



ESTADO DO MARANHÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ



Ofício/nº 20231206/2023

Imperatriz – MA, 06 de dezembro de 2023.

Ao Excelentíssimo Senhor
AMAURO ALBERTO PEREIRA DE SOUSA
Presidente
Nesta.

Senhor Presidente,

Venho pelo presente, na qualidade de Diretor Do Departamento de Comunicação e Cerimonial, solicitar à abertura de Processo Licitatório tendo por objeto, a **Contratação de empresa para prestação de serviços profissionais de publicidade e propaganda à Câmara Municipal de Imperatriz – Maranhão**, observando-se o caráter educativo, informativo e de orientação social. Os trabalhos serão conduzidos pela Comissão Permanente de Licitação e Subcomissão Técnica formalizada conforme dispõe o artigo 10 Lei 12.232/2010. Segue o Projeto Básico e a demonstração da estimativa de preços através da Tabela FENAPRO em Anexo.

Atenciosamente,


DEIVON DE AGUIAR SANTOS
DIRETOR DO DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO E CERIMONIAL
PORT. 014/2022

Rua Simplicio Moreira, nº 1185, Centro, Imperatriz – MA
CNPJ 69.555.019/0001-09
Fone: (99) 3524-3359



ESTADO DO MARANHÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ



PROJETO BÁSICO

(BRIEFING)

As informações a seguir devem ser consideradas para a formulação das propostas.

1 – BRIEFING

O Poder Legislativo deve reproduzir a diversidade de interesses, valores e ideologias existentes na sociedade que ele representa. Com suas ações e decisões, ajuda a transformar esta sociedade, atuando na própria formação de sua identidade e no desenvolvimento da cidade.

O trabalho legislativo começa no Município, na Câmara Municipal, onde o sentimento de valorização do bem-estar local é a força motriz do trabalho dos vereadores. A Câmara Municipal de Imperatriz reúne 21 vereadores, eleitos pelo sistema proporcional, em pleito direto, para um mandato de 4 (quatro) anos. Composta por 05 vereadores, a Mesa Diretora, é responsável por gerir o Parlamento Municipal. No Plenário, os parlamentares apresentam, discutem e votam as matérias de interesse da população. As comissões, além de estudar e discutir em profundidade assuntos específicos que poderão transformar-se em matéria legislativa, exercem o papel fiscalizador do Executivo Municipal. Neste contexto, é importante que cada cidadão entenda a relação intrínseca entre o trabalho do legislativo com a cidade a qual ele atua, neste caso, Imperatriz. Ora, uma vez que a cidade se desenvolve e evolui, conseqüentemente cada cidadão se desenvolve e evolui junto. Portanto, o objetivo central da campanha é ressaltar a intersecção entre o trabalho da Câmara Municipal com a cidade de Imperatriz. O que o presente briefing busca através desta comunicação é que o sentimento de orgulho e pertencimento das pessoas pela cidade de Imperatriz seja estimulado através da campanha, ao mesmo tempo em que a imagem positiva da cidade seja vinculada diretamente ao trabalho da Câmara. Nesta conjuntura, propõe-se que as licitantes criem uma campanha com base em um slogan já definido para assinar todas as peças da mesma. A frase que corporifica esse slogan, com o objetivo de fortalecer toda essa ideia contextualizada, é: **ESTÁ EM TODA CIDADE**. A campanha não deve se limitar em utilizar os veículos tradicionais de comunicação de massa, deve também explorar os meios digitais e mídias alternativas capazes de chamar a atenção do público e gerar lembrança de marca.

2 - COMUNICAÇÃO

A comunicação do Poder Legislativo Municipal baseia-se nos princípios de que é direito da população ser informada e é dever da Câmara informar. Essa comunicação deve vincular-se a

Rua Simplício Moreira, nº 1185, Centro, Imperatriz – MA

CNPJ 69.555.019/0001-09

Fone: (99) 3524-3359



ESTADO DO MARANHÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ

objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social. Nesse sentido, a comunicação do Legislativo cumpre importante função institucional de fortalecer a cidadania.

3 - OBJETIVOS

- Ressaltar o papel da Câmara Municipal de Imperatriz na vida dos imperatrizenses, enfatizando que muitos dos benefícios e mudanças socioeconômicas advêm de decisões tomadas neste Poder;
- Estimular a sociedade a participar do debate e da definição de políticas públicas essenciais para o desenvolvimento do município;
- Realizar ampla difusão dos direitos do cidadão e dos serviços colocados à sua disposição;
- Comunicar os projetos e as políticas propostos pelo poder legislativo nas principais áreas de interesse da sociedade.

4 - CÂMARA MUNICIPAL

O governo municipal no Brasil tem funções divididas, cabendo à Câmara a função legislativa e a prefeitura, a executiva. Mas, não há entre ambos qualquer subordinação administrativa ou política. O que existe entre os dois ramos do governo local é entrosamento de funções e de atividades político-administrativas.

5 - NATUREZA DA CÂMARA

A regra geral da capacidade jurídica se assegura as Câmaras Legislativas, atuarem em juízo dentro de suas prerrogativas. Ainda que sejam entes despersonalizados juridicamente é lhes reservado, o direito de atuarem em juízo no intuito de proteger seus interesses institucionais, concernentes às funções, legislativa e fiscalizadora. Para que tal excepcionalidade se funde na certeza jurídica de representação, as Câmaras Legislativas Municipais têm que possuir a autonomia administrativa que lhes permita se organizarem em quadro funcional independente do Poder Executivo Municipal, pois em algumas circunstâncias, não se trata do pleno exercício de discricionariedade, mas sim da obrigação Constitucional de se distinguir o "Dever-Ser" (teoria) e do "Ser" (prática).

6 - OS SEUS SERVIÇOS

Rua Simplício Moreira, nº 1185, Centro, Imperatriz – MA
CNPJ 69.555.019/0001-09
Fone: (99) 3524-3359



ESTADO DO MARANHÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ



- São serviços das Câmara Legislativas – votar os projetos encaminhados pelo Executivo, elaborar projetos por seus componentes, fiscalizar o Executivo, analisar julgar as prestações de contas do Executivo, fiscalizar a aplicação das Leis de interesse da população.

7 - FUNÇÕES DA CÂMARA

A principal função das Câmaras Legislativas é o de criar Leis. O poder legislativo é representado pelos legisladores, sujeitos que devem elaborar leis que regulam o País, Estado ou Cidade. Os Senadores e os Deputados Federais têm a função de elaborar as leis do nosso País. Nos estados temos as Assembleias Legislativas, com os Deputados Estaduais, e nos municípios, temos as Câmaras Municipais com os Vereadores. Não obstante sua função de legislar, o objetivo do poder legislativo é elaborar normas de direito de abrangência coletiva que são estabelecidas aos cidadãos ou às instituições públicas nas suas relações recíprocas. Entre as funções elementares do poder legislativo está a de fiscalizar o Poder Executivo, votar leis orçamentárias, e, em situações específicas, julgar determinadas pessoas, como o Prefeito ou os próprios membros da Câmara. No sistema de três poderes proposto por Montesquieu, o poder legislativo é representado pelos legisladores, sujeitos que devem elaborar as leis que regulam o Estado. O poder legislativo na maioria das repúblicas e monarquias é constituído por um congresso, parlamento, assembleias ou câmaras. O objetivo do poder legislativo é elaborar normas de direito de abrangência geral ou individual que são aplicadas a toda sociedade. Entre as funções elementares do poder legislativo está a de fiscalizar o poder executivo, votar leis orçamentárias, e, em situações específicas, julgar determinadas pessoas, como o Presidente da República ou os próprios membros da assembleia. Em resumo, o Poder Legislativo é o poder de legislar, criar e sancionar as leis. Compete a este poder a elaboração de leis que estruturam o ordenamento jurídico do Estado e, ainda, modificá-las ou revogá-las.

