1.946,00 |
| Agenda (miolo) - por página | 372,00 | 248,00 | 620,00 |
| Álbun / Book | 111,00 | 75,00 | 186,00 |
| Anexo Contra-Cheque | 392,00 | 262,00 | 654,00 |
| Aparador Gôndola / Cantoneira | 408,00 | 272,00 | 680,00 |
| Arquivo Silk | 205,00 | 137,00 | 342,00 |
| Arte Slide | 237,00 | 159,00 | 396,00 |
| Bandeira | 472,00 | 316,00 | 788,00 |
| Bola / Balão de Festa / Balão Inflável | 112,00 | 75,00 | 187,00 |
| Boletim | 122,00 | 82,00 | 204,00 |
| Broadside (por página) | 391,00 | 261,00 | 652,00 |
| Braçadeira | 112,00 | 76,00 | 188,00 |
| Bula | 1.500,00 | 1.100,00 | 2.600,00 |
| Caderno (capa) | 382,00 | 256,00 | 638,00 |
| Caderno (por lâmina) | 327,00 | 219,00 | 546,00 |
| Calendário (por lâmina) | 710,00 | 474,00 | 1.184,00 |
| Calendário Bolso / Mesa | 483,00 | 326,00 | 809,00 |
| Carnê (capa) | 315,00 | 211,00 | 526,00 |
| Carnê (miolo com tickets) | 160,00 | 138,00 | 298,00 |
| Cardápio | 1.028,00 | 686,00 | 1.714,00 |
| Cartaz | 1.636,00 | 1.096,00 | 2.732,00 |
| Cartazete / Varejo / Preço | 990,00 | 672,00 | 1.662,00 |
| Cartão Especial | 441,00 | 274,00 | 715,00 |
| Cartão Simples | 220,00 | 136,00 | 356,00 |
| Cartão Natal / Ano Novo | 1.158,00 | 711,00 | 1.869,00 |
| Cartão Postal | 518,00 | 271,00 | 789,00 |
| Cartão Comercial | 109,00 | 67,00 | 176,00 |
| Carteirinha | 287,00 | 176,00 | 463,00 |
| Chart Fotográfico | 470,00 | 315,00 | 785,00 |
| Chart Manuscrito | 186,00 | 128,00 | 314,00 |

● REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

| | | | |
|---------------------------------------|----------|----------|----------|
| Crachá / Credencial | 205,00 | 121,00 | 326,00 |
| Circular/Carta (até 1.440 caracteres) | 239,00 | 141,00 | 380,00 |
| Convite | 643,00 | 378,00 | 1.021,00 |
| Defletor Solar | 390,00 | 230,00 | 620,00 |
| Diploma / Certificado | 803,00 | 472,00 | 1.275,00 |
| Emblema | 234,00 | 126,00 | 360,00 |
| Encarte Jornal / Lâmina | 1.250,00 | 674,00 | 1.924,00 |
| Encarte Revista | 1.557,00 | 915,00 | 2.472,00 |
| Etiqueta / Tag | 233,00 | 137,00 | 370,00 |
| Flâmula / Filipeta | 354,00 | 208,00 | 562,00 |
| Ficha de Inscrição/ Cupom / Ingresso | 260,00 | 154,00 | 414,00 |
| Flyer / Folheto / Filipeta / Panfleto | 516,00 | 304,00 | 820,00 |
| Guardanapo | 97,00 | 61,00 | 158,00 |
| Leque | 348,00 | 232,00 | 580,00 |
| Mala direta padrão | 296,00 | 183,00 | 479,00 |
| Mala direta especial | 590,00 | 394,00 | 984,00 |
| Manual | 410,00 | 252,00 | 662,00 |
| Marca-texto (Marcador de página) | 353,00 | 217,00 | 570,00 |
| Newsletter | 1.273,00 | 748,00 | 2.021,00 |
| Papel Embrulho / Presente | 394,00 | 242,00 | 636,00 |
| Pasta / impressão silk | 390,00 | 240,00 | 630,00 |
| Portfólio | 461,00 | 283,00 | 744,00 |
| Pôster Publicitário | 2.346,00 | 1.564,00 | 3.910,00 |
| Praguinha | 666,00 | 445,00 | 1.111,00 |
| Prancha PVC | 228,00 | 152,00 | 380,00 |
| Press- Kit/ Pasta | 318,00 | 212,00 | 530,00 |
| Programa Especial | 223,00 | 150,00 | 373,00 |
| Programa Simples | 94,00 | 64,00 | 158,00 |
| Santinho | 996,00 | 664,00 | 1.660,00 |
| Saquinho Pipoca | 189,00 | 126,00 | 315,00 |
| Tabela de Preços | 856,00 | 572,00 | 1.428,00 |

FOLDER * (por formato do papel)

| PEÇAS | CRIAÇÃO | FINALIZAÇÃO | TOTAL |
|--|----------|-------------|----------|
| Folder formato 8 (até 32 x 22cm) | 1.093,00 | 729,00 | 1.822,00 |
| Folder formato 4 (até 31 x 46cm) | 1.423,00 | 949,00 | 2.372,00 |
| Folder formato 2 (até 46 x 64cm) | 1.935,00 | 1.290,00 | 3.225,00 |
| Folder formato 1 (até 94 x 64cm) | 3.814,00 | 2.843,00 | 6.357,00 |
| Aplicação de verniz UV, cores especiais, laminação bopp, ou outros efeitos | 721,00 | 480,00 | 1.201,00 |
| Aplicação de faca especial | 445,00 | 296,00 | 741,00 |

* Acrescenta-se os custos de fotos, ilustrações e outros serviços de terceiros, se for o caso. Os custos referem-se a primeira montagem. A partir da 2ª montagem do mesmo layout cobrar 50% do valor da tabela.

DIGITAÇÃO | SCANNER | PROVAS DE IMPRESSÃO | GRAVAÇÃO

| SERVIÇOS | TOTAL |
|--|--------|
| Digitação de Textos | |
| Por lauda até 1.000 toques | 265,00 |
| Por lauda até 1.000 toques em outros idiomas | + 50% |
| Valor mínimo | 130,00 |
| Scanner/Tratamento de Imagens | |
| Scanner de imagem por unidade (tam. mínimo 10x10 cm) | 35,00 |
| Tratamentos de Imagens/sistema - Valor por hora de sistema | 325,00 |
| Provas de Impressão | |
| Prova Jato de Tinta formato A4 Colorida | 45,00 |
| Prova Jato de Tinta formato A4 P&B | 36,00 |
| Prova/Jato de Tinta formato A3 Colorida | 58,00 |
| Prova Jato de Tinta formato A3 P&B | 45,00 |
| Gravação | |
| Gravação de CD (unid.) | 35,00 |

* Não estão inclusos os custos de fotógrafo, laboratório (revelação, ampliação/ redução/cópias), concessão de direito de imagem, cachês e despesas operacionais, que deverão ser orçados especialmente para cada trabalho.

MATERIAIS ESPECIAIS

| PEÇA | criação | FINALIZAÇÃO | TOTAL |
|--|----------|-------------|-----------|
| CD/DVD | | | |
| Encarte CD/DVD | 1.878,00 | 1.252,00 | 3.130,00 |
| Label | 534,00 | 356,00 | 890,00 |
| CATÁLOGO | | | |
| Catálogo - Projeto Gráfico | 2.836,00 | 1.891,00 | 4.727,00 |
| Catálogo (capa) | 846,00 | 561,00 | 1.407,00 |
| Catálogo - editoração por página | 82,00 | 56,00 | 138,00 |
| LIVRO | | | |
| Livro - capa | 1.176,00 | 783,00 | 1.959,00 |
| Livro de Texto corrido (proj. gráfico+editoração) | 3.234,00 | 2.156,00 | 5.390,00 |
| Livro de Texto - Projeto gráfico (c/ tabelas, gráficos, figuras e fotografias) | 3.800,00 | 1.596,00 | 5.396,00 |
| Livro Editoração - por página (com tabelas, gráficos, figuras e fotografias) | 78,00 | 52,00 | 130,00 |
| JORNAL | | | |
| Jornal - Projeto Gráfico | 2.550,00 | 1.700,00 | 4.250,00 |
| Jornal - Projeto Editorial | 2.727,00 | 1.819,00 | 4.546,00 |
| Jornal - capa | 470,00 | 315,00 | 785,00 |
| House Organ - até 4 páginas | 1.668,00 | 1.111,00 | 2.779,00 |
| House Organ - por pág. adicional | 452,00 | 301,00 | 753,00 |
| *PRESS RELEASE - p/ lauda até 1.440 caracteres | 211,00 | 143,00 | 354,00 |
| REVISTA | | | |
| Revista - capa | 1.032,00 | 690,00 | 1.722,00 |
| Revista - Projeto Gráfico (identidade visual) | 4.693,00 | 3.130,00 | 7.823,00 |
| Revista - Projeto Editorial (linha editorial) | 4.380,00 | 2.922,00 | 7.302,00 |
| Revista - por página (inclui redação e editoração) | 338,00 | 225,00 | 563,00 |
| Revista - por página (só editoração) | 145,00 | 98,00 | 243,00 |
| RELATÓRIO | | | |
| Relatório Anual - Projeto Gráfico | 6.072,00 | 4.048,00 | 10.120,00 |
| Relatório - Editoração (por página) | 216,00 | 143,00 | 359,00 |
| Relatório - capa | 1.642,00 | 1.096,00 | 2.738,00 |

* Acrescentar os custos de fotos, ilustrações e outros serviços de terceiros, se for o caso.

● REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

MÍDIA EXTERIOR (out-of-home)



Mobiliário Urbano



PDV e Sinalização



Brindes



Para Refletir :

Há um alto nível no meio out-of-home, seja no conteúdo, na entrega ao anunciante e na percepção do consumidor.

