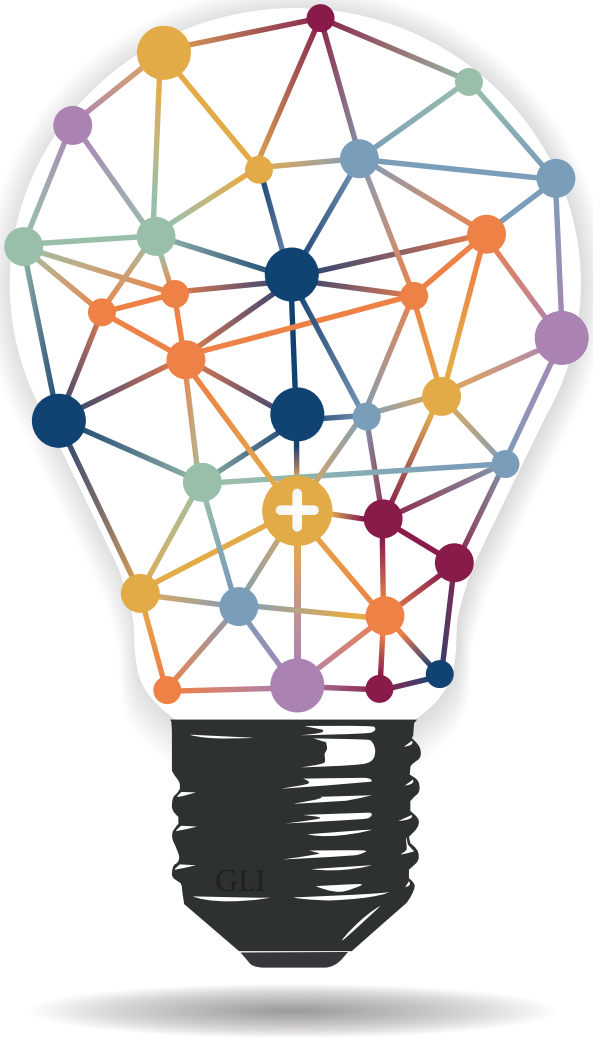
SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Sinapro TOCANTINS



VALIDADE: 2021 A 2023

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Sinapro

TOCANTINS

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

Endereço: 44 / QUADRA 409 NORTE AL 23 LOTE 26 CEP 77-001-622
Palmas/Tocantins - **Contatos:** (63) 9 9213-0530 / 84634022
site: www.sinaproto.com.br | **emails:** sinaproto.10@com.br

APRESENTAÇÃO

A Lista Referencial de Custos de Serviços Internos do Si-napro-TO, válida a partir de Janeiro de 2021 a Dezembro de 2023, 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-in cipiente 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-Padrao 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 taxação 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

ADVERTISING

Anúncios

Campanhas Publicitárias

ANÚNCIOs

FORMATO	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Página dupla	7.895,51	5.262,	13.158,16
1 página	2.918,24	1.946,49	4.864,73
Rouba Página	2.634,19	1.756,62	4.390,81
½ página	2.438,34	1.626,56	4.064,90
1/3 página	1.466,59	977,73	2.444,32
¼ página ou rodapé	979,22	653,31	1.632,53
Valor mínimo	488,86	327,40	816,26

ANÚNCIO PUBLICIDADE LEGAL | BALANÇO	TOTAL
Página dupla	6.323,20
1 página	3.256,50
Rouba página	1.742,65
½ página	1.667,90
Até ¼ página	894,40

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

ANÚNCIO REVISTA

FORMATO	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Página dupla	5.881,98	3.921,32	9.803,30
1 página	2.952,30	1.968,20	4.920,50
Até ½ página	1.489,80	993,00	2.482,80

** 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	520,00
Rouba Página / ½ página	429,00
1/3 página, ¼ página ou rodapé	195,00
Valor mínimo	130,00

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

CRIAÇÃO DE CAMPANHA	TOTAL
Criação de Tema / Conceito de Campanha (key visual)	39.260,00

PLANEJAMENTO (custo mínimo)	TOTAL
Calendário Promocional	55.900,00
Cases de Marketing / Mídia / RP	50.960,00
Planejamento de Convenção	48.620,00
Planejamento de Eventos	48.620,00
Planejamento de Ação Promocional / Vendas	52.780,00

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

MKT ELEITORAL / PLANEJAMENTO (custo mínimo)	TOTAL
Deputado Federal	378.040,00
Deputado Estadual	221.629,20
Vereador	104.317,20
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

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 sobre ela, seja privada ou do Poder Público.

LOGOMARCA / LOGOTIPO / MARCA

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Empresa/Governo/Serviços Públicos ** Incluso 5 aplicações de peças da papelaria* ** Incluso manual conforme especificado conteúdo abaixo*	11.138,00	7.426,00	18.564,00
Produto	8.658,00	5.772,00	14.430,00
Imobiliário	2.808,00	1.872,00	4.680,00
Eventos	2.808,00	1.872,00	4.680,00
Reformulação			*70% do valor de cada categoria*
Marca de Grupo (derivação da marca-mãe)			*30% do valor de uma marca*
Manual de Identidade Visual *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, tipo grafia, padrão cromático, controle de fundo e uso incorreto.*** **** Manual de Identidade Visual por página extra = R$ 455,00***	2.730,00	1.820,00	4.550,00
Pictograma/Ícone/Símbolo	2.184,00	1.456,00	3.640,00
Selo Comemorativo	2.964,00	1.976,00	4.940,00
Vetorização de marca	936,00	624,00	1.560,00
Aplicação marca em uma peça	273,00	182,00	455,00

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

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	5.608,20	3.738,80	9.347,00
Nome Empresa	3.369,60	2.246,40	5.616,00
Slogan	3.448,00	2.298,00	5.746,00

PAPELARIA

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Bloco de Anotações	137,80	93,60	231,40
Cartão de Visita / Personalizado	137,80	93,60	231,40
Envelope Simples	305,50	204,10	509,60
Envelope Saco / Ofício	378,30	252,20	630,50
Formulário A-5 (14,81x21cm)	305,50	204,10	509,60
Formulário A-4 (21x29,7cm)	377,00	250,90	627,90
Formulário A-3 (29,7x42cm)	445,00	296,40	741,40
Papel Carta / Ofício	377,00	250,90	627,90
Pasta	412,62	275,08	687,70