No Brasil, a função legislativa é exercida pelo Congresso Nacional, composto de duas Câmaras: a Câmara dos Deputados e o Senado Federal. O Poder Legislativo estadual é exercido pelas Assembleias Legislativas, formada pelos Deputados e, e nos municípios, pela Câmara dos Vereadores.

8 - SÃO ÓRGÃOS DA CÂMARA

- Plenário (órgão deliberativo);
- Mesa Diretora (órgão de condução dos trabalhos de Plenário, do processo legislativo e administrativo);
- Comissões (órgãos de estudo e opinativo);

Rua Simplício Moreira, nº 1185, Centro, Imperatriz – MA
CNPJ 69.555.019/0001-09
Fone: (99) 3524-3359



**ESTADO DO MARANHÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ**

- Diretorias da Câmara: Diretoria Administrativa e Departamento técnico Legislativo e Diretoria de gabinetes.

9 – A TAREFA DAS LICITANTES

I - Divulgar os projetos de lei e demais matérias legislativas deliberados na Casa.

II – Despertar no cidadão o conhecimento e a compreensão dos alcances e limitações desta esfera de poder e perceber a Câmara Municipal como espaço simbólico do exercício do poder que emana do cidadão.

III - Levar à opinião pública notícias sobre os atos e serviços da Administração, com notório caráter informativo, institucional e de orientação social, haja vista possibilitar não só o conhecimento da sociedade sobre os rumos que se pretende dar às normas jurídicas, como acender o debate crítico e construtivo sobre os temas levados ao Parlamento.

IV - Divulgar as ações que o Legislativo promove para fiscalizar o Executivo, destacando os projetos de leis da Casa.

V - Divulgar as Audiências Públicas realizadas pela Casa, incentivando os cidadãos a participarem das mesmas.

10 - ATIVIDADES PREVISTAS:

As licitantes deverão apresentar soluções de comunicação para a manutenção da comunicação em relação a todo esforço governamental já realizado ao longo do período exercido, com o objetivo de adequar as necessidades de comunicação da Câmara Municipal às demandas existentes e futuras. Na solução dos desafios descritos deverão ser apresentadas, além das tradicionais, inovadoras estratégias de comunicação. Deve ser apresentado um plano de comunicação que atenda aos públicos internos e externos. Os planejamentos irão compor a avaliação técnica da presente licitação, onde as concorrentes deverão apresentar:

- Diagnóstico da situação;

- Estratégia de Comunicação. (novas ações e manutenção);

a) Planejamento, Criação, Produção e intermediação de veiculação de campanhas publicitárias de comunicação social para divulgação das ações da Câmara Municipal de Imperatriz, orientadas pela ideia central de que o trabalho da Câmara Municipal está presente em todas as esferas sociais, fazendo parte da cidade de Imperatriz como um todo.

Rua Simplício Moreira, nº 1185, Centro, Imperatriz – MA
CNPJ 69.555.019/0001-09
Fone: (99) 3524-3359



ESTADO DO MARANHÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ

b) As campanhas que a CÂMARA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ vai produzir e veicular no período do contrato deve estar em plena sintonia com os instrumentos legais, diretrizes estratégicas e políticas públicas legislativas.

c) Valor estimado para contratação conforme dotação Orçamentária até R\$ 1.700.000,00 (um milhão e setecentos mil reais)

11 - PÚBLICO-ALVO:

- a) Sociedade em geral;
- b) Público interno da Câmara Municipal de Imperatriz.

11.1 - RAZÕES

Emotiva - O eleitor confiou o seu voto para os vereadores que compõem a Casa esperando que eles o representem. Portanto, a atuação do legislativo precisa estar evidente nos quatro cantos da cidade. Cada um que vive em Imperatriz precisa enxergar o trabalho da Câmara Municipal por onde passa, afinal, uma vez que a cidade prospera, todos os cidadãos prosperam junto.

Racional – O cidadão precisa saber das audiências públicas, precisa ter ciência que ele pode participar, bem como ter acesso ao resultado dessas audiências. O cidadão precisa enxergar que a Câmara Municipal de Imperatriz faz valer sua obrigação de ser transparente em suas ações. Portanto, todo cidadão deve ter ciência da Transparência nas votações de projetos de lei, dos gastos da Câmara, bem como todas as atividades do legislativo que diz respeito a todo cidadão. Por isso, é fundamental que o Portal da Transparência seja contemplado na comunicação desenvolvida pelas licitantes.

12 - PONTOS POSITIVOS

- Abrangência dos projetos de leis e de outros atos que buscam a melhoria de vida para a comunidade.
- Ações que visam o uso racional e eficiente de verbas públicas na Câmara, bem como transparência nos gastos.
- Localização da Câmara: centro da cidade e edificação moderna com acesso para pessoas com necessidades especiais.

Rua Simplício Moreira, nº 1185, Centro, Imperatriz – MA
CNPJ 69.555.019/0001-09
Fone: (99) 3524-3359



ESTADO DO MARANHÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ



- Estrutura oferecida para atividades de aperfeiçoamento de servidores, vereadores e comunidade.
- Acervo digital de leis e fotos que, em breve, estará disponibilizado para consulta, inclusive pela internet.
- Qualificação de servidores para prestar melhor serviço à comunidade.

12 – PONTOS NEGATIVOS

- Dificuldade da população em entender a verdadeira atribuição do Legislativo.
- Dificuldade de distinção entre o papel do Executivo e do Legislativo.
- Desgaste da imagem dos políticos, não importa a esfera de poder (estadual, federal ou municipal), sendo as razões as mais variadas.

13 - INFORMAÇÕES ESSENCIAIS

Site – <http://www.camaraimperatriz.ma.gov.br/>

Redes Sociais;

Marca - A marca a ser aplicada nas peças de publicidade institucional do Poder Legislativo Municipal, junto ao slogan informado no Briefing do presente edital.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As peças devem conter textos e imagens leves e agradáveis, que gerem identificação com quem vive em Imperatriz, que permita que cada cidadão se sinta representado pela comunicação. Além da peça principal, podem ser elaboradas peças informativas, específicas sobre cada ação. É importante que as licitantes apresentem sugestões de mídias alternativas, além das convencionais, capazes de gerar maior impacto positivo e fortalecimento da lembrança de marca por parte do público-alvo. É importante, também, ressaltar que atualmente, uma estratégia de comunicação digital bem definida é imprescindível, sendo que, neste sentido, a licitante deve mostrar que tem total domínio de tais estratégias, com embasamento técnico, dados que justifiquem suas estratégias, bem como linguagem adequada a cada meio.

A campanha simulada que será julgada deverá ser de âmbito municipal, com prazo estabelecido de um (01) mês e com o recurso da ordem de R\$ 170.000,00 (cento e setenta mil reais).