(Pedro Basbastefano Júnior, 29 horas, Mídia Dados Brasil 2015/ Grupo de Mídia São Paulo)

MÍDIA EXTERIOR

| PEÇA | CRIAÇÃO | FINALIZAÇÃO | TOTAL |
|---|----------|-------------|----------|
| Outdoor (simples, back light e front light) | 2.091,00 | 1.394,00 | 3.485,00 |
| Busdoor - interno/ lateral/ traseira | 774,00 | 516,00 | 1.290,00 |
| Empena / fachada | 3.210,00 | 2.140,00 | 5.350,00 |
| Envelopamento de prédio/edifícios | 4.573,00 | 3.048,00 | 7.621,00 |
| Letreiro/ Luminoso/ Painel | 1.620,00 | 1.080,00 | 2.700,00 |
| Muro Tapume | 442,00 | 296,00 | 737,00 |
| Painel de banca da jornal | 1.652,00 | 1.101,00 | 2.753,00 |
| Placa Sinalização / Esquina / Gradil | 420,00 | 280,00 | 700,00 |
| Placa Obra / RT | 394,00 | 262,00 | 656,00 |
| Faixa de Avião | 840,00 | 560,00 | 1.400,00 |
| Faixa de Rua / Faixa de ponto de venda | 390,00 | 260,00 | 650,00 |
| Sanca / Cartaz (ônibus) | 1.450,00 | 967,00 | 2.417,00 |
| Taxidoor / Bikedoor | 1.368,00 | 912,00 | 2.280,00 |

MOBILIÁRIO URBANO

| PEÇA | CRIAÇÃO | FINALIZAÇÃO | TOTAL |
|-------------------------------------|----------|-------------|----------|
| Painel de abrigo de ônibus | 1.659,00 | 1.106,00 | 2.765,00 |
| Painel de relógio/termômetro de rua | 866,00 | 578,00 | 1.444,00 |
| Testeira de abrigo de ônibus | 375,00 | 252,00 | 627,00 |

MATERIAIS DIFERENCIADOS

| | |
|--------------------------------------|-------------------|
| Cenografia (espetáculos, eventos) | Custo por projeto |
| Mock-up de layout (montagem da peça) | Custo por projeto |
| Identificação Corporativa | Custo por projeto |
| Pintura de Frota | Custo por projeto |
| Símbolos | Custo por projeto |
| Sinalização Externa | Custo por projeto |
| Stand para Feiras | Custo por projeto |

PDV E SINALIZAÇÃO

| PEÇA | CRIAÇÃO | FINALIZAÇÃO | TOTAL |
|---|----------|-------------|----------|
| Balcão Promocional - comunicação visual | 3.519,00 | 2.346,00 | 5.865,00 |
| Banner / Estandarte | 561,00 | 374,00 | 935,00 |
| Display Balcão / Parede | 1.380,00 | 920,00 | 2.300,00 |
| Display (de vitrine, de chão, ponta de gôndola) | 1.500,00 | 1.000,00 | 2.500,00 |
| Display Preço | 240,00 | 160,00 | 400,00 |
| Envelopamento de veículos 2 e 3 rodas (moto e triciclo) | 243,00 | 162,00 | 405,00 |
| Envelopamento de carro (pequeno, grande, de carga e de passageiros) | 1.440,00 | 960,00 | 2.400,00 |
| Infláveis (balão, blimp, réplicas, roof etc) | 635,00 | 427,00 | 1.062,00 |
| Móvil (por peça) | 564,00 | 376,00 | 940,00 |
| Painel / Placa de PDV (simples) | 516,00 | 344,00 | 860,00 |
| Painel / Placa de PDV (ilustrado) | 987,00 | 658,00 | 1.645,00 |
| Painel de fundo de palco (backdrop) | 1.080,00 | 720,00 | 1.800,00 |
| Painel Fotográfico | 1.960,00 | 1.307,00 | 3.267,00 |
| Placa de Identificação / Plaqueta (porta) | 246,00 | 164,00 | 410,00 |
| Púlpito | 411,00 | 274,40 | 685,00 |
| Saia de mesa ou de palco | 810,00 | 540,00 | 1.350,00 |
| Tapume / Cavalete | 1.102,00 | 452,00 | 1.574,00 |
| Testeira de Palco ou PDV | 375,00 | 252,00 | 627,00 |
| Totem / Cubo | 985,00 | 683,00 | 1.668,00 |
| Vending Machine - comunicação visual | 945,00 | 630,00 | 1.575,00 |
| Wobbler/ Stopper | 555,00 | 370,00 | 925,00 |



BRINDES

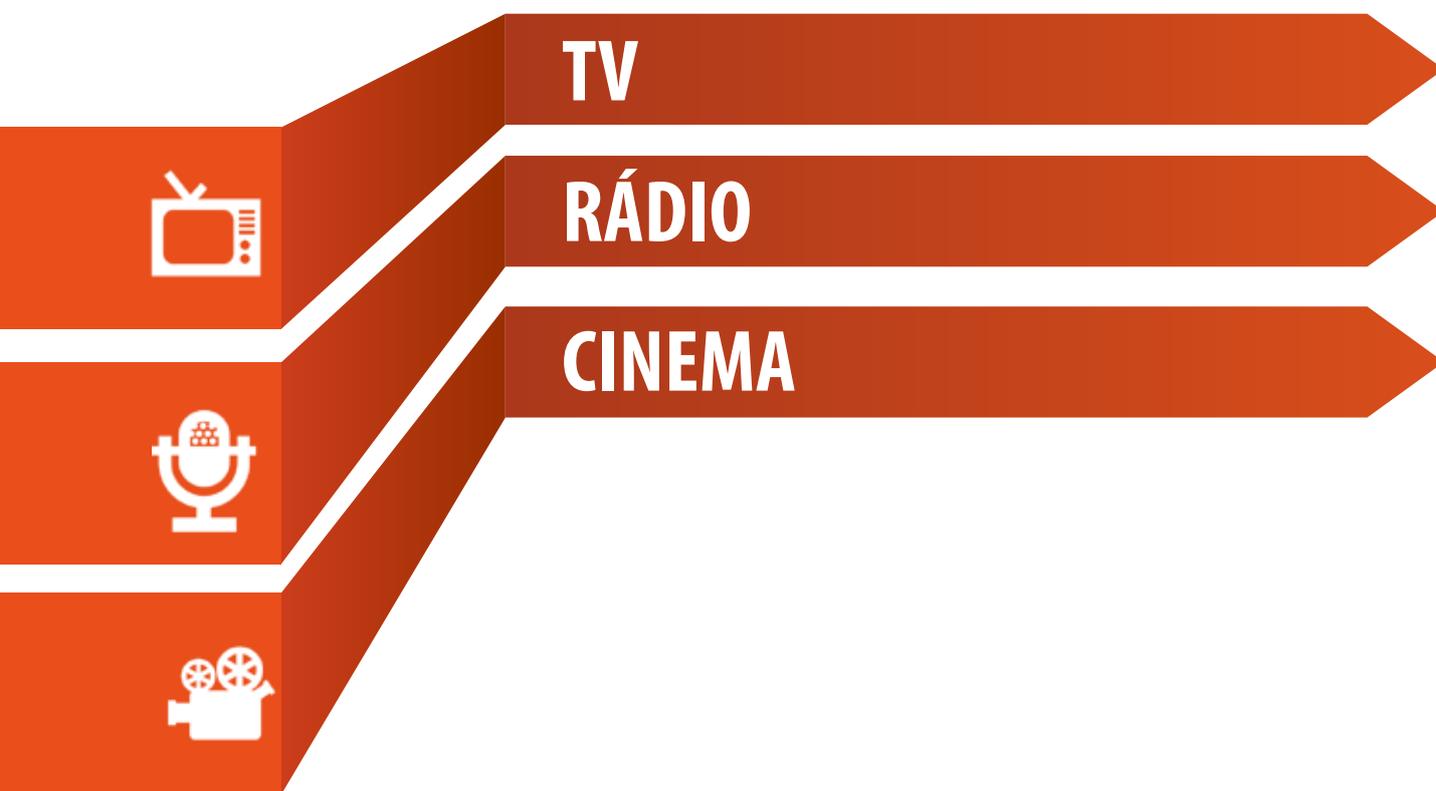
| PEÇAS | CRIAÇÃO | FINALIZAÇÃO | TOTAL |
|--------------------------------------|----------|-------------|----------|
| Bandeirola / Estandarte (por lâmina) | 270,00 | 180,00 | 450,00 |
| Baralho / Jogo Americano | 559,00 | 373,00 | 932,00 |
| Bolacha de chopp | 426,00 | 284,00 | 710,00 |
| Boné / Óculos / Pulseira | 213,00 | 143,00 | 356,00 |
| Botton | 291,00 | 194,00 | 485,00 |
| Caixa de Fósforos / Imã de geladeira | 204,00 | 136,00 | 340,00 |
| Camiseta / Colete/ Avental | 327,00 | 218,00 | 545,00 |
| Caneta / Lápis / Régua | 228,00 | 152,00 | 380,00 |
| Copo | 189,00 | 126,00 | 315,00 |
| Chaveiro/ Pen Drive/ Squeezer | 332,00 | 222,00 | 554,00 |
| Chapéu | 506,00 | 338,00 | 844,00 |
| Guarda-sol | 379,00 | 253,00 | 632,00 |
| Medalha | 325,00 | 217,00 | 542,00 |
| Mousepad | 592,00 | 395,00 | 987,00 |
| Placa Comemorativa (homenagem) | 771,00 | 515,00 | 1.286,00 |
| Risque-Rabisque | 290,00 | 194,00 | 484,00 |
| Sacola / Bolsa | 1.152,00 | 768,00 | 1.920,00 |
| Toalha | 412,00 | 276,00 | 688,00 |
| Troféu | 1.033,00 | 689,00 | 1.722,00 |
| Viseira / Bandana / Cachecol / Gorro | 282,00 | 188,00 | 470,00 |
| Outros brindes - valor mínimo | 180,00 | 120,00 | 300,00 |

*Acrésceta-se os custos de fotos, textos, ilustrações e outros serviços de terceiros, se for o caso.



