

De: manoel@casadacomunicacao.net
Enviado em: terça-feira, 22 de junho de 2021 17:28
Para: licitacao@coronelviviada.pr.gov.br
Assunto: IMPUGNAÇÃO EDITAL TP 003/2021
Anexos: IMPUGNAÇÃO.pdf; PROCURAÇÃO.pdf; Sinapro 2021.pdf

Boa tarde.

Segue anexo pedido de impugnação do edital TP 003/2021.

Att,

Manoel Teixeira
Diretoria



CASA DA COMUNICAÇÃO

R. Des. Lauro Lopes, 188 | Ponta Grossa - PR
CEP: 84015.710 | 42 3027.3519
www.casadacomunicacao.net

ILMA. SRA. DINARA MAZZUCATTO – PRESIDENTE DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO MUNICÍPIO DE CORONEL VIVIDA – ESTADO DO PARANÁ.

TOMADA DE PREÇOS Nº 03/2021

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA.

pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob nº 04.696.947/0001-30, com sede na cidade de Ponta Grossa, na Rua Desembargador Lauro Lopes, nº 188, Jardim Carvalho, Paraná, neste ato representado por seu sócio **MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA**, brasileiro, casado, residente e domiciliado na cidade de Ponta Grossa, por seu procurador e signatário desta (instrumento de mandato anexo), vem à presença de Vossa Senhoria com fundamento do artigo 41, § 2º, da Lei nº 8.666/93, **IMPUGNAR** o Edital de Licitação supra referenciado, mediante as seguintes razões de fato e direito:

OBJETO DO EDITAL

Conforme se vê do Edital impugnado, o objeto da Licitação – modalidade **TOMADA DE PREÇOS, tipo TÉCNICA E PREÇO Nº 003/2021** é o seguinte:

Contratação de **AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E/OU PROPAGANDA** para prestação de serviços de publicidade e propaganda, correspondentes ao estudo, planejamento, à conceituação, à concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de campanhas de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, inclusive internet, atuando por ordem e conta do município de Coronel Vivida, em conformidade com as Leis Federais nº 4.680/1965 e nº 12.232/2010 para atender as necessidades de todas as Secretarias Municipais.

TEMPESTIVIDADE DA IMPUGNAÇÃO

Segundo o Edital, a abertura dos envelopes será no dia **25 de junho de 2021, às 09h00** (nove horas), na sala de abertura de licitações do Município de Coronel Vivida, situada na Praça Ângelo Mezzomo, s/n, Centro, Coronel Vivida, CEP 85.550-000, pelo que a presente impugnação se mostra **tempestiva, ante ao prazo previsto no artigo 41, § 2º, da Lei nº 8.666/93.**

LEGITIMIDADE E INTERESSE DA REQUERENTE

A empresa requerente atua na área de publicidade e pretende participar da licitação, o que a legitima a impugnar o ato convocatório, nos termos do § 2º do artigo 41 da Lei de Licitação.

LEI nº 12.232/2010

Conforme consta no Edital, quanto trata do OBJETO da licitação, é a Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010 que rege a licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, sendo que a elaboração do instrumento convocatório deve obedecer ao artigo 6º e o processamento e o julgamento da licitação ao artigo 11, § 4º.

Por sua vez, as Leis nº 4.680/85 e 8.666/93 deverão ser aplicadas às licitações e contratos de forma complementar.

CONCEITOS

Considerando os elementos contidos no Edital, é necessário se fixar os seguintes conceitos:

- **AÇÃO PUBLICITÁRIA:** o conjunto de peças e materiais publicitários concebidos e desenvolvidos pela agência de propaganda, mediante demanda do anunciante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, promover a venda de produtos e serviços, ou informar e orientar o público em geral.
- **AGÊNCIA:** a agência de propaganda especializada na arte e na técnica publicitárias, que, por meio de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade.

- **BRIEFING:** O documento no qual são registradas, de forma clara, precisa e objetiva, as informações necessárias e suficientes para subsidiar a elaboração de proposta técnica em um processo licitatório ou a proposição de ação durante a execução do contrato.
- **CAMPANHA PUBLICITÁRIA:** o conjunto integrado de peças e materiais de publicidade concebidos e desenvolvidos por agência de propaganda, mediante demanda do anunciante, para divulgação de informações no âmbito de uma ação coordenada de comunicação publicitária.
- **COMPRA DE MÍDIA:** a aquisição de espaço e/ou tempo em veículos de comunicação e divulgação, para a transmissão de mensagem a determinado público-alvo.
- **DISTRIBUIÇÃO:** a referência genérica ao procedimento adotado para que peças e materiais cheguem aos públicos-alvo de uma ação de comunicação, seja pela sua exposição em locais não comercializados ou seu encaminhamento direto a públicos de interesse ou, ainda, sua veiculação nos meios e veículos de divulgação integrantes de um plano de mídia.
- **MEIO DE COMUNICAÇÃO:** os dispositivos que permitem transmitir uma informação a um número elevado de pessoas.
- **MÍDIA:** o conjunto de meios ou de veículos de divulgação.
- **NÃO MÍDIA:** os meios publicitários (off-line) que não implicam na compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.
- **PEÇA E MATERIAL PUBLICITÁRIO:** os elementos isolados de uma ação publicitária ou integrantes de uma campanha.
- **PEDIDO DE INSERÇÃO:** o documento por meio do qual a contratada formaliza a compra de espaço e/ou tempo em um veículo de divulgação.
- **PLANO DE MÍDIA:** documento composto por planilhas de programação de inserções, onde deverá constar o detalhamento dos custos das tabelas dos veículos, constantes do cadastro de veículos de divulgação, negociações, custos negociados, formatos, períodos de veiculação, quantidade de inserções, nomes de programas, faixas horárias, custos relativos a CPM, CPP, CPC etc., o percentual de investimentos por veículo entre outros, bem como, os dados referentes a audiência, tiragem ou circulação, além dos somatórios dos investimentos por meios.
- **RESERVA DE ESPAÇO E/OU TEMPO:** a ação por meio da qual a contratada manifesta a intenção de compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação.
- **SERVIÇO DE PUBLICIDADE:** o conjunto de atividades realizadas integradamente 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 ações publicitárias junto a públicos de interesse.
- **SUBCOMISSÃO TÉCNICA:** a comissão especialmente constituída para, em caráter temporário, analisar e julgar as propostas técnicas apresentadas pelas licitantes em um processo licitatório.

- VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO: empresa ou entidade capaz de comercializar espaço e ou tempo e de transmitir mensagem ao público.

- VEICULAÇÃO: a transmissão de mensagem por veículo de divulgação.

DELIMITAÇÃO DO TEMA

A presente impugnação tem por fundamento o fato de o Edital prever no item 11.5 que “*A campanha proposta não poderá ter valor superior a R\$ 25.000,00 (Vinte e cinco mil reais), conforme indicado no briefing (Anexo I-A).*”, **valor este que torna inexecutável uma campanha, apta a atingir as finalidades de certame**, conforme previsto na Lei 12.232/2010, que rege especificamente a licitação de publicidade.

Conforme a **Lei no artigo 7º, inciso IV** e o Edital no item 10.3.4, o Plano de Comunicação Publicitária **é obrigado a contemplar “em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório”** todos os “*custos nominais de produção e de veiculação*”.

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

[...]

V - 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, re 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**. (destacou-se)

Não pode o Poder Público, nem o licitante se afastar ou desconsiderar estes critérios.

E como se saber ou mensurar os **custos nominais** da campanha para fins licitatórios? **É o Edital quem determina**. No caso concreto, o item 11.4, inclusive destaca a condição a ser seguida pelos licitantes:

11.4. Na campanha institucional simulada as licitantes deverão utilizar-se dos valores da Tabela Referencial de Preços, do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná (SINAPRO/PR) e os preços de tabelas praticados pelos veículos de comunicação. (destacou-se)

Assim determinação legal e editalícia de que os licitantes **devem** utilizar tabelas, tem por objetivo assegurar a todos os concorrentes **a igualdade**

de condições para apresentação da campanha, em **respeito ao princípio da isonomia**, um dos pilares do processo de licitação, pois, o custo é idêntico para todos em função da verba disponível. O resto é criatividade e competência. Este é o espírito da lei.

Feitas estas considerações quanto às exigências legais, se passa à análise do Edital, para se demonstrar que **é impossível realizar a campanha publicitária simulada com valor constante no Edital de R\$ 25.000,00** (vinte e cinco mil reais).

Conforme estabelecido no Edital no item 10.3, para efeito de elaboração do Plano de Comunicação, a licitante deverá apresentar uma Campanha Publicitária Institucional simulada de acordo com o *briefing* (Anexo I-A do Edital).

Já o *briefing* estabelece, na parte que interessa a presente impugnação, o seguinte:

VII – Produção e Mídia: A dotação disponível para este processo licitatório deverá ser aplicada conforme as necessidades do cliente de **produção e veiculação**, estando nela inclusos os valores de remuneração legal da agência de publicidade e propaganda que vier a ser contratada. As estratégias de mídia deverão sempre buscar a melhor cobertura e o alcance do público específico, otimizando, ao máximo, os recursos disponíveis levando sempre em conta sua limitação e a realidade socioeconômica do Poder Executivo Municipal.

X – Verba: O valor da verba será de R\$ 25.000,00 (vinte e cinco mil reais) para a campanha simulada. Nela **deverão estar inclusos os custos de criação, produção, veiculação e remuneração legal da licitante**.

XI – Veiculação da campanha: O período de **veiculação** das campanhas simuladas deverá ser **de 30 (trinta) dias**.

Por sua vez o Edital, no tópico 10.3.3, quanto trata do quesito legal da “Ideia Criativa”, define as peças que devem ser apresentadas pelos licitantes em suas campanhas simuladas para posterior julgamento da Subcomissão Técnica:

10.3.3. A Ideia Criativa: apresentada sob a forma de exemplos de peças publicitárias, correspondendo à resposta criativa da proponente aos desafios e metas por ela explicitados na estratégia de comunicação publicitária. Sendo assim, a ideia criativa deverá buscar solucionar o problema específico de comunicação publicitária.