Rua Simplício Moreira, nº 1185, Centro, Imperatriz – MA
CNPJ 69.555.019/0001-09
Fone: (99) 3524-3359



ESTADO DO MARANHÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ



Imperatriz – MA, 06 de dezembro de 2023

DEIVON DE AGUIAR SANTOS
DIRETOR DO DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO E CERIMONIAL
PORT. 014/2022

Rua Simplício Moreira, nº 1185, Centro, Imperatriz – MA
CNPJ 69.555.019/0001-09
Fone: (99) 3524-3359



Tabela Referencial de Custos
Internos do Estado do Maranhão



DE 01/06/2023
A 31/05/2024

FLS. 20
CPL



1. Esta tabela referencial cancela e substitui a anteriormente emitida pela **FENAPRO** para vigor no período de 2022 a 2023.
2. A presente "Tabela Referencial de Custos de Serviços Internos" foi elaborada pela Federação Nacional das Agências de Propaganda – **FENAPRO**, no uso de sua competência legal, em razão do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Maranhão – **SINAPRO/MA** estar em processo de fundação.
3. A produção desta tabela ocorre após um trabalho de pesquisa, consultando as Agências Maranhenses e analisando a estrutura das Tabelas Referenciais de outros sindicatos e associações relacionadas à área da comunicação.
4. Os valores contemplados nesta Lista, são referenciais e a **FENAPRO** recomenda que sejam observados pelas Agências de Propaganda do Estado do Maranhão, tanto na prestação de serviços publicitários a Clientes de iniciativa privada, como na prestação de serviços à Administração Pública, com relação à última citada, no que não forem contrários ao que dispõe o art. 2º, §2º, da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010.
5. Dúvidas porventura surgidas na execução da Tabela Referencial de Custos Internos, do Estado do Maranhão, deverão ser encaminhadas à **FENAPRO**, por meio dos canais de atendimento "**SINAPRO/FENAPRO Responde**":

E-mail: sac@fenapro.org.br

Telefone/Whatsapp: (11) 2199-4710

Site: www.fenapro.org.br

6. A **FENAPRO** representa, em nível nacional, a categoria econômica das Agências de Propaganda, regulamentada pela Lei n.º 4.680/1965, e pelo Regulamento da citada Lei, aprovado pelo Decreto n.º 57.690/1966, alterado pelo Decreto n.º 4.563/2002. A **FENAPRO** atua na defesa dos interesses da citada categoria, independentemente de filiação/associação das Agências de Propaganda, nos estados desprovidos de Sindicatos.

Daniel Queiroz
Presidente

**"ESTA TABELA REFERENCIAL CANCELA E SUBSTITUI A ANTERIORMENTE
EMITIDA PELA FENAPRO PARA VIGOR NO PERÍODO DE 2022 A 2023".**



CRITÉRIOS GERAIS

Os critérios gerais que nortearam a elaboração desta Tabela de Custos seguem rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo de Normas-Padrão, bem como a Legislação da Indústria da Propaganda, particularmente a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e o Decreto nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966.

O Decreto nº 4.563/02, de 31 de dezembro de 2002, que incorpora ao sistema legal as Normas-Padrão da atividade publicitária, alterou o art. 7º do Decreto nº 57.690/66 (que regulamenta a aplicação da Lei nº 4.680/65).

A seguir, reproduzimos textos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária – CENP, que estabelecem como devem ser as relações entre os anunciantes e as agências de publicidade e que serviram de base para a elaboração desta Tabela de Custos.

Toda Agência, habilitada e certificada pelo CENP, 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:

- Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas a seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;
- Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontrem melhor possibilidade de assimilação;
- Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;
- 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;
- 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);
- Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Produção) assim como a compra, distribuição e controle da publicidade nos Veículos contratados (execução de Mídia), e o pagamento das faturas.



A Agência deve dispor do seu melhor, trabalhando com dedicação e em estreita colaboração com seu Cliente, de modo a assegurar que o plano publicitário alcance os objetivos pretendidos e que o Anunciante obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados imediatamente quanti cáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia.

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 efetuarem, complementando e/ou detalhando dispositivos destas Normas- Padrão. O prazo poderá ser indeterminado, mas o seu término deverá ser previamente comunicado pela parte interessada à outra parte envolvida 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, e este, reciprocamente, abster-se-á de utilizar os serviços de outras Agências para a difusão dos mesmos conceitos, ideias, marcas, produtos ou serviços, salvo convenção em contrário.

Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a Agência deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia disponível no mercado, necessários à prestação de serviços de controle de verba do Anunciante. Nas transações entre Anunciantes e Agências, tendo por objeto a parcela negociável do "desconto padrão de Agência", adotar-se-ão, como referência de melhor prática, os parâmetros instituídos pelo item 4.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, que estabelece um sistema progressivo de serviços/benefícios, conforme descrito abaixo:

INVESTIMENTO TOTAL EM VEICULOS ADERENTES (EM MILHÕES)	%
Abaixo de 2,5	0
De 2,5 até 7,5	2
De 7,5 até 25	3
De 25 até 40	5
De 40 até 55	6
De 55 até 70	7
De 70 até 85	8
De 85 até 100	9
Acima de 100	10

Todos os demais serviços e suprimentos terão o seu custo coberto pelo cliente, bem como deverão ser adequadamente orçados e exigirá prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução. O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pela FENAPRO na base territorial onde a Agência estiver localizada, caso não exista Sindicato na mesma da base territorial onde a Agência estiver localizada, assim como não sofrerá acréscimo de honorários nem de quaisquer encargos.



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

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

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

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 a arcar com o pagamento dos custos já efetivados, bem como efetuar o ressarcimento das obrigações irrevogáveis.

Constitui prática desleal a apresentação, pela Agência, de trabalhos de qualquer natureza em caráter especulativo a Cliente de outra Agência, salvo quando expressamente solicitada pelo Anunciante em concorrência para escolha de Agência. 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, respeitando o disposto no item 2.9 das Normas-Padrão.

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

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

- Para adequação dos valores de remuneração de Agência através de "FEE", como meio de evitar a transferência ou concessão de benefícios ao Cliente/Anunciante pela Agência,

contrariando as Normas-Padrão, bem como as normas legais aplicáveis à espécie, recomenda-se a revisão, a cada 6 (seis) meses, dos valores efetivamente aplicados pelo Cliente/Anunciante em publicidade, em comparação aos valores orçados inicialmente ("budgets" de publicidade) e que tenham servido como parâmetro para a fixação dos valores do "FEE".

Nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada Órgão, Autarquia, Empresa, Fundação, Sociedade de Economia Mista ou outro tipo de Entidade governamental. Consideram-se esferas Administrativas distintas o Município, o Estado e a União.

Composição dos custos internos de serviços prestados por Agências sediadas no Estado do Maranhão

A determinação de valor a ser pago pelo Anunciante por serviços prestados pela Agência corresponderá à somatória dos seguintes itens:

Custos dos serviços internos + "desconto padrão de agência" + honorários sobre o valor dos serviços de terceiros

Custos dos serviços internos

Os custos dos serviços internos, que correspondem a aqueles executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, são calculados com base nos parâmetros referenciais estabelecidos nesta tabela.



Planejamento: fase inicial do trabalho, onde a Agência faz levantamento da necessidade do cliente. É o momento em que a Agência realiza o estudo de caso, estudo da empresa e seu produto/serviço, analisa o mercado de atuação e faz mapeamento do público-alvo da campanha. O planejamento permite conhecer com profundidade o cenário do cliente e a proposição de estratégias que melhor atenda o seu objetivo.

Criação de Campanha (tema/conceito): quando é solicitada a criação de campanha, é necessária uma etapa que antecede a criação das peças: o desenvolvimento de tema/conceito da campanha. Esta etapa deve ser cobrada de acordo com a dimensão do projeto a ser



desenvolvido. A determinação final de custos referentes a uma campanha será a conjunção dos custos de criação do tema/conceito somados aos custos individuais de cada peça que compõe a campanha aprovada pelo Cliente.

Quando os serviços forem de peças isoladas, a tabela subdivide os valores referentes aos seus serviços em três colunas, que representam as fases de trabalho necessárias para a confecção da peça publicitária. Segue abaixo um descritivo de cada uma destas fases:

Criação: Custo diferenciado para cada tipo de peça, referente ao serviço da síntese da estratégia de comunicação publicitária, proposta pela Agência para a solução do problema específico de comunicação descrito em Briefing. É expressa sob forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplo de peça que a corporifique objetivamente, sendo apresentada sob forma de roteiro e textos quando para mídia eletrônica, e em forma de layout para a peça gráfica.