UNIFORME

| PEÇA | CRIAÇÃO | FINALIZAÇÃO | TOTAL |
|--------------------|---------|-------------|----------|
| Uniforme Comercial | 714,00 | 476,00 | 1.190,00 |
| Uniforme Esportivo | 816,00 | 544,00 | 1.360,00 |



COMERCIAL PARA TELEVISÃO (criação, roteiro e texto)

| PEÇA/DURAÇÃO | TOTAL |
|--|-----------|
| Filme/VT de 15" a 30" | 5.550,00 |
| Filme/VT de 45" a 60" | 8.820,00 |
| Filme/VT (Desenho Animado) 15" | 6.660,00 |
| Filme/VT (Desenho Animado) 30"/45" | 11.790,00 |
| Filme/VT (Desenho Animado) / 60" | 17.685,00 |
| Filme/VT (Janela de Ofertas, Caracteres/Lettering) - até 60" | 2.325,00 |
| Documentário (por minuto) | 3.696,00 |
| Assinatura/Vinheta Eletrônica - até 3" | 1.056,00 |
| Motion Design | 1.500,00 |
| Storyboard (por quadro) | 400,00 |
| Letreiro/Cartela pra TV - *(produção digital) | 530,00 |

Obs: - Refação: adicional de 30%.

- Não estão inclusos os custos de produtora, edição, áudio, trilha, direção, iluminação, ilustração especial, logotipia, montagem, programação visual, trucagens, efeitos especiais, cópias, cachês e despesas operacionais.
- Reaproveitamento (cópia sem nenhuma alteração) do texto de TV para Rádio, cobrar 50% do valor do spot em questão.

COMERCIAL PARA RÁDIO (criação, roteiro e texto)

| PEÇA/DURAÇÃO | TOTAL |
|--|----------|
| Spot de 15" a 30" | 3.720,00 |
| Spot de 45" a 60" | 5.580,00 |
| Jingle/Fonograma/Trilha de 15" a 30" | 4.740,00 |
| Jingle/Fonograma/Trilha de 45" a 60" | 7.110,00 |
| Texto Foguete (de 7") janela de ofertas | 271,00 |
| Texto para Carro de Som - (valor de 1 texto para até 5 versões) | 768,00 |

Obs: - Refação: adicional de 30%.

- Não estão inclusos os cachês extras de compositor e intérprete, arranjo, músicos ou técnicos especialmente convidados, custos de produtora, gravação, cópias, cachês e despesas operacionais.

GERAÇÃO DE ARQUIVO (download/upload)

| | TOTAL |
|--|--------|
| Jingle-Trilha 30" / 60" | 550,00 |
| Letreiro / assinatura para TV (unitário) | 654,00 |
| Spot 30" / 60" | 550,00 |
| VT até 60" | 860,00 |

| ILHA DE EDIÇÃO | |
|--|--------------|
| Cópias | TOTAL |
| Beta analógico - de 5' a 10' | 375,00 |
| Beta analógico - de 30' a 90' | 435,00 |
| CD / DVD | 100,00 |
| XDCAM SD / XDCam HD | 995,00 |
| DVD | |
| Até 5 filmes no mesmo DVD | 450,00 |
| Adicional por filmes no mesmo DVD | 50,00 |
| Looping com duração determinada até 5 filmes | 700,00 |
| Adicional por filme em DVD com looping | 50,00 |
| Autoração de DVD (menu) | 50,00 |
| Adicional por submenu (máximo 18) | 30,00 |
| Conversões (a cada 60") | |
| Beta analógica para arquivo digital | 300,00 |
| XDCAM HD ou SD para arquivo digital | 500,00 |
| Arquivo digital p/ arquivo digital em outro codec (mpg,mov,avi,wmv, flv) | 100,00 |
| Legendagem - Por minuto (não inclui tradução) | 350,00 |
| Captação de frames - Captação até 10 frames | 215,00 |
| Gravação de Merchandising - por programa em horário comercial | 350,00 |
| Edição - Hora/homem + hora/máquina | 400,00 |
| Animação - Hora/homem + hora/máquina | 500,00 |
| Moodvídeo - até 5' | 5.000,00 |
| Narramatic - a cada 30" | |
| Montagem de quadros | 700,00 |
| Gravação e edição de áudio interno | 500,00 |
| Montagem e Animação Animatic (até 2') | 4.000,00 |
| Montagem Making Of (até 5') | 5.500,00 |
| Montagem de vinheta a partir de material já captado (até 10") | 1.500,00 |
| Case | |
| Pesquisa, montagem e animação | 10.000,00 |
| Versão em outro idioma (não inclui tradução) | 2.500,00 |



ILUSTRAÇÃO

Infografia



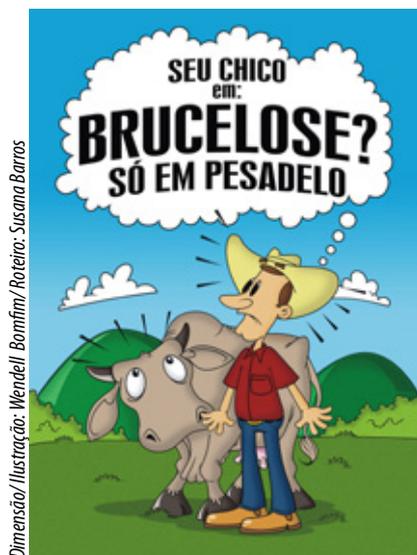
ILUSTRAÇÕES / HQ

| PEÇA/TÉCNICA | SIMPLES | COMPLEXA |
|---|----------|----------|
| Ilustração PB (lápis, esfumado, nanquim, aguado, mista ou outros) | 719,00 | 1.797,00 |
| Ilustração Colorida (lápis de cor, lápis aquarelável, aquarela, guache, giz, giz pastel, mista ou outros). | 1.322,00 | 3.306,00 |
| Ilustração em Tela (acrílica, óleo, mista ou outros) | 747,50 | 5.031,00 |
| Ilustração Digital I (traço/vetor em Coreldraw, Illustrator ou outros programas) | 912,00 | 2.282,00 |
| Ilustração Digital II (colorização em photoshop, painter ou outros programas) | 1.265,00 | 3.162,00 |
| Charge / Cartum | 690,00 | 1.725,00 |
| Caricatura (por pessoa) | 575,00 | 1.265,00 |
| Tirinha / Storyboard (por quadro) | 259,00 | 647,00 |
| Personagem / mascote - criação por personagem (traços físicos para desenho estático) | 1.437,00 | 3.590,00 |
| Personagem/Mascote - por personagem (personalidade e visões frontal, lateral/costas para nortear o uso em HQ, desenho animado ou modelagem 3D) | 3.737,00 | 9.343,00 |
| Personagem / estudo de expressões e movimentos (4 vistas) | 2.600,00 | 6.500,00 |
| HQ - História em Quadrinhos (por quadro - não inclui roteiro) | 512,00 | 1.280,00 |

* **Nos serviços em caráter de urgência**, cobrar taxa de urgência equivalente a 50% do valor estipulado.

REFEÇÃO: adicional mínimo de 30%

Cartilha com Ilustração Digital

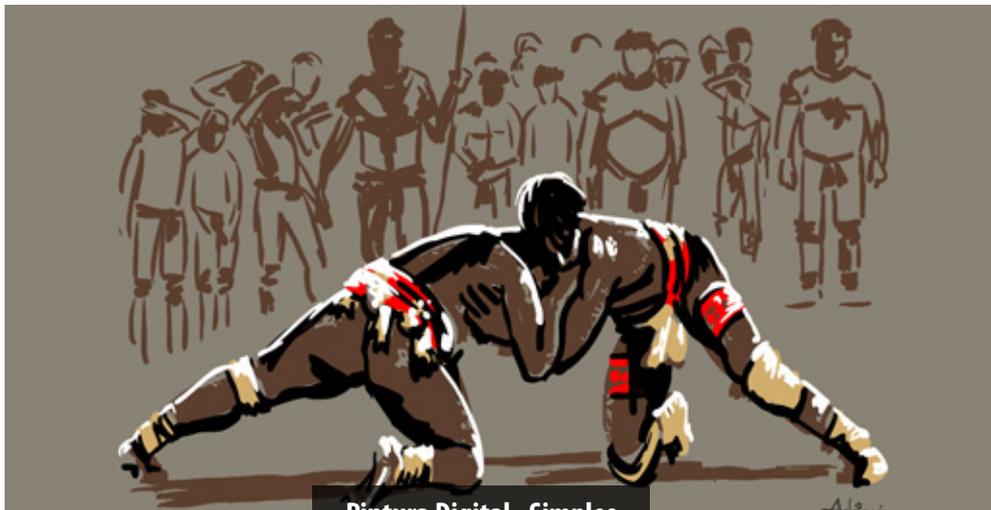


Observe!

- A complexidade estipulada no serviço, está relacionada à técnica, nível de detalhamento e ao tempo de trabalho gasto na ilustração.
- A Cessão Patrimonial de uso da imagem é dada através de Contrato de Direito Patrimonial e pode ser do tipo Parcial ou Total e Definitiva.
- No Brasil, a lei que regula os Direitos Autorais é a Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998.