Serão aceitas somente as seguintes peças:

- a) 1 (um) anúncio para jornal, 01 página colorida (26cmx36cm);
- b) 1 (um) post para anúncio em redes sociais;
- c) 1 (um) leiaute para panfleto institucional (formato livre);
- 1 (um) roteiro (SPOT) para anúncio de rádio de 30' (trinta segundos);

10.3.3.1 As peças da campanha devem seguir o conceito, marca e cores já utilizados pela Administração Pública.

Diante das exigências legais, se observamos os valores indicados na Tabela atual do SINAPRO (ANEXO), **somente para a criação** das peças exigidas pelo Edital, se chega ao importe de R\$ 20.262,00, conforme discriminado adiante, **o que praticamente consome a verba disponível:**

1. anúncio de jornal 1 página:	R\$ 5.336,00
2. Post para redes sociais:	R\$ 3.957,00
3. Panfleto/Flyer Institucional:	R\$ 6.549,00
4. Spot para rádio:	R\$ 4.390,00

Note-se que aqui não se cogita o custo de **produção, veiculação e remuneração legal da licitante, muito menos o período de veiculação de 30 (trinta) dias** da campanha, como determinado no *briefing*.

Não bastasse a clara demonstração que valor da verba é insuficiente para a elaboração de um Plano de Comunicação Publicitária que atenda minimamente a determinação legal e editalícia; **outra consequência desse fato é inviabilização do julgamento pela Subcomissão Técnica, dos quesitos e subquesitos que compõem a proposta técnica.**

SUBCOMISSÃO TÉCNICA – JULGAMENTO DAS PROPOSTAS – IMPOSSIBILIDADE

Segundo a lei especial (art. 10) e o Edital (item 9), as propostas técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, que terá como critério de julgamento, quatro quesitos (item 10.3), com pontuação limitada em 70 pontos.

Pergunta-se, caso se mantenha a verba para campanha em R\$ 25.000,00, **como poderá a Subcomissão Técnica fazer o julgamento de forma objetiva e isonômica como busca a lei, se os quesitos de Ideia Criativa e Estratégia de Mídia** (custos de produção e veiculação, por exemplo) não poderão ser contemplados e

consequentemente servir como critério de julgamento das propostas, pelo fato da verba para realização da campanha ter sido insuficiente?

Sim, porque se só com a criação de 4 peças solicitadas no Edital, o custo supera os R\$ 20.000,00, como acima demonstrado, não é possível nem produzir e nem veicular qualquer material de campanha, quanto mais por 30 dias.

Portanto, a permanecer tal situação, também o julgamento das propostas técnicas pela Subcomissão estarão inviabilizadas, comprometendo todo o certame.

PEDIDO

Diante do exposto, requer-se que seja recebida a presente impugnação e lhe seja dado provimento com a finalidade de determinar que faça as alterações necessárias no Edital, nos termos das razões supra, promovendo sua republicação, com a reabertura de todos os prazos previstos em lei.

Termos em que,
Pede deferimento

Ponta Grossa, 22 de junho de 2021.

José Valdeci da Rosa
OAB/PR 20.282

PROCURAÇÃO

OUTORGANTE: CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob nº 04.696.947/0001-30, na Rua Desembargador Lauro Lopes, nº 188, Jardim Carvalho, Ponta Grossa, Paraná, neste ato representado por seu sócio MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEIXEIRA, brasileiro, casado, residente e domiciliado na cidade de Ponta Grossa.

OUTORGADOS: JOSÉ VALDECI DA ROSA, brasileiro, divorciado, advogado, OAB/PR nº 20.282, e-mail josevaldeciadvogados@jvaldeci.com.br, integrante da Sociedade de Advogados JOSE VALDECI DA ROSA E ADVOGADOS ASSOCIADOS registrada na OAB/PR sob nº 2470, todos com endereço na Rua Leopoldo Guimarães da Cunha, nº 583, Oficinas, Ponta Grossa - PR.

PODERES: Por este instrumento particular de procuração, constituo meus bastantes procuradores os outorgados, concedendo-lhes os poderes da cláusula *ad judicia et extra*, para o foro em geral, e especialmente para: **Impugnar Edital - Tomada de Preços nº 003/2021, do Município de Coronel Vivida**, podendo promover quaisquer medidas judiciais ou administrativas, em qualquer instância, assinar termo, extrair cópias, substabelecer com ou sem reserva de poderes, e praticar ainda, todos e quaisquer atos necessários e convenientes ao bom e fiel desempenho deste mandato.

PODERES ESPECÍFICOS: A presente procuração outorga aos Advogados acima identificados, os poderes para, em nome do outorgante, confessar, reconhecer a procedência do pedido, transigir, desistir, renunciar ao direito sobre o qual se funda a ação, receber, dar quitação, firmar compromisso, pedir a justiça gratuita e assinar declaração de hipossuficiência econômica (em conformidade com o art. 105 do Código de Processo Civil), podendo substabelecer com ou sem reserva.

Ponta Grossa, 21 de junho de 2021.

CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA



VALORES REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS (expressos em reais)

Critérios Gerais

Os critérios gerais seguem as normas editadas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, bem como a legislação que rege a propaganda, particularmente a Lei nº 4.680 de 18/06/1965, e os Decretos nº 57.690 de 1º/02/1966 e nº 2.262 de 26/06/1997.

Custos Internos

Os custos internos são cobrados conforme os valores estipulados nesta tabela de Valores Referenciais de Serviços Internos e devem obedecer o item 3.6 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP.

