

CONHEÇA AS VANTAGENS E BENEFÍCIOS DE SER ASSOCIADO

- Convênios e descontos diferenciados para as agências associadas nas compras de pesquisas, softwares e outros produtos e serviços especializados.
- Descontos diferenciados para as agências associadas nas inscrições de eventos, cursos, seminários e workshops realizados, promovidos ou apoiados pela entidade.
- Orientação legal no âmbito civil, comercial, autoral, CONAR, e legislação do setor publicitário, através do Departamento Jurídico da FENAPRO - Federação Nacional das Agências de Propaganda.
- Agenda de licitações organizada pela FENAPRO e disponibilizada para associados no website, com acesso via login e senha.
- Fornecimento da Tabela Referencial de Custos Internos da categoria, editada anualmente.
- Participação em Convenção Coletiva do Trabalho, firmada anualmente com o Sindicato dos Trabalhadores em Comunicação nos Estados de Goiás e Tocantins, SINDICOM.
- Participação no Fórum Permanente da Indústria da Comunicação de Goiás, FORCOM-GOIÁS (www.forcomgoias.com.br) e seus benefícios.
- Assistência, atendimento e orientação às associadas em assuntos de interesse da classe, intercâmbios e licitações.
- Atuação fiscalizadora dos assuntos éticos, concorrenciais e de compliance das Normas-Padrão, e legislação do segmento.
- Portal de serviços (www.sinaprogo.com.br) com difusão de atividades, notícias, clippings, relação das associadas, glossário e outros itens.
- Promoção de ações, projetos ou campanhas de interesse institucional, técnico ou promocional da entidade, visando benefícios às agências afiliadas.

VALORES REFERENCIAIS DE SERVIÇOS INTERNOS 2017

VALORES EM REAIS • Serviços não previstos nesta tabela são de livre acerto entre a agência e o cliente. Os valores referenciais de serviços internos são aplicáveis em todo o Estado de Goiás. Em face das diferenças econômicas e peculiaridades locais, as agências de propaganda com atuação no interior poderão conceder aos clientes anunciantes descontos de acordo com a realidade do mercado local.

1	ANÚNCIO JORNAL	Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)
	Até 52 cm/col	531,00	352,00	883,00
	53 - 105 cm/col	1.056,00	705,00	1.761,00
	106 - 159 cm/col	1.583,00	1.056,00	2.639,00
	160 - 212 cm/col	2.612,00	1.742,00	4.354,00
	213 - 318 cm/col	3.140,00	2.093,00	5.233,00
	Até 636 cm/col	6.328,00	4.218,00	10.546,00

Obs.: Em caso de refação, cobrar adicional de 30%. Acrescentar os custos de fotos, ilustrações e outros serviços de terceiros, se for o caso. Os custos referem-se à 1ª montagem. A partir da 2ª montagem do mesmo layout, cobrar 50% do valor da Tabela.

2	AVISOS / BALANCETES / BALANÇOS / EDITAIS	Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)
	Até ¼ página	403,50	269,00	672,50
	Até ½ página	804,00	537,00	1.341,00
	Até 1 página	1.605,00	1.075,50	2.680,50
	Página dupla	3.224,00	1.981,00	5.205,00

Obs.: Em caso de refação, cobrar adicional de 30%. Acrescentar os custos de fotos, ilustrações e outros serviços de terceiros, se for o caso. Os custos referem-se à 1ª montagem. A partir da 2ª montagem do mesmo layout, cobrar 50% do valor da Tabela.

3	ANÚNCIO REVISTA	Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)
	Até ½ página	1.205,50	806,00	2.011,50
	Até 1 página	2.412,00	1.606,00	4.018,00
	Página dupla	4.822,00	3.214,00	8.036,00

Obs.: Em caso de refação, cobrar adicional de 30%. Acrescentar os custos de fotos, ilustrações e outros serviços de terceiros, se for o caso. Os custos referem-se à 1ª montagem. A partir da 2ª montagem do mesmo layout, cobrar 50% do valor da Tabela.
Geração de arquivos (Download / Upload) Unitário - R\$380,00

4	MARKETING DIRETO	Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)
	Folheto / Panfleto / Flyer	451,00	306,00	757,00
	Cartão comercial	101,50	67,50	169,00
	Circular/Carta (até 1.440 caracteres)	226,00	153,00	379,00
	Mala direta padrão	327,00	218,00	545,00
	Mala direta especial	601,00	401,00	1.002,00
	Volante	364,00	241,00	605,00

