



CONFERE COM ORIGINAL
DATA 02/06/2020

[Handwritten signature]

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Sinapro

PARÁ

TABELA REFERENCIAL
DE CUSTOS INTERNOS

2020

VALIDADE DE 29/02/2020 A 28/02/2021

ÍNDICE



4. Diretoria
5. Serviços do Sinapro
Remuneração da Agência
6. Serviços de Agência
Contratação de Agência
8. Lei 12.232/2010
14. Sugestão de Briefing
18. Modelo de Contrato
21. Proibição do uso do Pregão



LISTA REFERENCIAL 2019

22. Anúncio para revista
Anúncio para jornal
Informe Publicitário
Publicidade legal/Balanços
23. Vídeos
Comercial para Rádio
Gravação / Editoração / Digitação
Mídia Out of Home
24. Mobiliário Urbano
Mídias Interiores
Materiais Promocionais
25. Materiais Gráficos
26. Programação Visual
27. Materiais Diferenciados
Criação de Campanhas
Papeleria

CONFERE COM ORIGINAL
DATA 08/10/2020



28. Logotipia
Embalagens
Encarte
29. Serviços Digitais
Anúncios Display
30. Outras peças digitais
Projetos - Business Intelligence
31. Campanhas Digitais
32. Redes Sociais
33. SEO - Search Engine Optimization
34. Website
Hotsite
35. Mobile Site
Blog
Landing Page
36. Mobile APP
E-commerce
E-mail Marketing
Newsletter
37. Modelo de Precificação Opcional
- Custos Variáveis
38. Projetos Especiais
Marketing Político
Planejamento de Comunicação -
Ações Estratégicas



CONFERE COM ORIGINAL
DATA: 08/06/2020

**DIRETORIA
GESTÃO 2017/2020**

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente: Rafaela H. Galvão Zúniga
Diretor de Secretaria: Marcus Martins de Barros Pereira
Diretor de Desenvolvimento: Anselmo Gama
Diretor Financeiro: Hérycles Yoshio Horiguchi
Diretor de Relações Públicas: João Carlos de Souza Bastos



SUPLENTES DA DIRETORIA

Orly da Costa Bezerra
Layse Maria Silva Santos

CONSELHO FISCAL

Célio Pessoa Sales Filho
Armando Augusto P. Chady
José Severo Filho

SUPLENTES DO CONSELHO FISCAL

Fernanda H. Galvão Chaves
Cleide da Silva Santos
Haroldo Valente

CONFERE COM ORIGINAL
DATA: 08/06/2020

SERVIÇOS OFERECIDOS PELO SINAPRO-PA

(Exclusivamente às agências de propaganda filiadas)

- Pesquisa de mídia.
- Pareceres sobre direito civil, comercial, autoral e legislação publicitária. Orientação no campo legal da propaganda, englobando o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e Normas-Padrão da Atividade Publicitária, através do Departamento Jurídico da FENAPRO – Federação Nacional das Agências de Propaganda.
- Lista Referencial de Custos de Serviços Internos das agências de propaganda.
- Portal da Internet (www.sinapro.com.br), com conteúdo de interesse da categoria, incluindo toda legislação publicitária e atividades correlatas, artigos, relação de agências filiadas, notícias do meio, eventos etc.
- Informações periódicas, por e-mail e através de informativo impresso, de assuntos sobre propaganda, sobre o mercado de comunicação e outros assuntos do segmento publicitário e de negócios de comunicação.
- Negociação do Acordo Coletivo de Trabalho com o SIPEP – Sindicato dos Publicitários Agenciadores de Propaganda e Trabalhadores em Empresas de Propaganda no Estado do Pará.
- Orientação para participação em licitações.
- Informações por e-mail de assuntos sobre propaganda, sobre o mercado de comunicação e outros assuntos de interesse do segmento publicitário e de negócios de comunicação.



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 Nº 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 (conforme itens 2.5, 2.5.1 e 6 e seus subitens 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.
- b) Os custos dos serviços internos como criação, redação, layout, arte-final, ilustrações etc., que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria agência, serão calculados com base em parâmetros estabelecidos pela Lista Referencial de Custos de Serviços Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Pará, 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) Quando da responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente a contração do serviço, ou suprimento, sobre o valor respectivo, o Anunciante pagará a Agência "honorários" de no mínimo 5% (cinco por cento); e, no máximo, 10% (dez por cento) (cf. 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.

CONFERE COM ORIGINAL
DATA: 08/06/2020

[Handwritten signature]



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:

- 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.
- Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontre 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) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos veículos contratados (Execução de Mídia), e o 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 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

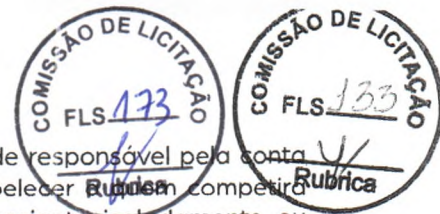
Todos os gastos efetuados a serviço do cliente, não inclusos na categoria de custos externos dos trabalhos, deverão ser previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo, sem incidência de honorários ou comissões. Entre esses gastos, exemplificam-se: transporte,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

PERMUTA

É livre a contratação de permuta de espaço, tempo ou serviço publicitário entre veículos de comunicação

CONFERE COM ORIGINAL
DATA: 07/06/2022



e anunciantes, diretamente ou mediante participação da agência de publicidade responsável pela conta publicitária. Nesse caso o contrato, ou acordo, deverá, necessariamente, estabelecer em competição remunerar a agência, podendo este ônus recair sobre o veículo ou sobre o anunciante, isoladamente, ou sobre ambos, e em que proporção.

Quando o contrato for omissivo, ou na ausência de acordo, a agência titular dos direitos autorais sobre o material a ser veiculado fará jus ao "desconto padrão de agência", de acordo como item 2.5 combinado com o item 4.1 das Normas- Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP.

PROJETOS ESPECIAIS, EVENTOS, APOIO E PATROCÍNIOS

Nas negociações entre o cliente da carteira da agência e o atendimento promotor de projeto especial, promoção, feira, convenção, palestra, seminário, curso e demais eventos, com a finalidade de que este cliente apoie ou patrocine 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 esta devida 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% (desconto padrão de agência), 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 que: 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;
- A remuneração da agência de publicidade, 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% (desconto padrão de agência), correspondente aos citados honorários da agência, incidirá sobre o valor do contrato.

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 quem competirá indicar previamente ao veículo. Esta disposição é estabelecida como exceção à regra do item 4.7 das Normas-Padrão.

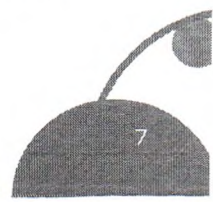
Quando o apoio ou o patrocínio for pago em forma de permuta, as bases de negociação serão as mesmas estabelecidas no item referente à permuta.

- Serviços não previstos nessa Referência são de livre acerto entre a agência e o cliente.
- Esta Recomendação poderá ser alterada sem prévio aviso.
- Esta Referência cancela e substitui a anterior.

PROCEDIMENTOS ÉTICOS

1. Todo trabalho profissional de propaganda faz jus à paga respectiva nas bases combinadas prevalecendo, na falta destas, o preço comum para trabalhos similares.
2. 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.

CONFERE COM ORIGINAL
 DATA: 08/06/2000
 [Handwritten signature]



LEI 12.232/2010 - NORMAS GERAIS SOBRE LICITAÇÕES E CONTRATAÇÕES DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE



Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos



LEI Nº 12.232, DE 29 DE ABRIL DE 2010.

Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º Esta Lei estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios.

§ 1º Subordinam-se ao disposto nesta Lei os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pelos entes referidos no caput deste artigo.

§ 2º As Leis nos 4.680, de 18 de junho de 1965, e 8.666, de 21 de junho de 1993, serão aplicadas aos procedimentos licitatórios e aos contratos regidos por esta Lei, de forma complementar.

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

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

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

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

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

§ 2º Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e no § 1º deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

§ 3º Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação.

§ 4º Para a execução das ações de comunicação publicitária realizadas no âmbito dos contratos decorrentes das licitações previstas no § 3º deste artigo, o órgão ou a entidade deverá, obrigatoriamente, instituir procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela administração e publicada na imprensa oficial.

CONFERE COM ORIGINAL
DATA: 02/06/2010



Art. 3º As pesquisas e avaliações previstas no inciso I do § 1º do art. 2º desta Lei terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

Parágrafo único. É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

Art. 4º Os serviços de publicidade previstos nesta Lei serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento.

§ 1º O certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no caput deste artigo poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

§ 2º A agência contratada nos termos desta Lei só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem dos seus clientes, se previamente os identificar e tiver sido por eles expressamente autorizada.

CAPÍTULO II DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

Art. 5º As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes:

I - os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 desta Lei;

II - as informações suficientes para que os interessados elaborem propostas serão estabelecidas em um briefing, de forma precisa, clara e objetiva;

III - a proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente;

IV - o plano de comunicação publicitária previsto no inciso III deste artigo será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação;

V - a proposta de preço conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;

VI - o julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no instrumento convocatório;

VII - a subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório;

VIII - serão fixados critérios objetivos e automáticos de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, no caso de empate na soma de pontos das propostas técnicas, nas licitações do tipo "melhor técnica";

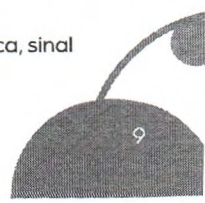
IX - o formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, observada a exceção prevista no inciso XI deste artigo;

X - para apresentação pelos proponentes do conjunto de informações de que trata o art. 8º desta Lei, poderão ser fixados o número máximo de páginas de texto, o número de peças e trabalhos elaborados para seus clientes e as datas a partir das quais devam ter sido elaborados os trabalhos, e veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas as peças;

XI - na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação;

XII - será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal

CONFERE COM ORIGINAL
DATA: 07/06/2020





ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIII - será vedada a aposição ao invólucro destinado às informações de que trata o art. 8º desta Lei, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei;

XIV - será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos incisos XII e XIII deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório.

§ 1º No caso do inciso VII deste artigo, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da subcomissão técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

§ 2º Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 desta Lei, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º desta Lei.

Art. 7º O plano de comunicação publicitária de que trata o inciso III do art. 6º desta Lei será composto dos seguintes quesitos:

I - raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do órgão ou entidade responsável pela licitação, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II - estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo órgão ou entidade responsável pela licitação;

III - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

IV - estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

Art. 8º O conjunto de informações a que se refere o inciso III do art. 6º desta Lei será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes.

Art. 9º As propostas de preços serão apresentadas em 1 (um) invólucro e as propostas técnicas em 3 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do plano de comunicação publicitária, um para a via identificada do plano de comunicação publicitária e outro para as demais informações integrantes da proposta técnica.

§ 1º O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pelo órgão ou entidade responsável pela licitação, sem nenhum tipo de identificação.

§ 2º A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

Art. 10º As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

§ 1º As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

§ 2º A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou

CONFERE COM ORIGINAL
DATA 07/06/2020

indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 3º Nas contratações de valor estimado em até 10 (dez) vezes o limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei 8.666, de 21 de junho de 1993, a relação prevista no § 2º deste artigo terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão técnica e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 4º A relação dos nomes referidos nos §§ 2º e 3º deste artigo será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

§ 5º Para os fins do cumprimento do disposto nesta Lei, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

§ 6º Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

§ 7º A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste artigo.

§ 8º A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4º deste artigo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

§ 9º O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação, nos termos dos §§ 1º, 2º e 3º deste artigo.

§ 10. Nas licitações previstas nesta Lei, quando processadas sob a modalidade de convite, a subcomissão técnica, excepcionalmente, nas pequenas unidades administrativas e sempre que for comprovadamente impossível o cumprimento do disposto neste artigo, será substituída pela comissão permanente de licitação ou, inexistindo esta, por servidor formalmente designado pela autoridade competente, que deverá possuir conhecimentos na área de comunicação, publicidade ou marketing.

Art. 11: Os invólucros com as propostas técnicas e de preços serão entregues à comissão permanente ou especial na data, local e horário determinados no instrumento convocatório.

§ 1º Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

§ 2º Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão recebidos pela comissão permanente ou especial se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

§ 3º A comissão permanente ou especial não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

§ 4º O processamento e o julgamento da licitação obedecerão ao seguinte procedimento:

I – abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8º desta Lei, em sessão pública, pela comissão permanente ou especial;

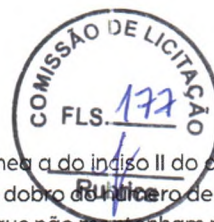
II – encaminhamento das propostas técnicas à subcomissão técnica para análise e julgamento;

III – análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º desta Lei;

IV – elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

V – análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º desta Lei, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

VI – elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no inciso V deste artigo e encaminhamento à comissão permanente ou especial, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões



CONFERE COM ORIGINAL
DATA: 07/06/2020



que as fundamentaram em cada caso;

VII - realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

- a) abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária;
- b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;
- c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;
- d) proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

VIII - publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

IX - abertura dos invólucros com as propostas de preços, em sessão pública, obedecendo-se ao previsto nos incisos II, III e IV do § 1º do art. 46 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, nas licitações do tipo "melhor técnica", e ao disposto no § 2º do art. 46 da mesma Lei, nas licitações do tipo "técnica e preço";

X - publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

XI - convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

XII - recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação dos licitantes previstos no inciso;

XI deste artigo, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

XIII - decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste artigo e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea a do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

XIV - reconhecida a habilitação dos licitantes, na forma dos incisos XI, XII e XIII deste artigo, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado, observado o disposto no § 3º do art. 2º desta Lei.

Art. 12. O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos desta Lei destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros de que trata a alínea a do inciso VII do § 4º do art. 11 desta Lei, implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade.