Custos Externos

São todos os custos dos serviços contratados com fornecedores/terceiros para execução dos trabalhos dos clientes e que são executados sob supervisão da Agência de Propaganda/Publicidade. Os honorários da Agência à taxa de 15% (quinze por cento) incidentes sobre os valores dos serviços de fornecedores/terceiros devem seguir o estipulado nos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP. Os honorários não incidem sobre valores internos, impostos (exemplo IPI), encargos sociais e reembolsos de despesas.

Reembolso de Despesas

Todos os gastos efetuados a serviço do cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo sem incidência de honorários ou comissões. Exemplos: viagens, diárias transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópias, etc. O reembolso de despesas, fará parte integrante da receita tributável da Agência, não podendo, pois, serem deduzidos do preço do serviço. Assim sendo, tal reembolso sofre uma taxação da alíquota do ISS-Imposto sobre Serviços. Esse tributo deve ser cobrado do cliente nesses casos.

Projetos Especiais

A cobrança de projetos, criação e redação de textos de materiais e outros serviços não previstos nesta tabela de Valores Referenciais de Serviços Internos, é de livre negociação entre a Agência e o Cliente.

Das relações entre Agências de Publicidade, Anunciantes e Veículos de Comunicação

Artigo 2.3.1: É livre a contratação de permuta de espaço, tempo ou serviço publicitário entre Veículos de Comunicação e Anunciantes, diretamente ou mediante a participação da Agência de Publicidade responsável pela conta publicitária. O respectivo contrato deverá, necessariamente, estabelecer a quem competirá remunerar a Agência, podendo este ônus recair sobre o Veículo ou sobre o Anunciante, isoladamente, ou sobre ambos e em qual proporção. Quando o contrato for omissivo a respeito, a Agência titular dos direitos autorais sobre o material a ser veiculado fará jus ao desconto-padrão da Agência.

Desconto-padrão da Agência: 20%

Fonte: CENP - Manual das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.



A) ANÚNCIO PARA JORNAL	Texto	Layout	Arte-final	Total
Até 1/8 página	847,00	847,00	735,00	2.429,00
Até 1/4 página	1.153,00	1.153,00	896,00	3.202,00
Até 1/2 página	1.542,00	1.542,00	1.397,00	4.481,00
Até 1 página	1.868,00	1.868,00	1.630,00	5.366,00
Página dupla	2.385,00	2.385,00	2.054,00	6.824,00
Encarte simples 23,5 cm x 33 cm	1.542,00	1.542,00	1.397,00	4.481,00
Encarte duplo 55 cm x 33 cm	2.232,00	2.232,00	2.232,00	6.696,00
Tablóides de ofertas - por página	1.268,00	1.268,00	1.086,00	3.622,00

Observação: a) Balanço: + 50% sobre o valor da montagem.

b) Página-base: 6 col. x 54 cm, adotada pelos principais jornais do país.

B) ANÚNCIO PARA REVISTA	Texto	Layout	Arte-final	Total
1/4 página	1.630,00	1.630,00	1.290,00	4.550,00
Até 1/2 página	1.961,00	1.961,00	1.542,00	5.464,00
Até 1 página	2.232,00	2.232,00	1.961,00	6.425,00
Página dupla	3.332,00	3.332,00	2.849,00	9.513,00
Encarte simples 21 cm x 30 cm	2.232,00	2.232,00	1.961,00	6.425,00
Encarte duplo 42 cm x 30 cm	3.177,00	3.177,00	3.177,00	9.531,00

C) MÍDIA EXTERIOR/INDOOR	Texto	Layout	Arte-final	Total
Back light/front light/top site	3.085,00	3.085,00	3.085,00	9.255,00
Busdoor/outbus/backbus	2.294,00	2.294,00	2.294,00	6.882,00
Cartaz de 32 folhas e outros	2.294,00	2.294,00	2.294,00	6.882,00
Display indoor	2.294,00	2.294,00	2.294,00	6.882,00
Faixa de rua/placa de identificação de rua	1.038,00	1.038,00	1.038,00	3.114,00
Mobiliário urbano - por peça	2.294,00	2.294,00	2.294,00	6.882,00
Painel rodoviário	3.085,00	3.085,00	3.085,00	9.255,00

Adaptação de anúncios para jornal, revista e OOH (out-of-home):

Cobrar 50% dos valores somados de layout e texto. Cobrar adicionalmente o valor de uma nova arte-final.

Ampliação ou redução proporcional ao formato original de criação, desde que não exija alteração de texto e nova diagramação: cobrar apenas o valor de uma arte-final.

D) PRODUÇÃO E ELETRÔNICA

D.1)	
Arte/RTVC - por peça	605,00
Audiovisual (documentário) até 5'	24.376,00
Audiovisual (documentário) até 10'	34.139,00
Audiovisual (documentário) até 15'	43.876,00
Audiovisual (documentário) acima de 15'	Sob avaliação
Filme/vinheta/VT/merchandising (qualquer duração)	8.327,00

Observação: Não estão incluídos os custos de produtora, edição, áudio, trilha, iluminação, efeitos especiais, direção, sonorização, fotografia, cópias, cachês, programação visual, ilustração especial, logotipia e despesas operacionais.