Finalização: Custo diferenciado para cada tipo de peça, referente à montagem final da peça publicitária, seguindo as orientações do layout. Nesta fase do trabalho, serão agrupados em um único documento, seguindo as normas gráficas, todos os elementos que compõem a peça publicitária, tais como: fotografias, ilustrações, textos, títulos, logomarcas e qualquer outro elemento gráfico para que, depois de devidamente revisado e aprovado pelo Cliente, possa ser enviado para o fornecedor ou veículo.

Editoreção eletrônica para Finalização: Custos referentes a uma série de outros serviços necessários à produção das peças publicitárias bem como ao seu fluxo na área gráfica, tendo como objetivos garantir: a melhor qualidade de impressão, a segurança e integralidade das informações e a portabilidade dos arquivos referentes às peças publicitárias. Os serviços mínimos necessários e indispensáveis para a conclusão de uma peça publicitária estão divididos nas seguintes etapas: tratamento de imagens, onde serão executados os serviços de retoque, recorte, fusão e correções de cores das imagens; fechamento de arquivos, onde depois que a peça é finalizada, e o tratamento de imagem já foram concluídos, torna-se necessário, para portabilidade, que a peça finalizada seja transformada em um arquivo PDF-X 1a, que é o formato homologado internacionalmente, ideal para a reprodução gráfica; Impressão em papel (print) da peça gráfica, para que seja feita a revisão de textos e de seus elementos gráficos; Envio de e-mail, onde os jornais e editoras recebem os arquivos referentes aos anúncios por e-mail, o que obriga as agências a enviá-los por e-mail e checar o recebimento dos mesmos; Gravação de CD ou DVD, onde na impossibilidade do arquivo ser enviado por e-mail, o mesmo será enviado através de CD ou DVD; e Backup do arquivo, onde também deverá ser gravado CD ou DVD com a finalidade de segurança.

Com base nestes três centros de custos, é possível determinar os custos internos por peças publicitárias. Como exemplo, vamos compor os custos de anúncio de jornal de ½ página. É razoável pensar que um anúncio de jornal de meia página tenha, minimamente, as seguintes características gráficas: uma foto, texto, título e logomarcas. Sendo assim, sua composição de custo será

DESCRIÇÃO	VALOR
Criação de tema/conceito (peça avulsa – 100% do valor total da peça)	R\$ 2.337,00
Adaptação/Finalização/Computação Gráfica	R\$ 2.337,00
Retoque de imagem (1 hora)	R\$ 251,00
Print formato A3 para revisão	R\$ 24,00
Fechamento de arquivo PDF	R\$ 251,00
Total	R\$ 5203,00

Como a formatação discriminada dos custos internos das peças publicitárias torna os orçamentos longos e repetitivos, uma vez que os itens mínimos necessários à elaboração de cada peça são basicamente os mesmos, foram utilizados, nesta nova edição da Tabela de Custos Internos, uma coluna onde são apresentados, como sugestão, os custos padrões mínimos por peça na fase de Editoração Eletrônica.

Foram mantidos também, nesta tabela, a relação detalhada dos custos internos de editoração eletrônica. Assim, poder-se-á fazer o orçamento com a descrição detalhada quando for necessário.

Os prazos mínimos, em dias úteis necessários para execução de peças, são os seguintes, a partir da aprovação do briefing pelo cliente:	
Elaboração de planos de mídia:	Criação de Campanhas: 7 dias
Campanhas: 7 dias	Peças avulsas: 3 dias
Peças avulsas: 2 dias	Peças de oportunidade: 2 dias
Peças de oportunidade: 1 dia	Produção de campanhas: 10 a 20 dias

Taxa de emergência: Sempre que os mesmos não forem obedecidos, o Cliente pagará uma taxa de emergência à Agência de 20% sobre o valor dos custos dos serviços internos para o ressarcimento dos custos adicionais, como: horas extras, refeições e transporte dos profissionais da Agência.

As peças não especi cadas nesta Tabela serão orçadas por avaliação e referência de peças similares.



ORIENTAÇÕES GERAIS

Quando as peças publicitárias criadas e/ou nalizadas não gerarem remunerações à Agência, seja a do "desconto agência" e/ou honorários de 15% sobre serviço de terceiros, cando assim a remuneração da agência restrita, unicamente, aos seus custos internos, deverá esta cobrar um acréscimo de 100% sobre os valores constantes na Tabela. Sem prejuízo dos demais ressarcimentos e/ou remuneração prevista contratualmente, estabelecida pelo CENP ou possível de ser reivindicada judicialmente.

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. Os reembolsos de despesas são parte integrante da receita tributável da Agência. Assim sendo, tais reembolsos sofrem taxações de impostos. Estes tributos devem ser cobrados do Cliente.

Permutas - Considerando os expressos termos do art. 9º, inciso VIII, c.c. a Lei 9.610/98 (Lei de Direito Autoral), bem como a forma disposta pelo item 13 do Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, incorporado ao sistema Legal, por força do art. 17 da Lei 4.680/65, nenhum trabalho publicitário pode ser veiculado sem que a Agência de Propaganda criadora autorize sua divulgação e sem que seja ela, por isso, remunerada. Considerando que nas negociações para veiculação de propaganda através de permutas, o pagamento da veiculação seja realizado através de outras moedas, que não em pecúnia, recomenda-se e se estabelece que:

- a) Nas negociações para veiculação de publicidade, onde sejam adotadas as permutas, a Agência de Propaganda que atende o Cliente-Anunciante deve, necessariamente, delas participar, a fim de estabelecer, em conjunto com o Veículo de Divulgação e seu Cliente, a sua forma de remuneração, que será correspondente ao "desconto padrão de Agência";
- b) A remuneração da Agência de Propaganda, correspondente ao "desconto padrão de Agência", será devida pelo Veículo em qualquer caso (participando ou não a Agência da negociação), sendo que o percentual de 20% (vinte por cento), correspondente aos citados honorários da Agência, incidirá sobre o valor da permuta;
- c) Faculta-se às partes, notadamente aos Veículos de Divulgação e às Agências de Propaganda em conjunto, que excepcionalmente estas possam receber, a título de "desconto padrão de Agência", espaço/tempo publicitário no citado Veículo, para ser utilizado por um dos clientes da Agência, indicado previamente pela agência ao Veículo. Esta disposição é estabelecida como exceção à regra do item 4.7 das Normas-Padrão.

Projetos especiais, eventos, apoios e Patrocínios - Nas negociações entre o Cliente da carteira da Agência e o promotor de projeto especial, promoção, feira, convenção, palestra, seminário, curso, e demais eventos, com a finalidade que este Cliente venha apoiar ou patrocinar as ações do promotor, fazendo a transferência de recurso através de pecúnia ou de permutas e que, em contrapartida, proporcione ao Cliente exposição em mídia de sua(s) marca(s) e/ou produto(s) e/ou serviço(s) nas peças de divulgação do evento, caberá, nestes casos, à Agência de propaganda responsável pela conta publicitária uma remuneração sobre o valor do contrato que deve corresponder ao percentual de 20% (vinte por cento), equivalente ao "desconto padrão de Agência", sendo este devido pelo promotor do evento, em qualquer caso (participando ou não a Agência da negociação). Nos casos em que, como contrapartida, forem oferecidos créditos em espaços publicitários a serem utilizados livremente pelo cliente na divulgação de seu interesse, faculta-se à agência estimar os preços dos espaços publicitários oferecidos ao cliente. Caso esses espaços estejam abaixo dos valores de mercado, ou ofertados pelo promotor como bonificação da negociação, poderá a Agência estabelecer sua remuneração de 20% (honorários), levando em consideração não o valor pactuado, mas sim os valores de mercado referentes aos espaços ofertados ou preços pagos pelo seu cliente na compra de espaços publicitários semelhantes.