CAPÍTULO III

DOS CONTRATOS DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E DA SUA EXECUÇÃO

Art. 13. A definição do objeto do contrato de serviços previstos nesta Lei e das cláusulas que o integram dar-se-á em estrita vinculação ao estabelecido no instrumento convocatório da licitação e aos termos da legislação em vigor.

Parágrafo único. A execução do contrato dar-se-á em total conformidade com os termos e condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual.

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

§ 1º O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

§ 2º No caso do § 1º deste artigo, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

§ 3º O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea 'a' do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no § 2º deste artigo.

CONFERE COM ORIGINAL
DATA: 07/06/2020

Art. 15. Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

Parágrafo único. Pertencem ao contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

Art. 16. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

Parágrafo único. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

Art. 17. As agências contratadas deverão, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

CAPÍTULO IV DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 18. É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no parágrafo único do art. 15 desta Lei.

§ 1º A equação econômico-financeira definida na licitação e no contrato não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no caput deste artigo, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.

§ 2º As agências de propaganda não poderão, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses dos contratantes, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

§ 3º O desrespeito ao disposto no § 2º deste artigo constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da agência contratada e a submeterá a processo administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no caput do art. 87 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993.

Art. 19. Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

Art. 20. O disposto nesta Lei será aplicado subsidiariamente às empresas que possuem regulamento próprio de contratação, às licitações já abertas, aos contratos em fase de execução e aos efeitos pendentes dos contratos já encerrados na data de sua publicação.

Art. 21. Serão discriminadas em categorias de programação específicas no projeto e na lei orçamentária anual as dotações orçamentárias destinadas às despesas com publicidade institucional e com publicidade de utilidade pública, inclusive quando for produzida ou veiculada por órgão ou entidade integrante da administração pública.

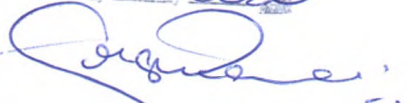

Art. 22. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 29 de abril de 2010; 189º da Independência e 122º da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Luiz Paulo Teles Ferreira Barreto

Este texto não substitui o publicado no DOU de 30.4.2010

CONFERE COM ORIGINAL
DATA 08/06/2020



SUGESTÃO SIMPLIFICADA DE BRIEFING

DADOS DO CLIENTE

Cliente:	JOB Nº :
Produto:	
Cidade:	Estado:
Endereço:	
CNPJ/CPF:	
Inscrição Estadual/RG:	Inscrição Municipal:
Telefones:	E-mail:
Contato:	
Tel/Celular:	E-mail:

RESPOSTAS DO BRIEFING

DATA DA VISITA:	DATA DA ENTREGA:
FORMATO:	CORES:
1. Fato Principal?	
2. Problema a ser resolvido pela comunicação?	
3. Objetivo da comunicação?	
4. Estratégia Criativa?	
- Roteiro de Criação:	
- Definição do público alvo, da mensagem e da oferta:	
- Concorrência direta e indireta?	

CONFERE COM ORIGINAL
DATA 03/06/2009



- Principal promessa a ser comunicada?
- Razão da promessa?
- Obrigatoriedade e limitações?
5. Estratégia de Mídia?
6. Instruções Específicas – obrigatoriedade?
7. Critérios para seleção de mídias?
8. Datas de aniversário da empresa e dos diretores (dia e mês)?
9. Posicionamento?
10. Pontos Fortes?
11. Pontos Fracos?
12. Ameaças?

CONFERE COM ORIGINAL
DATA 07/06/2020



13. Oportunidades?

14. O que mais os clientes adoram?

1º

2º

3º

15. O que mais os clientes reprovam?

1º

2º

3º

16. Qual a proposta da empresa / produto / serviço?

CONFERE COM ORIGINAL
DATA 08/06/2020

[Handwritten signature]

17. O que as pessoas procuram?

18. Verba para pesquisa?

19. Verba para planejamento?

20. Verba para criação, concepção ?

21. Verba para produção ?

22. Verba para veiculação, exibição ?

23. O seu preço é formado pela composição de custos? E ou pelo valor percebido?



24. Faturamento, mensal e ou anual?

25. Outros?

INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES – RAFF.

As informações aqui prestadas são confidenciais ao cliente e à Agência.

_____ de _____ de 20_____

CONFERE COM ORIGINAL
DATA 08/06/2020

Assinatura ou rubrica do cliente com carimbo

Assinatura ou rubrica pela agência

MODELO SIMPLES DE CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE PUBLICIDADE.



Pelo presente instrumento particular de Contrato, a AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, com sede na Logradouro, nº 000, Nome do Bairro, CEP 00.000-000, na cidade de Cidade/UF, telefone (DDD) 0000-0000, inscrita no CNPJ sob o nº 00.000.000/0000-00, e o cliente: ANUNCIANTE, sediado na Logradouro, nº 000, Nome do Bairro, CEP 00.000-000, na cidade de Cidade/UF, telefone (DDD) 0000-0000, inscrita no CNPJ sob o nº 00.000.000/0000-00, doravante denominado neste documento como CONTRATANTE, ambas devidamente representadas na forma de seus Respetivos Contratos Sociais, têm entre si justo e acordado o presente Contrato de Prestação de Serviços, que se regerá pelas cláusulas e condições seguintes:

1 – DO OBJETO DO CONTRATO

1.1 O presente Contrato tem como objeto, a prestação pela CONTRATADA à CONTRATANTE, de qualquer dos seguintes serviços, nas áreas de publicidade, propaganda, promoção, eventos e merchandising:

- a) criação e execução de peças/campanhas de comunicação para qualquer mídia de massa, dirigida/internet/mídias alternativas, bem como distribuição direta;
- b) criação e execução de peças/campanhas promocionais/institucionais; para qualquer tipo de mídia e exibição direta;
- c) operacionalização e controle de ações promocionais;
- d) realização de eventos promocionais, culturais etc;
- e) acompanhamento da produção de quaisquer materiais publicitários e/ou promocionais;
- f) distribuição de materiais publicitários e/ou promocionais à divulgação.

1.2. Para realização dos serviços acima indicados, a CONTRATADA desenvolverá trabalhos preliminares tais como:

- a) briefing/pesquisas;
- b) análise das estratégias de comunicação;
- c) geração de estudos alternativos;
- d) planejamento, criação e execução interna de materiais.

1.3. Todos os serviços só serão executados mediante prévia aprovação por escrito da CONTRATANTE.

2 – DO PRAZO DO CONTRATO.

2.1. Esse Contrato vigorará entre as partes por prazo indeterminado, podendo ser rescindido, sem qualquer ônus ou penalidade, mediante prévio aviso por escrito com 60 (sessenta) dias de antecedência.

2.2. Durante o prazo de aviso-prévio, a CONTRATADA atenderá normalmente à CONTRATANTE, em todas as suas necessidades. Findo o prazo de aviso-prévio, a CONTRATANTE obriga-se a pagar todas as despesas que se vencerem após tal término, desde que por ela prévia e expressamente autorizadas.

3. DO PREÇO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

3.1. Pela prestação dos serviços objeto desse Contrato, a CONTRATANTE pagará à CONTRATADA:

- a) Custos Internos: segundo a Lista Referencial de Custos e Serviços Internos do SINAPRO Pará – Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Pará em vigor;
- b) Acompanhamento da produção de materiais executada por terceiros: 15% (quinze por cento);

§ Único – Os serviços de planejamento de mídia, acompanhamento do cumprimento do plano de mídia, check-in, compensação de eventuais falhas e outros são remunerados pelos Veículos de Divulgação, através do "Desconto Padrão de Agência" previsto na legislação aplicável.

3.2. A CONTRATANTE reembolsará à CONTRATADA, as despesas com transporte de materiais, viagens a serviços (passagens, traslado, hospedagem) e alimentação, sempre que necessárias, desde que previamente submetidas e aprovadas pela CONTRATANTE, e comprovadas por documentação original.

3.3. Os pagamentos serão sempre efetuados mediante apresentação pela CONTRATADA, no local indicado pela CONTRATANTE, da respectiva Nota Fiscal/Fatura, corretamente emitida, acompanhada dos comprovantes das despesas nela contidas. Os pagamentos serão efetuados no prazo de 10 (dez) dias corridos.

CONFERE COM ORIGINAL
DATA 07/06/2020
[Handwritten Signature]



3.3.1. A CONTRATADA deverá anexar ao seu faturamento, as notas fiscais de terceiros (Fornecedores e veículos), emitidas em nome da CONTRATANTE.

3.4. O atraso no pagamento de qualquer Nota Fiscal/Fatura por parte da CONTRATANTE, implicará na assunção por parte da CONTRATANTE, de todos os acréscimos incorridos e dele decorrentes, que venham a ser cobrados por parte dos Fornecedores e Veículos.

3.4.1. No tocante à remuneração da CONTRATADA, tal atraso implicará na incidência de multa moratória de 2% (dois por cento), acrescida de juros de mora de 1% (hum por cento) ao mês ou fração.

4 – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

4.1. A CONTRATADA obriga-se a:

- a) cumprir fielmente todas as obrigações ora acordadas;
- b) submeter à CONTRATANTE, para prévia aprovação escrita, todo texto proposto, layouts, arte e quaisquer outros materiais de comunicação antes de encaminhá-los à produção externa e à divulgação;
- c) contratar regularmente os modelos/artistas que participarem da produção externa e ou interna, autorizando previamente a utilização das respectivas imagens e som de voz, fornecendo à CONTRATANTE uma cópia dos contratos celebrados;
- d) licenciar regularmente os direitos autorais incidentes sobre as obras preexistentes, que venham a ser incluídas na produção, tais como, porém não exclusivamente, trilhas, quadros, esculturas etc;
- e) respeitar a legislação vigente aplicável a atividade publicitária, criando e produzindo materiais publicitários e/ou promocionais dentro das normas previstas no Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, no Código de Defesa do Consumidor e demais em vigor.

5 – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

5.1. A CONTRATANTE obriga-se a:

- a) aprovar em tempo hábil as Notas Fiscais/Faturas da CONTRATADA, a fim de respeitar as condições de pagamento por ela pactuadas com Fornecedores e Veículos, previamente aprovadas pela CONTRATANTE;
- b) fornecer à CONTRATADA todas as informações necessárias à correta criação das peças/campanhas publicitárias;
- c) manter em seu poder, para exibição a terceiros, os dados fáticos, técnicos e científicos que fundamentarem as mensagens publicitárias, conforme disposto no § único do art. 36 do Código de Defesa do Consumidor.

6 – DA CONFIDENCIALIDADE

6.1. Cada uma das partes, por si e por seus funcionários compromete-se a manter como confidenciais, os termos deste Contrato e de todas as outras informações e conhecimentos não públicos, recebido sem decorrência desse Contrato, objetivando sua execução, não podendo abri-las acessíveis a quaisquer terceiros sem concordância expressa da outra parte.

7 – DA EXCLUSIVIDADE

7.1. A CONTRATADA compromete-se a prestar seus serviços com inteira exclusividade, à CONTRATANTE, e essa se compromete a realizar o planejamento, a criação, a produção e distribuição de materiais/campanhas publicitárias e/ou promocionais, apenas através da CONTRATADA.

8 – DAS RESPONSABILIDADES TRABALHISTAS

8.1. O presente Contrato não estabelece qualquer relação de emprego entre a CONTRATANTE e os empregados da CONTRATADA, sendo a última citada a única e exclusiva responsável pela contratação, pagamento e demissão de seus funcionários, durante o prazo de vigência desse Contrato.

8.2. A CONTRATADA compromete-se a cumprir fielmente a legislação trabalhista, previdenciária, fundiária e tributária, bem como as normas relativas à segurança e medicina do trabalho em relação aos seus empregados.

9 – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

9.1. É expressamente vedada a cessão ou transferência desses Contratos a terceiros, salvo de comum acordo entre as partes.

9.2. Todos os entendimentos sobre o andamento ou alteração do objeto, termos e condições desse Contrato, deverão ser mantidos por escrito, mediante Termos Aditivos assinados pelos representantes legais das partes, sendo certo que acordos verbais não produzirão quaisquer efeitos entre elas.

CONFERE COM ORIGINAL
DATA 07/06/2020

[Handwritten signature]

9.3. Esse Contrato foi ajustado dentro dos princípios da boa-fé e probidade, sem qualquer vício de consentimento.



10 – DO FORO

10.1. As partes elegem o foro da comarca de Belém, estado do Pará, para dirimir questões decorrentes desse Contrato, com exclusão de qualquer outro por mais privilegiado que seja. E por estarem justas e contratadas, as partes firmam o presente Contrato em 02 (duas) vias de iguais teor e forma, perante as testemunhas abaixo, para que produza todos os efeitos de direito.

Belém-PA, de de 20....



CONTRATANTE

Anunciante Diretor

CONTRATADA

Agência de Publicidade Publicitário

TESTEMUNHAS 01:

Nome CPF RG

TESTEMUNHAS 02:

Nome CPF RG

CONFERE COM ORIGINAL
DATA 02/09/2020



O PREGÃO É PROIBIDO PARA SELEÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PRODUTORA DE ÁUDIO E VÍDEO. PRIMEIRO PRECISA PESQUISAR, PLANEJAR, CRIAR, PARA DEPOIS PRODUZIR E VEICULAR. A FUNÇÃO CRIATIVA NA INDÚSTRIA DA PROPAGANDA É DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE.

1. A contratação de serviços publicitários pela Administração Pública somente pode ser procedida dentro das "normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e publicidade", estabelecidas pela Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, em seu art. 1, §1º.

2. A referida Lei dispõe expressamente em seu art. 5º:

"Art. 5º - As licitações previstas nesta Lei, serão processadas pelos órgãos ou entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

3. As modalidades definidas pelo art. 5º, da Lei nº 12.232/10, para licitação e contratação de serviços publicitários, portanto, só podem ser:

- concorrência;
- tomada de preços; e
- convite.

E tais modalidades só podem ocorrer nos tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço", descartadas quaisquer outras modalidades e tipos.