D.2)	
Espera telefônica (texto)	5.371,00
Jingle até 60''	5.371,00
Jingle acima de 60''	Sob avaliação
Spot até 60''	4.390,00
Spot acima de 60''	Sob avaliação
Texto para ação de merchandising até 60''	4.390,00
Texto para ação de merchandising acima de 60''	Sob avaliação

Observação: Não estão incluídos os custos de produtora, edição, áudio, trilha, intérprete, arranjo, músicos ou técnicos especialmente convidados e nem custos de gravação, trilha sonora, cópias, cachês e despesas operacionais.

E) MATERIAIS PROMOCIONAIS	Criação (Texto/Layout)	Arte-Final	Total
Adesivo automotivo ou vitrine	2.518,00	1.074,00	3.592,00
Adesivo de chão	3.275,00	1.401,00	4.676,00
Agenda (capa e miolo)-por página	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Bandeirola - por modelo	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Balão	2.616,00	1.293,00	3.909,00
Banner	2.616,00	1.293,00	3.909,00
Baralho	1.989,00	611,00	2.600,00
Boné/chapéu	2.199,00	732,00	2.931,00
Broadside - por página	2.449,00	825,00	3.274,00
Button	2.449,00	825,00	3.274,00
Calendário - por lâmina	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Camiseta	2.449,00	825,00	3.274,00
Caneta/lápis	2.449,00	825,00	3.274,00
Capa/contracapa: apostila/caderno/livro	5.616,00	1.868,00	7.484,00
Capa de carnê	2.449,00	825,00	3.274,00
Capa/contracapa de catálogo	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Capa/contracapa de CD	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Cardápio - por página	2.661,00	1.145,00	3.806,00
Cartão de natal	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Cartão postal	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Cartaz/poster	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Cartazete	3.212,00	1.373,00	4.585,00
Catálogo ou folheto - por página	2.661,00	1.145,00	3.806,00
Chaveiro	2.449,00	825,00	3.274,00
Cinta (para produção de jornais)	3.135,00	1.351,00	4.486,00
Convite	2.449,00	825,00	3.274,00
Convite + envelope	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Copo	2.449,00	825,00	3.274,00
Crachá	2.199,00	732,00	2.931,00
Diploma	4.490,00	1.502,00	5.992,00
Display de mesa/take one	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Continua na próxima página...			



E) MATERIAIS PROMOCIONAIS - continuação da página anterior			
Display de ponta de gôndola	6.202,00	2.660,00	8.862,00
Display de vitrine	5.568,00	2.387,00	7.955,00
Encarte de CD-p/ lâmina/label de CD	2.449,00	825,00	3.274,00
Etiqueta	2.199,00	732,00	2.931,00
Faixa de gôndola/stopper	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Flyer (volante) - frente e verso	4.915,00	1.634,00	6.549,00
Folder - até 6 páginas	7.983,00	3.434,00	11.417,00
Cada face diagramada equivale a uma página, independente do formato. Diagrama explicativo na última página. Exemplos: 1 folha com 1 dobra equivale a 4 páginas; 1 folha com 2 dobras paralelas equivale a 6 páginas. Definição de folder: qualquer impresso que contenha no mínimo 1 dobra. Acima de 6 páginas: sob consulta.			
Forração de gôndola/bandô	4.893,00	1.631,00	6.524,00
House organ/newsletter - por página	2.199,00	732,00	2.931,00
Leque	2.449,00	825,00	3.274,00
Livro/Revista-p/pág.(capa e contracap)	2.199,00	732,00	2.931,00
Mala direta - por página	1.542,00	825,00	2.367,00
Mala direta/peça promocional	19.575,00	6.525,00	26.100,00
Móvil	4.581,00	1.965,00	6.546,00
Mouse pad	2.449,00	825,00	3.274,00
Pasta de eventos	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Pesquisa de brindes	6.876,00	2.948,00	9.824,00
Placa/painel	4.893,00	1.631,00	6.524,00
Portfólio-perfil institucional - p/página	2.449,00	825,00	3.274,00
Relatório anual - por página	1.947,00	635,00	2.582,00
Risque e rabisque	2.449,00	825,00	3.274,00
Sacola/bolsa	2.449,00	825,00	3.274,00
Totem	6.845,00	2.939,00	9.784,00
Troféu - não incluso mock-up	8.860,00	2.948,00	11.808,00
Urnas	7.949,00	2.648,00	10.597,00
Viseira	2.199,00	732,00	2.931,00

F) EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

F1) Digitação de Textos	
Por lauda até 1.200 toques	729,00
Valor mínimo	394,00
Outros idiomas	Cobrar mais 50%
F2) Scanner	
Mínimo de 100 cm ² - Cor	362,00
Mínimo de 100 cm ² - P/B	238,00
Cm ² excedente - Cor	1,62
Cm ² excedente - P/B	1,37
F3) Retoque de imagens	
Valor por hora	1.114,00



F4) Vetorização de logotipos			
Valor médio		906,00	
F5) Print			
Papel formato A3 - Cor		323,00	
Papel formato A3 - P/B		131,00	
Papel formato A4 - Cor		162,00	
Papel formato A4 - P/B		68,00	
Exemplo prático de cálculo			
Material de Jornal - 1/2 página		Material de Revista - página simples	
Texto, layout, arte-final	4.481,00	Texto, layout, arte-final	6.425,00
Digitação até 1.200 toques	729,00	Digitação até 1.200 toques	729,00
Vetorização de logotipos	906,00	1 scanner cor	362,00
2 prints P/B - A4	136,00	1 retoque de imagem 1h	1.114,00
Total	6.252,00	2 prints cor A4	302,00
		1 print P/B A4	68,00
		Total	9.000,00