Obs.: Em caso de refação, cobrar adicional mínimo de 30%

5	IMPRESSOS (p/ cada lado da lâmina)	Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)
	Álbum/Book	102,00	67,50	169,50
	Anexo Contracheque	404,00	268,50	672,50
	Boletim	127,50	82,50	210,00
	Broadside	414,00	276,50	690,50
	Bula	1.420,00	1.276,00	2.696,00
	Cartilha	362,00	241,00	603,00
	Catálogo / Revista	362,00	241,00	603,00
	Encarte CD	906,00	600,50	1.506,50
	Encarte Jornal / Lâmina	1.183,00	771,50	1.954,50
	Encarte Revista	1.558,50	1.037,00	2.595,50
	House Organ	1.785,00	1.189,00	2.974,00
	Jornal	1.558,50	1.037,00	2.595,50
	Livro Técnico	305,00	200,00	505,00
	Livro	88,00	53,00	141,00
	Manual	305,00	200,00	505,00
	Portfólio	394,00	264,00	658,00
	Press release (p/ lauda, até 1.440 caracteres)	102,00	67,50	169,50
	Programa especial	227,00	153,00	380,00
	Programa simples	102,00	67,50	169,50
	Relatório diretoria	622,00	414,00	1.036,00
	Relatório simples	231,00	153,00	384,00
	Folder	965,00	645,00	1.610,00

Obs.: Em caso de refação, cobrar adicional de 30%. Acrescentar os custos de fotos, ilustrações e outros serviços de terceiros, se for o caso. Os custos referem-se à 1ª montagem. A partir da 2ª montagem do mesmo layout, cobrar 50% do valor da Tabela.

6	PAPELARIA	Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)
	Bloco anotações	115,50	73,00	188,50
	Cartão empresa	139,00	94,00	233,00
	Cartão personalizado	115,50	73,00	188,50
	Cartão de visita	139,00	94,00	233,00
	Envelope simples	250,00	168,00	418,00
	Envelope saco/ofício	307,00	209,00	516,00
	Formulário A-5 (14,81x21cm)	250,00	168,00	418,00
	Formulário A-4 (21x29,7 cm)	307,00	209,00	516,00
	Formulário A-3 (29,7x42cm)	366,00	244,00	610,00
	Papel carta/ofício	307,00	209,00	516,00

Papel carta / decorativo	139,00	94,00	233,00
Papel embrulho / presente	340,00	224,00	564,00
Pasta	340,00	224,00	564,00

Obs.: Em caso de refeição, cobrar adicional mínimo de 30%.

7	MARCAS / LOGOTIPOS / LOGOMARCAS	Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)
	Empresa (incluindo manual de uso e 5 aplicações)	9.268,00	6.182,50	15.450,50
	Produto	9.450,50	6.521,50	15.972,00
	Imobiliário	2.510,00	1.673,50	4.183,50
	Eventos	2.510,00	1.673,50	4.183,50
	Reformulação	70% do valor de cada categoria		
	Manual de uso (por lâmina)	425,00	283,50	708,50
	Pictograma	2.010,50	1.340,00	3.350,50
	Selo comemorativo	2.510,50	1.673,50	4.184,00
	Mascote	Custo mediante orçamento específico		

Geração de arquivos (Download / Upload) Unitário - R\$400,00

8	PROGRAMAÇÃO VISUAL (mediante orçamento específico)
Embalagem	Símbolos
Fachadas	Sinalização externa
Identificação corporativa	Stand para feiras
Impressos Especiais	Trios elétricos
Pintura de frota	Vitrines

OBS.: Serão cobrados de acordo com o nível de exigência do próprio trabalho, com relação à pesquisa de material, homem/hora, número de sugestões solicitadas e acabamento (layout e arte-final).

9	OUTDOOR / PAINEL / MÍDIA EXTERIOR	Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)
	Cartaz policromia / 32 folhas	2.220,00	1.477,00	3.697,00
	Busdoor interno	811,00	540,50	1.351,50
	Busdoor externo / Backbus	1.579,50	1.054,00	2.633,50
	Balão promocional	679,50	457,00	1.136,50
	Frontlight / Backlight / Empena	3.416,50	2.276,00	5.692,50
	Letreiro / Luminoso / Painel	1.708,00	1.138,50	2.846,50
	Muro / Tapume	455,00	303,00	758,00
	Relógio digital	927,00	618,50	1.545,50
	Placa / Painel simples	531,00	352,00	883,00
	Placa / Painel ilustrado	1.056,00	704,00	1.760,00