4. A modalidade de pregão, não se encontra mencionada no art. 22 da Lei nº 8.666/93, portanto não se aplica à contratação de serviços publicitários e nem poderia se aplicar, porque os citados serviços são de natureza intelectual e não podem ser contratados através de registro de preços. Sua contratação exige apresentação de "Proposta Técnica" porque os serviços publicitários ocorrem através de honorários percentuais, e não de preços fixos. Tais honorários percentuais são calculados sobre preços de terceiros, Fornecedores e Veículos e os preços mencionados oscilam segundo a maior ou menor dificuldade de produção dos materiais desejados, bem como o meio de divulgação a que destinam os referidos materiais.

5. "O pregão somente pode ser utilizado para contratação de bem ou serviço comum, aquele destituído de alguma peculiaridade de que derive ausência de sua disponibilidade no mercado, para aquisição a qualquer tempo. Portanto, se a administração pretender promover registro de preços para bens e serviços que não são comuns (na acepção adotada na legislação do pregão) ser-lhe-á imperioso valer-se da concorrência (...)", leciona o Prof. Dr. Marçal Justen Fº, in Comentários à Lei de Licitação e Contratos Administrativos, 14ª ed., p. 201, n.8.12.3.2, in fine.

6. Serviços comuns são os serviços que compreendem atividade ampla se genéricas como os serviços de limpeza, pintura, manutenção em geral, transporte etc., que se assemelham entre si, e podem ser contratados tomando-se o preço como fator relevante.

Os serviços publicitários como intelectuais que são, tem seu fulcro na criatividade, no planejamento e na qualidade da produção e divulgação.

Não há duas campanhas publicitárias iguais e nem poderia haver, pois uma delas seria plágio da outra.

Os serviços publicitários somente podem ser licitados através das normas contidas na Lei nº 12.232/10, pois se trata de uma legislação específica para licitação e contratação de serviços publicitários.

7. Assim sendo, a modalidade "pregão" não se aplica à licitação de serviços publicitários e nem à contratação dos mesmos. Também é inaplicável à matéria, os sistemas correspondentes a "atos de preços" ou "registro de preços" que somente, correspondem a serviços de natureza comum.

Os serviços publicitários apenas podem ser licitados nas modalidades "concorrência", "tomada de preços" e "convite", e nos tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

8. Por fim lembramos que o descumprimento da Lei nº 12.232/10, por parte do agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, implicará na anulação do certame, sem prejuízo da apuração de responsabilidade administrativa, civil ou até mesmo criminal dos envolvidos, conforme disposto no art. 12 da citada Lei.

Administrativamente, a pena é a prescrita no art. 90 da Lei nº 8.666/93 com alterações posteriores, e corresponde a detenção de 02 (dois) a 04 (quatro) anos e multa. Para tanto, basta denunciar ao Tribunal de Contas da União e/ou ao Ministério Público.

Permanecemos ao mais inteiro dispor.

Diretoria SINAPRO/PARÁ

FENAPRO

(CONFERE COM ORIGINAL
DATA 02/06/2020
[Handwritten Signature]



1 - ANÚNCIO PARA REVISTA

ITEM	ESPAÇO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
001	Página Dupla	3.064,00	4.891,00	7.955,00
002	1 Página	2.355,00	3.762,00	6.117,00
003	1/2 Página	1.684,00	2.465,00	4.149,00
004	3/4 Página	877,00	1.603,00	2.480,00
005	Demais formatos, utilizar o valor cm/col. proporcional ao tamanho do anúncio / o formato da revista, tendo como base o custo de uma página. Refação por mudança de briefing: adicional de 30%. Adaptação de peças para outros formatos ou veículos: 50% do valor original"			

2 - ANÚNCIO PARA JORNAL

ITEM	ESPAÇO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
006	Até 30 cm	537,00	777,00	1.314,00
007	31 a 60 cm	865,00	1.113,00	1.978,00
008	61 a 100 cm	1.060,00	1.615,00	2.675,00
009	101 a 160 cm	1.588,00	2.684,00	4.272,00
010	161 a 318 cm	1.962,00	3.847,00	5.809,00
011	Acima de 318 cm utilizar o valor de R\$ 18,27 o cm/col. Refação por mudança de briefing: Adicional de 30%. Adaptação de peças para outros formatos ou veículos: 50% do valor original.			

3 - INFORME PUBLICITÁRIO

ITEM	ESPAÇO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
012	Até 30 cm		1.086,00	1.086,00
013	31 a 60 cm		1.671,00	1.671,00
014	61 a 100 cm		2.419,00	2.419,00
015	101 a 160 cm		4.093,00	4.093,00
016	161 a 318 cm		5.765,00	5.765,00
017	Acima de 318 cm, utilizar o valor de R\$ 18,13 o cm/col			

4 - ANÚNCIO PUBLICIDADE LEGAL/BALANÇOS

ITEM	ESPAÇO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
018	Até 30 cm		1.052,00	1.052,00
019	31 a 60 cm		1.520,00	1.520,00
020	61 a 100 cm		2.199,00	2.199,00
021	101 a 160 cm		3.726,00	3.726,00
022	161 a 318 cm		5.240,00	5.240,00
023	Acima de 318 cm, utilizar o valor de R\$ 16,48 o cm/col			

(CONFERE COM ORIGINAL
DATA 08 de 2020)

Signature

**5 - COMERCIAL/VÍDEO PARA TELEVISÃO,
CINEMA, DOOH, INTERNET E COMUNICAÇÃO INTERNA**

ITEM	ESPAÇO/DURAÇÃO	Roteiro
024	15" e 30"	5.137,00
025	60"	7.841,00
026	Espaço Empresarial	9.840,00
027	Story Board (por quadro)	217,00
028	Documentário (por minuto)	4.324,00
029	Vinheta / Assinatura / Patrocínio	693,00

**6 - COMERCIAL PARA RÁDIO**

ITEM	TIPO/ DURAÇÃO	Roteiro
030	Spot 30"	1.411,00
031	Spot 60"	2.275,00
032	Jingle 30"	2.707,00
033	Jingle 60"	3.788,00

7 - GRAVAÇÃO - EDITORAÇÃO - DIGITAÇÃO

ITEM	TIPO	Valor
034	Gravação de CD (unid.)	92,00
035	Digitação (por lauda)	553,00
036	Outros idiomas	Mais 50%
037	Tratamento por imagens (por imagem)	109,00
038	Edituração de tabela ou gráfico (unid.)	1.703,00
039	Mapa de localização (unid.)	2.139,00

CONFERE COM ORIGINAL
DATA 02/06/2020
[Signature]

8 - MÍDIA OUT OF HOME

ITEM	MÍDIA EXTERIOR - PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
040	Busdoor	1.268,00	849,00	2.117,00
041	Painel Exterior	2.378,00	1.952,00	4.330,00
042	Outdoor simples (traço)	2.298,00	1.648,00	3.946,00
043	Outdoor/ Backlight / Frontlight	3.329,00	2.117,00	5.446,00
044	Empena de prédios fachada até 50 m	2.750,00	1.831,00	4.581,00
045	Empena de prédios fachada acima de 50 m	3.299,00	2.199,00	5.498,00
046	Envelopamento de Veículos	2.186,00	1.458,00	3.644,00
047	Faixa de rua	431,00	284,00	715,00
048	Balão	664,00	468,00	1.132,00
049	Painel eletrônico	3.357,00	2.242,00	5.599,00
050	Placa de obra	537,00	358,00	895,00
051	Painel ilustrado	2.672,00	1.783,00	4.455,00
052	Placa de sinalização	537,00	358,00	895,00



053	Tapume por m ²	478,00	321,00	799,00
054	Totem	2.216,00	1.478,00	3.694,00
055	Refação – adicional mínimo de 30%			
ITEM	MOBILIÁRIO URBANO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
056	Painel frontal de abrigo de ônibus	3.668,00	1.488,00	5.156,00
057	Painel lateral de abrigo de ônibus	3.668,00	1.488,00	5.156,00
058	Relógio	2.122,00	1.391,00	3.513,00
059	Testeira de ponto de ônibus	2.956,00	1.568,00	4.524,00
060	Outros	2.750,00	1.831,00	4.581,00
ITEM	MÍDIA INTERNA (Shopping, restaurantes, academias, aeroportos, supermercados)	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
061	Adesivação de balcão promocional	1.761,00	933,00	2.694,00
062	Adesivo de chão	1.761,00	933,00	2.694,00
063	Adesivo de elevador	1.761,00	933,00	2.694,00
064	Adesivo de espelho banheiro	1.761,00	933,00	2.694,00
065	Adesivo de mesa (alimentação)	1.761,00	933,00	2.694,00
066	Adesivo lateral de escada rolante	2.199,00	1.165,00	3.364,00
067	Banner / Cartaz AB (avenida / corredor shopping)	2.752,00	1.455,00	4.207,00
068	Cancela de estacionamento	1.940,00	1.022,00	2.962,00
069	Bandeirola	1.761,00	933,00	2.694,00

9 - MATERIAIS PROMOCIONAIS

ITEM	BRINDES - PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
070	Agenda (capa)	933,00	709,00	1.642,00
071	Boné / Viseira	933,00	709,00	1.642,00
072	Baralho	933,00	709,00	1.642,00
073	Botton	707,00	289,00	996,00
074	Bolacha de chopp	707,00	289,00	996,00
075	Camisa	933,00	709,00	1.642,00
076	Caneta	431,00	267,00	698,00
077	Chaveiro	707,00	291,00	998,00
078	Display, balcão de parede	1.761,00	929,00	2.690,00
079	Copo	431,00	267,00	698,00
080	Faixa	933,00	709,00	1.642,00
081	Lápis	431,00	267,00	698,00
082	Leque	933,00	709,00	1.642,00
083	Guarda Sol	933,00	709,00	1.642,00
084	Guardanapo	709,00	289,00	998,00
085	Medalha	709,00	289,00	998,00
086	Marcador de página	447,00	300,00	747,00
087	Mousepad	431,00	267,00	698,00

(CONFERE COM ORIGINAL
DATA 08/06/2020)

[Handwritten signature]



088	Pulseira	431,00	267,00	698,00
089	Necessaire	431,00	267,00	698,00
090	Porta garrafa / lata	431,00	267,00	698,00
091	Régua	450,00	300,00	750,00
092	Sacola / Bolsa	684,00	461,00	1.145,00
093	Squeeze	933,00	709,00	1.642,00
094	Toalha	933,00	709,00	1.642,00
095	Troféu	1.761,00	933,00	2.694,00
096	Viseira / bandana / cachecol / gorro	933,00	709,00	1.642,00
097	Outros brindes – valor mínimo	431,00	267,00	698,00
098	Outros brindes – valor máximo	2.020,00	1.163,00	3.183,00

10 - MATERIAL GRÁFICO

ITEM	IMPRESSOS - PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
099	Adesivos	686,00	407,00	1.093,00
100	Agenda (capa + miolo)	1.276,00	722,00	1.998,00
101	Álbum / Book – lâmina/cm ²	3,00	3,00	6,00
102	Bula	2.351,00	1.914,00	4.265,00
103	Broadside – lâmina/cm ²	3,00	3,00	6,00
104	Capa de Carnê	896,00	739,00	1.635,00
105	Calendário de parede – lâmina/cm ²	2,00	1,00	3,00
106	Capa – CD	2.811,00	1.760,00	4.571,00
107	Caderno (capa + miolo) – página/cm ²	2,00	2,00	4,00
108	Capa de catálogo – cm ²	2,00	2,00	4,00
109	Cardápio – p/cm ²	4,00	3,00	7,00
110	Cartão de Natal	1.761,00	933,00	2.694,00
111	Cartão Postal	1.203,00	1.139,00	2.342,00
112	Cartaz/Cartazete – cm ²	3,00	2,00	5,00
113	Cartilha – Texto/Arte/Diagramação – página/cm ²	2,00	1,00	3,00
115	Catálogo de moda – lâmina/cm ²	10,00	4,00	14,00
116	Catálogo de produto – lâmina/cm ²	3,00	3,00	6,00
117	Catálogo de serviço – lâmina/cm ²	2,00	2,00	4,00
118	Cinta	1.063,00	709,00	1.772,00
119	Convite	1.760,00	933,00	2.693,00
120	Crachá	707,00	291,00	998,00
121	Cupom	577,00	420,00	997,00
122	Diploma	1.760,00	930,00	2.690,00
123	Etiqueta	370,00	231,00	601,00
124	Ficha de inscrição	431,00	311,00	742,00
125	Folder – lâmina/cm ²	3,00	2,00	5,00

(CONFERE COM ORIGINAL
DATA: 08/06/2010)

[Handwritten signature]



126	Máscara para efeitos pós-produção de impressos (verniz localizado, cor especial, cortes, etc.) - cm ² da lâmina onde será aplicada.	0,00	2,00	2,00
127	Folheto Grampeado - capa - lâmina/cm ²	3,00	2,00	5,00
128	Folheto Grampeado - página- interna/cm ²	3,00	2,00	5,00
129	House Organ - página/cm ²	4,00	3,00	7,00
130	Livro - Capa/cm ²	15,00	8,00	23,00
131	Livro - Página Interna/cm ²	2,00	1,00	3,00
132	Mala Direta - lâmina/cm ²	3,00	2,00	5,00
133	Manual - Capa/cm ²	3,00	3,00	6,00
134	Manual - Página Interna/cm ²	3,00	2,00	5,00
135	Papel Bandeja	468,00	307,00	775,00
136	Portfólio - por lâmina - p/cm ²	8,00	3,00	11,00
137	Raspadinha	1.256,00	959,00	2.215,00
138	Risque rabisque	783,00	561,00	1.344,00
139	Relatório - Capa - p/cm ²	6,00	3,00	9,00
140	Relatório - Página Interna - p/cm ²	2,00	2,00	4,00
141	Revista - Capa - p/cm ²	7,00	3,00	10,00
142	Revista - Página Interna - p/cm ²	3,00	2,00	5,00
143	Santinho / Praguinha - p/cm ²	2,00	2,00	4,00
144	Tabela de preços - por página - p/cm ²	6,00	3,00	9,00
145	Volante/Panfleto/Flyer - Impresso com 1 ou 2 faces, sem dobras - p/ cm ²	3,00	2,00	5,00