G) PAPELARIA	Projeto	Layout	Arte-Final	Total
Bloco de anotações	1.234,00	1.234,00	1.086,00	3.554,00
Cartão empresa	1.086,00	1.086,00	924,00	3.096,00
Cartão de aniversário/cartão personalizado	1.086,00	1.086,00	924,00	3.096,00
Cartão visita	1.086,00	1.086,00	924,00	3.096,00
Envelope saco/ofício	1.121,00	1.121,00	959,00	3.201,00
Envelope simples	1.121,00	1.121,00	959,00	3.201,00
Papel carta decorativo	1.121,00	1.121,00	959,00	3.201,00
Papel carta/ofício	1.121,00	1.121,00	959,00	3.201,00
Papel embrulho/presente	1.121,00	1.121,00	959,00	3.201,00
Pasta	1.121,00	1.121,00	959,00	3.201,00

H) PROJETOS ESPECIAIS	
Conceito gráfico de apresentações (ppt ou similares)	6.420,00
Diagramação por slide	1.605,00
Criação de conceito de campanha	37.399,00
Derivação e/ou atualização de conceito de campanha	26.180,00
Identidade visual para espaço (corredor, finger e sala de espera)	20.999,00
Planejamento de ação digital nas redes sociais - institucional	32.732,00
Planejamento de ação digital nas redes sociais - por produto	32.732,00
Planejamento de comunicação (projeto básico)	63.304,00
Planejamento de comunicação integrada:	
Planejamento de ações promocionais, de relacionamento, de redes sociais e de propaganda	163.503,00
Planejamento de eventos	49.743,00
Planejamento de marketing direto e fidelização	57.284,00
Planejamento de promoções	49.743,00
Projeto gráfico editorial (capas + miolo com até 16 páginas)	19.085,00

Observação: os trabalhos que não constam nesta lista serão cobrados mediante orçamento específico.



I) TRABALHOS MEDIANTE ORÇAMENTO ESPECÍFICO	
Assessoria	
Brindes promocionais especiais	Folhetos/distribuição
Cenários para TVC/palcos	Ilustração especial
Consultoria	Mala direta/expedição
Cópias de áudio	Nome fantasia - empresas
Cópias de audiovisual/documentário	Nome fantasia - produtos
Cópias de filme	Pesquisa de mercado
Cópias de VT	Planejamento de CD-Rom
Decoração de vitrines	Planejamento de hotspots
Desenho técnico	Projetos especiais
Display técnico	Promoção de vendas
Espetáculos/shows/planejamento/organização	RP (Relações Públicas)
Filmagem de eventos	Uniforme

J) PROGRAMAÇÃO VISUAL (*)	Projeto	Layout	Arte-Final	Total
Envelopamento/adensivagem de frota	6.590,00	6.590,00	3.301,00	16.481,00
Fachada	8.538,00	8.538,00	8.538,00	25.614,00
Logotipo empresa	10.797,00	10.797,00	9.243,00	30.837,00
Logotipo produto	10.797,00	10.797,00	9.243,00	30.837,00
Manual de uso (marca/logomarca)-por página	1.281,00	1.281,00	1.104,00	3.666,00
Marca/logotipo empresa (logomarca)	17.803,00	17.803,00	15.250,00	50.856,00
Marca/logotipo eventos/mobiliário	9.736,00	9.736,00	8.342,00	27.814,00
Marca/logotipo produto (logomarca)	17.803,00	17.803,00	15.250,00	50.856,00
Marca/logotipo reformulação (logomarca)	7.484,00	7.484,00	6.418,00	21.386,00
Mascote ou personag.-custo de ilustração à parte	7.484,00	7.484,00	6.418,00	21.386,00
Nome de produto	6.784,00	6.784,00	3.391,00	16.959,00
Programação visual de quiosques	10.197,00	10.197,00	5.217,00	25.611,00
Uniformes promotoras - por peça	6.590,00	6.590,00	3.301,00	16.481,00
Selo comemorativo	4.702,00	4.702,00	4.127,00	13.531,00
Slogan	16.949,00	16.949,00	5.649,00	39.547,00

(*) Mediante orçamento específico

Estande para feiras	Símbolo
Identificação corporativa	Sinalização interna
Impressos específicos	Trios elétricos
Pintura de frota	Vitrines

Observação: os preços destes serviços devem levar em consideração o custo/hora do profissional.



K) EMBALAGENS	Criação (Texto/Layout)	Arte-Final	Total
Berço (estrutura de embalagem)	7.999,00	3.899,00	11.898,00
Caixa de embarque	5.247,00	2.742,00	7.989,00
Caixa display de produto	17.014,00	6.913,00	23.927,00
Cartela/tag	4.252,00	2.502,00	6.754,00
Cartela com saco	5.956,00	3.382,00	9.338,00
Embalagem (adaptação)	6.377,00	6.913,00	13.290,00
Embalagem produto	21.273,00	6.913,00	28.186,00
Embalagem <i>blister/sampling</i>	6.548,00	3.709,00	10.257,00
Embalag. de linha de prods.-até 5 embalagens	85.044,00	27.613,00	112.657,00
Embalagem promocional	9.570,00	6.913,00	16.483,00
<i>Mock-ups</i> (sem custo de terceiros)	16.260,00	6.501,00	22.761,00
Rótulo	6.142,00	2.633,00	8.775,00