Placa sinalização / Esquina / Gradil	425,00	283,50	708,50
Placa de obra / RT	401,00	270,00	671,00
Estandarte / Galhardete / Banner	579,00	387,50	966,50
Faixa avião	880,00	587,50	1.467,50
Faixa rua	401,00	270,00	671,00
Faixa ponto de venda	401,00	270,00	671,00
Faixa / Testeira	401,00	270,00	671,00
Envolvimento de Edifícios	4.874,00	3.250,00	8.124,00
Envolvimento de Veículos	1.579,50	1.054,00	2.633,50
Taxidoor / Bikedoor	1.444,50	964,00	2.408,50
Mobiliário urbano	1.775,00	1.183,50	2.958,50
Totem	927,00	618,50	1.545,50

Obs.: Em caso de refação, cobrar adicional mínimo de 30% Geração de arquivos (Download / Upload) Unitário - R\$ 588,50

10	SCANNER / PROVAS DE IMPRESSÃO / EDITORAÇÃO ELETRÔNICA	Total (R\$)
	Scanner por unidade (mínimo 10x10cm)	45,00
	Scanner excedente por unidade	45,00 + 0,46 por cm²
	Prova jato de tinta formato A-4 colorida	53,00
	Prova jato de tinta formato A-4 P&B	37,50
	Prova jato de tinta formato A-3 colorida	73,00
	Prova jato de tinta formato A-3 P&B	52,50
	Vetorização de logotipos (valor médio)	269,00
	Tratamento de imagens (sistema) por hora	348,00
	Gravação em CD (tempo + mídia) e/ou Pen Drive	45,00

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

11	FONOGRAMA ÁUDIO / SPOT / TEXTO FOGUETE / CARRO DE SOM	Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)
	Fonograma /Custo por segundo	80,50	52,50	133,00
	Texto foguete (de 7") / Janela de ofertas	174,50	116,00	290,50
	Texto carro de som (até 10 textos)	493,50	328,50	822,00

OBS.: Não estão inclusos os custos de produtora, trilha sonora, cachês e despesas operacionais.

12	FONOGRAMA - JINGLE / TRILHA	Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)
	Custo por segundo	102,00	67,50	169,50

OBS.: Este custo inclui produção simples, com um cópia em CD ou outra mídia. Não estão inclusos os cachês extras de compositor e intérprete, arranjo, músicos ou técnicos especialmente convidados, custos de produtora, regravação, cópias, cachês e despesas operacionais.

13	VT	Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)	
Custo por segundo		127,50	83,00	210,50	
OBS.: Não estão inclusos os custos de produtora, edição, áudio, trilha, direção, iluminação, efeitos especiais, cópias, cachês e despesas operacionais.					
14	VT JANELA DE OFERTAS / CARACTERES / LETTERING	Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)	
Roteiro / Custo por segundo		52,50	33,00	85,50	
OBS.: Não estão inclusos os custos de produtora, edição, áudio, trilha, direção, iluminação, efeitos especiais, cópias, cachês e despesas operacionais.					
15	FILME	Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)	
Roteiro / Custo por segundo		127,50	83,00	210,50	
OBS.: Não estão inclusos os custos de produtora, edição, áudio, trilha, direção, iluminação, efeitos especiais, cópias, cachês e despesas operacionais.					
16	DESENHO ANIMADO	Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)	
Roteiro / Custo por segundo		250,50	170,00	420,50	
OBS.: Não estão inclusos os custos de produtora, edição, áudio, trilha, direção, iluminação, efeitos especiais, cópias, cachês e despesas operacionais.					
17	ASSINATURA / VINHETA ELETRÔNICA	Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)	
Roteiro / Custo por segundo		158,00	83,00	241,00	
OBS.: Não estão inclusos os custos de produtora, edição, áudio, trilha, direção, iluminação, efeitos especiais, cópias, cachês e despesas operacionais.					
18	DOCUMENTÁRIO / AUDIOVISUAL	Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)	
Roteiro / Custo por segundo		2.510,00	1.673,50	4.183,50	
OBS.: Não estão inclusos os custos de produtora, edição, áudio, trilha, direção, iluminação, efeitos especiais, cópias, cachês e despesas operacionais.					
19	PRODUÇÃO MULTIMÍDIA	Total (R\$)	21	PRODUÇÃO MULTIMÍDIA	Total (R\$)
Letreiro / Cartela para TV		575,00	Cópia XDCAM SD		1.065,00
Determin. de Título		210,00	Cópia XDCAM SD		1.065,00
20	GERAÇÃO DE ARQUIVOS (Download / Upload)	Total (R\$)	XDCAM SD ou HD para arq. digital		535,00
Jingle/trilha 30"/ 60		588,70	Arquivo digital para arquivo digital em outro codec (mpg, mov, avi, wmv, flv)		107,00
Letreiro / assinatura para TV (unit.)		700,77			
Spot 30"/ 60"		588,70			
VT até 60"		888,00			