11 - PROGRAMAÇÃO VISUAL

ITEM	TIPO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
146	Adesivo	2.113,00	1.132,00	3.245,00
147	Backdrop	2.123,00	1.434,00	3.557,00
148	Bandeirola (por modelo)	1.078,00	723,00	1.801,00
149	Banner	930,00	707,00	1.637,00
150	Blimp / roof	919,00	852,00	1.771,00
151	Caixa	1.982,00	1.857,00	3.839,00
152	Cubo	1.668,00	999,00	2.667,00
153	Display	1.668,00	999,00	2.667,00
154	Display de chão / totem	1.668,00	999,00	2.667,00
155	Display ponta de gôndola	1.668,00	999,00	2.667,00
156	Display de vitrine	1.668,00	999,00	2.667,00
157	Envelopamento de frota (da empresa)	7.141,00	0,00	7.141,00
158	Envelopamento / Lona de Caminhão	7.141,00	0,00	7.141,00
159	Faixa de Gôndola / Testeira	1.000,00	842,00	1.842,00
160	Fundo de Palco	2.123,00	1.434,00	3.557,00
161	Inflável	919,00	852,00	1.771,00

CONFERE COM ORIGINAL
DATA: 08/06/2020



162	Layout de frota	7.141,00	0,00	7.141,00
163	Mobile	1.062,00	710,00	1.772,00
164	Nome Fantasia	10.545,00	0,00	10.545,00
165	Nome do Produto	10.545,00	0,00	10.545,00
166	Nome de Empreendimento Imobiliário	6.331,00	0,00	6.331,00
168	Projeto de sinalização	32.859,00	0,00	32.859,00
169	Painel	2.123,00	1.434,00	3.557,00
170	Placa	1.668,00	999,00	2.667,00
171	Púlpito	1.668,00	999,00	2.667,00
172	Saia de mesa	1.771,00	1.299,00	3.070,00
173	Uniformes	5.453,00	0,00	5.453,00
174	Woobler / stopper	1.109,00	978,00	2.087,00

12 - MATERIAIS DIFERENCIADOS

ITEM MEDIANTE ORÇAMENTO ESPECÍFICO

175	Stands para feiras / eventos (identidade visual) – custo por m ²
176	Envelopamento de prédios – custo por m ²
177	Fachadas de lojas – custo por projeto
178	Impressos especiais
179	Símbolo
180	Trios elétricos (testeira / adesivo / painel)
181	Vitrines – custo por projeto

CONFIRMAÇÃO ORIGINAL
DATA 08/06/2010

[Handwritten signature]

13 - CRIAÇÃO DE CAMPANHAS

ITEM TIPO

182	Criação de tema / conceito de campanha (key visual)	17.558,00
-----	---	-----------

14 - PAPELARIA

ITEM	TIPO	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
183	Bloco de anotações	580,00	358,00	938,00
184	Cartão personalizado / agradecimento	580,00	358,00	938,00
185	Cartão de visita	720,00	442,00	1.162,00
186	Cartão de visita – alteração de nome / endereço	0,00	442,00	442,00
187	Envelope Simples 1	656,00	607,00	1.263,00
188	Envelope saco / escritório	852,00	789,00	1.641,00
189	Papel carta / escritório	561,00	430,00	991,00
190	Papel embrulho / presente	729,00	558,00	1.287,00
191	Pasta	1.409,00	930,00	2.339,00
192	Recibos, faturas e outros papéis de escritório	561,00	430,00	991,00
193	Refação – adicional mínimo de 30%. Valores reais			

**15 - LOGOTIPIA**

ITEM	PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
194	Marca / Logotipo do Produto			21.087,00
195	Manual de identidade visual (por lâmina)			10.170,00
196	Marca / Empresa			26.489,00
197	Marca / Evento Temporário / Selo Comemorativo			5.273,00
198	Marca / Logotipo imobiliário			6.325,00
199	Marca / Reformulação			5.493,00
200	Slogan			5.524,00
201	Planejamento, desenvolvimento e criação de manual de identidade visual: valor sob consulta conforme projeto.			

**16 - EMBALAGENS**

ITEM	PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
202	Berço	5.019,00	2.449,00	7.468,00
203	Caixa de embarque	3.294,00	1.726,00	5.020,00
204	Caixa de display de produto	11.071,00	4.332,00	15.403,00
205	Cartela / tag	2.667,00	1.591,00	4.258,00
206	Cartela com saco	9.333,00	2.120,00	11.453,00
207	Embalagem adaptação	4.000,00	4.333,00	8.333,00
208	Embalagem produto	7.930,00	3.519,00	11.449,00
209	Embalagem blister / sampling	4.108,00	2.552,00	6.660,00
210	Embalagem de linha de produtos (até 5 unid.)	53.338,00	17.323,00	70.661,00
211	Embalagem promocional	12.059,00	4.333,00	16.392,00
212	Luva	7.109,00	2.329,00	9.438,00
213	Mock-ups (sem custo de terceiros)	10.203,00	4.078,00	14.281,00
214	Rótulo	1.234,00	975,00	2.209,00
215	Sacola	1.850,00	992,00	2.842,00
216	Vinheta de embalagem	2.336,00	1.402,00	3.738,00

CONFIDENTIAL DATA: 08/06/2020

17 - ENCARTES

ITEM	PEÇAS	Redação e Layout	Arte final	TOTAL
218	Standard 1/2 página (frente e verso)	5.366,00	2.147,00	7.513,00
219	Standard 1 página (frente e verso)	7.677,00	2.147,00	9.824,00
220	Standard página dupla (frente e verso)	10.978,00	3.226,00	14.204,00
221	Tabloide 4 pág. (standard 1 dobra) – p/ lâmina	8.446,00	4.964,00	13.410,00
222	Berliner – p/lâmina (frente e verso) 223	8.064,00	3.549,00	11.613,00
223	Encarte – CD (por lâmina)	298,00	3.389,00	3.687,00
224	Encarte – Revista (por lâmina)	3.762,00	457,00	4.219,00

SERVIÇOS DIGITAIS

18 - ANÚNCIOS DISPLAY

ITEM	PEÇAS	PREÇOS REFERÊNCIA
225	Master (quaisquer dimensões)	5.740,00
226	Adaptação anúncio estático (quaisquer dimensões)	2.288,00
227	Adaptação anúncio animado (quaisquer dimensões)	2.518,00
228	Replicação (Ajustes de formatos para outros veículos)	670,00
229	Replicação 18 formatos GDN* (Ajustes de formatos para outros veículos)	8.440,00

*Considerando horas de motion e replicação completa de uma campanha de display para a Rede Display Google (GDN), 18 formatos.

FORMATOS PUBLICITÁRIOS MAIS UTILIZADOS	DIMENSÕES PIXEL
Arranha-céu (Skyscraper)	120 X 600
Arranha-céu largo (Wide skyscraper)	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 150
Retângulo médio	300 x 250
Retângulo grande	336 x 280
Retângulo vertical	240 x 400
Barra vertical	200 x 446
Quadrado	250 x 250
Quadrado pequeno	200 x 200
Meia página (Half page)	300 x 600
Outdoor (Billboard)	970 x 250
Dhtml / Floater	Variável, até 72.200 pixels de área
FORMATOS MOBILE	
Small Banner	120x20
Medium Banner	168x28
Large Banner	216x36
FORMATOS SMART PHONES – WEB & APPS	
Banner e Banner Expansível	300x50
Wide Banner e Wide Banner Expansível	320x50
Interstitial	300x250

Observação: Formatos padrão IAB e Rede Display Google (GDN).
Sujeitos a alteração.

SERVIÇOS DIGITAIS



19 - OUTRAS PEÇAS

ITEM	PEÇAS	VALOR REFERÊNCIA
	Apresentação de Slides	
248	Projeto Gráfico	15.624,00
249	Telas - por unidade	1.683,00
250	Post simples/Anúncio Redes Sociais (jpg/gifs + texto)	5.155,00
251	Post Carrossel (jpg/gifs + texto)	10.309,00
252	Cover para Redes Sociais	5.155,00
ITEM	PEÇAS	criação / ANIMAÇÃO / PROGRAMAÇÃO
253	Anúncio para Tablet Horizontal ou Vertical	11.476,00
254	Anúncio para Tablet Horizontal e Vertical	17.214,00

Observações:

- 1) Adaptações de materiais já criados: 50% do valor original.
- 2) Os preços de anúncio para tablets incluem animação e programação. Para anúncio estático cobrar 60%.

20 - PROJETOS

Os preços a seguir referem-se a projetos solicitados com mais frequência por clientes. Incluem os custos de horas-homem dos profissionais envolvidos, das áreas Atendimento, Planejamento, Gestão, Design/ Criação, Programação e Produção de Conteúdo.

PREÇOS REFERENCIAIS

A realização de um projeto pode utilizar profissionais de todas as áreas ou não. Além disso, os projetos têm especificidades e graus de complexidade diferentes, que demandam mais ou menos horas-homem. Por isso, sugerimos a seguir preços referenciais baseados em projetos de média complexidade.

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 da natureza e do grau de complexidade do projeto.

21 - BUSINESS INTELLIGENCE

A disciplina Business Intelligence é ampla com várias áreas de atuação, tais como: big data, análise qualitativa e quantitativa de dados, planejamento de TI, banco de dados, entre outras. Escolhemos inserir o preço referência do serviço mais demandado pelos clientes: análise de campanhas de comunicação.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
257	Análise de BI - análise qualitativa de dados gerados a partir das diversas plataformas disponíveis no mercado que coletam dados nos canais utilizados nas ações. A análise consiste na interpretação do dados tabulados extraíndo informações relevantes para a validação da estratégia e objetivos definidos para a ação (KPIs), gerando relatório de recomendações para a implementação de correções ou ajustes nas diversas ações em desenvolvimento.	10.328,00

Observação: Análise estimada para campanhas de porte médio, com até 5 canais digitais diferentes.
REFAÇÃO - ADICIONAL MÍNIMO DE 30%.

CONFERE COM ORIGINAL
DATA: 08/08/2020

22 - CAMPANHAS DIGITAIS



PLANEJAMENTO DE CAMPANHA

Abrange 2 áreas distintas: planejamento estratégico de campanhas digitais e planejamento de média para campanhas digitais. Partimos do princípio de que as premissas globais como objetivos, metas, matriz SWOT e demais componentes de um planejamento estratégico da marca já foram feitos e implementados.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
259	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE CAMPANHAS DIGITAIS A partir de briefing padrão com todas as informa�es referentes a campanha a ser planejada a equipe de planejamento, em conjunto com as equipes de BI e M�dia, desenvolverão o planejamento estratégico da campanha definindo: métodos de abordagem, personas alvo das a�es, jornada do consumidor de acordo com o produto ou serviço objeto da campanha e objetivos a serem atingidos.	54.245,00
260	PLANEJAMENTO DE MÉDIA PARA CAMPANHAS DIGITAIS A partir de briefing padrão com todas as informa�es referentes a campanha a ser planejada, somados as informa�es do planejamento estratégico da campanha, a equipe de m�dia definir�: canais digitais que melhor atendem a estratégia definida, volume de média em cada canal, plano de m�dia padrão com todo o detalhamento técnico dos canais escolhidos, KPIs, modelos e periodicidade de relatório para o cliente.	37.034,00

Observa o: Análise estimada para campanhas de porte médio, com até 5 canais digitais diferentes.
REFA O - ADICIONAL MÍNIMO DE 30%.

GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE

Acompanhamento diário da campanha, com otimiza o constante, incluindo a implementa o de recursos e ferramentas que visam garantir a melhor performance da conta, além do controle orçamentário da campanha.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
262	REDE DE PESQUISA (LINKS PATROCINADOS) Otimiza�o das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
263	REDE DE DISPLAY Otimiza�o das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
264	PROGRAMÁTICA Otimiza�o das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada

Observa o: Preço mínimo para Gestão de Campanha de Performance: R\$ 5.200/mês.
REFA O - ADICIONAL MÍNIMO DE 30%.

CONFERE COM ORIGINAL
DATA 07/06/2020

23 - REDES SOCIAIS

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
266	<p>PLANEJAMENTO DE REDES SOCIAIS O planejamento de redes sociais inclui definição dos objetivos, conteúdo, plataformas e canais, incluindo a identidade visual desses canais, recursos a serem utilizados, persona da marca, métricas e monitoramento de resultados. Exige um diagnóstico que consiste em mapear a atuação da marca nas diversas plataformas sociais e a identidade percebida e compartilhada por seus stakeholders.</p>	41.770,00
268	<p>GESTÃO CANAIS E CONTEÚDO PARA REDES SOCIAIS Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação. Custo mensal incluindo:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação;• Publicação de conteúdo próprio ou de terceiros;• Planejamento recorrente dos temas abordados no mês;• Customização das fanpages com o mote do período;• Gerenciamento de fluxo de aprovação de conteúdo junto ao cliente;• Volumetria: até 03 redes sociais, postagens nas seguinte quantidades: Facebook 3 posts/semana, Twitter 1 post/dia, Instagram 2 posts/semana;• Insights para a produção de conteúdo;• Entrega e apresentação de relatório mensal. <p>Observação: para serviços com volumetria acima do previsto, o valor deverá ser calculado proporcionalmente ao recomendado.</p>	19.200,00
269	<p>GESTÃO DE MONITORAMENTO Custo mensal incluindo:</p> <ul style="list-style-type: none">• Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais (até 8.000 menções/mês);• Monitoramento de interações das pessoas com a marca e com as postagens;• Monitoramento das postagens com métricas, análise, avaliação de resultados;• Monitoramento de menções e temperatura de humor;• Monitoramento de resultados de ações e campanhas;• Indicadores de desempenho (KPIs);• Acordo de Nível de Serviço 8h/5dias semanais;• Entrega e apresentação de relatório mensal. <p>Observação: para serviços com volumetria acima do previsto, o valor deverá ser calculado proporcionalmente ao recomendado.</p>	11.990,00
270	<p>GESTÃO DE RELACIONAMENTO Custo mensal incluindo:</p> <ul style="list-style-type: none">• Monitoramento do relacionamento dos seguidores com a marca;• Classificação do perfil de seguidores e influenciadores;• Monitoramento e análise para ações emergenciais complexas e sem complexidade;• Acordo de Nível de Serviço 8h/5dias semanais;• Volume médio de 150 interações por mês;• Entrega e apresentação de relatório mensal. <p>Observação: Os preços não incluem contratação de ferramenta de gestão e monitoramento em redes sociais. Para serviços com volumetria acima do previsto, o valor deverá ser calculado proporcionalmente ao recomendado. REFAÇÃO – ADICIONAL MÍNIMO DE 30%.</p>	16.900,00



CONFERE COM ORIGINAL
DATA 08/06/2020

[Handwritten signature]

24 - SEO - SEARCH ENGINE OPTIMIZATION

ITEM SERVIÇO/ESCOPO

PLANEJAMENTO

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 busca.