Óleo sobre tela - Complexo



Pintura Digital - Simples



Pintura Digital - Complexa

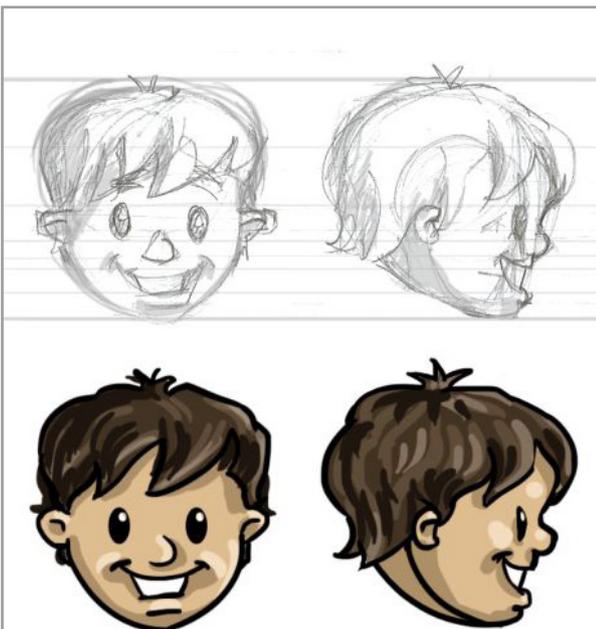
Personagem, figurinos e visões - Complexo



● REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%



Personagem - Complexo



Personagem Visões - Simples



Personagem - Simples





Ilustração vetorial - Complexa



Ilustração Vetorial - Simples



Nanquim aguado - Complexo



Nanquim sobre papel - Complexo

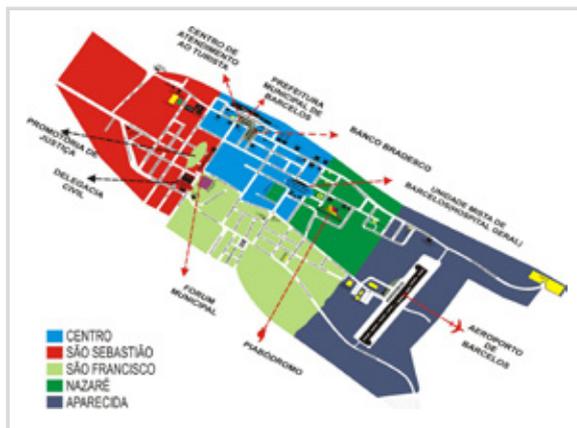
INFOGRAFIA | MAPAS

| PEÇA | TOTAL |
|---|-----------------|
| Mapa Localização Ilustrado (simples) | 512,00 |
| Mapa Localização Ilustrado (complexo) | 1.617,00 |
| Mapa Localização Ilustrado (alta complexidade) | * por avaliação |
| Infográfico (simples a média complexidade) | 1.725,00 |
| Infográfico (complexo) | 7.187,00 |
| Tabela/gráfico (simples) | 438,00 |
| Tabela/gráfico (complexo) | 878,00 |
| Tabela/gráfico (alta complexidade) - custo mínimo | 3.475,00 |

Atenção!

Nos casos de alta complexidade (mapa), considere o tempo e a técnica utilizada para cotar sua peça.

REFEÇÃO: adicional mínimo de 30%



MAPA (simples)

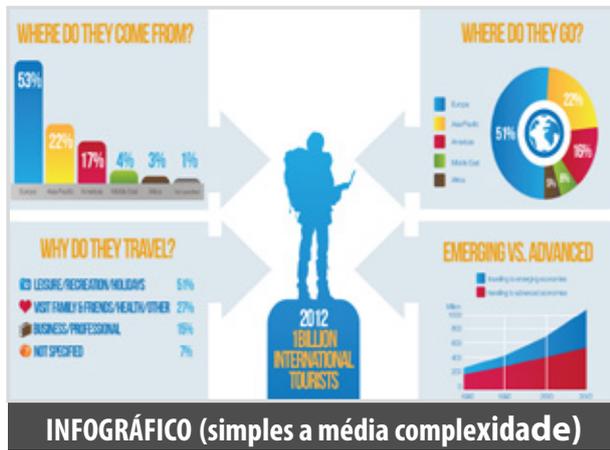


MAPA (complexo)



MAPA (alta complexidade). Produzido em 3D - da textura aos ícones

Dimensão



INFOGRÁFICO (simples a média complexidade)



INFOGRÁFICO (complexo)

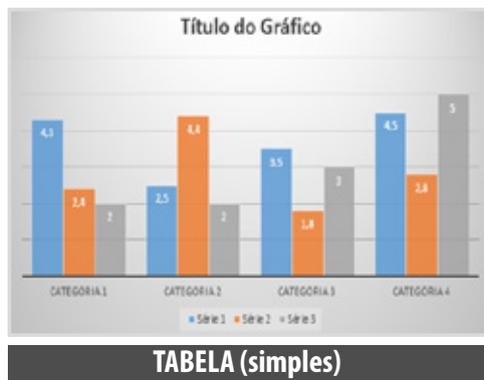


TABELA (simples)

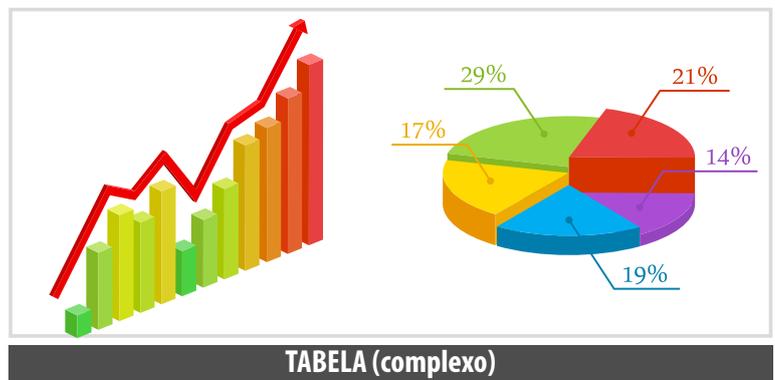


TABELA (complexo)

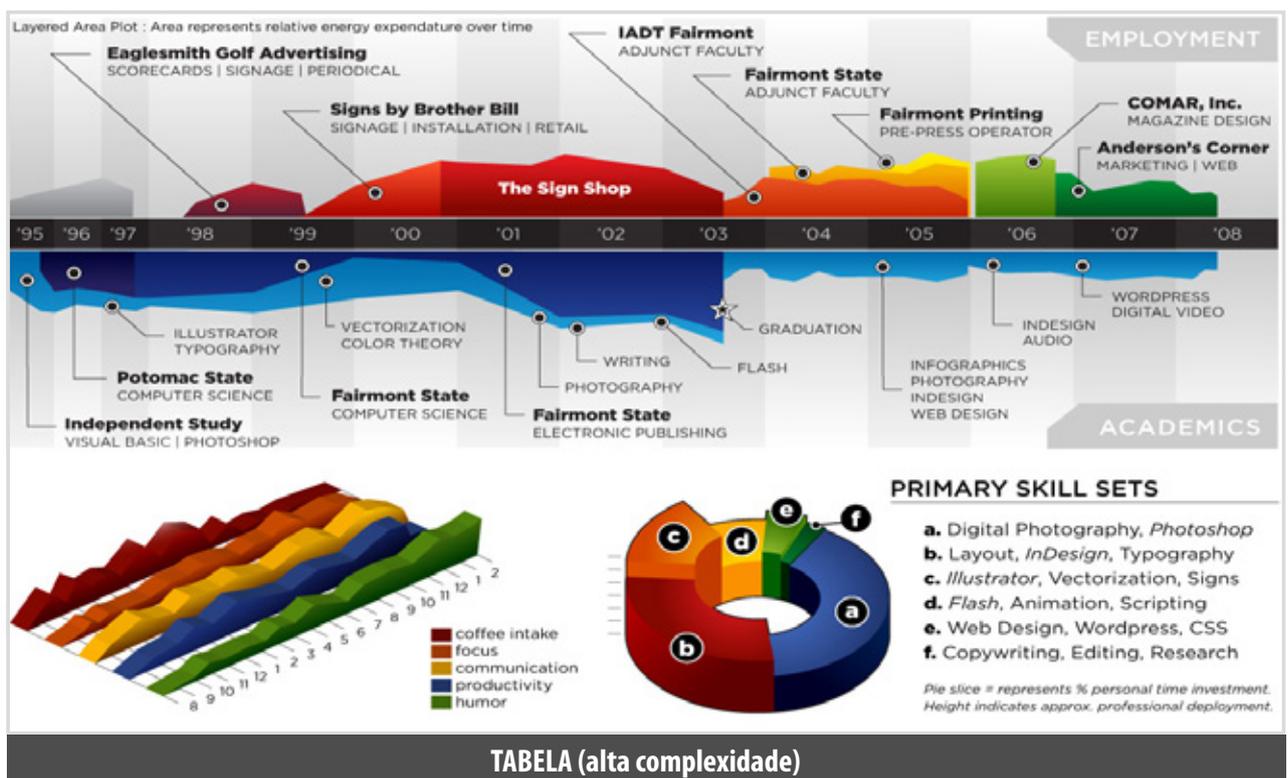


TABELA (alta complexidade)

SERVIÇOS WEB



Produção Digital



PARA REFLETIR:

TRAFEGANDO ENTRE EXTREMOS NUM AMBIENTE CADA VEZ MAIS COMPLEXO - Enganou-se quem imaginou que, com o passar dos anos, haveria algum tipo de acomodação para o ambiente da mídia digital. ocorre ao contrário: a cada ano o meio torna-se mais complexo.

Seja qual for a evolução da modalidade, ela **não deve ser vista apenas como uma forma de reduzir custos, pois demanda inteligência**, O ganho de escala e de eficiência prometidos acontecem justamente porque ela possibilita um entendimento melhor sobre o usuário. *(Mídia Dados Brasil 2015/ Grupo de Mídia São Paulo)*

PROJETOS - CUSTOS VARIÁVEIS

OBSERVAÇÕES IMPORTANTES

1- Custo hora-homem

Os preços referem-se a projetos solicitados com mais frequência por clientes. Os valores incluem os custos de horas-homem dos profissionais envolvidos, das áreas Atendimento, Planejamento/Gestão, Design/Criação, Desenvolvimento (programação) e Produção de Conteúdo. A realização de um projeto pode utilizar profissionais de todas as áreas ou não.

2- Preços mínimos

Os projetos têm especificidades e graus de complexidade diferentes, que demandam mais ou menos horas-homem. Por isso, os preços sugeridos são mínimos, não sendo possível estipular preços fixos e nem máximos.

3- Etapas de trabalho

Etapas de trabalho possíveis para um projeto: diagnóstico, planejamento, protótipo, layout, desenvolvimento (programação) e produção de conteúdo. A existência ou não de todas as etapas depende do grau de complexidade do projeto.