Os serviços da área digital desta Tabela tiveram seus valores referenciais definidos em conjunto pelas entidades ABRADI/GOIÁS e SINAPRO/GOIÁS.

22	ANÚNCIOS DISPLAY (PEÇA / TIPO)	ESTÁTICO (JPG / GIF) R\$	STANDARD (HTML5) R\$
	Master (quaisquer dimensões)	1.378,00	1.791,00
	Adaptação (quaisquer dimensões)	689,00	896,00
	Replicação (mesmo formato para outros veículos, somente alteração de clicktag)	206,50	269,00

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

23	FORMATOS PUBLICITÁRIOS MAIS UTILIZADOS (PEÇA)	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 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

*Padrão IAB e Rede Display Google (GDN)

24	OUTRAS PEÇAS	CRIAÇÃO / FINALIZAÇÃO R\$
	Banner Rede Social (Jpg / Png)	1.672,50
	Topo para Facebook e Twitter (Jpg / Png)	1.672,50
	Layout de Company Page LinkedIn (Html)	3.202,00
	Formulário (Html)	2.174,50
	Arte para post em redes sociais	2.140,00
Obs.s: 1) Adaptações de materiais já produzidos: 50% do valor original. 2) Os custos não incluem produção de conteúdo.		

25 PROJÉTOS - CUSTOS VARIÁVEIS (Observações Importantes)

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

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

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

26	INBOUND MARKETING	VALOR MÍNIMO R\$
	Projetos envolvendo planejamento, contratação de plataforma de gerenciamento de leads, geração de conteúdo, compra, gestão e otimização de mídia digital e produção de relatórios devem ser cobrados por avaliação, considerando todas as variáveis do mesmo.	Sob consulta

27	WEBSITE	VALOR MÍNIMO R\$
	Planejamento, arquitetura da informação (UX), site map, wireframe, layout e desenvolvimento front e back end. *Produção de conteúdo e ferramentas interativas deverão ser orçadas à parte. Estrutura básica sugerida: área institucional estática, área de contato, gerenciador de conteúdo (Admin) e área informativa dinâmica. Considerar os padrões do W3C (HTML, XHTML, CSS, XML etc)	13.851,00

28	HOTSITE	VALOR MÍNIMO R\$
	Tecnicamente idêntico ao website, o hot site é utilizado para lançamentos, promoções, concursos, eventos etc, e tem um período de vida definido. O preço inclui as mesmas tarefas/profissionais do website. *Produção de conteúdo e ferramentas interativas deverão ser orçadas à parte.	10.389,00

29	LANDING PAGE	VALOR MÍNIMO R\$
	Página criada exclusivamente como destino de uma campanha ou de busca (orgânica ou link patrocinado). Tem como objetivo informar o usuário sobre uma ação, lançamento ou promoção e engajá-lo de forma mais eficaz. O preço inclui layout, texto e produção do HTML.	3.463,00
30	REDES SOCIAIS	VALOR MÍNIMO R\$
	Análise de presença (Diagnóstico) - Etapa fundamental e base para qualquer trabalho em redes sociais, o diagnóstico tem o objetivo de mapear a atuação da marca nas diversas plataformas sociais e a identidade percebida e compartilhada por seus stakeholders.	8.025,00
	Planejamento - Definição dos objetivos, conteúdo, plataformas e canais - incluindo a identidade visual desses canais, recursos a ser utilizados, persona da marca, métricas e monitoramento.	5.540,50
	Gestão de presença - Gestão e criação de conteúdo para os canais, com periodicidade e frequência de publicação. Análise das menções da marca, bem como da repercussão das ações da empresa nesses canais. O monitoramento contínuo inclui o relacionamento com os seguidores da marca, análises de métricas relevantes e ações emergenciais de acordo com o que for detectado.	5.540,50 / Mês
	Outros serviços de Redes Sociais	Sob consulta
31	LINKS PATROCINADOS	VALOR MÍNIMO R\$
	Planejamento - O recurso de links patrocinados permite impactar usuários de forma segmentada, exibindo anúncios contextualizados com os resultados de pesquisa em buscadores (Google, Yahoo! Bing etc) e em site de conteúdo na web. Inclui a análise e definição de canais, envolvendo adequação ao público-alvo e à estratégia, escolha de palavras-chave, tipo de abordagem etc.	2.675,00
	Gestão de Campanha - Acompanhamento diário da campanha, com otimização constante, incluindo a implementação de recursos e ferramentas que visam garantir a melhor performance da conta, além do controle orçamentário da campanha.	2.140,00 / Mês ou 20% da verba gerenciada
32	E-MAIL MARKETING / NEWSLETTER	VALOR MÍNIMO R\$
	Criação e produção do HTML - Criação de layout com conteúdo produzido a partir de briefing do cliente, mais diagramação e produção da peça em HTML, com links e códigos para mensuração.	1.672,50
	Implementação de Mailing List	695,50 a cada 100 contatos
	Disparo	1.337,50
	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	MOBILE WEBSITE E MOBILE APP	VALOR MÍNIMO R\$
----	-----------------------------	------------------