- | | | |
|-----|---|-----------|
| 271 | <ul style="list-style-type: none">• Análise do comportamento de busca do mercado da empresa• Definição de palavras-chave positivas e negativas que afetam a audiência;• Identificação das palavras-chave que estão mais associadas ao domínio;• Definição dos melhores canais (buscadores);• Definição dos tipos de conteúdo mais adequados• Definição das estratégias de link building;• Análise do Ranking orgânico (organic) e de autoridade (authority);• Estudo de consistência das palavras-chave em páginas específicas;• Traffic source – tendências no volume de buscas para o mercado/segmento, em todos os buscadores;• Análise do Campo Semântico para qualificação da audiência desejada;• Definição da estratégia de Gestão de Autoridade;• Definição de Metas e KPIs. | 36.110,00 |
|-----|---|-----------|

GESTÃO

A gestão de SEO é um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente. 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.

DIAGNÓSTICO E SETUP INICIAL DO CANAL

Consiste em ações técnicas no canal, executadas no início do trabalho de gestão, que visam corrigir falhas e tornar o canal ótimo e relevante pelos buscadores.

- | | | |
|-----|--|-----------|
| 275 | <ul style="list-style-type: none">• Apontamento de otimizações da estrutura da informação no site• Melhorias no Title e Meta Description• Correções na indexação do site, rastreamento, ações manuais, dns, 404, robots, sitemaps e servidor)• Levantamento de Transferência de propriedade e autoridade de página/domínio• Análises de Broken Link, Backlinks e Link Building• Identificação de erros e fatores que podem ser interpretados como black hat• Relatório de posição do site na busca orgânica em palavras-chave positivas. | 17.675,00 |
|-----|--|-----------|



CONFERE COM ORIGINAL
DATA: 08/06/2020
[Handwritten Signature]



Gestão de SEO

A gestão de SEO   um trabalho contínuo, visto que os algoritmos de busca evoluem constantemente.   fundamental para chegar   primeira página dos buscadores e manter o site em evidência.

- Orienta es para cria o de conteúdos relacionados aos objetivos traçados;
- Instru es técnicas para otimiza o de páginas;
- Revisão constante de códigos do canal;
- Otimiza o do conteúdo e das imagens;
- Instru es para otimiza o de back-links;
- Gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento;
- Volume sugerido cria o de um conteúdo por semana.

Observa o: Escopos e investimentos estimados para um canal de pequeno e médio porte com especifica o funcional semelhante aos citados nesta tabela.

14.600,00
por mês

CONFERE COM ORIGINAL
DATA: 08/06/2020

25 - WEBSITE

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
277	Responsivo com 10 se�es: Home, Empresa, Serviços, Galeria de M�dias, Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especifica�o funcional, arquitetura de informa�o (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end para um novo website. Painel de Administra�o para atualiza�o de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configura�es básicas para indexa�o em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	57.000,00

26 - HOTSITE

Tecnicamente idêntico ao website, porém com uma estrutura de se es menor e mais focada a lançamentos de promo es, concursos, eventos, entre outros. Possui um período de vida definido e precisa ter uma estratégia de comunica o bem elaborada, alinhada com a estratégia da campanha.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
279	Hotsite de evento com 8 se�es: Home, Sobre o Evento, Como Chegar, Agenda, Palestrantes, Patrocinadores, Formulário de Contato, Formulário de Inscri�o simples, sem meio de pagamento ou controles integrados. Especifica�o funcional, arquitetura de informa�o (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e backend. Painel de Administra�o para atualiza�o de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configura�es básicas para indexa�o em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	32.900,00

27 - MOBILE SITE

Um Mobile Site possui as mesmas características de um website, porém devem ser consideradas premissas técnicas essenciais para elevar a experiência do usuário e otimizar muito o desempenho, visto que será utilizado em dispositivos móveis.



ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
281	Versão de um website já existente. 10 seções: Home, Empresa, Serviços, Galeria de Mídias (fotos, vídeos), Formulário de Contato, Formulário de Orçamento, Notícias, Clientes, Casos de Sucesso, Resultados de busca. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML, desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes em até 10 resoluções diferentes de dispositivos móveis.	34.200,00

28 - BLOG

O Blog nada mais é que um website com foco em divulgar rapidamente informações de um modo simples e rápido.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
283	Responsivo com 5 seções: Home, Categoria de conteúdo, Conteúdo, Resultados de Busca e Fale conosco. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Painel de Administração para atualização de conteúdo. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	22.100,00

29 - LANDING PAGE

Página criada exclusivamente como destino de uma campanha. Tem como principal objetivo informar o usuário sobre uma determinada ação, lançamento, promoção com foco em aumentar o engajamento e conversão.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
285	Página única de campanha já definida no planejamento, responsiva, com os seguintes elementos: Até 3 banners em slider, até 2 blocos de textos, até 10 imagens, até 3 vídeos incorporados de ferramenta de terceiros, formulário de captação que envia um e-mail ao administrador. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), sitemap, wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	12.300,00

Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page:
 1) Os preços não incluem produção de conteúdo e ferramentas interativas não especificadas no escopo.
 2) Os preços não incluem hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

CONFERE CCM ORIGINAL
 DATA 08/06/2020



30 - MOBILE APP

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
286	Desenvolvimento de aplicativo híbrido, proprietário, para as plataformas Android e IOS. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), wireframe, layout e desenvolvimento front-end e back-end. Funcionalidades: Login, Logout, Esqueci minha senha, Termos de Uso, Cadastro, Sobre o Aplicativo, Galeria de Fotos, Notícias, Push notification, Eventos, Alteração de dados cadastrais. Painel de Administração para atualização de conteúdo e APIs de integração entre o Back-end e o APP. Compatibilidade e testes nas últimas versões de sistema operacional dos principais dispositivos.	88.500,00

31 - E-COMMERCE

Customização de e-commerce, utilizando plataforma de mercado existente. Em caso de plataformas open source, é definido um tema padrão e com base nisto é feita toda customização. Em caso de plataforma proprietária, é utilizado o tema já existente e feito as customizações dentro dos limites da plataforma.

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
288	E-commerce para empresas de pequeno e médio porte com nível de maturidade média em venda on-line. Layout e desenvolvimento front-end e back-end. Personalização das seguintes páginas: Home, Categoria de Produtos, Produto, Carrinho de Compras, Finalização de Pedido, Resultados de Busca, Institucional. HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores. Observações: 1) O preço não inclui: planejamento, treinamento, homologação de meios de pagamento, homologação de formas de entrega e carga de produtos. 2) O preço não inclui desenvolvimento ou locação de plataforma, que deve ser orçado à parte. 3) O preço não inclui hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.	74.000,00

CONFERE COM ORIGINAL
DATA 08/06/2020

VALOR REFERÊNCIA

32 - E-MAIL MARKETING

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
289	Criação e produção do HTML Criação de layout com conteúdo produzido a partir de briefing do cliente, mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração	5.200,00
290	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 sugestões de ajustes.	sob consulta

33 - NEWSLETTER

ITEM	SERVIÇO/ESCOPO	VALOR REFERÊNCIA
291	Criação e produção do HTML Criação de layout mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração. * Conteúdo especializado produzido pelo cliente.	5.200,00

292 Outros serviços de Newsletter
 Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.

sob consulta



34 – MODELO DE PRECIFICAÇÃO OPCIONAL – CUSTOS VARIÁVEIS

Custos referenciais hora-homem para planejamento, criação, execução e gestão de projetos digitais, com natureza e grau de complexidade diferentes e custos variáveis.

EXEMPLOS:

- Site, mobile site, hot site, e-commerce, landing page, blog e mobile app. Análise de presença,
- Planejamento e Gestão de marcas em redes sociais.
- Planejamento e Gestão de campanhas digitais.
- Planejamento, setup e gestão de SEO.
- Produção de conteúdo especializado e multimídia para sites, redes sociais, etc.
- Criação e produção de Intervenções diferenciadas.

O orçamento final será baseado em três pilares essenciais:	ÁREA	Custo Homem/Hora
1. Detalhamento claro do escopo de trabalho;	Planejamento	580,00 a 700,00
2. Metodologia para execução e gestão de projeto;	Atendimento e Gestão	460,00 a 580,00
3. Tecnologia adotada.	Design/Criação	460,00 a 580,00
Existem 5 áreas básicas, necessárias para o desenvolvimento dos serviços digitais:	Produção de Conteúdo (web ou redes sociais)	410,00 a 500,00
	Programação	350,00 a 460,00

PROJETOS ESPECIAIS

35 – MARKETING POLÍTICO

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR REFERÊNCIA
293	Deputado Estadual	sob consulta
294	Deputado Federal	sob consulta
295	Prefeito (capital)	sob consulta
296	Prefeito (interior)	sob consulta
297	Vereador (capital)	sob consulta
298	Vereador (Interior)	sob consulta

CONFERE COM ORIGINAL
 DATA 02/06/2020

[Handwritten signature]

36 – PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR REFERÊNCIA
299	Ação Promocional	7.900,00
300	Calendário Anual Institucional	48.500,00
301	Calendário Anual Promocional	24.500,00
302	Cases de Marketing / Mídia / RP	34.000,00
303	Planejamento de Comunicação Estadual	39.000,00
304	Planejamento de Comunicação Nacional	89.500,00
305	Planejamento de Comunicação Regional	57.800,00

OBSERVAÇÕES:

1. De acordo com o artigo 3º do Código de Auto-Regulamentação Publicitária e nos termos da Lei Nº 4.680 de 18/06/1965, a Agência reterá 20% a título de honorários, sobre os valores expressos nas Autorizações de Mídia, independente dos valores de Montagem desta tabela;
2. Sobre os valores dos serviços de terceiros, a Agência deve cobrar até 15% de honorários, taxa normatizada pelo CENP - Conselho Executivo das Normas Padrão, que no item 3.6.1 estabelece: "Os serviços e os suprimentos externos terão seu custo orçado junto a fornecedores especializados. O cliente deverá pagar à agência honorários de até 15% (até quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer fornecedores."
3. Sempre que os serviços solicitados pelo Cliente e executados pela Agência não sejam finalizados, veiculados ou cancelados sem justo motivo, a Agência cobrará os valores correspondentes, de acordo com esta tabela, no prazo de 60 (sessenta) dias.



CONFERE COMERCIAL
DATA 08 06 2020

[Handwritten signature]

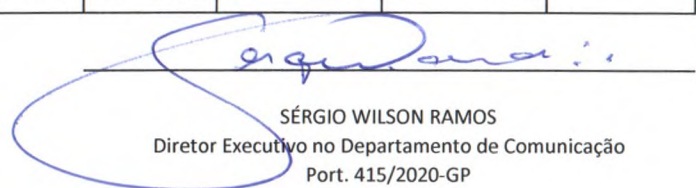
SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA
Sinapro
PARÁ

Travessa Rui Barbosa, 1242 Sala 206
CEP 66.035-070 - Bairro de Nazaré - Belém/PA
www.sinapropa.com.br | contato@sinapropa.com.br
Tel.: (91) 3225-0389

MAPA DE PROPOSTA

ITEM	LOTE 01 - CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E ELABORAÇÃO	UND	QTD TOTAL	JUNHO 15 dias	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO 15 dias	TABELA SINAPRO	K.J. DA S. CARNEIRO EIRELI CNPJ: 12.035.631/0001-25	M. COMUNICAÇÃO VISUAL E SERVIÇOS EIRELI CNPJ: 30.800.535/0001-08	M. GAMA DE NOVAES JUNIOR ME CNPJ: 18.337.651/0001-37	TERMO DE CONTRATO Nº 20190453 P.M MEDICILANDIA
				QUANT.	QUANT.	QUANT.	QUANT.	VLR UNIT	VLR UNIT	VLR UNIT	VLR UNIT	VLR UNIT
1	Criação e produção de SPOT com duração de 30" / Boletim Informativo / rádio / carrosom	SERV	34	7	10	10	7	R\$1.411,00	R\$350,00	R\$380,00	R\$395,00	R\$1.600,00
2	Criação e produção de VT com duração de 30" / Boletim Informativo / TV - redes sociais	SERV	36	6	12	12	6	R\$5.137,00	R\$1.800,00	R\$1.950,00	R\$1.975,00	
3	Elaboração de layout, editoração, diagramação de Jornal informativo sobre o EPIDEMIA DO CORONAVIRUS, com 8 páginas	SERV	4	1	1	1	1		R\$6.900,00	R\$7.200,00	R\$7.100,00	