FORMATOS PUBLICITÁRIOS MAIS UTILIZADOS

| PEÇA | DIMENSÕES - PIXEL |
|--------------------------------|------------------------------------|
| Arranha-céu | 120 x 600 |
| Arranha-céu largo (skycraper) | 160 x 600 |
| Banner | 468 x 60 |
| Super banner (Cabeçalho) | 728 x 90 |
| Super banner expansível | 728 x 90 / 728 x 300 |
| Giga banner (Cabeçalho grande) | 970 x 90 |
| Retângulo | 180 x 50 |
| Retângulo médio | 300 x 250 |
| Retângulo grande | 336 x 280 |
| Retângulo vertical | 240 x 400 |
| Barra Vertical | 200 x 446 |
| Quadrado | 250 x 250 |
| Quadrado Pequeno | 200 x 200 |
| Meia página (half page) | 300 x 600 |
| Outdoor (billboard) | 970 x 250 |
| Dhtml / Floater | Variável até 72.200 pixels de área |

*Padrão IAB e Rede Display Google (GDN)

ANÚNCIOS DISPLAYS

| PEÇA / TIPO | ESTÁTICO (JPEG/GIF) | STANDARD (ANIMADO EM FLASH) |
|---|------------------------|--------------------------------|
| Master - (quaisquer dimensões) | 1.100,00 | 1.574,00 |
| Adaptação - (quaisquer dimensões) | 574,00 | 820,00 |
| Replicação (mesmo formato para outros veículos, somente alteração de clicktag) | 168,00 | 240,00 |

* Rich media / HTML5 sob consulta. (Acréscimo mínimo de 60%).

OUTRAS PEÇAS

PREÇO

Criação e Produção : existem diversos formatos (Flash, GIF, JPG etc.), dimensões (medidas) e tamanhos (peso) que variam de acordo com o local de veiculação.

| PEÇA | CRIAÇÃO/FINALIZAÇÃO |
|--|---------------------|
| Banner Rede Social (JPG/PNG) | 1.680,00 |
| Topo para Facebook e Twitter (JPG/PNG) | 1.680,00 |
| Layout de Company Page LinkedIn (HTML) | 2.900,00 |
| Formulário (HTML) | 1.800,00 |
| Arte para post em redes sociais | 2.000,00 |
| Qualquer formato com rich media / HTML5 | 4.600,00 |

* **Obs:** 1) Adaptações de materiais já produzidos: 50% do valor original ; 2) Os custos não incluem produção de conteúdo.

EMAIL MARKETING / NEWSLETTER

PREÇO

| | |
|--|-------------------------------------|
| Criação e Produção do HTML - Criação de layout com conteúdo produzido a partir de briefing do cliente, mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração | 1.885,00 |
| Implementação de Mailing List | 650,00 *cada 100 contatos |
| Disparo | 1.250,00 |
| Outros serviços de E-mail Marketing - Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. | Sob Consulta |
| Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestão de ajustes. | |

MOBILE WEBSITE E MOBILE APP

PREÇO

| | |
|--|--------------|
| Desenvolvimento de mobile website ou mobile app, incluindo planejamento, UX, site map, wireframe, layout, programação e outras tarefas pertinentes | Sob Consulta |
|--|--------------|

● REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

| WEBSITE | A PARTIR DE |
|---|--|
| <p>Estrutura básica sugerida Área institucional Estática (quem somos, o que fazemos, onde estamos etc.) Área de contato (e-mail, telefone, formulário etc.) Área core (gerenciador de conteúdo para cadastro de serviços/produtos e cases de clientes) Área informativa dinâmica com notícias, eventos, calendários etc.</p> <p>Valor sugerido deverá incluir Planejamento, arquitetura, criação, implementação e conteúdo institucional enviado pelo cliente.</p> | 12.600,00 |
| <p>Replicar para outros idiomas Cliente deverá enviar os textos traduzidos e finalizados.</p> | <i>A partir de 30% do preço inicial do site.</i> |
| <p>Gerenciador de Conteúdo</p> | <i>A partir de 50% do preço inicial do site.</i> |
| <p>Mobile</p> | <i>A partir de 50% do preço inicial do site.</i> |

*Produção de conteúdo e ferramentas interativas (enquetes, fórum, área restrita etc) deverão ser orçadas à parte.

| HOTSITE | A PARTIR DE |
|--|--|
| <p>Tecnicamente idêntico ao site, o hot site recebe esta denominação por ter um período de vida definido (prazo para sair do ar). É utilizado para divulgar e/ou promover produtos, serviços, lançamentos, eventos etc. Pode ter - ou não - algum tipo de interação com o usuário final, por exemplo, inserção de imagens, upload de vídeos, enquetes, cadastro de usuários, personalização de produto, games etc.</p> <p>Valor sugerido deverá incluir (independente do formato): Planejamento, arquitetura, criação e implementação.</p> | 9.800,00 |
| <p>Replicar para outros idiomas Cliente deverá enviar os textos traduzidos e finalizados. * Ferramentas interativas deverão ser orçadas à parte (enquetes, fórum, área restrita etc).</p> | <i>30% a 50% do preço inicial do site.</i> |

*Produção de conteúdo e ferramentas interativas (enquetes, fórum, área restrita etc) deverão ser orçadas à parte.

| LANDING PAGE | A PARTIR DE |
|--|-----------------|
| <p>Página criada exclusivamente como destino de uma campanha ou de busca (orgânica ou link patrocinado). Tem como objetivo informar o usuário sobre uma ação, lançamento ou promoção e engajá-lo de forma eficaz. *O preço inclui layout, texto e produção do HTML.</p> | 3.360,00 |

| REDES SOCIAIS | A PARTIR DE |
|--|----------------------------|
| <p>Análise de presença (Diagnóstico): Etapa fundamental e base para qualquer trabalho em redes sociais. Tem como objetivo mapear a atuação da marca nas diversas plataformas sociais e a identidade percebida e compartilhada por seus stakeholders. Responde a perguntas como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Onde e como sua empresa e concorrentes estão posicionados nas redes sociais? - Quais os atributos da sua marca segundo blogs, microblogs, comunidades e grupos de discussão? - Quais os principais interesses do seu público alvo nas redes sociais? - Quais são as oportunidades de diálogo para que sua empresa amplie a presença ou se reposicione no mercado? <p>Valor sugerido deverá incluir Planejamento, arquitetura, criação, implementação e conteúdo institucional enviado pelo cliente.</p> | 7.600,00 |
| <p>Planejamento: Definição dos objetivos, conteúdos, plataformas e canais - incluindo a identidade visual desses canais, recursos a ser utilizados, persona da marca, métricas e monitoramento. Envolve: Canais, tipos de conteúdo, dinâmicas de relacionamento e ações criativas.</p> | 5.250,00 |
| <p>Gestão de Presença: Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação. Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais. O monitoramento contínuo inclui o relacionamento com os seguidores da marca, análises de métricas relevantes e ações emergenciais de acordo com o que for detectado.</p> | 5.250,00/mês |
| <p>Curadoria de conteúdo Selecionar conteúdo para publicação em outros canais, como blog, twitter e tumblr. Varia em função de volume (quantidade de conteúdo publicado) e expertise do analista.</p> | 1.500,00 |
| <p>Produção de conteúdo não-especializado 1.500 a 3.000 caracteres / 2 postagens por semana.</p> | 1.500,00 mensais |
| <p>Produção de conteúdo especializado Envolve conhecimento técnico e muitas vezes contratação de especialista.</p> | 500,00 por lauda |
| <p>Produção de conteúdo multimídia Vídeos para youtube, fotos, podcasts etc.</p> | Sob consulta |
| <p>Outros serviços de redes sociais</p> | Sob consulta |

| LINKS PATROCINADOS | A PARTIR DE |
|---|---|
| <p>Planejamento: O recurso de links patrocinados permite impactar usuários de forma segmentada, exibindo anúncios contextualizados com os resultados de pesquisa em buscadores (Google, Yahoo! Facebook, Bing etc) e em site de conteúdo na web.</p> <p>Valor sugerido deverá incluir: A análise e definição de canais, envolvendo adequação ao público-alvo e à estratégia, escolha de palavras-chave, tipo de abordagem etc</p> | 2.600,00 |
| <p>Gestão de Campanha: Acompanhamento diário da campanha com otimização constante, incluindo a implementação de recursos e ferramentas que visam garantir a melhor performance da conta, além do controle orçamentário da campanha.</p> | 2.000,00/mês ou 20% da verba gerenciada |

| SEO - Search Engine Optimization | A PARTIR DE |
|--|---------------------|
| <p>Planejamento e Setup: Etapa fundamental para o sucesso dos projetos de SEO, o planejamento identifica os melhores termos (palavras-chave) e melhores canais para posicionar a marca, considerando o produto/serviço, concorrência e, principalmente, volume de buscas na internet, a fim de assegurar o melhor posicionamento da marca nos sites de busca. São definidas as metas e os KPIs que nortearão a gestão de SEO. Estratégias de link building, conteúdo e performance também são definidas no planejamento, bem como melhorias técnicas para otimizar a indexabilidade nos mecanismos de buscas.</p> | 3.600,00 |
| <p>Gestão: A gestão e SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. É fundamental para chegar à primeira página dos buscadores e manter-se em evidência. Inclui link building, instruções técnicas para otimização de páginas, códigos do site, otimização do conteúdo e das imagens, instruções para otimização de back-links e, principalmente, gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento.</p> | 2.000,00/mês |

| MÍDIA | A PARTIR DE |
|---|--|
| <p>Todo e qualquer serviço que envolva veiculação publicitária nos meios digitais.</p> <p>Planejamento de mídia Definição dos melhores meios e formatos para atingir os objetivos estabelecidos.</p> <p>Criação das Campanhas Criação do conceito para o meio digital. Adaptação da campanha de outros meios para o meio digital.</p> <p>Mensuração dos resultados Acompanhamento e análise para quantificação do desempenho da campanha nos respectivos meios, utilizando métricas e padrões de mercado (page view, tempo de navegação, taxa de clique, conversão etc.). Esta avaliação pode ser feita uma única vez para cada campanha, ou não, dependendo do período de veiculação planejado para a campanha.</p> | Remuneração percentual de até 20% (pelo desconto padrão) sobre o valor investido na compra de mídia. |



GLOSSÁRIO

GLOSSÁRIO

• **AGÊNCIA DE PUBLICIDADE OU AGÊNCIA DE PROPAGANDA** - É, nos termos do art. 6º do Dec. nº 57.690/66, empresa criadora/produtora de conteúdos impressos e audiovisuais especializada na arte, na técnica e nos métodos publicitários, através de profissionais a seu serviço, que estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veículos de comunicação, por ordem e conta de clientes-anunciantes com o objetivo de promover a venda de mercadorias, produtos, serviços e imagem, difundir ideias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições a que servem.