Recomenda-se e estabelece-se que:

- a) Nas negociações, a Agência de Propaganda que atende o Cliente-Anunciante deve, necessariamente, delas participar, a fim de estabelecer, em conjunto com o promotor do evento e seu Cliente, a sua forma de remuneração, correspondente ao "desconto padrão de Agência";
- b) A remuneração da Agência de Propaganda, correspondente ao "desconto padrão de Agência", será devida pelo Promotor em qualquer caso (participando ou não a Agência da negociação), sendo que o percentual de 20% (vinte por cento), correspondente aos citados honorários da Agência, incidirá sobre o valor do contrato;
- c) Faculta-se às partes, notadamente aos Promotores e às Agências de Propaganda em conjunto, que, excepcionalmente, estas possam receber, a título de "desconto padrão de Agência", espaço/tempo publicitário quando o Promotor for um Veículo, podendo esse espaço/tempo ser utilizado por outros clientes da Agência, a qual competirá indicar previamente ao Veículo. Esta disposição é estabelecida como exceção à regra do item 4.7 das Normas-Padrão.
- d) Quando o apoio ou o patrocínio for pago em forma de permuta, as bases de negociação serão as mesmas estabelecidas no item referente à permuta.

Serviços não previstos nesta tabela são de livre acerto entre a Agência e o Cliente.

Refação: adicional de 30%



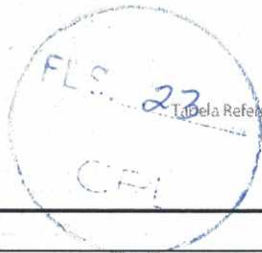
TABELA REFERENCIAL DE PREÇOS MARANHÃO					
PLANEJAMENTO DE CAMPANHA	LINHA				
	1	Exemplos:			
	2	Grande complexidade	Lançamento de nova empresa		
	3		(Re)Lançamento de produto	R\$ 80.162,44	
	4		Planejamento anual de produto/marca		
	5	Média complexidade	Campanha anual		
	6		Lançamento imobiliário		
	7		Campanha de incentivo / relacionamento	R\$ 34.066,61	
	8		Participação em feira		
	9	Baixa complexidade	Calendário Promocional		
	10		Ação de guerrilha		
	11		Campanha de Varejo	R\$ 19.528,76	
	12	Ação promocional			
	13	Estratégia de mídia e não mídia		R\$ 8.236,32	
	14	Elaboração de Briefing de campanha (quando não for fornecida pelo cliente)		R\$ 6.908,92	
	15	Plano de mídia ou não mídia (por meio ou ação)		R\$ 1.581,37	
16	Criação da Campanha: adaptação, finalização e computação gráfica das peças que compõem a campanha serão cobradas individualmente.				
17					
18	Campanha Grande/Grande Complexidade		R\$ 27.267,91		
19	Relacionado a uma campanha de grande complexidade.		R\$ -		
20	Campanha Média/Média Complexidade		R\$ 18.653,02		
21	Relacionado a uma campanha de média complexidade.		R\$ -		
22	Campanha Pequena/Baixa Complexidade		R\$ 10.036,93		
23	Relacionado a uma campanha de baixa complexidade.				
24	Peça isolada (quando criação do tema/conceito se aplica para uma única peça)		Acréscimo de 100% sobre o valor total da peça		
25					
CRIAÇÃO DE CAMPANHA (TEMA/CONCEITO)	26	Identidade visual	Total		
	27	Empresa	R\$	14.360,55	
	28	Produto	R\$	8.735,89	
	29	imobiliário e evento	R\$	7.138,94	
	30	Selo comemorativo/promocional	R\$	7.138,94	
	31	Readaptação de marca antiga	R\$	6.197,31	
	32	Mascote/personagem	R\$	13.099,04	
	33	Nome Fantasia	R\$	5.320,36	
	34	Nome Produto	R\$	5.612,68	
	35	Manual de identidade visual	R\$	5.431,78	
	36	Uniforme	R\$	2.046,20	
	37	Papeliaria: bloco de anotações, cartão de visita, envelope, papel carta, etc (preço por peça)	R\$	1.297,44	
	38				
	39	Sinalização	Total		
	40	Fachada	R\$	6.426,13	
	41	Pórtico	R\$	6.426,13	
	42	Sinalização interna (adaptação por placa)	R\$	379,77	
	43	Sinalização interna (projeto de grande porte)	R\$	9.556,53	
	44	Sinalização interna (projeto de médio porte)	R\$	7.410,89	
	45	Sinalização interna (projeto de pequeno porte)	R\$	5.830,71	
	46	Totem	R\$	4.385,91	
	47				
	48	Adesivagem de Frota	Finalização	Computação Gráfica	Total
	49	Caminhão	R\$ 2.412,79	R\$ 2.905,17	R\$ 5.791,80
	50	Caminhete / Van	R\$ 1.553,82	R\$ 2.082,14	R\$ 3.959,92
	51	Carro passeio/utilitário	R\$ 1.552,62	R\$ 1.610,13	R\$ 3.444,55
	52	Motocicleta	R\$ 420,50	R\$ 473,21	R\$ 973,35
	53	Ônibus	R\$ 2.590,10	R\$ 3.437,09	R\$ 6.564,21
	54				
	55	Projetos Gráficos	Total		
	56	Apresentação Multimídia	R\$ 6.465,66		
	57	Broadside, folder e mala direta	R\$ 9.052,16		



DESIGN	58	Cartilha/Catálogo				R\$	7.761,91
	59	CD/DVD				R\$	9.052,16
	60	House Organ / Relatório				R\$	12.931,32
	61	Jornal				R\$	18.104,33
	62	Livro				R\$	27.158,89
	63	Mostruários				R\$	15.517,82
	64	News Letter				R\$	4.529,68
	65						
	66	Capa				Total	
	67	Agenda				R\$	3.620,39
	68	Capa de catálogo				R\$	4.550,04
	69	Capa de Livro				R\$	6.611,82
	70	Capa de relatório				R\$	4.550,04
	71	Capa de revista				R\$	6.611,82
	72	CD - Capa				R\$	3.620,39
	73						
	74	Diagramação por página	Finalização	Computação Gráfica		Total	
	75	Impresso - até 32 páginas	R\$ 292,31	R\$ 277,94	R\$	621,06	
	76	Impresso - acima de 33 páginas	R\$ 203,66	R\$ 192,88	R\$	431,87	
	77	Multimídia - montagem por tela			R\$	443,26	
	78						
	79	Criação Stand				Total	
	80	Stand para feira - Envelopagem até 15m (sem projeto arquitetônico)			R\$	10.465,16	
	81	Stand para feira - Envelopagem acima de 15m - por m2 (sem projeto arquitetônico)			R\$	702,47	
	82	Stand para feira - Com projeto especial / arquitetônico			a combinar		
	83						
	84	Criação do mobiliário	Finalização	Computação Gráfica		Total	
	85	Balcão para degustação	R\$ 1.454,38	R\$ 485,19	R\$	2.112,39	
	86	Ponto de Venda	R\$ 1.454,38	R\$ 485,19	R\$	2.112,39	
	87						
	88	Criação do mobiliário já existente	Finalização	Computação Gráfica		Total	
	89	Balcão para degustação	R\$ 1.454,38	R\$ 485,19	R\$	2.112,39	
	90	Ponto de Venda	R\$ 1.454,38	R\$ 485,19	R\$	2.112,39	
	91						
	92	Embalagens	Finalização	Computação Gráfica		Total	
	93	Caixa de embarque	R\$ 1.287,86	R\$ 634,95	R\$	2.094,13	
	94	Cartela/tag	R\$ 1.287,86	R\$ 634,95	R\$	2.094,13	
	95	Cinta para embalagem	R\$ 351,02	R\$ 171,32	R\$	568,87	
	96	Embalagem	R\$ 5.349,11	R\$ 2.622,44	R\$	8.681,82	
	97	Embalagem (reformulação ou melhora)	R\$ 2.802,15	R\$ 1.375,32	R\$	4.549,67	
	98	Embalagens para linha de produtos	R\$ 14.276,69	R\$ 6.992,78	R\$	23.164,58	
	99	Mockup (sem custo terceirizado)	R\$ 4.145,11	R\$ 2.033,02	R\$	6.728,61	
	100	Rótulo	R\$ 2.912,36	R\$ 1.428,03	R\$	4.727,12	
	101	Rótulo (reformulação ou melhora)	R\$ 2.348,10	R\$ 1.265,10	R\$	3.935,13	
	102						
	103	PEÇAS VEICULÁVEIS					
	104	Anúncios	Adaptação	Finalização	Computação Gráfica	Total	
	105	Jornal / Revista	R\$ 1.684,40	R\$ 652,92	R\$ 462,43	R\$	3.049,21
	106	Jornal (classificado)	R\$ 1.116,55	R\$ 434,88	R\$ 268,35	R\$	1.981,92
	107						
	108						
	109	Publicidade Legal / Balanço					
	110	Página dupla				R\$	5.907,39
	111	1 Página				R\$	2.986,64
	112	Rouba página				R\$	2.171,99
	113	1/2 página				R\$	1.492,72
	114	1/3 página				R\$	785,89
	115	1/4 página				R\$	746,36
	116						
	117	Mídia Exterior	Adaptação	Finalização	Computação Gráfica	Total	
	118	Backbus - Traseirão de Ônibus	R\$ 2.380,45	R\$ 1.019,51	R\$ 886,53	R\$	4.668,41
	119	Busdoor / Taxidoor	R\$ 1.539,44	R\$ 658,91	R\$ 1.123,73	R\$	3.618,08
	120	Cancela de estacionamento	R\$ 1.311,82	R\$ 711,62	R\$ 681,67	R\$	2.946,13
	121	Empena	R\$ 2.382,84	R\$ 2.037,82	R\$ 2.473,89	R\$	7.508,85
	122	Frontlight - backlight - Triado (por face)	R\$ 3.092,06	R\$ 1.320,21	R\$ 679,27	R\$	5.545,20
	123	Mobiliário urbano (estrutura existente: relógio, displays, parada de ônibus, guarda-corpo etc.)	R\$ 1.539,44	R\$ 658,91	R\$ 1.123,73	R\$	3.618,08
	124	Outdoor	R\$ 3.092,06	R\$ 1.320,21	R\$ 679,27	R\$	5.545,20
	125						