ITEM	LOTE 02 - EXIBIÇÃO/VEICULAÇÃO DE PROPAGANDA E PUBLICIDADES	UND	QTD TOTAL	JUNHO 15 dias	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO 15 dias	TABELA SINAPRO	K.J. DA S. CARNEIRO EIRELI CNPJ: 12.035.631/0001-25	M. COMUNICAÇÃO VISUAL E SERVIÇOS EIRELI CNPJ: 30.800.535/0001-08	M. GAMA DE NOVAES JUNIOR ME CNPJ: 18.337.651/0001-37	TERMO DE CONTRATO Nº 20190453 P.M MEDICILANDIA
				QUANT.	QUANT.	QUANT.	QUANT.	VLR UNIT	VLR UNIT	VLR UNIT	VLR UNIT	VLR UNIT
1	Inserção em rádio regionais -SPOT com duração de 30"	UND	1846	390	780	780	390		R\$ 51,39	R\$ 51,39	R\$ 51,39	
2	Inserção de Emissora de TV local -VT com duração de 30"	UND	1350	225	450	450	225		R\$ 36,00	R\$ 42,00	R\$ 42,00	
3	Divulgação em Carros Volantes (Carro som)	HORA	970	190	390	390	190		R\$ 60,00	R\$ 60,00	R\$ 60,00	
4	Inserção de anúncios em Outdoors - Front light, incluindo criação e impressão - painéis	SERV	30	5	10	10	5	R\$ 5.446,00	R\$ 1.200,00	R\$ 2.400,00	R\$ 2.400,00	
5	Inserções em publicação de notícias, informativos e anúncios em Blogs regionais	SERV	180	30	60	60	30	R\$ 5.155,00	R\$ 267,00	R\$ 267,00	R\$ 267,00	
6	Veiculação de informativos e anúncios em sistema de mídia de Tv indoor	SERV	4500	750	1500	1500	750	R\$ 1.683,00	R\$ 9,70	R\$ 9,70	R\$ 9,70	
7	Gerenciamento de redes sociais	SERV	4	1	1	1	1	R\$ 19.200,00	R\$ 5.500,00	R\$ 7.000,00	R\$ 6.950,00	


SÉRGIO WILSON RAMOS
Diretor Executivo no Departamento de Comunicação
Port. 415/2020-GP

08/06/2020



MÉDIA
R\$ 1.055,23

MEDIANA
R\$ 360,00

MENOR
R\$ 39,80

FILTROS APLICADOS

Descrição UF Ano da Compra
PROPAGANDA E PUBLICIDADE PA, MA 2019, 2020

Quantidade total de registros: 21

Registros apresentados: 1 a 21

Identificação da Compra	Número do Item	Modalidade	Código do CATSERV	Descrição do Item	Descrição Complementar	Unidade de Fornecimento	Quantidade Ofertada	Valor Unitário	Fornecedor	Órgão	UASG	Data da Compra
-------------------------	----------------	------------	-------------------	-------------------	------------------------	-------------------------	---------------------	----------------	------------	-------	------	----------------

00024/2020	00001	Pregão	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	CARRO SOM: DIVULGAÇÃO DE MÍDIA POR MEIO DE PROPAGANDA VOLANTE/CARRO SOM. O SER VIÇO SERÁ PRESTADO EM DIAS ÚTEIS, NO HORÁRIO AS 08H ÀS 12H OU DAS 14H ÀS 18H (PERFAZENDO NO MÁXIMO 4HORAS/DIA), POR MEIO DE UM VEÍCULO COM EQUIPAMENTO SONORO, INCLUINDO MOTORISTA, COMBUSTIVEL E DEMAIS INSUMOS PARA DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES INSTITUCIONAIS. QUILOMETRAGEM LIVRE. RESSALTAMOS QUE ESSE ITEM ATINGIRÁ APENAS O MUNICÍPIO DE CASTANHAL-PA.	UNIDADE	402	R\$39,80	CARLOS JONHATAN PEREIRA DOS SANTOS 89749545249	ESTADO DO PARÁ	926832 - FUNDO MUN.DE ASSISTÊNCIA SOCIAL DE CASTANHAL	02/04/2020
00002/2019	00001	Pregão	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	PUBLICAÇÃO DE AVISOS DE LICITAÇÃO, EDITAIS E OUTRAS MATÉRIAS, EM JORNAL DE GRANDE CIRCULAÇÃO REGIONAL (ESTADO DO PARÁ) OU NACIONAL. A PUBLICAÇÃO DEVERÁ CONSIDERAR O PREÇO DO CENTÍMETRO POR COLUNA (CM/CL) E DEVE CONTER, NO MÍNIMO, 02 (DUAS) COLUNAS POR 1 (UM) CENTÍMETRO DE ALTURA.	CM/CL	615	R\$70,00	GIBBOR PUBLICIDADE E PUBLICACOES DE EDITAIS EIRELI	ESTADO DO PARÁ	926475 - MIN.PUB.CONTAS DO ESTADO DO PARÁ	27/03/2019
00051/2019	00001	Dispensa de Licitação	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	PROPAGANDA E PUBLICIDADE, IMPRESSÃO DE BANNER EM LONA 2,50 X 0,50 METROS QUADRADOS, TAMANHO 1,25.	UNIDADE	1	R\$110,00	F G DE MELO EIRELI	COMANDO DO EXERCITO	160167 - 53 BATALHAO DE INFANTARIA DE SELVA	07/08/2019
00041/2019	00007	Dispensa de Licitação	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	IMPRESSÃO ADESIVO 2,25 X 0,8 M.	UNIDADE	1	R\$160,00	F G DE MELO EIRELI	COMANDO DO EXERCITO	160167 - 53 BATALHAO DE INFANTARIA DE SELVA	29/07/2019



00041/2019	00006	Dispensa de Licitação	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	IMPRESSÃO ADESIVO 2,3 X 0,8 M.	UNIDADE	1	R\$165,00	F G DE MELO EIRELI	COMANDO DO EXERCITO	160167 - 53 BATALHAO DE INFANTARIA DE SELVA	29/07/2019
00041/2019	00005	Dispensa de Licitação	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	IMPRESSÃO ADESIVO 2,35 X 0,8 M.	UNIDADE	1	R\$169,00	F G DE MELO EIRELI	COMANDO DO EXERCITO	160167 - 53 BATALHAO DE INFANTARIA DE SELVA	29/07/2019
00041/2019	00004	Dispensa de Licitação	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	IMPRESSÃO ADESIVO 3,0 X 0,8 M.	UNIDADE	1	R\$215,00	F G DE MELO EIRELI	COMANDO DO EXERCITO	160167 - 53 BATALHAO DE INFANTARIA DE SELVA	29/07/2019
00005/2019	00001	Pregão	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	criação, impressão em policromia e colagem de cartazes, tipo outdoor interno, em estrutura de tamanho 3,00x9,00m (27,00m²), de propriedade do contratante ou em espaços cedidos a este.	UNIDADE	30	R\$242,99	FACHINELI COMUNICACAO LTDA	JUSTICA DO TRABALHO	080018 - TRIBUNAL REGIONAL DO TRABALHO DA 16. REGIAO	31/05/2019
00005/2019	00003	Pregão	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	criação, impressão em vinil polimérico, impressão digital de alta resolução, dimensões aproximadas de 2,40x2,90m (axl) e colagem em backbus, para veiculação em ônibus coletivos de transporte público disponibilizados pela contratada.	UNIDADE	50	R\$285,99	FACHINELI COMUNICACAO LTDA	JUSTICA DO TRABALHO	080018 - TRIBUNAL REGIONAL DO TRABALHO DA 16. REGIAO	31/05/2019
00053/2019	00001	Dispensa de Licitação	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	PROPAGANDA E PUBLICIDADE DE 03 IMPRESSÕES DE BANNER EM LONA 2,50 X 1,20 METROS PARA O 53º BIS.	UNIDADE	1	R\$300,00	F G DE MELO EIRELI	COMANDO DO EXERCITO	160167 - 53 BATALHAO DE INFANTARIA DE SELVA	13/08/2019
00009/2019	00001	Dispensa de Licitação	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	UNIDADE	1	R\$360,00	IMPAR COMUNICACAO LTDAMPAIO LOCADORA DE VEICULOS	MINISTERIO DA ECONOMIA	170025 - SUPERINTENDÊNCIA DE ADMINISTRAÇÃO DO MF - MA	29/11/2019
00041/2019	00003	Dispensa de Licitação	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	IMPRESSÃO ADESIVO 6,2 X 0,8 M.	UNIDADE	1	R\$445,00	F G DE MELO EIRELI	COMANDO DO EXERCITO	160167 - 53 BATALHAO DE INFANTARIA DE SELVA	29/07/2019

00048/2019	00001	Dispensa de Licitação	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	PROPAGANDA E PUBLICIDADE (BANNER).	UNIDADE	1	R\$480,00	F G DE MELO EIRELI	COMANDO DO EXERCITO	160167 - 53 BATALHAO DE INFANTARIA DE SELVA	01/08/2019
00005/2019	00002	Pregão	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	criação, impressão em policromia e colagem de cartaz tipo outdoor externo, em estrutura de tamanho 3,00x9,00m (27,00m²), para veiculação em espaços privados da contratada.	UNIDADE	100	R\$489,99	FACHINELI COMUNICACAO LTDA	JUSTICA DO TRABALHO	080018 - TRIBUNAL REGIONAL DO TRABALHO DA 16. REGIAO	31/05/2019
00041/2019	00002	Dispensa de Licitação	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	IMPRESSÃO ADESIVO 7,6 X 0,8 M.	UNIDADE	1	R\$545,00	F G DE MELO EIRELI	COMANDO DO EXERCITO	160167 - 53 BATALHAO DE INFANTARIA DE SELVA	29/07/2019
00041/2019	00001	Dispensa de Licitação	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	IMPRESSÃO ADESIVO 4,5 X 1,8 M	UNIDADE	1	R\$729,00	F G DE MELO EIRELI	COMANDO DO EXERCITO	160167 - 53 BATALHAO DE INFANTARIA DE SELVA	29/07/2019
00027/2019	00001	Dispensa de Licitação	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	SERVIÇO DE IMPRESSÃO E ADESIVAMENTO DE PAINEL DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, MEDINDO 450X180CM.	UNIDADE	1	R\$800,00	F G DE MELO EIRELI	COMANDO DO EXERCITO	160167 - 53 BATALHAO DE INFANTARIA DE SELVA	05/07/2019
00005/2019	00001	Inexigibilidade de Licitação	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	CONTRATAÇÃO DO SERVIÇO DE DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE LEGAL IMPRESSA E/OU ELET RÔNICA DE INTERESSE DO IFPA-CAMPUS MARABÁ INDUSTRIAL, POR INTERMÉDIO DA EMPRES A BRASIL DE COMUNICAÇÃO EBC.	MÊS	12	R\$1.000,00	EMPRESA BRASIL DE COMUNICACAO S.A. - EBC	INST.FED.DE EDUC.,CIENC.E TEC.DO PARA	158512 - INST FED.DO PARA/CAMPUS INDUSTRIAL MARABÁ PA	20/05/2019
00046/2019	00001	Dispensa de Licitação	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	PROPAGANDA E PUBLICIDADE, QUADRO EM ACRILICO MEDINDO 34 X35 CM TOTAL DE 22 QUA DROS.	UNIDADE	1	R\$4.400,00	F G DE MELO EIRELI	COMANDO DO EXERCITO	160167 - 53 BATALHAO DE INFANTARIA DE SELVA	01/08/2019

00002/2019	00001	Inexigibilidade de Licitação	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA NA EXECUÇÃO DE SERVIÇOS DE DISTRIBUIÇÃO D E PUBLICIDADE LEGAL IMPRESSA E /OU ELETRÔNICA EM VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO.	SERVIÇO	1	R\$5.000,00	EMPRESA BRASIL DE COMUNICACAO S.A. - EBC	INST.FED.DE EDUC.,CIENC. E TEC. DO MARANHÃO	158282 - INST.FED.DO MARANHAO/CAMPUS PINHEIRO	16/04/2019
00026/2019	00001	Dispensa de Licitação	892	PROPAGANDA E PUBLICIDADE	SERVIÇO DE CONFECÇÃO E INSTALAÇÃO DE QUADRO DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL EM AC RÍLICO ADESIVADO, 4MM DE ESPESSURA, MEDINDO 4X2M, INCLUSO CRIAÇÃO DE ARTE.	UNIDADE	1	R\$6.153,00	A DA SILVA LOPES EIRELI	COMANDO DO EXERCITO	160167 - 53 BATALHAO DE INFANTARIA DE SELVA	03/07/2019





TERMO DE CONTRATO Nº 20190453

Termo de Contrato nº 20190453, referente ao Processo Licitatório Convite nº 007 - 2019, que fazem entre si o município de MEDICILÂNDIA, por intermédio do (a) PREFEITURA MUNICIPAL DE MEDICILÂNDIA e ALESSANDRO SILVA DOS SANTOS 71211101215

Pelo presente instrumento de Contrato, de um lado o Município de MEDICILÂNDIA, através do(a) PREFEITURA MUNICIPAL DE MEDICILÂNDIA, CNPJ-MF, Nº 34.593.525/0001-08, denominado daqui por diante de CONTRATANTE, representado neste ato pelo(a) Sr.(a) CELSO TRZECIAK, PREFEITO MUNICIPAL, portador do CPF nº 697.818.349-00, residente na Av. Jose Florenço, e do outro lado ALESSANDRO SILVA DOS SANTOS 71211101215, CNPJ 15.703.107/0001-73, com sede na TV. CASSANDRO SILVÉRIO, 1010, CENTRO, Medicilândia-PA, CEP 68145-000, de agora em diante denominada CONTRATADA(O), neste ato representado pelo (a) Sr.(a). ALESSANDRO SILVA DOS SANTOS, residente na TV ANGEL LUCENA, ESQUINA JD, 950, FLORESTA, Medicilândia-PA, CEP 68145-000, portador do(a) CPF 712.111.012-15, têm justo e contratado o seguinte:

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO CONTRATUAL

1 - prestação de serviços com locação de carro de som para Propaganda Volante, para veiculação de áudio em carro de som e produção com gravação em SPOT de propagandas, comunicados, atos oficiais, avisos, convocações de interesse geral e utilidade pública, para atender as necessidades da Prefeitura Municipal de Medicilândia e Secretarias Vinculadas

ITEM	DESCRIÇÃO/ESPECIFICAÇÕES	UNIDADE	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
062645	SERVIÇO DE DIVULGAÇÃO CARRO DE SOM, COM LIVRE KILOMETRAGEM/COMBUSTIVEL/MOTORISTA Carro de som de porte médio com condutor devidamente habilitado. O veículo deverá possuir gerador próprio, 01 microfone com fio, gravador de som, leitor de cd (que execute mp3 e outros formatos). com potencia igual ou superior a 3.000 watts.	MÊS	8,00	5.500,000	44.000,00
062647	PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE ESTÚDIO PARA GRAVAÇÃO DE SPO	MÊS	8,00	1.600,000	12.800,00
				VALOR GLOBAL R\$	56.800,00

CLÁUSULA SEGUNDA - DOS MÉTODOS E ESTRATÉGIAS DE SUPRIMENTO

1. O objeto do presente Contrato se dará pela prestação de serviços de carro de som de porte médio com condutor devidamente habilitado, para divulgação diversa, de interesse da administração em prol da população em via pública, bem como o serviço de divulgação e mestre de cerimônia em eventos de pequeno porte, e havendo necessidade em casos específicos para melhor adequação ao local, o som poderá ser utilizado em eventos, desconectado do carro visando assim atender da melhor forma os serviços do objeto.