• **AGENCIADOR AUTÔNOMO ou CORRETOR** - É o profissional independente - sem vínculo empregatício com anunciante, agência ou veículo - que contrata publicidade por ordem e conta do anunciante.

• **AGENCIADOR DE PROPAGANDA** - É a pessoa física registrada e remunerada pelo veículo de comunicação, sujeita à sua disciplina e hierarquia, com a função de intermediar a venda de espaço/tempo publicitário.

• **ANUNCIANTE ou CLIENTE** - Nos termos do art. 8º do Dec. nº 57.690/66, é a empresa, entidade ou indivíduo que utiliza a propaganda.

• **BALCÃO DE ANÚNCIOS** - É a pessoa jurídica independente, equiparada ao Agenciador Autônomo, que capta publicidade para distribuição aos veículos de comunicação.

• **BANNER** - 1. Tipo de pequena bandeira utilizada no ponto-de-venda (PDV), eventos etc., contendo mensagem promocional. Pode ser confeccionada em pano, plástico ou papel. 2. Propaganda em forma de imagem gráfica utilizada na página da Internet. Normalmente, possui um link direcionando para um site promocional ou que traga mais informações sobre o produto mencionado na propaganda.

• **BROADSIDE** - Folheto especialmente dirigido aos públicos internos (vendedores, funcionários) e intermediários (distribuidores, varejistas) de uma empresa, geralmente explicando como será uma campanha de propaganda e/ou promoção.

• **BV** - Sigla de Bonificação de Volume, plano de incentivo, bonificação extra dada pelos veículos de comunicação às agências de propaganda que conseguem atingir metas pré-estabelecidas pelos próprios veículos, que poderá ser ou não de natureza monetária. O incentivo vincula somente o veículo instituidor e a agência por ele habilitada, sem que dessa relação empresarial resulte ônus para os clientes-anunciantes, os quais, por definição, não são parte dela. Muitas vezes, a BV é confundida com o Desconto-Padrão de Agência (comissão) ou Honorários Sobre Serviços de Terceiros.

• **CENP** - Conselho Executivo das Normas-Padrão é uma entidade criada pelo mercado publicitário para fazer cumprir as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, documento básico

que define as condutas e regras das melhores práticas éticas e comerciais entre os principais agentes da publicidade brasileira. O CENP existe desde 16 de dezembro de 1998, e tem como seu principal gestor um Conselho Executivo, onde têm assento 23 representantes de Agências de Propaganda, Anunciantes, Veículos de Comunicação e Governo Federal.

• **CERTIFICADO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA** - É outorgado pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, às aquelas agências de propaganda que comprovaram condições profissionais e técnicas de exercerem as atividades específicas previstas na legislação publicitária. Com o certificado, a agência se identifica perante os veículos de divulgação e os anunciantes em sua capacitação e especialização e a habilita a receber dos veículos o Desconto-Padrão de Agência (comissão), por seu trabalho de produção de conteúdo e de intermediação das mensagens publicitárias por conta e em nome do anunciante.

• **CM / COL** - Abreviatura de centímetro por coluna, espaço-padrão de um jornal. Área de um anúncio de jornal, que é a multiplicação do número de colunas (largura) pela altura em centímetros (cm x coluna).

• **DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA** - É o abatimento concedido, com exclusividade, pelo veículo de comunicação à agência de propaganda, a título de remuneração, pela criação/produção de conteúdo e intermediação técnica entre aquele e o anunciante. É a definição legal para a comissão recebida do veículo de comunicação pela agência de propaganda.

• **DISPLAY** - Peça promocional e de merchandising que exibe uma mensagem ou uma mensagem e um produto no ponto-de-venda.

• **ENCARTE** - Peça publicitária gráfica encartada em jornal e revista, no formato do veículo ou não. Serve para dar visibilidade à mensagem, ser destacada pelo consumidor ou para atingir segmentos geográficos e de mercado.

• **"FEE"** - É o valor contratualmente pago pelo anunciante à agência de propaganda, nos termos estabelecidos pelas Normas-Padrão, independentemente do volume de veiculações, por serviços prestados de forma contínua ou eventual. O "fee" pode ser cumulativo e abranger a remuneração da agência referente à mídia, produção externa, produção interna e outros trabalhos como assessoria de imprensa, relações públicas etc. Em todas as situações, a agência deverá ser remunerada por "fee", no mínimo, de valor aproximado ao que ela receberia se fosse remunerada dentro do que é tradicional no mercado.

• **FLASH** - Linguagem de programação que torna possível a animação de textos e figuras na Internet de forma interativa.

• **FOLDER** - 1. Folheto publicitário constituído de uma única folha, com uma ou mais dobras. 2. Anúncio de revista com uma ou mais dobras.

• **FOLHETO** - Peça impressa com uma ou mais dobras, cada seção da qual se apresenta como uma página completa. Também, obra de poucas páginas, quase sempre grampeada.

• **FONOGRAMA** - Peça publicitária sonora, para veiculação em rádio, televisão ou cinema.

• **FORNECEDOR DE SERVIÇO** ou, simplesmente, **FORNECEDOR** - É a pessoa física ou jurídica especializada e tecnicamente capacitada a fornecer os serviços ou suprimentos necessários ao estudo, concepção e execução da propaganda, em complementação ou apoio às atividades da agência, anunciante e veículo.

• **GIF** - Abreviação de Graphic Interchange Format. É um formato gráfico com grande capacidade de compressão. A maioria das imagens na internet é um GIF.

• **GIF ANIMADO** - Formato gráfico que parece se mover ou se alterar como resultado de várias camadas de imagem.

• **HOME PAGE** - É a primeira e mais importante página de um site. Com frequência o termo é usado também para se referir ao site como um todo.

• **HONORÁRIOS SOBRE SERVIÇO DE TERCEIROS** - Pela responsabilidade de pesquisar opções de terceirização buscando sempre a melhor relação entre qualidade, preço e agilidade dos fornecedores de serviços auxiliares, bem como pelo acompanhamento e controle de todas as fases de produção que serão executadas materialmente por terceiros fornecedores, a agência é remunerada pelo cliente no percentual de 15% sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com esses mesmos fornecedores, a título de honorários profissionais. Quando a responsabilidade da agência - no caso de contratação de terceiros fornecedores - limitar-se à seleção dos mesmos e na intermediação na sua contratação e pagamento - não tendo havido trabalho criativo da agência - esta receberá do cliente honorários correspondentes de 5% a 10% sobre o custo do serviço ou suprimento cobrado pelos fornecedores.

• **HOTSITE, SITELET ou MINI-SITE** - Funciona como um site comum, mas, normalmente, é menor, mais objetivo e fica no ar apenas em um determinado período.

• **HOUSE AGENCY** - Agência-da-casa, em inglês. Agência de propaganda pertencente e que trabalha para o próprio anunciante, e - eventualmente - para outros clientes.

• **HOUSE ORGAN** - Qualquer publicação periódica de uma empresa, destinada a seus funcionários, consumidores, varejistas ou mercado em geral.

• **HTML ou HTM** - Abreviação de Hyper Text Markup Language. É a linguagem padrão de formatação de documentos para a internet. (ver também XML).

• **JANELA** - 1. Abertura que se faz em um original para colocação de texto. 2. Artifício muito usado no varejo e que consiste em deixar um espaço em comerciais de rádio e TV para trocar

parte da mensagem sem a necessidade de refazer toda a gravação. 3. Espaço em jingle para locução.

• **JINGLE** - Publicidade em forma de música curta e de fácil memorização. Visa divulgar determinada marca, produto ou serviço.

• **JPEG** - Abreviação de Joint Photographic Expert Groups. É um formato de arquivo de imagem utilizado com frequência na internet.

• **LÂMINA** - Em impressão chamamos de lâmina o formato aberto do trabalho. Por exemplo: 4 páginas correspondem a uma lâmina de impressão (dobrada) com duas páginas na frente mais duas no verso.

• **LOGO** - Abreviatura de logotipo ou logomarca.

• **LOGOMARCA** - Símbolo gráfico identificador de uma empresa ou marca, quando composta do símbolo em si mais o logotipo.

• **LOGOTIPO** - Letras (especialmente desenhadas ou adaptadas) utilizadas para compor o nome de marca ou empresa.

• **MARCA** - 1. Símbolo gráfico identificador de uma empresa, produto ou serviço. 2. Convenção utilizada para definir um produto, serviço ou empresa, incluindo sua denominação comercial e origem.

• **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA** - São regras convencionais, estabelecidas de comum acordo entre as entidades nacionais representativas dos anunciantes, das agências de propaganda e dos veículos de divulgação, que refletem o espírito de autorregulamentação, contendo regras éticas e as melhores práticas no relacionamento comercial entre as partes envolvidas no negócio da propaganda.

• **P&B** - Abreviatura de preto-e-branco, peça publicitária ou anúncio que utiliza apenas a cor preta e seus matizes de cinza.

• **PANFLETO** - Peça impressa de algumas páginas, com capa.

• **POP-UP** - Janelas flutuantes que se abrem sobrepondo a tela do browser. Muito utilizada para notícias importantes ou promoções, é considerado por muitos uma propaganda invasiva. Para ser considerada como pop-up, as janelas devem ser menores que a tela do browser.

• **PRESS-KIT** - Conjunto de informações, textos, ilustrações, fotografias e até amostras do produto entregues à imprensa nos trabalhos de relações públicas e assessoria de imprensa.

• **PRESS-RELEASE** ou simplesmente **RELEASE** - Texto com informações para a imprensa.

• **PUBLICIDADE OU PROPAGANDA** - É, nos termos do art. 2º do Dec. nº 57.690/66, qualquer forma remunerada de difusão de ideias, mercadorias, produtos ou serviços por parte de um anunciante identificado.