L) SERVIÇOS DIGITAIS		
ANÚNCIOS DISPLAY		
Peça/Tipo	Valor-Referência	
Master (qualquer dimensão)	4.405,00	
Adaptação (qualquer dimensão)	Estático	Animado
	1.755,00	1.932,00
Replicação (ajustes de especificações para outros veículos)	Por formato	Formatos GDN*
	516,00	2.307,00

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

FORMATOS PUBLICITÁRIOS MAIS UTILIZADOS	
Peça	Dimensão - Pixel
Arranha-céu (<i>skyscraper</i>)	120 x 600
Arranha-céu largo (<i>wide skyscraper</i>)	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 (<i>half page</i>)	300 x 600
Outdoor (<i>billboard</i>)	970 x 250
Dhtml/floater	Variável, até 72.200 pixels de área



Mobile - Feature Phones	
Small banner	120 x 20
Medium banner	168 x 28
Large banner	216 x 36
Smart Phones - Web & Apps	
Banner e banner expansível	300 x 50
Wide banner e wide banner expansível	320 x 50
Interstitial	300 x 250

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

OUTRAS PEÇAS	
Peça	Criação/Finalização
Post simples/anúncio redes sociais (jpg/gifs + texto)	3.957,00
Post carrossel (jpg/gifs + texto)	7.913,00
Cover para redes sociais	3.957,00
Criação/Animação/Programação	
Anúncio para tablet horizontal ou vertical	8.809,00
Anúncio para tablet horizontal e vertical	13.215,00

Observações:

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

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 de Atendimento, Planejamento, Gestão, Design/Criação, Programação e Produção de Conteúdo.

Valores 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 valores 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.

BUSINESS INTELLIGENCE	
Serviço/Escopo	Valor-Referência
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 valor-referência do serviço mais demandado pelos clientes: análise de campanhas de comunicação.	



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 dos dados tabulados extraindo 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.	7.928,00

Observação: Análise estimada para campanhas de porte médio, com até 5 canais digitais diferentes.

CAMPANHAS DIGITAIS

Serviço/Esopo	Valor-Referência
Planejamento de Campanha	
Abrange duas áreas distintas: planejamento estratégico de campanhas digitais e planejamento de mídia 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.	
Planejamento Estratégico de Campanhas Digitais	
A partir de briefing-padrão com todas as informações referentes a campanha a ser planejada, a equipe de planejamento, em conjunto com as equipes de BI e Mídia, desenvolverão o planejamento estratégico da campanha definindo: métodos de abordagem, personas alvo das ações, jornada do consumidor de acordo com o produto ou serviço objeto da campanha e objetivos a serem atingidos.	41.642,00

Observação:

Planejamento estimado para campanhas de porte médio com volume de autorização de mídia com até 5 canais digitais.

GESTÃO DE CAMPANHA DE PERFORMANCE	
Acompanhamento diário da campanha, com otimização constante, incluindo a implementação de recursos e ferramentas que visam garantir a melhor performance da conta, além do controle orçamentário da campanha.	
Rede de Pesquisa (Links Patrocinados)	
Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
Rede de Display e Impulsioneamento de Conteúdo	
Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada
Programática	
Otimização das campanhas com base no resultado dos reports diários fornecidos pelas ferramentas.	20% da verba gerenciada

Observação: valor mínimo para Gestão de Campanha de Performance: R\$6.134,00/mês.

REDES SOCIAIS	
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 <i>stakeholders</i> .	
Serviço/Escopo	Valor-Referência
<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico da presença nas redes sociais. • Definição dos objetivos a serem atingidos. • Avaliação das melhores plataformas para a marca e definição do papel estratégico de cada uma. • Criação de guia de conteúdo, incluindo a identidade visual, recursos a serem utilizados, persona da marca, tom de voz, editorial e volumetria. • Definição de métricas para acompanhamento. • Definição de ferramentas para análise de desempenho. 	32.087,00

GESTÃO DE REDES SOCIAIS	
Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação. Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais. O monitoramento contínuo inclui o relacionamento com os <i>stakeholders</i> , análises de métricas relevantes e ações emergenciais de acordo com o que for detectado.	
GESTÃO DE CANAIS E CONTEÚDO	
<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 com o cliente. • Volumetria: até 3 redes sociais, postagens nas seguintes 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. 	14.746,00/mês
GESTÃO DE MONITORAMENTO	
<ul style="list-style-type: none"> • Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais (até 8.000menções/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 5 x 8. • Entrega e apresentação de relatório mensal. 	9.202,00/mês

GESTÃO DE RELACIONAMENTO	
<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 5 x 8. • Volume médio de 150 interações por mês. • Entrega e apresentação de relatório mensal. 	12.977,00

Observação: os valores não incluem contratação de ferramenta de gestão e monitoramento em redes sociais.

SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION)
<p>Planejamento</p> <p>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, afim 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.</p>

Serviço/Escopo	Valor-Referência
<ul style="list-style-type: none"> • Análise do comportamento de busca do mercado da empresa. • Definição de palavras-chave positivas e engativas 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 (<i>organic</i>) e de autoridade (<i>authority</i>). • Estudo de consistência das palavras-chave em páginas específicas. • <i>Traffic source</i> - 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. 	27.723,00

GESTÃO
<p>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 <i>back-links</i> e, principalmente, gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento.</p>

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.