A
EMPRESA: M.GAMA DE NOVAES JUNIOR – ME
CNPJ: 18.337.631/0001-37
Assunto: **SOLICITAÇÃO DE COTAÇÃO DE PREÇOS**

Prezados,

Venho por meio deste, solicitar de V.Sa. Cotação dos serviços relacionados abaixo.

ITEM	LOTE 01 - CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E ELABORAÇÃO	UND	QTD TOTAL	JUNHO (3) 15 dias	JULHO (4)	AGOSTO (5)	SETEMBRO (6) 15 dias	VLR UNIT.
				QUANT.	QUANT.	QUANT.	QUANT.	
1	Criação e produção de SPOT com duração de 30" / Boletim Informativo / rádio / carrosom	SERV	34	7	10	10	7	
2	Criação e produção de VT com duração de 30" / Boletim Informativo / TV - redes sociais	SERV	36	6	12	12	6	
3	Elaboração de layout, editoração, diagramação de Jornal informativo sobre o EPIDEMIA DO CORONAVIRUS, com 8 páginas	SERV	4	1	1	1	1	

ITEM	LOTE 02 - EXIBIÇÃO/VEICULAÇÃO DE PROPAGANDA E PUBLICIDADES	UND	QTD TOTAL	JUNHO (3) 15 dias	JULHO (4)	AGOSTO (5)	SETEMBRO (6) 15 dias	VLR UNIT.
				QUANT.	QUANT.	QUANT.	QUANT.	
1	Inserção em rádio regionais - SPOT com duração de 30"	UND	1846	390	780	780	390	
2	Inserção de Emissora de TV local - VT com duração de 30"	UND	1350	225	450	450	225	
3	Divulgação em Carros Volantes (Carro som)	HORA	970	190	390	390	190	
4	Inserção de anúncios em Outdoors – Front light, incluindo criação e impressão - painéis	SERV	30	5	10	10	5	
5	Inserções em publicação de notícias, informativos e anúncios em Blogs regionais	SERV	180	30	60	60	30	
6	Veiculação de informativos e anúncios em sistema de mídia de Tv indoor	SERV	4500	750	1500	1500	750	
7	Gerenciamento de redes	SERV	4	1	1	1	1	

Departamento de Comunicação Social – DECOM

sociais / por dia

Obs: Favor elaborar cotação de preço, em papel timbrado, informando a validade da proposta e devidamente assinada por responsável.

Atenciosamente,

Tucuruí/PA, 05 de junho de 2020.


SÉRGIO WILSON RAMOS

Diretor Executivo no Departamento de Comunicação
Port. 415/2020-GP

Solicitação de Proposta de Preços.

1 mensagem

PREFEITURA DE TUCURUÍ <decom.tucurui@gmail.com>

5 de junho de 2020 12:30

Para: gammadesign.pbs@gmail.com

Bom Dia!


Prezado(a)

Utilizamos do presente email para solicitar Proposta de Preços de serviços publicitários, conforme solicitação que segue em anexo.

Atenciosamente,

Departamento de Comunicação Social
Prefeitura Municipal de Tucuruí-PA.



 **Solicitação - M GAMA.pdf**
548K

Solicitação de Proposta de Preços.

2 mensagens

PREFEITURA DE TUCURUÍ <decom.tucurui@gmail.com>
Para: gammadesign.pbs@gmail.com

5 de junho de 2020 12:30

Bom Dia!


Prezado(a)

Utilizamos do presente email para solicitar Proposta de Preços de serviços publicitários, conforme solicitação que segue em anexo.

Atenciosamente,

Departamento de Comunicação Social
Prefeitura Municipal de Tucuruí-PA.



 **Solicitação - M GAMA.pdf**
548K

Messias Junior <gammadesign.pbs@gmail.com>
Para: PREFEITURA DE TUCURUÍ <decom.tucurui@gmail.com>

5 de junho de 2020 16:56

Boa tarde Sr. Sergio

Segue em anexo cotação como solicitado

agradecemos sua atenção

GAMMADESIGN
Messias Gama Jr

[Texto das mensagens anteriores oculto]



Proposta_Solicitação de Proposta de Preços.jpg
1127K



GAMMA

DESIGN

Cliente: Prefeitura de Tucuruí
AC: Decom
Campanha:

Data: 05 de Junho 2020

ITEM	LOTE 01 - CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E ELABORAÇÃO	UND	QTD TOTAL	JUNHO (3)	JULHO (4)	AGOSTO (5)	SETEMBRO (6)	VLR UNIT
				15 dias	QUANT.	QUANT.	QUANT.	
1	Criação e produção de SPOT com duração de 30" / Boletim Informativo / rádio / carrocam	SERV	34	7	10	10	7	R\$ 395,00
2	Criação e produção de VT com duração de 30" / Boletim Informativo / TV - redes sociais	SERV	36	6	12	12	6	R\$ 2.750,00
3	Elaboração de layout, editoração, diagramação de jornal informativo sobre o EPIDEMIA DO CORONAVIRUS, com 8 páginas	SERV	4	1	1	1	1	R\$ 7.100,00

ITEM	LOTE 02 - EXIBIÇÃO/VEICULAÇÃO DE PROPAGANDA E PUBLICIDADES	UND	QTD TOTAL	JUNHO (3)	JULHO (4)	AGOSTO (5)	SETEMBRO (6)	VLR UNIT
				15 dias	QUANT.	QUANT.	QUANT.	
1	Inserção em rádio regionais - SPOT com duração de 30"	UND	1846	390	780	780	390	R\$ 51,39
2	Inserção de Emissora de TV local - VT com duração de 30"	UND	1350	225	450	450	225	R\$ 42,00
3	Divulgação em Carros Volantes (Carro som)	HORA	970	190	390	390	190	R\$ 60,00
4	Inserção de anúncios em Outdoors - Front light, incluindo criação e impressão - painéis	SERV	30	5	10	10	5	R\$ 2.400,00
5	Inserções em publicação de notícias, informativos e anúncios em Blogs regionais	SERV	180	30	60	60	30	R\$ 267,00
6	Veiculação de informativos e anúncios em sistema de mídias de TV Indoor / Inserção / dia	SERV	4500	750	1500	1500	750	R\$ 9,70
7	Gerenciamento de redes sociais / míds	SERV	4	1	1	1	1	R\$ 6.950,00



Autorizado

Gamma Design
Comunicação Visual
Av. Brasil nº 07
Rio Verde - Parauapebas
CNPJ: 18.337.651/0001-37

AUTORIZADO

PARAUAPEBAS, MAIO DE 2020.

GABARITO

1- O material produzido e entregue pela contratada acima descrita, está ao sollicitado para efetivar e disponibilizar do mesmo, não se responsabiliza pela armazenagem deste, sendo inteira responsabilidade do cliente informar o local de entrega. Após a disponibilização, caso a contratada não seja formalmente informada em relação ao local de entrega do material desenvolvido e entregue, a contratada se reserva o direito de descartar ou fazer qualquer tipo de outro uso deste.

OBSERVAÇÕES GERAIS:

- 1- O fornecimento de layout não é responsabilidade inicial da contratada.
- 2- Enviar os arquivos de preferência em CD ou por e-mail.
- 3- ENVIAR ARQUIVO FECHADO, IMAGENS VETORIZADAS E TEXTOS EM CURVA.
- 4- A mídia de entrega só conta após conclusão e aprovação do layout.

M. GAMMA DE NOVAIS JUNIOR - ME - CNPJ: 18.337.651/0001-37
Endereço: Av. Brasil Nº 07 / Cidade: PARAUAPEBAS / PA CEP: 66511-000 - Fone: (54) 9 81.80.9450 - 2216-1291
E-Mail: gamadesign.pbs@gmail.com / Budeleco - MO: 1411 - C/P: 76209-8

A
EMPRESA: M. COMUNICAÇÃO VISUAL E SERVIÇOS EIRELI
CNPJ: 30.800.535/0001-08
Assunto: **SOLICITAÇÃO DE COTAÇÃO DE PREÇOS**

Prezados,

Venho por meio deste, solicitar de V.Sa. Cotação dos serviços relacionados abaixo.

ITEM	LOTE 01 - CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E ELABORAÇÃO	UND	QTD TOTAL	JUNHO (3) 15 dias	JULHO (4)	AGOSTO (5)	SETEMBRO (6) 15 dias	VLR UNIT.
				QUANT.	QUANT.	QUANT.	QUANT.	
1	Criação e produção de SPOT com duração de 30 " / Boletim Informativo / rádio / carrosom	SERV	34	7	10	10	7	
2	Criação e produção de VT com duração de 30 " / Boletim Informativo / TV - redes sociais	SERV	36	6	12	12	6	
3	Elaboração de layout, editoração, diagramação de Jornal informativo sobre o EPIDEMIA DO CORONAVIRUS, com 8 páginas	SERV	4	1	1	1	1	

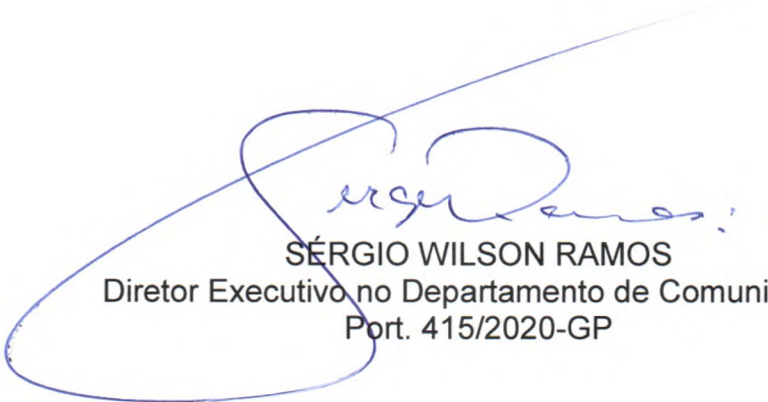
ITEM	LOTE 02 - EXIBIÇÃO/VEICULAÇÃO DE PROPAGANDA E PUBLICIDADES	UND	QTD TOTAL	JUNHO (3) 15 dias	JULHO (4)	AGOSTO (5)	SETEMBRO (6) 15 dias	VLR UNIT.
				QUANT.	QUANT.	QUANT.	QUANT.	
1	Inserção em rádio regionais - SPOT com duração de 30 "	UND	1846	390	780	780	390	
2	Inserção de Emissora de TV local - VT com duração de 30"	UND	1350	225	450	450	225	
3	Divulgação em Carros Volantes (Carro som)	HORA	970	190	390	390	190	
4	Inserção de anúncios em Outdoors – Front light, incluindo criação e impressão - painéis	SERV	30	5	10	10	5	
5	Inserções em publicação de notícias, informativos e anúncios em Blogs regionais	SERV	180	30	60	60	30	
6	Veiculação de informativos e anúncios em sistema de mídia de Tv indoor	SERV	4500	750	1500	1500	750	
7	Gerenciamento de redes	SERV	4	1	1	1	1	

sociais / por dia

Obs: Favor elaborar cotação de preço, em papel timbrado, informando a validade da proposta e devidamente assinada por responsável.

Atenciosamente,

Tucuruí/PA, 05 de junho de 2020.


SÉRGIO WILSON RAMOS
Diretor Executivo no Departamento de Comunicação
Port. 415/2020-GP



PREFEITURA DE TUCURUÍ <decom.tucurui@gmail.com>

Solicitação de Proposta de Preços.

1 mensagem

PREFEITURA DE TUCURUÍ <decom.tucurui@gmail.com>

5 de junho de 2020 12:27

Para: megadoor.impressao@gmail.com

Bom Dia!

Prezado(a)

Utilizamos do presente email para solicitar Proposta de Preços de serviços publicitários, conforme solicitação que segue em anexo.

Atenciosamente,

Departamento de Comunicação Social
Prefeitura Municipal de Tucuruí-PA.



 Solicitação - M COMUNICAÇÃO VISUAL.pdf
558K

Solicitação de Proposta de Preços.

2 mensagens

PREFEITURA DE TUCURUÍ <decom.tucurui@gmail.com>
Para: megadoor.impresao@gmail.com

5 de junho de 2020 12:27

Bom Dia!

Prezado(a)

Utilizamos do presente email para solicitar Proposta de Preços de serviços publicitários, conforme solicitação que segue em anexo.

Atenciosamente,

Departamento de Comunicação Social
Prefeitura Municipal de Tucuruí-PA.