- **REPRESENTANTE DE VEÍCULO** ou simplesmente **REPRESENTANTE** - é a pessoa jurídica ou física especializada que trata dos interesses comerciais de seus representados.
- **SLOGAN** - Frase-tema de uma campanha ou marca, que procura resumir e definir seu posicionamento.
- **SPOT** - Mensagem publicitária de rádio, feita por uma locução simples ou mista (duas ou mais vozes), com ou sem efeitos sonoros e uma música de fundo.
- **STAND** - Estande, em inglês. Pequena construção ou balcão armado em feiras ou locais públicos para servir de base a promotores e divulgadores de uma empresa ou marca, receber clientes e futuros clientes, expor mercadorias e amostras, material publicitário ou promocional.
- **STORYBOARD** - Esquema ilustrado do roteiro de um comercial, definindo algumas de suas cenas principais, de modo a facilitar sua análise, aprovação e produção.
- **TEXTO FOGUETE** - Pequena locução publicitária feita durante a transmissão de programação (geralmente esportes ou eventos musicais) de rádio e TV.
- **VALOR NEGOCIADO** - É o valor fixado na lista pública de preços dos Veículos de Comunicação, já deduzidos os descontos comerciais. Antes o termo era denominado VALOR BRUTO. Mudança efetivada através da Comunicação Técnica 01/2011 do CENP.
- **VALOR FATURADO** - É a remuneração do Veículo, de Comunicação, resultado da diferença entre o "Valor Negociado" e o "Desconto-Padrão de Agência" (receita efetiva do Veículo de Comunicação). Antes o termo era denominado Valor LÍQUIDO. Mudança efetivada através da Comunicação Técnica 01/2011 do CENP.
- **VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO** ou simplesmente **VEÍCULO** - É, nos termos do art. 10º do Dec. nº 57.690/66, qualquer meio de divulgação visual, auditiva ou audiovisual.
- **VINHETA** - 1. Pequena ilustração colocada em um anúncio ou trabalho gráfico. 2. Cena animada (em desenho ou fotografia) bem rápida (até 5 segundos) para lembrar um tema, empresa, comercial ou marca, na televisão. 3. Mensagem sonora musical (acompanhada ou não por uma pequena locução) bem rápida (até 5 segundos) para lembrar um tema, empresa ou marca no rádio.
- **VOLANTE** - Pequeno folheto, bem simples, de uma página.
- **XML** - Abreviação de Extensible Markup Language - Linguagem e protocolo de comunicação entre sistemas que permitem troca de informações, dados e procedimentos mesmo entre sistemas completamente distintos que poderão decodificar a informação.

APÊNDICE



REMUNERAÇÃO DA AGÊNCIA DE PROPAGANDA

A agência de propaganda é remunerada, conforme as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, Decreto nº 57.690/66, com as alterações trazidas pelo Decreto n. 4.563/2002, da seguinte forma:

a) – Desconto padrão de agência pelo planejamento de mídia e pela intermediação na contratação de espaço/tempo publicitário, a agência receberá dos veículos de divulgação, 20% sobre o valor da mídia. Essa remuneração é exclusivamente concedida pelos veículos às agências de propaganda e não pode ser concedida ao anunciante direto (cf. item 2.5 e 2.5.1 das Normas-Padrão).

O desconto é exclusivo de agência de publicidade, não podendo ser concedido a anunciante/cliente. O repasse, ao cliente, pela agência de parte do desconto padrão seguirá os parâmetros dos itens 3.5 e 6.4 e do ANEXO B, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP, conforme descrito a seguir:

ANEXO B SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS Instituído pelo item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária

| Investimento Bruto Anual em Mídia | Percentual Negociável do Desconto-Padrão de Agência a Ser Aplicado Sobre o Investimento Bruto do Anunciante |
|---|---|
| Até R\$ 2.500.000,00 | Nihil. |
| De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00 | Até 2% (dois por cento) do investimento bruto |
| De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00 | Até 3% (três por cento) do investimento |
| De R\$ 25.000.000,01 em diante | Até 5% (cinco por cento) |

b) Os custos dos serviços internos como criação, redação, layout, arte-final, ilustrações etc., que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria agência, serão calculados com base em parâmetros estabelecidos pela Tabela Referencial de Custos de Serviços Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás, e não serão acrescidos de honorários nem de quaisquer encargos.

c) Serviços externos, pela responsabilidade de pesquisar opções de terceirização buscando sempre a melhor relação entre qualidade, preço e agilidade dos fornecedores de serviços auxiliares, bem como pelo acompanhamento e controle de todas as fases de produção que serão executadas materialmente por terceiros fornecedores, a agência é remunerada pelo cliente no percentual de 15% sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com esses mesmos fornecedores (cf. item 3.6.1 das Normas-Padrão).

d) Serviços externos Quando a responsabilidade da agência - no caso de contratação de terceiros fornecedores- limitar-se à seleção dos mesmos e na intermediação na sua contratação e pagamento - não tendo havido trabalho criativo da agência - esta receberá do cliente honorários de 5% a 10% sobre o custo do serviço ou suprimento cobrado pelos fornecedores. (conforme item 3.6.2 das Normas-Padrão).

e) Serviços especiais, tais como pesquisas, assessoria de imprensa e outros serão cobrados mediante prévia combinação entre as partes.

f) Remuneração através de fee, o item 3.10 das Normas-Padrão do CENP define esta modalidade: “Como alternativa à remuneração através do “desconto padrão de agência”, é facultada a contratação de serviços de Agência de Publicidade mediante “fees” ou “honorários de valor fixo”, a serem ajustados por escrito entre Anunciante e Agência, respeitado o disposto no item 2.9 destas Normas-Padrão”.

SERVIÇOS PRESTADOS PELAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Toda agência de propaganda, habilitada e certificada pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão deve estar capacitada a prestar a seu cliente os seguintes serviços, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem do cliente/anunciante:

- a) Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência.
- b) Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação.
- c) Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes.
- d) Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise das suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao mercado e à concorrência.
- e) Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (Criação) e o estudo dos meios e veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (Planejamento de Mídia).
- f) Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (Execução de Mídia), e o no pagamento das faturas.

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

A contratação da agência pelo anunciante deve respaldar-se, preferencialmente, em documento escrito, no qual deverá constar o prazo da prestação de serviços e os ajustes que as partes fizerem, complementando e/ou detalhando dispositivos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária. O prazo poderá ser indeterminado, mas o seu término deverá ser precedido de aviso dado pela parte interessada à outra com, pelo menos, 60 (sessenta) dias de

antecedência. Na vigência da relação contratual, a agência abster-se-á de colaborar com empresas, instituições, conceitos, ideias, marcas, produtos ou serviços que concorram diretamente com o cliente; este, reciprocamente, abster-se-á de utilizar os serviços de outras agências para a difusão dos mesmos conceitos, ideias, marcas, produtos ou serviços; salvo salvo convenção em contrário.

INFORMAÇÕES GERAIS

A Atividade publicitária

Toda agência de publicidade deve seguir rigorosamente a legislação e normas específicas, principalmente a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, os Decretos nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966 e o de nº 2.262, de 26 de junho de 1997, bem como as Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

Reembolso de Despesas Operacionais

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente, não inclusos na categoria de custos externos dos trabalhos, deverão ser previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo, sem incidência de honorários ou comissões. Entre esses gastos, exemplificam-se: táxi, viagens, estadas, alimentação, encomendas, interurbanos, fax, cópias etc.

Permuta

É livre a contratação de permuta de espaço, tempo ou serviço publicitário entre veículos de comunicação e anunciantes, diretamente ou mediante participação da agência de publicidade responsável pela conta publicitária. Nesse caso o contrato, ou acordo, deverá, necessariamente, estabelecer a quem competirá emunerar a agência, podendo este ônus recair sobre o veículo ou sobre o anunciante, isoladamente, ou sobre ambos, e em que proporção. Quando o contrato for omissivo, ou na ausência de acordo, a agência titular dos direitos autorais sobre o material a ser veiculado fará jus ao “desconto padrão de agência”, de acordo com o item 2.5 combinado com o item 4.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP.

Direitos Autorais

Sobre os direitos autorais da agência, a questão está ao abrigo dos seguintes dispositivos:

- Decreto 57.690/66, artigo 9º, VIII - A ideia utilizada na propaganda é, presumidamente, da Agência, não podendo ser explorada por outrem, sem que aquela, pela exploração, receba a remuneração justa. Ressalvado o disposto no art. 454, da Consolidação das Leis do Trabalho.

- Normas-Padrão do CENP

3.7 Como estímulo e incentivo à criatividade, presume-se que as ideias, peças, planos e campanhas de publicidade desenvolvidos pertençam à Agência que os criou, observada a legislação sobre o direito autoral.

3.8 Ao modificar ou cancelar serviços internos já aprovados, executados ou em execução, o Cliente deverá pagar à Agência o custo desses serviços. A modificação ou o cancelamento de serviços ou suprimentos externos, observará as condições para tanto estabelecidas pelo Fornecedor ou Veículo, e obrigará o Cliente tanto ao pagamento dos custos já efetivados, como ao ressarcimento das obrigações irretratáveis.

- Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais)

A obra publicitária enquadra-se como “coletiva” na definição dada pelo art. 5º, inciso VIII, alínea “h” da Lei 9.610/98, que assim descreve esse tipo de obra:

“**Coletiva:** a criada por iniciativa, organização e responsabilidade de uma pessoa física ou jurídica, que a publica sob seu nome ou marca e que é constituída pela participação de diferentes autores, cujas contribuições se fundem numa criação autônoma”.

Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária

Artigo 38 – Em toda a atividade publicitária serão respeitados os direitos autorais nela envolvidos, inclusive os dos intérpretes e os de reprodução.