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

EMBALAGEM

PEÇA	LAYOUT	MONTAGEM	TOTAL
Berço	3.936,40	1.950,00	5.886,40
Caixa de embarque	2.563,60	1.340,30	3.903,90
Caixa display de produto	8.365,50	3.395,60	11.761,10
Cartela/Tag	2.090,40	1.246,70	3.337,10
Cinta para embalagem	218,40	143,00	361,40
Embalagem (adaptação)	3.135,60	2.880,80	6.016,40
Embalagem blister/sampling	3.220,10	1.825,20	5.045,30
Embalagem de produto	3.395,60	1.925,30	5.320,90
Embalagem de linha de produtos **(até 5 produtos)*	36.309,00	15.561,00	51.870,00
Embalagem promocional	4.706,00	3.395,60	8.101,60
Luva *(slipcase books)*	2.730,00	1.820,00	4.550,00
Mockup (Sem custos de terceiros)	7.998,90	3.198,00	11.196,90
Rótulo	3.185,00	3.057,60	6.242,60
Rótulo Reformulação	1.591,20	1.062,10	2.653,30
Rótulo Melhoria	795,60	531,70	1.327,30
Sacola	1.170,00	780,00	1.950,00

MATERIAIS GRÁFICOS

Materiais Gráf. Diversos

Materiais Especiais

MATERIAIS GRÁFICOS DIVERSOS

PEÇAS	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Adesivo / Sticker	449,80	301,60	751,40
Agenda (capa)	1.517,10	1.012,70	2.529,80
Agenda (miolo) - por página	483,60	322,40	806,00
Álbum / Book	144,30	97,50	241,80
Anexo Contra-Cheque	509,60	340,60	850,20
Aparador Gôndola / Cantoneira	530,40	353,60	884,00
Arquivo Silk	266,50	178,10	444,60
Arte Slide	308,10	206,70	514,80
Bandeira	613,60	410,80	1.024,40
Bola / Balão de Festa / Balão Inflável	145,60	97,50	243,10
Boletim	158,60	106,60	265,20
Broadside (por página)	508,30	339,30	847,60
Braçadeira	145,60	98,80	244,40
Bula	1.950,00	1.430,00	3.380,00
Caderno (capa)	496,60	332,80	829,40
Caderno (por lâmina)	425,10	284,70	709,80
Calendário (por lâmina)	923,00	616,20	1.539,20
Calendário Bolso / Mesa	627,90	423,80	1.051,70
Carnê (capa)	409,50	274,30	683,80
Carnê (miolo com tickets)	208,00	179,40	387,40
Cardápio	1.336,40	891,80	2.228,20
Cartaz	2.126,80	1.424,80	3.551,60
Cartazete / Varejo / Preço	1.287,00	873,60	2.160,60
Cartão Especial	573,30	356,20	929,50
Cartão Simples	286,00	176,80	462,80
Cartão Natal / Ano Novo	1.505,40	924,30	2.429,70
Cartão Postal	673,40	352,30	1.025,70
Cartão Comercial	141,70	87,10	228,80
Carteirinha	373,10	228,80	601,90
Chart Fotográfico	611,00	409,50	1.020,50
Chart Manuscrito	241,80	166,40	408,20

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

Crachá / Credencial	266,50	157,30	423,80
Circular/Carta (até 1.440 caracteres)	310,70	183,30	494,00
Convite	835,90	491,40	1.327,30
Defletor Solar	507,00	299,00	806,00
Diploma / Certificado	1.043,90	613,60	1.657,50
Emblema	304,20	163,80	468,00
Encarte Jornal / Lâmina	1.625,00	876,20	2.501,20
Encarte Revista	2.024,10	1.189,50	3.213,60
Etiqueta / Tag	302,90	178,10	481,00
Flâmula / Filipeta	460,20	270,40	730,60
Ficha de Inscrição/ Cupom / Ingresso	338,00	200,20	538,20
Flyer / Folheto / Filipeta / Panfleto	670,80	395,20	1.066,00
Guardanapo	126,10	79,30	205,40
Leque	452,40	301,60	754,00
Mala direta padrão	384,80	237,90	622,70
Mala direta especial	767,00	512,20	1.279,20
Manual	533,00	327,60	860,60
Marca-texto (Marcador de página)	458,90	282,10	741,00
Newsletter	1.654,90	972,40	2.627,30
Papel Embrulho / Presente	512,20	314,60	826,80
Pasta / Impressão Silk	507,00	312,00	819,00
Portfólio	599,30	367,90	967,20
Pôster Publicitário	3.049,80	2.033,20	5.083,00
Praguinha	865,80	578,50	1.444,30
Prancha PVC	296,40	197,60	494,00
Press- Kit/ Pasta	413,40	275,60	689,00
Programa Especial	289,90	195,00	484,90
Programa Simples	122,20	83,20	205,40
Santinho	1.294,80	863,20	2.158,00
Saquinho Pipoca	245,70	163,80	409,50
Tabela de Preços	1.112,80	743,60	1.856,40

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

FOLDER * (por formato do papel)

PEÇAS	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Folder formato 8 (até 32 x 22cm)	1.420,90	947,70	2.368,60
Folder formato 4 (até 31 x 46cm)	1.849,90	1.233,70	3.083,60
Folder formato 2 (até 46 x 64cm)	2.515,50	1.677,00	4.192,50
Folder formato 1 (até 94 x 64cm)	4.958,20	3.685,90	8.654,10
Aplicação de verniz UV, cores especiais, laminação bopp, ou outros efeitos	937,30	624,00	1.561,30
Aplicação de faca especial	578,00	384,80	962,80

** 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.*

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

DIGITAÇÃO | SCANNER | PROVAS DE IMPRESSÃO | GRAVAÇÃO

SERVIÇOS	TOTAL
Digitação de Textos	
Por lauda até 1.000 toques	344,50
Por lauda até 1.000 toques em outros idiomas	+ 50%
Valor mínimo	169,00
Scanner/Tratamento de Imagens	
Scanner de imagem por unidade (tam. mínimo 10x10 cm)	45,50
Tratamentos de Imagens/sistema - Valor por hora de sistema	422,50
Provas de Impressão	
Prova Jato de Tinta formato A4 Colorida	58,50
Prova Jato de Tinta formato A4 P&B	46,80
Prova/Jato de Tinta formato A3 Colorida	75,40
Prova Jato de Tinta formato A3 P&B	58,50
Gravação	
Gravação de CD (unid.)	45,50