PROPAGANDA	126	Mídia eletrônica - criação, texto e roteiro				Total	
	127	Assinatura/vinheta eletrônica				R\$	1.027,89
	128	Áudio / Spot / Testemunhal até 60"				R\$	1.733,08
	129	Documentário/Video até 5'				R\$	9.785,35
	130	Documentário/Video - por minuto excedente				R\$	1.170,46
	131	Jingle/trilha até 60"				R\$	3.287,45
	132	Storyboard (por quadro)				R\$	379,77
	133	VT/filme (miolo de oferta)				R\$	696,04
	134	VT/filme até 60"				R\$	2.829,70
	135						
	136	PEÇAS NÃO VEICULÁVEIS / PROMOCIONAIS					
	137	Acréscimo de 30% quando a peça possuir formato especial.					
	138						
	139	Mídia Exterior	Adaptação	Finalização	Computação Gráfica	Total	
	140	Banca de Jornal	R\$ 2.374,46	R\$ 1.017,11	R\$ 340,23	R\$	4.064,30
	141	Blimp	R\$ 680,47	R\$ 276,74	R\$ 261,17	R\$	1.326,93
	142	Faixa - faixaeta (avião, rua, supermercado)	R\$ 439,67	R\$ 279,14	R\$ 263,56	R\$	1.069,90
	143	Galhardete	R\$ 1.311,82	R\$ 711,62	R\$ 681,67	R\$	2.946,13
	144	Placa de estrada	R\$ 528,32	R\$ 336,64	R\$ 227,62	R\$	1.189,93
	145	Placa obra	R\$ 528,32	R\$ 336,64	R\$ 227,62	R\$	1.189,93
	146	Pintura de muro (até 25m2)	R\$ 1.311,82	R\$ 711,62	R\$ 681,67	R\$	2.946,13
	147						
	148	Impressos	Adaptação	Finalização	Computação Gráfica	Total	
	149	Broadside, folder, mala direta (até formato A4)	R\$ 2.805,74	R\$ 1.084,20	R\$ 680,47	R\$	4.977,63
	150	Cartão; aniversário, Natal, Ano-Novo, postal	R\$ 1.186,03	R\$ 506,76	R\$ 680,47	R\$	2.584,72
	151	Cartaz	R\$ 1.186,03	R\$ 506,76	R\$ 680,47	R\$	2.584,72
	152	Convite para eventos elaborados	R\$ 1.783,84	R\$ 536,71	R\$ 352,21	R\$	2.910,90
	153	Convite para eventos simples	R\$ 1.363,34	R\$ 408,52	R\$ 268,35	R\$	2.221,99
	154	Diploma	R\$ 702,03	R\$ 421,70	R\$ 285,13	R\$	1.534,39
	155	Formulário	R\$ 702,03	R\$ 421,70	R\$ 285,13	R\$	1.534,39
	156	Jogo americano	R\$ 702,03	R\$ 421,70	R\$ 285,13	R\$	1.534,39
	157	Panfleto	R\$ 1.186,03	R\$ 506,76	R\$ 680,47	R\$	2.584,72
	158	Pasta	R\$ 529,52	R\$ 336,64	R\$ 227,62	R\$	1.191,24
	159	Santinho	R\$ 529,52	R\$ 336,64	R\$ 227,62	R\$	1.191,24
	160		-	-	-	R\$	-
	161	Material Promocional/PDV	Adaptação	Finalização	Computação Gráfica	Total	
	162	Aplicação de marca	R\$ 376,18	R\$ 242,00	R\$ -	R\$	673,25
	163	Adesivo (até A4)	R\$ 702,03	R\$ 421,70	R\$ 285,13	R\$	1.534,39
	164	Adesivo (superior a A4)	R\$ 1.186,03	R\$ 506,76	R\$ 680,47	R\$	2.584,72
	165	Backdrop (só marcas)	R\$ 527,12	R\$ 339,04	R\$ 226,42	R\$	1.189,93
	166	Bandeirola	R\$ 1.031,49	R\$ 684,06	R\$ 340,23	R\$	2.238,96
	167	Bandô	R\$ 527,12	R\$ 339,04	R\$ 226,42	R\$	1.189,93
	168	Banner / Windbanner	R\$ 1.539,44	R\$ 658,91	R\$ 1.123,73	R\$	3.618,08
	169	Bola / Balão de festas	R\$ 527,12	R\$ 339,04	R\$ 226,42	R\$	1.189,93
	170	Cartela de preços	R\$ 527,12	R\$ 339,04	R\$ 226,42	R\$	1.189,93
	171	Crachá	R\$ 527,12	R\$ 339,04	R\$ 226,42	R\$	1.189,93
	172	Display de balcão e parede	R\$ 1.539,44	R\$ 658,91	R\$ 1.123,73	R\$	3.618,08
	173	Ficha de Inscrição/Cupom	R\$ 741,57	R\$ 460,04	R\$ 270,75	R\$	1.603,54
	174	Mobile	R\$ 741,57	R\$ 460,04	R\$ 270,75	R\$	1.603,54
	175	Painel	R\$ 1.539,44	R\$ 658,91	R\$ 1.123,73	R\$	3.618,08
	176	Placa Comemorativa	R\$ 527,12	R\$ 339,04	R\$ 226,42	R\$	1.189,93
	177	Sacola	R\$ 527,12	R\$ 339,04	R\$ 226,42	R\$	1.189,93
	178	Sala de gondola	R\$ 702,03	R\$ 421,70	R\$ 285,13	R\$	1.534,39
	179	Wobbler, danger, stopper	R\$ 1.031,49	R\$ 684,06	R\$ 340,23	R\$	2.238,96
	180						
	181	Brinde	Adaptação	Finalização	Computação Gráfica	Total	
	182	Aplicação de marca	R\$ 376,18	R\$ 242,00	R\$ -	R\$	673,25
	183	Abanador / leque	R\$ 654,11	R\$ 418,11	R\$ 398,94	R\$	1.602,24
	184	Bonê	R\$ 527,12	R\$ 339,04	R\$ 226,42	R\$	1.189,93
	185	Calendário (Bolso/Mesa)	R\$ 1.117,74	R\$ 422,90	R\$ 342,63	R\$	2.051,07
	186	Calendário (custo por lâmina)	R\$ 1.031,49	R\$ 685,26	R\$ 341,43	R\$	2.241,57
	187	Camisa	R\$ 654,11	R\$ 418,11	R\$ 398,94	R\$	1.602,24
	188	Marcador Página	R\$ 654,11	R\$ 418,11	R\$ 398,94	R\$	1.602,24
	189	Mouse pad	R\$ 654,11	R\$ 418,11	R\$ 398,94	R\$	1.602,24
	190	Projeto especial (criação de novo brinde)	R\$ 2.386,44	R\$ 1.020,70	R\$ 1.225,56	R\$	5.045,48
	191						
	192	Projetos especiais (apenas layout - não incluso produção)					Total
	193	Inflável					R\$ 3.241,82
	194	Medalha					R\$ 3.241,82
	195	Totem					R\$ 3.477,82
	196	Troféu					R\$ 4.569,21
	197						