- 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*, *backlink* 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.

13.567,00

Observação: valor para 20 seções/templates.

GESTÃO DE SEO

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

- Orientações para criação de conteúdos relacionados aos objetivos traçados.
- Instruções técnicas para otimização de páginas.
- Revisão constante de códigos do canal.
- Otimização do conteúdo e das imagens.
- Instruções para otimização de *back-links*.
- Gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento.
- Volume sugerido: criação de um conteúdo por semana.

11.207,00/mês

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

WEBSITE

Responsivo com 10 ações: home, empresa, serviços, galeria de mídias, 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* para um novo website. 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.

43.766,00

HOTSITE	
<p>Tecnicamente idêntico ao website, porém com uma estrutura de seções menor e mais focada a lançamentos de promoções, concursos, eventos, entre outros. Possui um período de vida definido e precisa ter uma estratégia de comunicação bem elaborada, alinhada com a estratégia da campanha.</p>	
<p>Hotsite de evento com 8 seções: home, sobre o evento, como chegar, agenda, palestrantes, patrocinadores, formulário de contato, formulário de inscrição simples, sem meio de pagamento ou controles integrados. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), <i>sitemaps</i>, <i>wireframe</i>, layout e desenvolvimento <i>front-end</i> e <i>back-end</i>. 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.</p>	25.196,00

MOBILE SITE	
<p>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.</p>	
<p>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 <i>front-end</i> e <i>back-end</i>. 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.</p>	26.189,00

BLOG	
<p>O Blog nada mais é que um website com foco em divulgar rapidamente informações de um modo simples e rápido.</p>	
<p>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 <i>front-end</i> e <i>back-end</i>. 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.</p>	16.987,00

LANDING PAGE	
<p>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.</p>	



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), <i>sitemap wireframe</i> , layout e desenvolvimento <i>front-end</i> e <i>back-end</i> . HTML desenvolvido utilizando os padrões W3C (HTML, XHTML, CSS, XML, etc). Configurações básicas para indexação em buscadores. Testes nas últimas versões dos principais navegadores.	8.400,00
--	-----------------

Observações válidas para Website, Hotsite, Mobile Site, Blog e Landing Page:

- 1) Os valores 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.

MOBILE APP

Desenvolvimento de aplicativo híbrido, proprietário, para as plataformas Android e IOS. Especificação funcional, arquitetura de informação (UX), <i>wireframe</i> , layout e desenvolvimento <i>front-end</i> e <i>back-end</i> . Funcionalidades: login, logout, esqueci minha senha, termos de uso, cadastro, sobre o aplicativo, galeria de fotos, notícias, <i>push notification</i> , 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.	67.949,00
---	------------------

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 feitas as customizações dentro dos limites da plataforma.	
E-commerce para empresas de pequeno e médio porte com nível de maturidade média em venda online. 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.	56.861,00

Observações:

- 1) O valor não inclui: planejamento, treinamento, homologação de meios de pagamento, homologação de formas de entrega e carga de produtos.
- 2) O valor não inclui desenvolvimento ou locação de plataforma, que deve ser orçado à parte.
- 3) O valor não inclui hospedagem, compra de domínio e certificados de segurança, que devem ser orçados à parte.

E-MAIL MARKETING

Criação e produção do HTML	
Criação de layout com conteúdo produzido a partir do briefing do cliente, mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração.	3.957,00

Outros serviços de E-mail Marketing	
Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	Sob consulta

NEWSLETTER	
Criação e produção do HTML	3.957,00
Criação de layout mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração. Conteúdo especializado produzido pelo cliente.	
Outros serviços de Newsletter	Sob consulta
Importação, higienização e segmentação da base. Importação do HTML e programação dos disparos. Gestão: geração de relatórios, análise de performance e sugestões de ajustes.	

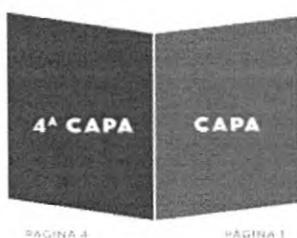
M) Valores Referenciais de Serviços Publicitários para CONCORRÊNCIAS PRIVADAS (Federal/Estadual/Municipal)	
Criação de conceito de campanha - apresentação até 3 peças finalizadas	27.251,00
* Valor de custeio	
Criação de conceito de campanha integrada:	
Planejamento de mídia offline e online - apresentação até 7 peças finalizadas	40.876,00
* Valor de custeio	

- * Valor de custeio é válido exclusivamente para participação em concorrência, independente do resultado.
- * Para a transferência de direitos autorais da campanha, deverão ser utilizados os valores de acordo com a **Lista de Valores Referenciais de Serviços Internos do Sinapro/PR vigente.**

Preço em caso de desistência de trabalhos encomendados: pode ser cobrado 50% sobre o valor do trabalho.
RECOMENDAMOS QUE ESTA OBSERVAÇÃO SEJA INCLUÍDA NA ESTIMATIVA DE CUSTO PARA O CLIENTE.

Diagrama do Folder

FOLDER 4 PÁGINAS



FOLDER 6 PÁGINAS