** 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	2.441,40	1.627,60	4.069,00
Label	694,00	462,80	1.156,80
CATÁLOGO			
Catálogo - Projeto Gráfico	3.686,80	2.458,30	6.145,10
Catálogo (capa)	1.099,80	729,30	1.829,10
Catálogo - editoração por página	106,60	72,80	179,40
LIVRO			
Livro - capa	1.528,80	1.017,90	2.546,70
Livro de Texto corrido (proj. gráfico+editoração)	4.204,20	2.802,80	7.007,00
Livro de Texto - Projeto gráfico (c/ tabelas, gráficos, figuras e fotografias)	4.940,00	2.074,80	7.014,80
Livro Editoração - por página (com tabelas, gráficos, figuras e fotografias)	101,40	67,60	169,00
JORNAL			
Jornal - Projeto Gráfico	3.315,00	2.210,00	5.525,00
Jornal - Projeto Editorial	3.545,10	2.364,70	5.909,80
Jornal - capa	611,00	409,50	1.020,50
House Organ - até 4 páginas	2.168,40	1.444,30	3.612,70
House Organ - por pág. adicional	587,60	391,30	978,90
*PRESS RELEASE - p/ lauda até 1.440 caracteres	274,30	185,90	460,20
REVISTA			
Revista - capa	1.341,60	897,00	2.238,60
Revista - Projeto Gráfico (identidade visual)	6.100,90	4.069,00	10.169,00
Revista - Projeto Editorial (linha editorial)	5.694,00	3.798,60	9.492,60
Revista - por página (inclui redação e editoração)	439,40	292,50	731,90
Revista - por página (só editoração)	188,50	127,00	315,90
RELATÓRIO			
Relatório Anual - Projeto Gráfico	7.072,00	5.262,40	12.334,40
Relatório - Editoração (por página)	280,80	185,90	466,70
Relatório - capa	2.134,60	1.424,80	3.559,40

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

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

MÍDIA EXTERIOR (out-of-home)

Mobiliário Urbano

PDV e Sinalização

Brindes

Para Refleti :

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)	2.718,30	1.812,20	4.530,50
Busdoor - interno/ lateral/ traseira	1.006,20	670,20	1.677,00
Empena / fachada	4.173,00	2.782,00	6.955,00
Envelopamento de prédio/edifícios	5.944,90	3.962,40	9.907,30
Letreiro/ Luminoso/ Painel	2.106,00	1.404,00	3.510,00
Muro Tapume	574,60	384,80	959,40
Painel de banca da jornal	2.147,60	1.431,30	3.578,90
Placa Sinalização / Esquina / Gradil	546,00	364,00	910,00
Placa Obra / RT	512,20	340,60	852,80
Faixa de Avião	1.092,00	728,00	1.820,00
Faixa de Rua / Faixa de ponto de venda	507,00	338,00	845,00
Sanca / Cartaz (ônibus)	1.885,00	1.257,00	3.142,10
Taxidoor / Bikedoor	1.778,40	1.185,60	2.964,00

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

MOBILIÁRIO URBANO

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Painel de abrigo de ônibus	2.156,70	1.437,80	3.594,50
Painel de relógio/termômetro de rua	1.125,80	751,40	1.877,20
Testeira de abrigo de ônibus	487,50	327,60	815,10

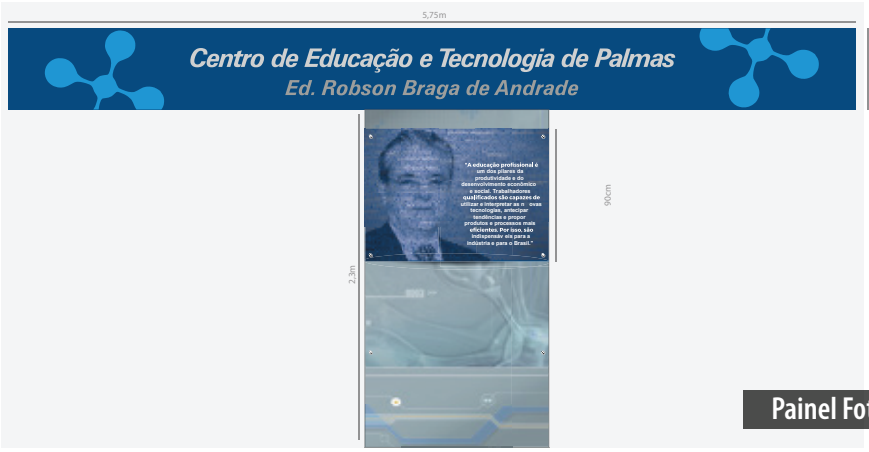
MATERIAIS DIFERENCIADOS

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	4.574,70	3.049,80	7.624,50
Banner / Estandarte	729,30	486,20	1.215,50
Display Balcão / Parede	1.794,00	1.196,00	2.990,00
Display (de vitrine, de chão, ponta de gôndola)	1.950,00	1.300,00	3.250,00
Display Preço	312,00	208,00	520,00
Envelopamento de veículos 2 e 3 rodas (moto e triciclo)	315,90	210,60	526,50
Envelopamento de carro (pequeno, grande, de carga e de passageiros)	1.872,00	1.248,00	3.120,00
Infláveis (balão, blimp, réplicas, roof etc)	825,50	555,10	1.380,60
Móbile (por peça)	733,20	488,80	1.222,00
Painel / Placa de PDV (simples)	670,80	447,20	1.118,00
Painel / Placa de PDV (ilustrado)	1.283,10	855,40	2.138,50
Painel de fundo de palco **(backdrop)**	1.404,00	936,00	2.340,00
Painel Fotográfico	2.548,00	1.699,10	4.247,10
Placa de Identificação / Plaqueta (porta)	319,80	213,20	533,00
Púlpito	534,30	356,72	891,02
Saia de mesa ou de palco	1.053,00	702,00	1.755,00
Tapume / Cavalete	1.432,60	587,60	2.020,20
Testeira de Palco ou PDV	487,50	327,60	815,10
Totem / Cubo	1.280,50	887,90	2.168,40
Vending Machine - comunicação visual	1.228,50	819,00	2.047,50
Wobbler/ Stopper	721,50	481,00	1.202,50