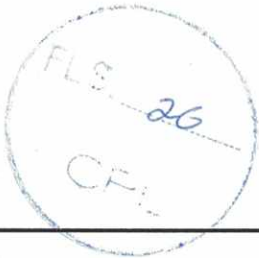
196	Site/Portal	Total
199	Arquitetura de informação (mapa do site + wireframe)	R\$ 22.030,21
200	Compra de domínio + hosting (mensal)	R\$ 588,22
201	Desenvolvimento de CMS	R\$ 14.686,40
202	Desenvolvimento de gerador de perfis	R\$ 14.686,40
203	Desenvolvimento de sistema de banco de dados	R\$ 5.875,04
204	Gestão de conteúdo	R\$ 17.623,93
205	Integração com redes sociais	R\$ 17.133,94
206	Layout das páginas internas (por página)	R\$ 10.588,01
207	Layout de homepage	R\$ 19.582,67
208	Programação de capa em flash	R\$ 29.372,81
209	Redação de texto (por página)	R\$ 4.896,27
210	Replicar página para diferentes idiomas	R\$ 1.836,55
211	Alterações / ajustes de layout (por página)	R\$ 2.844,08
212	Alterações / ajustes de programação (por página)	R\$ 5.686,95
213	Hotsite	Total
214	Arquitetura de informação (mapa do site + wireframe)	R\$ 7.343,80
215	Compra de domínio + hosting (mensal)	R\$ 557,07
216	Desenvolvimento de banco de dados	R\$ 19.582,67
217	Desenvolvimento de cms	R\$ 19.582,67
218	Desenvolvimento de gerador de perfis	R\$ 19.582,67
219	Gestão de conteúdo	R\$ 9.273,80
220	Integração com redes sociais	R\$ 24.477,74
221	Layout de homepage	R\$ 13.463,24
222	Layout das páginas internas (por página)	R\$ 7.343,80
223	Programação de capa em flash	R\$ 18.358,31
224	Redação de texto (por página)	R\$ 2.693,13
225	Replicar página para diferentes idiomas	R\$ 1.836,55
226	Promoção/Concurso	Total
227	Mediação (mensal)	R\$ 5.902,60
228	Planejamento e mecânica	R\$ 8.853,29
229	Newsletter/Email Marketing	Total
230	Importação / segmentação / higienização de base	R\$ 7.245,56
231	Disparo (unitário)	R\$ 588,22
232	Mensuração de resultados	R\$ 7.245,56
233	Newsletter / e-mail mkt em arquivo de imagem (jpg,png,etc.)	R\$ 1.935,98
234	Newsletter / e-mail mkt em arquivo html	R\$ 2.199,55
235	Relatório de envio de newsletter / e-mail mkt	R\$ 7.245,56
236	Banner (medidas em pixel)	Total
237	Background 1680 x altura livre	R\$ 6.052,78
238	Banner vertical 120x240	R\$ 4.195,21
239	Banner vertical expansível 300x600	R\$ 6.052,78
240	Barra Lateral 180x400	R\$ 4.195,21
241	Banner vertical expansível 1190x700	R\$ 6.052,78
242	Botão 120x30	R\$ 3.495,58
243	Botão 120x60	R\$ 4.195,21
244	Botão 120x90	R\$ 4.425,23
245	Botão 88x31	R\$ 3.495,58
246	Full banner 468x60	R\$ 4.195,21
247	Full banner expansível 468x300	R\$ 6.052,78
248	Giga banner 990x300	R\$ 6.052,78
249	Half banner 234x60	R\$ 3.495,58
250	Interstitial 1000x600	R\$ 6.052,78
251	Layer dhtml	R\$ 6.052,78
252	Mega banner 920x114	R\$ 6.052,78
253	Page collapse (fechado 300x250 – aberto 980x315)	R\$ 6.052,78
254	Retângulo 180x150	R\$ 3.495,58
255	Retângulo de menu 140x240	R\$ 4.425,23
256	Retângulo médio 300x250	R\$ 4.425,23
257	Rouba página (fechado 300x250) – aberto 994x519)	R\$ 6.052,78
258	Selo 180x30	R\$ 3.495,58
259	Selo duplo 180x60	R\$ 4.195,21
260		