Solicitação - M COMUNICAÇÃO VISUAL.pdf
558K

megadoor orcamentos <megadoor.impresao@gmail.com>
Para: PREFEITURA DE TUCURUÍ <decom.tucurui@gmail.com>

5 de junho de 2020 16:52

Boa tarde

Segue em anexo proposta como solicitado

certo de sua atenção



[Texto das mensagens anteriores oculto]



Proposta_Solicitação de Proposta de Preços_Megadoor.jpg
1228K

MEGADOOR
COMUNICAÇÃO VISUAL
GRÁFICA RÁDIO
E LOCAÇÃO DE OUTDOOR

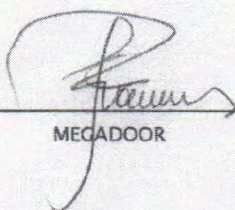
Parauapebas 05 de junho de 2020

Cliente : PREFEITURA DE TUCURUÍ	CNPJ:	IE:	Fone:	UF: PA
AC DECOM	Bairro:	Cep:	Cid:	Ctt:

ITEM	LOTE 01 - CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E ELABORAÇÃO	UND	QTD TOTAL	JUNHO (3)	JULHO (4)	AGOSTO (5)	SETEMBRO (6)	VLR UNIT
				15 dias	15 dias	15 dias	15 dias	
				QUANT.	QUANT.	QUANT.	QUANT.	
1	Criação e produção de SPOT com duração de 30" / Boletim Informativo / rádio / carrosom	SERV	34	7	10	10	7	R\$380,00
2	Criação e produção de VT com duração de 30" / Boletim Informativo / TV - redes sociais	SERV	36	6	12	12	6	R\$1.950,00
3	Elaboração de layout, editoração, diagramação de Jornal informativo sobre o EPIDEMIA DO CORONAVIRUS, com 8 páginas	SERV	4	1	1	1	1	R\$7.200,00

ITEM	LOTE 02 - EXIBIÇÃO/VEICULAÇÃO DE PROPAGANDA E PUBLICIDADES	UND	QTD TOTAL	JUNHO (3)	JULHO (4)	AGOSTO (5)	SETEMBRO (6)	VLR UNIT
				15 dias	15 dias	15 dias	15 dias	
				QUANT.	QUANT.	QUANT.	QUANT.	
1	Inserção em rádio regionais -SPOT com duração de 30"	UND	1846	390	780	780	390	R\$ 51,39
2	Inserção de Emissora de TV local - VT com duração de 30"	UND	1350	225	450	450	225	R\$ 42,00
3	Divulgação em Carros Volantes (Carro som)	HORA	970	190	390	390	190	R\$ 60,00
4	Inserção de anúncios em Outdoors - front light, incluindo criação e impressão - painéis	SERV	30	5	10	10	5	R\$ 2.400,00
5	Inserções em publicação de notícias, informativos e anuncios em Blogs regionais	SERV	180	30	60	60	30	R\$ 267,00
6	Veiculação de Informativos e anúncios em sistema de mídia de Tv Indoor / inserção / dia	SERV	4500	750	1500	1500	750	R\$ 9,70
7	Gerenciamento de redes sociais /mês	SERV	4	1	1	1	1	R\$ 7.000,00

Forma de pagamento	Prazo de Entrega	Dados Bancários
A combinar	02 dias úteis após o envio das artes e aprovação do orçamento	Bradesco / G 3411 - C/C 31646-6 M. Comunicação Visual e Serviços Eireli


MEGADOOR

30.800.535/0001-08
M. COMUNICAÇÃO VISUAL E SERVIÇOS EIRELI
Av. Liberdade, nº 149
Qd. 185 Parte Chec. 01
Bairro Rio Verde
CEP: 68.515-000
Parauapebas-Pa

A
EMPRESA: K.J DA S. CARNEIRO EIRELI
CNPJ: 12.035.631/0001-25
Assunto: **SOLICITAÇÃO DE COTAÇÃO DE PREÇOS**

Prezados,

Venho por meio deste, solicitar de V.Sa. Cotação dos serviços relacionados abaixo.

ITEM	LOTE 01 - CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E ELABORAÇÃO	UND	QTD TOTAL	JUNHO (3) 15 dias	JULHO (4)	AGOSTO (5)	SETEMBRO (6) 15 dias	VLR UNIT.
				QUANT.	QUANT.	QUANT.	QUANT.	
1	Criação e produção de SPOT com duração de 30 " / Boletim Informativo / rádio / carrosom	SERV	34	7	10	10	7	
2	Criação e produção de VT com duração de 30 " / Boletim Informativo / TV - redes sociais	SERV	36	6	12	12	6	
3	Elaboração de layout, editoração, diagramação de Jornal informativo sobre o EPIDEMIA DO CORONAVIRUS, com 8 páginas	SERV	4	1	1	1	1	

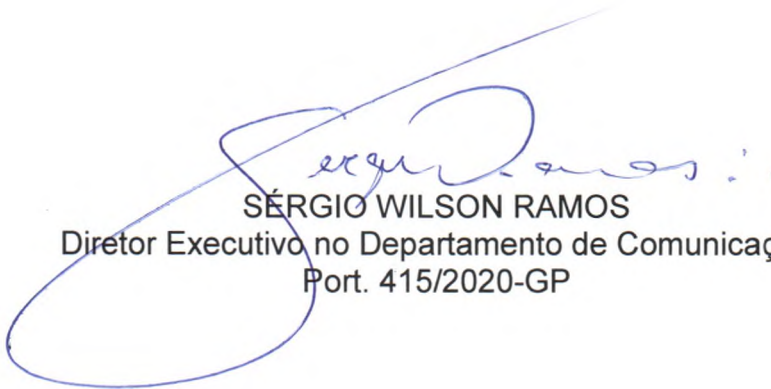
ITEM	LOTE 02 - EXIBIÇÃO/VEICULAÇÃO DE PROPAGANDA E PUBLICIDADES	UND	QTD TOTAL	JUNHO (3) 15 dias	JULHO (4)	AGOSTO (5)	SETEMBRO (6) 15 dias	VLR UNIT.
				QUANT.	QUANT.	QUANT.	QUANT.	
1	Inserção em rádio regionais - SPOT com duração de 30 "	UND	1846	390	780	780	390	
2	Inserção de Emissora de TV local - VT com duração de 30"	UND	1350	225	450	450	225	
3	Divulgação em Carros Volantes (Carro som)	HORA	970	190	390	390	190	
4	Inserção de anúncios em Outdoors – Front light, incluindo criação e impressão - painéis	SERV	30	5	10	10	5	
5	Inserções em publicação de notícias, informativos e anúncios em Blogs regionais	SERV	180	30	60	60	30	
6	Veiculação de informativos e anúncios em sistema de mídia de Tv indoor	SERV	4500	750	1500	1500	750	
7	Gerenciamento de redes	SERV	4	1	1	1	1	

sociais / por dia

Obs: Favor elaborar cotação de preço, em papel timbrado, informando a validade da proposta e devidamente assinada por responsável.

Atenciosamente,

Tucuruí/PA, 05 de junho de 2020.


SÉRGIO WILSON RAMOS
Diretor Executivo no Departamento de Comunicação
Port. 415/2020-GP

Solicitação de Proposta de Preços.

1 mensagem

PREFEITURA DE TUCURUÍ <decom.tucurui@gmail.com>

5 de junho de 2020 12:35

Para: agenciashekinah@hotmail.com

Bom Dia!


Prezado(a)

Utilizamos do presente email para solicitar Proposta de Preços de serviços publicitários, conforme solicitação que segue em anexo.

Atenciosamente,

Departamento de Comunicação Social
Prefeitura Municipal de Tucuruí-PA.



 **Solicitação - K J.pdf**
548K

Solicitação de Proposta de Preços.

2 mensagens

PREFEITURA DE TUCURUÍ <decom.tucurui@gmail.com>
Para: agenciashekinah@hotmail.com

5 de junho de 2020 12:35

Bom Dia!

Prezado(a)

Utilizamos do presente email para solicitar Proposta de Preços de serviços publicitários, conforme solicitação que segue em anexo.

Atenciosamente,

Departamento de Comunicação Social
Prefeitura Municipal de Tucuruí-PA.



Solicitação - K J.pdf
548K

Agencia Shekinah Marketing e Propaganda <agenciashekinah@hotmail.com>
Para: PREFEITURA DE TUCURUÍ <decom.tucurui@gmail.com>

5 de junho de 2020 16:36

Segue anexo email conforme itens solicitados

De: PREFEITURA DE TUCURUÍ <decom.tucurui@gmail.com>
Enviado: sexta-feira, 5 de junho de 2020 13:35
Para: agenciashekinah@hotmail.com <agenciashekinah@hotmail.com>
Assunto: Solicitação de Proposta de Preços.

[Texto das mensagens anteriores oculto]

ORÇAMENTO ENVIAR PMT.png
281K

CLIENTE: PREFEITURA DE TUCURUI

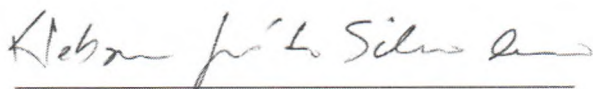
A/C DECOM

TUCURUI 05 DE JUNHO DE 2019

PRAZO DE VALIDADE 60 DIAS

ITEM	LOTE 01 - CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E ELABORAÇÃO	UND	QTD TOTAL	JUNHO (3)	JULHO (4)	AGOSTO (5)	SETEMBRO (6)	VLR UNIT
				15 dias	QUANT.	QUANT.	QUANT.	
1	Criação e produção de SPOT com duração de 30" / Boletim Informativo / rádio / carrosom	SERV	34	7	10	10	7	R\$350,00
2	Criação e produção de VT com duração de 30" / Boletim Informativo / TV - redes sociais	SERV	36	6	12	12	6	R\$1.800,00
3	Elaboração de layout, editoração, diagramação de Jornal informativo sobre o EPIDEMIA DO CORONAVIRUS, com 8 páginas	SERV	4	1	1	1	1	R\$6.900,00

ITEM	LOTE 02 - EXIBIÇÃO/VEICULAÇÃO DE PROPAGANDA E PUBLICIDADES	UND	QTD TOTAL	JUNHO (3)	JULHO (4)	AGOSTO (5)	SETEMBRO (6)	VLR UNIT
				15 dias	QUANT.	QUANT.	QUANT.	
1	Inserção em rádio regionais -SPOT com duração de 30"	UND	1846	390	780	780	390	R\$ 51,39
2	Inserção de Emissora de TV local - VT com duração de 30"	UND	1350	225	450	450	225	R\$ 42,00
3	Divulgação em Carros Volantes (Carro som)	HORA	970	190	390	390	190	R\$ 60,00
4	Inserção de anúncios em Outdoors – Front light, incluindo criação e impressão - painéis	SERV	30	5	10	10	5	R\$ 2.400,00
5	Inserções em publicação de notícias, informativos e anúncios em Blogs regionais	SERV	180	30	60	60	30	R\$ 267,00
6	Veiculação de informativos e anúncios em sistema de mídia de TV indoor / inserção / dia	SERV	4500	750	1500	1500	750	R\$ 9,70
7	Gerenciamento de redes sociais /mês	SERV	4	1	1	1	1	R\$ 5.500,00



KLEBSON JOSÉ DA SILVA CARNEIRO

K. J. DA SILVA EIRELI

K J DA S CARNEIRO
EIRELI:12035631000125

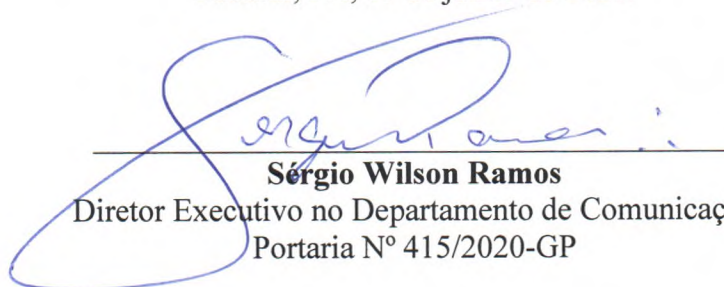
Assinado digitalmente
por K J DA S CARNEIRO
EIRELI:12035631000125
Data: 2020.06.05
16:04:58 -0300

DESPACHO

Em reanálise do processo de contratação direta de dispensa emergencial nº 013/2020-PMT cujo objeto trata-se de: CONTRATAÇÃO DIRETA EMERGENCIAL DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO ESSENCIAL DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL PARA CRIAR, PRODUZIR E VEICULAR AÇÕES, INFORMATIVOS E MEDIDAS ADOTADAS PELO PODER PÚBLICO MUNICIPAL, PARA PREVENÇÃO E COMBATE Á EXPANSÃO DO CORONAVÍRUS NO MUNICÍPIO DE TUCURUI-PA, identifiquei a existência de um erro no somatório dos valores da Planilha da empresa vencedora, assim, no objetivo de superar o erro formal, determino a retificação das páginas que mencionam os valores, quais sejam: folhas: 040; 205 e 227, visto que se trata de um erro formal e pode ser convalidado por ser um vício sanável, nos termos artigo 55¹ da Lei Federal nº 9.784/99, além do mais a somatória errada, enseja uma economicidade de R\$ 1.650,00 (um mil seiscentos e sessenta e cinquenta reais) logo, possível retificar neste momento processual os valores apresentados.

Por fim, **DETERMINO** a retificação das folhas acima mencionada para que onde se lê o valor de R\$ 501.425,94 (quinhentos e um mil quatrocentos e vinte e cinco reais e noventa e quatro centavos) passe a ler o valor correto de R\$ 499.775,94 (quatrocentos e noventa e nove mil setecentos e setenta e cinco reais e noventa e quatro centavos).

Tucuruí, PA, 09 de junho de 2020.



Sérgio Wilson Ramos
Diretor Executivo no Departamento de Comunicação
Portaria Nº 415/2020-GP

¹ Art. 55. Em decisão na qual se evidencie não acarretarem lesão ao interesse público nem prejuízo a terceiros, os atos que apresentarem defeitos sanáveis poderão ser convalidados pela própria Administração.