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%



Dimensão

Painel Fotográfico

Plaqueta de Porta

BRINDES

PEÇAS	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Bandeirola / Estandarte (por lâmina)	351,00	234,00	585,00
Baralho / Jogo Americano	726,70	484,90	1.211,60
Bolacha de chopp	553,80	369,20	923,00
Boné / Óculos / Pulseira	276,90	185,90	462,80
Botton	378,30	252,20	630,50
Caixa de Fósforos / Imã de geladeira	265,20	176,80	442,00
Camiseta / Colete/ Avental	425,10	283,40	708,50
Caneta / Lápis / Régua	296,40	197,60	494,00
Copo	245,70	163,80	409,50
Chaveiro/ Pen Drive/ Squeezer	431,60	288,60	720,20
Chapéu	657,80	439,40	1.097,20
Guarda-sol	492,70	328,90	821,60
Medalha	422,50	282,10	704,60
Mousepad	769,60	513,50	1.283,10
Placa Comemorativa (Homenagem)	1.002,30	669,50	1.671,80
Risque-Rabisque	377,00	252,20	629,20
Sacola / Bolsa	1.497,60	998,40	2.496,00
Toalha	535,60	358,80	894,40
Troféu	1.342,90	895,70	2.238,60
Viseira / Bandana / Cachecol / Gorro	366,60	244,40	611,00
Outros Brindes - Valor Mínimo	234,00	156,00	390,00

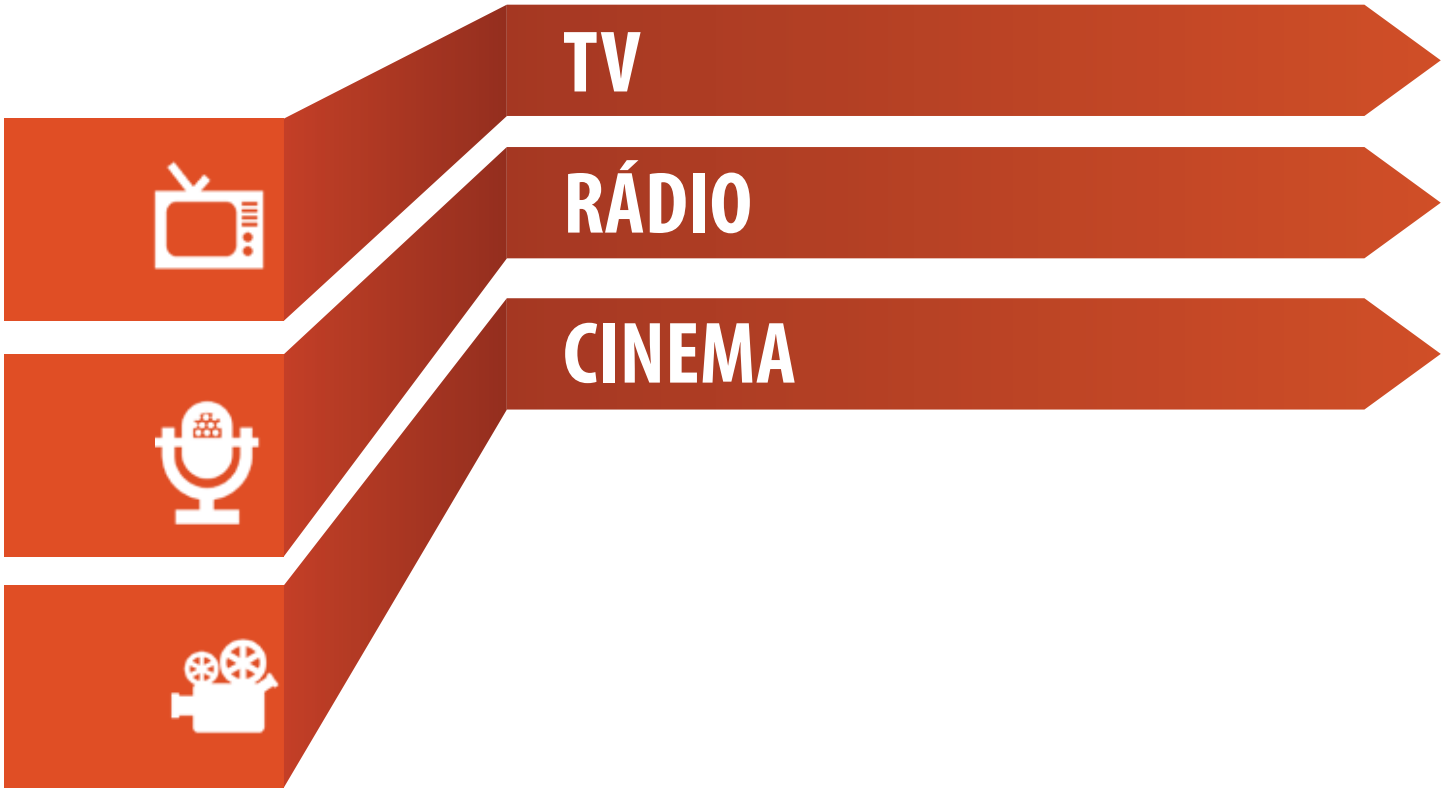
**Acrescenta-se os custos de fotos, textos, ilustrações e outros serviços de terceiros, se for o caso.*

Layout peças: Dimensão

UNIFORME

PEÇA	CRIAÇÃO	FINALIZAÇÃO	TOTAL
Uniforme Comercial	928,20	618,80	1.547,00
Uniforme Esportivo	1.060,80	707,20	1.768,00

● *REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%*


TV
RÁDIO
CINEMA

COMERCIAL PARA TELEVISÃO (criação, roteiro e texto)	
PEÇA/DURAÇÃO	**TOTAL**
Filme/VT de 15" a 30"	7.215,00
Filme/VT de 45" a 60"	11.466,00
Filme/VT (Desenho Animado) 15"	8.658,00
Filme/VT (Desenho Animado) 30"/45"	15.327,00
Filme/VT (Desenho Animado) / 60"	22.990,00
Filme/VT (Janela de Ofertas, Caracteres/Lettering) - até 60"	3.022,00
Documentário (por minuto)	4.804,00
Assinatura/Vinheta Eletrônica - até 3"	1.372,00
Motion Design	1.950,00
Storyboard (por quadro)	520,00
Letreiro/Cartela pra TV - (produção digital	689,00

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.