MULTIMÍDIA/DIGITAL	261	Super banner 728x90	R\$	4.195,21
	262	Super banner expansível 728x300	R\$	6.052,78
	263	Xpace 948x60 a 948x360	R\$	6.052,78
	264	Audiência	Total	
	265	Monitoramento diário + relatório semanal simples (mensal)	R\$	1.665,23
	266	Relatório completo (mensal)	R\$	2.840,48
	267	Relatório de análise de métricas in-site	R\$	1.468,76
	268	Relatório de análise de métricas off-site	R\$	2.937,52
	269	Mídias Sociais	Total	
	270	Criação de cards para redes sociais	R\$	1.399,25
	271	Criação de perfil (facebook, twitter, etc) e cards em carrossel	R\$	3.477,44
	272	Personalização de rede social / perfil (avatar, testeira, etc.) ou criação de filtro	R\$	8.430,32
	273	Geração de Conteúdo	Total	
	274	Criação de matriz de conteúdo para canais proprietários (redes sociais e sites) (por plataforma digital)	R\$	9.791,34
	275	Criação de conteúdos para perfis proprietários em redes sociais (por post)	R\$	367,79
	276	Criação de conteúdos para ambientes digitais como sites, hotsites e blogs (por post)	R\$	734,38
	277	Criação de publicidade (para blogs, sites e redes sociais) (por publicitário)	R\$	1.468,76
	278	Curadoria (pesquisa) de conteúdo para perfis proprietários em redes sociais	R\$	245,59
	279	Curadoria (pesquisa) de conteúdo para ambientes digitais proprietários (sites, hotsites e blogs) (por post)	R\$	245,59
	280	Gestão de geração de conteúdos e interações em canais proprietários (por mês)	R\$	979,97
	281	Monitoramento de Canais Proprietários	Total	
	282	Monitoramento de interações e respostas às interações (por diária)	R\$	196,47
	283	Monitoramento da Marca na Web	Total	
	284	Monitoramento de menções à marca na web e geração de relatório em resultados (por relatório)	R\$	1.471,16
	285	Monitoramento de menções à marca para interações (monitoramento ativo) (por diária)	R\$	196,47
	286	Disseminação Online	Total	
	287	Estruturação de estratégia de disseminação (por job)	R\$	7.343,80
	288	Gestão de disseminação online (por job)	R\$	979,97
	289	Mapeamento de formadores de opinião (blogueiros e betas) (por formador de opinião)	R\$	98,24
	290	Pesquisa de dados cadastrais de formadores de opinião para contato (endereço + email) (por formador de opinião)	R\$	79,07
	291	Realização de contato com formadores de opinião (por formador de opinião)	R\$	49,12
	292	Negociação e contratação de posts pagos de formadores de opinião (por formador de opinião)	R\$	98,24
	293	Digital PR (ativação de formadores de opinião) (até 10 formadores de opinião)	R\$	2.448,73
	294	Monitoramento e Avaliação de Resultados	Total	
	295	Planejamento e definição de métricas e metas do projeto (por job)	R\$	3.183,11
	296	Monitoramento de posts pagos e mídia espontânea em redes sociais, sites e blogs (diária)	R\$	2.448,73
	297	Relatório semanal com monitoramento e captação de posts (por relatório)	R\$	686,46
	298	Relatório completo do Projeto (por relatório)	R\$	2.840,48
	299	Games	Total	
	300	Design de ambientes de jogo	R\$	14.686,40
	301	Design de telas complementares de jogo	R\$	7.343,80
	302	Game-flash	R\$	36.716,61
	303	Game-html5	R\$	61.193,15
	304	Mobile game	R\$	85.669,70
	305	Planejamento de game	R\$	12.238,87
	306	Social Game	R\$	110.147,44
	307	Aplicativos	Total	
	308	Aplicativo para redes sociais simples	R\$	61.193,15
	309	Aplicativos para redes sociais gerador de perfis e integração de conteúdo	R\$	85.669,70
	310	Aplicativo para aparelhos móveis (celular e tablet)	R\$	97.908,57
	311	Mobile	Total	
	312	Análise de resultados de campanha sms	R\$	2.840,48
	313	Banner grande para dispositivos móveis 320x100	R\$	5.768,42
	314	Cabeçalho para dispositivos móveis 320x50	R\$	5.768,42
	315	Disparo de SMS	R\$	1.958,75
	316	Mobile apps 480x75	R\$	5.768,42
	317	Planejamento de campanha SMS	R\$	11.015,70
	318	Quadrado 250x250	R\$	5.768,42
	319	Selo duplo 300x100	R\$	5.768,42
	320	Selo simples 300x50	R\$	5.768,42



PROJETOS DIGITAIS	321	Otimização SEO	Total	
	322	Análise de conteúdo in-site (por página)	R\$	440,87
	323	Análise técnica in-site	R\$	3.427,51
	324	Análise técnica off-site (link building)	R\$	5.385,05
	325	Monitoramento de resultados	R\$	1.468,76
	326	Planejamento de campanha (por palavra)	R\$	1.224,37
	327	Marketing em Buscadores (S.E.M)	Total	
	328	Criação de campanha	R\$	8.568,17
	329	Gestão de campanha	R\$	1.468,76
	330	Seleção de palavras-chaves (por palavra)	R\$	269,55
	331	Apresentações	R\$	-
	332	Presentation em flash	R\$	44.059,21
	333	Presentation em ppt	R\$	22.030,21
	334		R\$	-
	335	Planejamento	Total	
	336	Planejamento de Projeto digital	R\$	35.579,70
	337	Protótipo de Projeto Digital (wireframes) – arquitetura	R\$	35.579,70
	338	Benchmark (avulso)	R\$	14.651,66
	339	Direção de arte (conceito para projeto)	R\$	16.744,59
	340	Análise de tecnologia	R\$	11.860,30
	341	Tag Book (especificação métrica)	R\$	11.860,30
	342	SEO Book (especificação de ações para busca orgânica)	R\$	29.649,55
	343	Gestão de Projeto (PMI)*	R\$	78.487,63
	344	Plano de mídia digital (avulso)	R\$	20.930,43
	345	Criação	Total	
	346	Sites Institucionais (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)	R\$	78.487,63
	347	Intranets e extranets (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)	R\$	69.764,91
	348	E-commerce (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)	R\$	66.275,11
	349	Blogs, fóruns e hotspots (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)	R\$	26.163,34
	350	App Mobile (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)	R\$	78.487,63
	351	Programação	Total	
	352	Sites Institucionais (a partir de)	R\$	78.487,63
	353	Intranets / extranets	R\$	69.764,91
	354	E-commerce (a partir de)	R\$	66.275,11
	355	Blogs, fóruns ou hotspots (a partir de)	R\$	26.163,34
	356	App Mobile	sob consulta	
	357	Infográfico	R\$	7.327,03
	358	Landing page	R\$	10.782,09
	359		Total	
	360	Conteúdo	R\$	10.465,82
	361	"SAC 2.0" – Interação em canal social (mensal)	Total	
	362	Business Intelligence	R\$	5.931,35
	363	Análise Web Metrics - mensal	R\$	7.325,83
	364	Análise específica SEO - mensal	R\$	6.628,59
	365	Monitoramento social de marca - mensal	Custo homem/hora (R\$)	
	366	Desenvolvimento dos trabalhos em Meios Digitais		
	367	Planejamento	R\$ 663,70 a	R\$ 791,88
	368	Design e criação	R\$ 523,53 a	R\$ 661,30
	369	Atendimento e gestão	R\$ 527,12 a	R\$ 661,30
	370	Programação	R\$ 396,54 a	R\$ 527,12
	371	Refação – adicional mínimo de 30% Valores em reais		
	372			
ILUSTRAÇÃO	373	Ilustração (por ilustração)	Acima de 10 Até 10	
	374	Gráfico (ilustração)	R\$ 751,15	R\$ 1.041,07
	375	Mapa de localização (simples)	R\$ 1.549,79	R\$ 1.704,77
	376	Tabela	R\$ 605,00	R\$ 838,61
	377	Ilustrações / Cartoon / Caricatura (mídia impressa e eletrônica)	R\$ 1.091,39	R\$ 1.511,89
	378	Pesquisa 2007 - Referencial de valores de ilustração Abipro		
	379			



HORA/PROFISSIONAL	380	Hora/Profissional	Total	
	381	Presidente	R\$	885,33
	382	Vice-presidente	R\$	601,40
	383	Diretor de Criação	R\$	491,18
	384	Diretor de Atendimento	R\$	491,18
	385	Atendimento	R\$	300,70
	386	Diretor de arte	R\$	458,84
	387	Redator	R\$	458,84
	388	Planejamento	R\$	601,40
	389	Produtor gráfico/elettronico	R\$	300,70
	390	Mídia	R\$	300,70
FINALIZAÇÃO	391		Total	
	392	Finalização		
	393	Fechamento de arquivo (por hora homem) - incluir em fechamento de arquivo.	R\$	300,70
	394	Tratamento de imagem (Por hora homem)	R\$	300,70
	395	Vetorização de logotipos	R\$	300,70
	396	Gravação de CD/DVD	R\$	57,50
	397	Scanner de imagem	R\$	38,34
	398	Print papel A4 (cor)	R\$	19,17
	399	Print papel A3 (cor)	R\$	28,75
	400	Print papel A4 (p&b)	R\$	15,57
	401	Print papel A3 (p&b)	R\$	22,76
	402	Backup de arquivos CD/DVD	R\$	570,25

FLS. 27
CPL

Fenapro Responde

📞 (11) 2199-4710

✉️ sac@fenapro.org.br

🌐 fenapro.org.br