Licitações

Todos os serviços de publicidade a serem prestados por intermédio de agências de propaganda para a administração pública (federal, estadual e municipal) serão realizados através de licitações e contratações reguladas pela Lei Federal 12.232, de 29 de abril de 2010, e de forma complementar pelas Leis nos 4.680, de 18 de junho de 1965, e 8.666, de 21 de junho de 1993. E só podem ser realizadas sob o tipo “melhor técnica” ou “técnica e preço”. A íntegra da Lei 12.232 pode ser acessada no endereço eletrônico: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12232.htm

PROCEDIMENTOS ÉTICOS

(Código de Ética dos Profissionais da Propaganda)

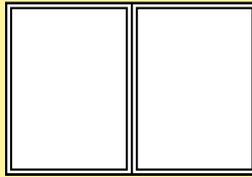
- Todo trabalho profissional de propaganda faz jus ao pagamento respectivo nas bases combinadas, prevalecendo, na falta destes, o preço comum para trabalhos simples.
- É proscrita por desleal a prestação de serviços profissionais gratuitos ou por preços inferiores aos da concorrência, a qualquer título executado, excetuando-se, naturalmente, os casos em que o beneficiário seja uma entidade incapaz de remunerá-lo.

TABELA DE APROVEITAMENTO DE PAPEL EM GRÁFICAS



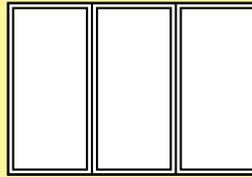
Formato 1

Tamanho do Papel: 66 x 96 cm
Mancha de Impressão: 64 x 94 cm



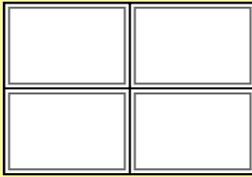
Formato 2

Tamanho do Papel: 48 x 66 cm
Mancha de Impressão: 46 x 64 cm



Formato 3

Tamanho do Papel: 32 x 66 cm
Mancha de Impressão: 31 x 64 cm



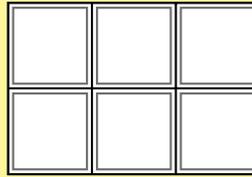
Formato 4

Tamanho do Papel: 33 x 48 cm
Mancha de Impressão: 31,5 x 46 cm



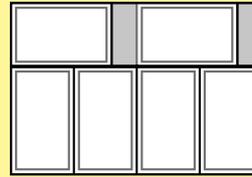
Formato 5

Tamanho do Papel: 32 x 34 cm
Mancha de Impressão: 30,5 x 33 cm



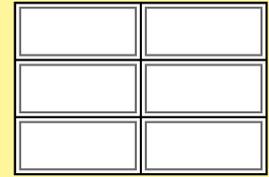
Formato 6

Tamanho do Papel: 32 x 33 cm
Mancha de Impressão: 30,5 x 32 cm



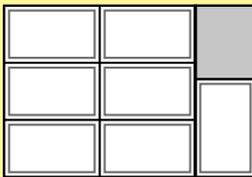
Formato 6 (2)

Tamanho do Papel: 24 x 42 cm
Mancha de Impressão: 22,5 x 41 cm



Formato 6 (3)

Tamanho do Papel: 22 x 48 cm
Mancha de Impressão: 20,5 x 47 cm



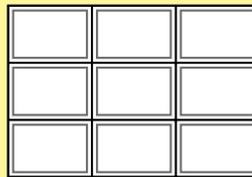
Formato 7

Tamanho do Papel: 22 x 37 cm
Mancha de Impressão: 20,5 x 36 cm



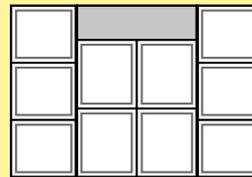
Formato 8

Tamanho do Papel: 24 x 33 cm
Mancha de Impressão: 22,5 x 32 cm



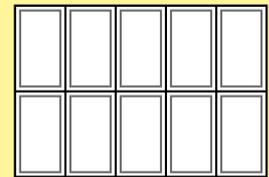
Formato 9

Tamanho do Papel: 22 x 32 cm
Mancha de Impressão: 21 x 31 cm



Formato 10

Tamanho do Papel: 22 x 26 cm
Mancha de Impressão: 21 x 25 cm



Formato 10 (2)

Tamanho do Papel: 22 x 33 cm
Mancha de Impressão: 18 x 32 cm



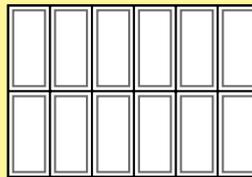
Formato 11

Tamanho do Papel: 21 x 25 cm
Mancha de Impressão: 20 x 24 cm



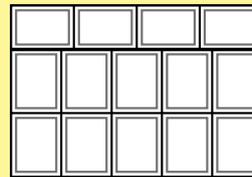
Formato 12

Tamanho do Papel: 22 x 24 cm
Mancha de Impressão: 21 x 23 cm



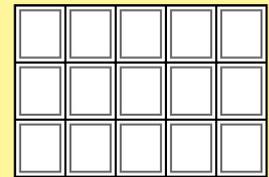
Formato 12 (2)

Tamanho do Papel: 16 x 33 cm
Mancha de Impressão: 15 x 32 cm



Formato 14

Tamanho do Papel: 19,2 x 23,4 cm
Mancha de Impressão: 18 x 22,5 cm



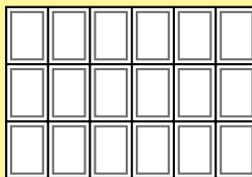
Formato 15

Tamanho do Papel: 19,2 x 22 cm
Mancha de Impressão: 18 x 21 cm



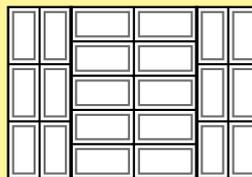
Formato 16

Tamanho do Papel: 16,5 x 24 cm
Mancha de Impressão: 15 x 23 cm



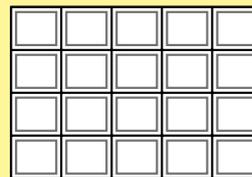
Formato 18

Tamanho do Papel: 16 x 22 cm
Mancha de Impressão: 15 x 21 cm



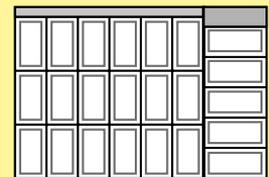
Formato 22

Tamanho do Papel: 13,2 x 22 cm
Mancha de Impressão: 12 x 21 cm



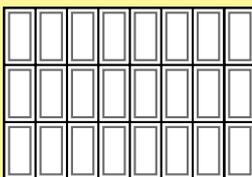
Formato 20

Tamanho do Papel: 16,5 x 19,2 cm
Mancha de Impressão: 15 x 18 cm



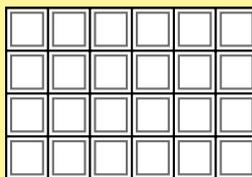
Formato 23

Tamanho do Papel: 12,5 x 21 cm
Mancha de Impressão: 11,5 x 20 cm



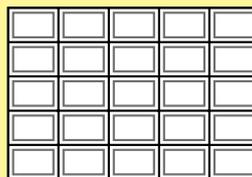
Formato 24

Tamanho do Papel: 12 x 22 cm
Mancha de Impressão: 11 x 21 cm



Formato 24 (2)

Tamanho do Papel: 16 x 16,5 cm
Mancha de Impressão: 15 x 15 cm



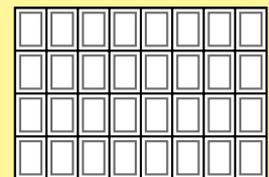
Formato 25

Tamanho do Papel: 13,2 x 19,2 cm
Mancha de Impressão: 12 x 18 cm



Formato 30

Tamanho do Papel: 11 x 19,2 cm
Mancha de Impressão: 10 x 18 cm



Formato 32

Tamanho do Papel: 12 x 16,5 cm
Mancha de Impressão: 11 x 15,5 cm

PREFEITURA MUNICIPAL DE PALMAS
SECRETARIA MUNICIPAL DE FINANÇAS

DECRETO Nº 105 DE 15 DE OUTUBRO DE 2009

Acresce e altera dispositivos dos arts. 136 e 157 do Decreto nº 285, de 27 de dezembro de 2006, que dispõe sobre o regulamento do Código Tributário Municipal,

O **PREFEITO DE PALMAS**, no uso da atribuição que lhe confere a Lei Orgânica do Município, combinado com o art. 196 da Lei Complementar Nº 107 de 30 de setembro de 2005 e suas alterações.

DECRETA:

Art. 1º O art. 136, do Decreto nº 285, de 26 de dezembro de 2006 passa a vigorar com a seguinte alteração:

“Art. 136....

§ 3º o contribuinte prestador de serviços elencados nos subitens 7.02 e 7.05 da lista de serviços poderá optar pelo recolhimento do ISSQN na forma do disposto no art. 143 deste Decreto.” (NR)

Art. 2º O art. 157 do Decreto nº 285, de 27 de dezembro de 2006, passa a vigorar, com a seguinte redação:

“Art. 157. Os serviços de propaganda e publicidade, incluídos no item 17.6 na lista de serviços prestados por agência ou por quem a elas equiparar a base imponible para pagamento de ISSQN, compreenderá:

I - o preço do serviço próprio de produção, entendendo a criação, concepção, redação, planejamento de campanha ou sistema de publicidade, elaboração de desenhos, textos e demais peças publicitárias.

II - o valor das comissões ou honorários cobrados sobre o reembolso de despesas decorrente de pesquisas de mercado, clipagem, promoção de vendas, relações públicas e outras despesas feitas por ordem e conta de clientes.

§ 1º No agenciamento de publicidade e propaganda a aquisição de serviços de terceiros serão individualizados e demonstrados por ordem e conta de quem foram efetuadas as despesas, mediante emissão de documento fiscal, sob pena de integrar a Base Imponible e desde que já tributado com retenção na fonte do ISSQN devido.

§ 2º Serão dedutíveis, para fins de apuração da Base Imponible do imposto das Agências de Propaganda e Publicidade os valores correspondentes aos pagamentos relativos aos veículos de divulgação, como: rádios, jornais, televisão e outros meios, mediante apresentação de Notas Fiscais, com a identificação do contrato que lhe deu origem,” (NR)

Art. 3º As disposições contidas neste Decreto não geram direito a restituição dos créditos tributários pagos, todavia, autoriza a revisão de lançamentos, existente na esfera administrativa.

Art. 4º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

PALMAS, 15 dias do mês de outubro de 2009.

RAUL FILHO
Prefeito de Palmas

ADJAIR DE LIMA E SILVA
Secretário Municipal de Finanças