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

COMERCIAL PARA RÁDIO (criação, roteiro e texto)	
PEÇA/DURAÇÃO	**TOTAL**
Spot de 15" a 30"	4.836,00
Spot de 45" a 60"	7.254,00
Jingle/Fonograma/Trilha de 15" a 30"	6.162,00
Jingle/Fonograma/Trilha de 45" a 60"	9.243,00
Texto Foguete (de 7") janela de ofertas	352,30
Texto para Carro de Som - (valor de 1 texto para até 5 versões)	998,00

Obs: *- Refação: adicional de 30%.*
- Não estão inclusos os cachês extras de compositor e intérprete, arranjo, músicos ou técnicos especialmente convidados, custos de produtora, regravação, cópias, cachês e despesas operacionais.

GERAÇÃO DE ARQUIVO (download/upload)	TOTAL
Jingle-Trilha 30" / 60"	715,00
Letreito / assinatura para TV (unitário)	850,00
Spot 30" / 60"	715,00
VT até 60"	1.118,00

ILHA DE EDIÇÃO

Cópias	**TOTAL**
Beta analógico - de 5' a 10'	487,00
Beta analógico - de 30' a 90'	565,00
CD / DVD	130,00
XDCAM SD / XDCam HD	1.293,00
DVD	
Até 5 filmes no mesmo DVD	585,00
Adicional por filmes no mesmo DVD	65,00
Looping com duração determinada até 5 filmes	910,00
Adicional por filme em DVD com looping	65,00
Autoração de DVD (menu)	65,00
Adicional por submenu (máximo 18)	39,00
Conversões (a cada 60")	
Beta analógica para arquivo digital	390,00
XDCAM HD ou SD para arquivo digital	650,00
Arquivo digital p/ arquivo digital em outro codec (mpg,mov,avi,wmv, flv)	130,00
Legendagem - Por minuto (não inclui tradução)	455,00
Captação de frames - Captação até 10 frames	280,00
Gravação de Merchandising - por programa em horário comercial	455,00
Edição - Hora/homem + hora/máquina	520,00
Animação - Hora/homem + hora/máquina	650,00
Moodvídeo - até 5'	6.500,00
Narramatic - a cada 30"	
Montagem de quadros	910,00
Gravação e edição de áudio interno	650,00
Montagem e Animação Animatic (até 2')	5.200,00
Montagem Making Of (até 5')	7.150,00
Montagem de vinheta a partir de material já captado (até 10")	1.950,00
Case	
Pesquisa, montagem e animação	13.000,00
Versão em outro idioma (não iclui tradução)	3.250,00

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

ILUSTRAÇÃO

Infografia

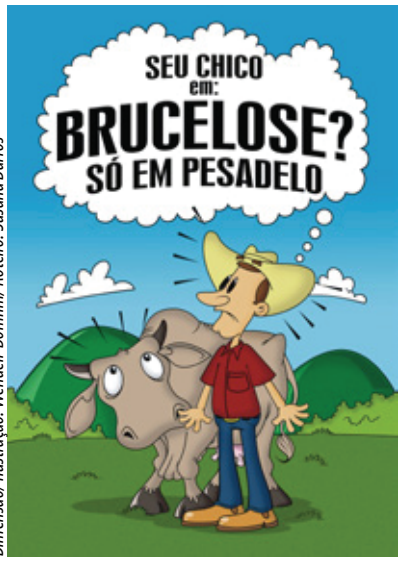
ILUSTRAÇÕES / HQ

PEÇA/TÉCNICA	SIMPLES	COMPLEXA
Ilustração PB (lápis, esfumaçado, nanquim, aguado, mista ou outros)	934,00	2.336,00
Ilustração Colorida (lápis de cor, lápis aquarelável, aquarela, guache, giz, giz pastel, mixta ou outros).	1.718,00	2.297,00
Ilustração em Tela (acrílica, óleo, mista ou outros)	972,00	6.540,00
Ilustração Digital I (traço/vetor em Coreldraw, Illustrator ou outros programa	1.185,00	2.967,00
Ilustração Digital II (colorização em photoshop, painter ou outros programas)	1.645,00	4.110,00
Charge / Cartum	897,00	2.243,00
Caricatura (por pessoa)	748,00	1.645,00
Tirinha / Storyboard (por quadro)	337,00	841,00
Personagem / mascote - criação por personagem (traços físicos para desenho estático)	1.868,00	4.667,00
Personagem/Mascote - por personagem (personalidade e visões frontal, lateral/costas para nortear o uso em HQ, desenho animado ou modelagem 3D)	4.858,00	12.145,00
Personagem / estudo de expressões e movimentos (4 vistas)	3.380,00	8.450,00
HQ - História em Quadrinhos (por quadro - não inclui roteiro)	665,00	1.664,00

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

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

Cartilha com Ilustração Digital



Dimensão/ Ilustração: Wendell Bomfim/ Roteiro: Susana Barros

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 por meio 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

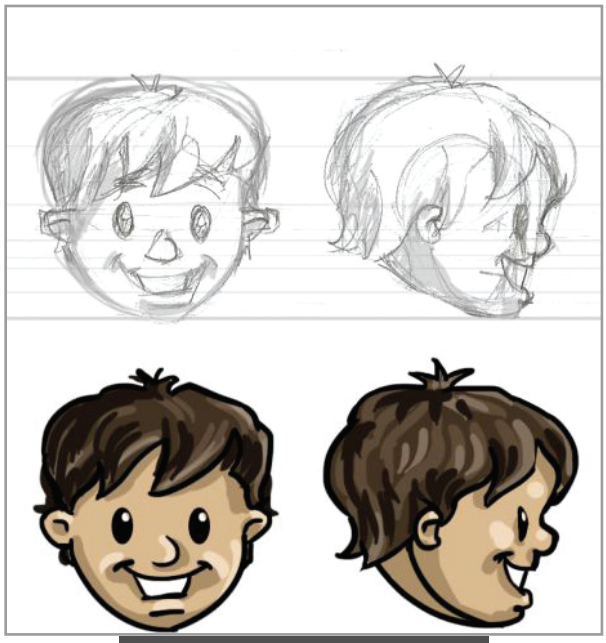
Pintura Digital - Simples

Pintura Digital - Complexa

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

Personagem, figurinos e visões - Complexo

Personagem - Complexo



Personagem Visões - Simples

Personagem - Simples

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

Aquarela - Simples

Guache sobre papel - Simples

Acrílico sobre tela - Simples

Caricatura figurativa - Complexa

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

Ilustração vetorial - Complexa

Ilustração Vetorial - Simples

Nanquim aguado - Complexo

Nanquim sobre papel - Complexo

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

INFOGRAFIA | MAPAS

PEÇA	TOTAL
Mapa Localização Ilustrado (simples)	665,00
Mapa Localização Ilustrado (complexo)	2.100,00
Mapa Localização Ilustrado (alta complexidade)	por avaliação
Infográfico (simples a média complexidade)	2.240,00
Infográfico (complexo)	9.345,00
Tabela/gráfico (simples)	570,00
Tabela/gráfico (complexo)	1.140,00
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.***

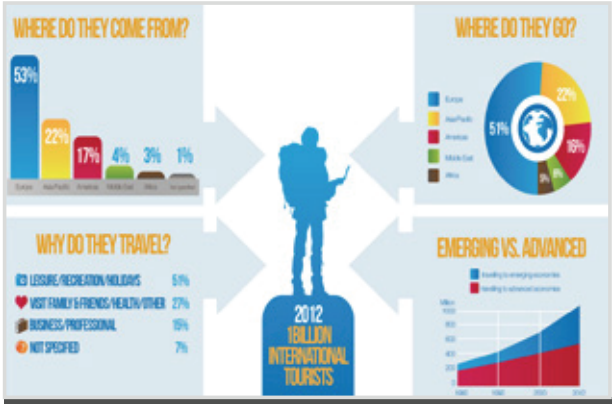
REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

MAPA (simples)

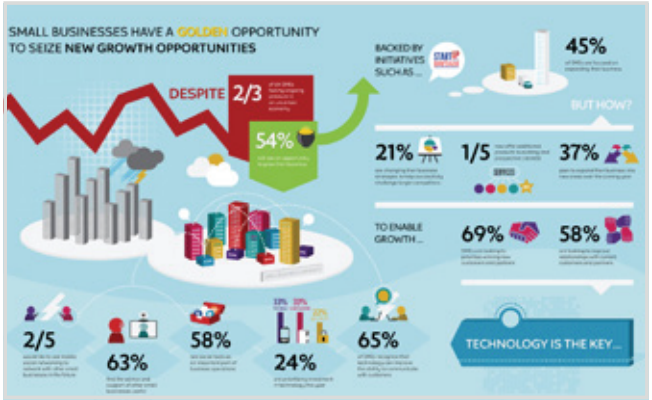
MAPA (complexo)

Dimensão

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



INFOGRÁFICO (simples a média complexidade)



INFOGRÁFICO (complexo)

TABELA (simples)

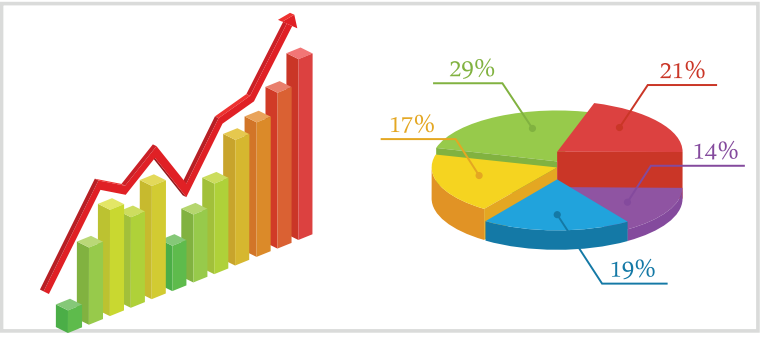


TABELA (complexo)

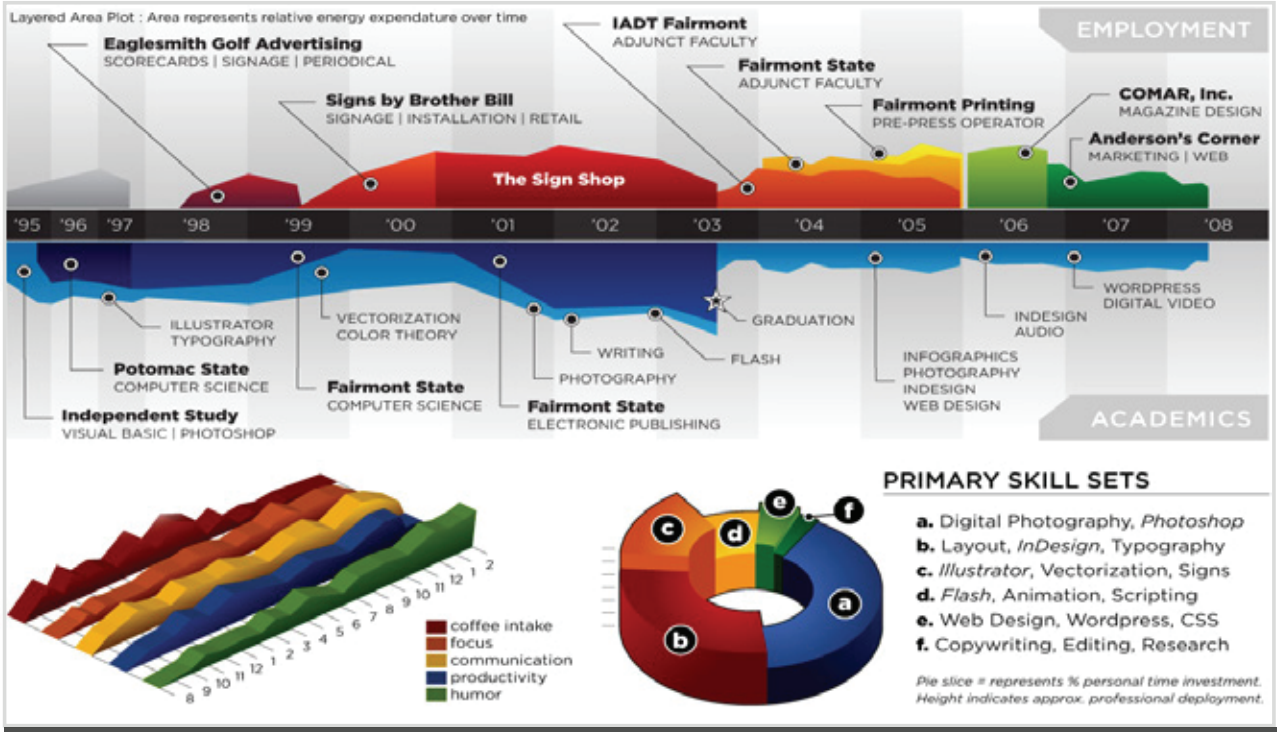


TABELA (alta complexidade)

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

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 o 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 acontece 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.

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

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 (bilboard)	970 x 250
Dhtmi / 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)	1.430,00	**2.046,00**
Adaptação - (quaisquer dimensões)	746,00	**1.066,00**
Replicação (mesmo formato para outros veículos, somente alteração de clicktag)	218,00	**312,00**

**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)	**2.184,00**
Topo para Facebook e Twitter (JPG/PNG)	**2.184,00**
Layout de Company Page Linkedin (HTML)	**3.770,00**
Formulário (HTML)	**2.340,00**
Arte para post em redes sociais	**2.600,00**
Qualquer formato com rich media / HTML5	**5.980,00**

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

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

EMAIL MARKETING / NEWSLETTER — PREÇO

Criação e Produção do HTLM - 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	**2.450,00**
Implementação de Mailing List	**845,00** cada 100 contatos
Disparo	**1.625,00**
Outros serviços de E-mail Marketing - Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. **Gestão:** geração de relatórios, análise de performance e sugestão de ajustes.	Sob Consulta

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

WEBSITE	A PARTIR DE
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. **Valor sugerido deverá incluir** Planejamento, arquitetura, criação, implementação e conteúdo institucional enviado pelo cliente.	**16.380,00**
Replicar para outros idiomas Cliente deverá enviar os textos traduzidos e finalizados.	*A partir de 30% do preço inicial do site.*
Gerenciador de Conteúdo	*A partir de 50% do preço inicial do site.*
Mobile	*A partir de 50% do preço inicial do site.*

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

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

?)?0?5?4? ?5?&	A PARTIR DE
Tecnicamente idêntico ao site, o hotsite recebe esta denominação por ter um período de vida definido (prazo para sair do ar). É utilizado para divulgar e/ou promover produtos, serv iços, 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. **Valor sugerido deverá incluir** (independente do formato): Planejamento, arquitetura, criação e implementação.	**12.740,00**
Replicar para outros idiomas *Cliente deverá enviar os textos traduzidos e finalizados.* *Ferramentas interativas deverão ser orçadas à parte (enquetes, fórum, área restrita etc).*	*30% a 50% do preço inicial do site.*

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

LANDING PAGE	A PARTIR DE
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 engaja-lo de forma eficaz. *O preço inclui layout, texto e produção do HTML.	**4.368,00**

REDES SOCIAIS	A PARTIR DE
Análise de presença (Diagnóstico): Etapa fundamental e base para qualquer trabalho em redes sociais. Tem como objetivo mapear a atua ção da marca nas diversas plataformas sociais e a identidade percebida e compartilhada por seus stakeholders. Responde a perguntas como: *- 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?* **Valor sugerido deverá incluir** Planejamento, arquitetura, criação, implementação e conteúdo institucional enviado pelo cliente.	**9.880,00**
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.	**6.825,00**
Gestão de Presença: Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequencia 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.	**6.825,00/mês**
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.	**1.950,00**
Produção de conteúdo não-especializado 1.500 a 3.000 caracteres / 2 postagens por semana.	**1.950,00** mensais
Produção de conteúdo especializado Envolve conhecimento técnico e muitas vezes contratação de especialista.	**650,00** por lauda
Produção de conteúdo multimídia Vídeos para youtube, fotos, podcasts etc.	Sob consulta
Outros serviços de redes sociais	Sob consulta

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

LINKS PATROCINADOS	A PARTIR DE
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. **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	**3.380,00**
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.	**2.600,00/mês** ou 20% da verba gerenciada

SEO - *Search Engine Optimization*	A PARTIR DE
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.	**4.680,00**
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.	**2.600,00/mês**

MÍDIA	A PARTIR DE
Todo e qualquer serviço que envolva veiculação publicitária nos meios digitais. **Planejamento de mídia** Definição dos melhores meios e formatos para atingir os objetivos estabelecidos. **Criação das Campanhas** Criação do conceito para o meio digital. Adaptação da campanha de outros meios para o meio digital. **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.	**Remununeração percentual de até 20%** (pelo desconto padrão) sobre o valor investido na compra de mídia.

REFAÇÃO: adicional mínimo de 30%

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, àquelas 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.

• **HOMEPAGE** - 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 Photografic 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)

?C?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 omisso, 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

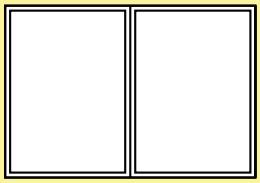
PROCEDIMENTOS ÉTICOS
(Código de Ética dos Profissionais da Propaganda)

• Todo trabalho profissional de propaganda faz jus ao pagamento respectivo nas bases combinadas, prevalecendo, na falta destes, o preço comum para trabalhos simples.

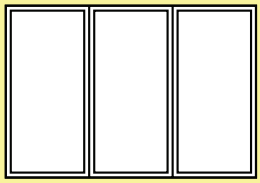
• É proscrita por desleal a prestação de serviços profissionais gratuitos ou por preços inferiores aos da concorrência, a qualquer título executado, excetuando-se , naturalmente, os casos em que o beneficiário seja uma entidade incapaz de remunerá-lo.

TABELA DE APROVEITAMENTO DE PAPEL EM GRÁFICAS

Formato 1
Tamanho do Papel: 66 x 96 cm
Mancha de Impressão: 64 x 94 cm



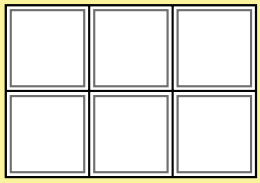
Formato 2
Tamanho do Papel: 48 x 66 cm
Mancha de Impressão: 46 x 64 cm



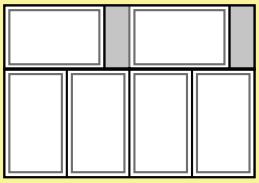
Formato 3
Tamanho do Papel: 32 x 66 cm
Mancha de Impressão: 31 x 64 cm

Formato 4
Tamanho do Papel: 33 x 48 cm
Mancha de Impressão: 31,5 x 46 c

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

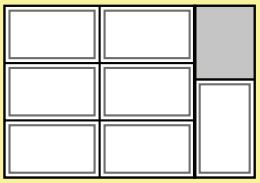


Formato 6
Tamanho do Papel: 32 x 33 cm
Mancha de Impressão: 30,5 x 32 cm

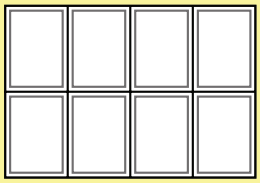


Formato 6 (2)
Tamanho do Papel: 24 x 42 cm
Mancha de Impressão: 22,5 x 41 cm

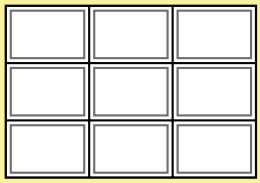
Formato 6 (3)
Tamanho do Papel: 22 x 48 cm
Mancha de Impressão: 20,5 x 47 cm



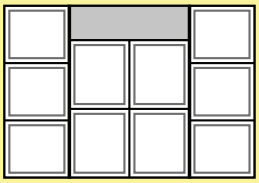
Formato 7
Tamanho do Papel: 22 x 37 cm
Mancha de Impressão: 20,5 x 36 c



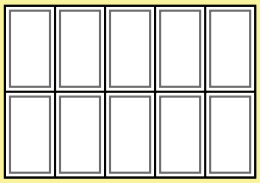
Formato 8
Tamanho do Papel: 24 x 33 cm
Mancha de Impressão: 22,5 x 32 cm



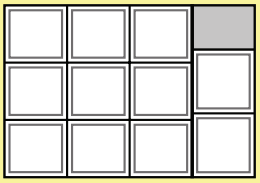
Formato 9
Tamanho do Papel: 22 x 32 cm
Mancha de Impressão: 21 x 31 cm



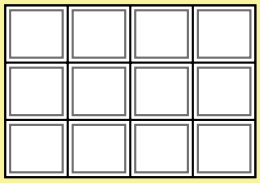
Formato 10
Tamanho do Papel: 22 x 26 cm
Mancha de Impressão: 21 x 25 cm



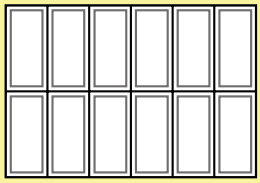
Formato 10 (2)
Tamanho do Papel: 19,2 x 33 cm
Mancha de Impressão: 18 x 32 cm



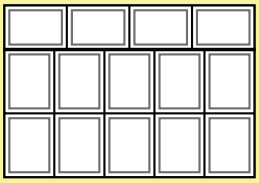
Formato 11
Tamanho do Papel: 21 x 25 cm
Mancha de Impressão: 20 x 24 cm



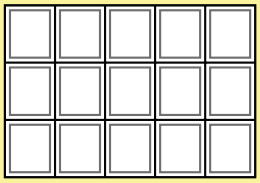
Formato 12
Tamanho do Papel: 22 x 24 cm
Mancha de Impressão: 21 x 23 cm



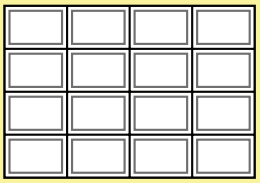
Formato 12 (2)
Tamanho do Papel: 16 x 33 cm
Mancha de Impressão: 15 x 32 cm



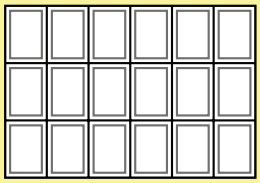
Formato 14
Tamanho do Papel: 19,2 x 23,4 cm
Mancha de Impressão: 18 x 22,5 cm



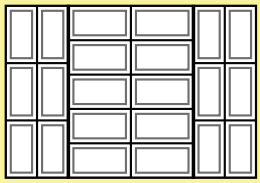
Formato 15
Tamanho do Papel: 19,2 x 22 cm
Mancha de Impressão: 18 x 21 cm



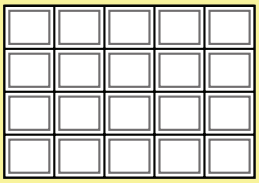
Formato 16
Tamanho do Papel: 16,5 x 24 cm
Mancha de Impressão: 15 x 23 cm



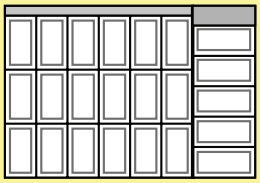
Formato 18
Tamanho do Papel: 16 x 22 cm
Mancha de Impressão: 15 x 21 cm



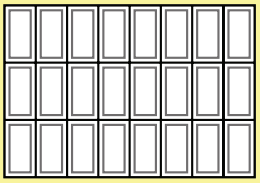
Formato 22
Tamanho do Papel: 13 x 22 cm
Mancha de Impressão: 12 x 21 cm



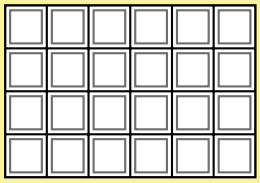
Formato 20
Tamanho do Papel: 16,5 x 19,2 cm
Mancha de Impressão: 15 x 18 cm



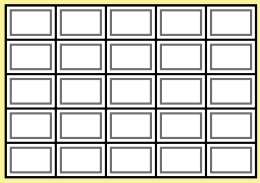
Formato 23
Tamanho do Papel: 12,5 x 21 cm
Mancha de Impressão: 11,5 x 20 cm



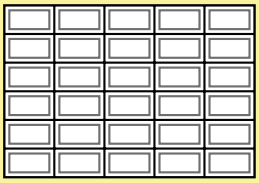
Formato 24
Tamanho do Papel: 12 x 22 cm
Mancha de Impressão: 11 x 21 cm



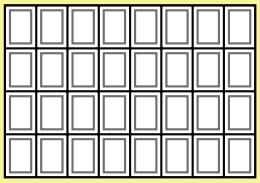
Formato 24 (2)
Tamanho do Papel: 16 x 16,5 cm
Mancha de Impressão: 15 x 15 cm



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 n° 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 N° 107 de 30 de setembro de 2005 e suas alterações.

DECRETA:

Art. 1° O art. 136, do Decreto n° 285, de 26 de dezembro de 2006 passa a vigorar com a seguinte alteração:

"Art. 136....

§ 3º o contribuinte prestador de serviços elencados nos subintens 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. 2° O art. 157 do Decreto n° 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 imponível 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 Imponível e desde que já tributado com retenção na fonte do ISSQN devido.

§ 2° Serão dedutíveis, para fins de apuração da Base Imponível 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. 3° 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, 4° Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

PALMAS, 15 dias do mês de outubro de 2009.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PALMAS