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

34	SEO	VALOR MÍNIMO R\$
----	-----	------------------

<p>Planejamento e Setup - Etapa fundamental para o sucesso dos projetos de SEO, o planejamento identifica os melhores termos (palavras-chave) e melhores canais para posicionar a marca considerando o produto/serviço, concorrência e, principalmente, volume de buscas na internet, a fim de assegurar o melhor posicionamento da marca nos sites de busca. São definidas as metas e os KPIs que nortearão a gestão de SEO. Estratégias de link building, conteúdo e performance também são definidas no planejamento, bem como melhorias técnicas para otimizar a indexabilidade nos mecanismos de busca.</p>	3.745,00
---	-----------------

<p>Gestão - 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-se em evidência. Inclui link building, instruções técnicas para otimização de páginas, códigos do site, otimização do conteúdo e das imagens, instruções para otimização de back-links e, principalmente, gestão de performance com foco nos KPIs definidos no planejamento.</p>	2.140,00 / Mês
--	-----------------------

35	PLANEJAMENTO (custo mínimo)	CUSTO R\$
----	-----------------------------	-----------

Marketing / Mídia / RP	41.854,00
Governo / Serviços Públicos	41.854,00
Institucional	41.854,00
Lançamento	41.854,00
Promocional / Vendas	41.854,00
Levantamento de dados sobre o cliente, produtos e concorrência e/ou elaboração de briefing (quando os dados não forem fornecidos pelo cliente)	673,00

36	PLANEJAMENTO (custo mínimo)	CUSTO R\$
----	-----------------------------	-----------

Deputado Federal	321.865,00
Deputado do Estadual	193.118,00
Vereador	96.561,00

OBS.: Os custos de campanha são específicos de agência para o Kit político (englobando planejamento estratégico, criação, slogan, direção de arte, programação visual; em arte final: logomarca, adesivo, camisa, cartaz, santinho, praguinha, outdoor e monstro/jingle; layouts: muro, faixa de rua, bandeirola). Não estão inclusos custos de terceiros; produtoras (jingles finalizados, spots, VTs, etc.); fornecedores (gráficas, fotolito, fotos, silkscreen, etc); veículos (rádio, televisão, jornal, outdoor, etc.) ou pesquisas, que serão cobrados à parte.

37	MARKETING ELEITORAL (por avaliação)
----	-------------------------------------

Prefeito - Governador - Senador - Presid. da República - Presid. de Entidades e Associações de Classe

38	MATERIAL PROMOCIONAL	Criação (R\$)	Finalização (R\$)	Total (R\$)
	Adesivo / Sticker	352,00	234,00	586,00
	Agenda (capa)	1.249,00	848,00	2.097,00
	Agenda (miolo – por página)	460,00	243,00	703,00
	Aparador Gôndola / Cantoneira	401,50	270,00	671,50
	Aplicação de marca	153,00	102,00	255,00
	Arquivo silk	203,00	132,00	335,00
	Arte slide	250,50	168,00	418,50
	Backdrop (painel)	566,00	272,00	838,00
	Bandeira	503,00	338,00	841,00
	Bandeirola (por lâmina)	305,00	200,00	505,00
	Baralho	600,00	401,50	1.001,50
	Bola / Balão de festa / Balão inflável	102,00	67,50	169,50
	Boné	250,50	168,00	418,50
	Boneca jornal	2.510,00	1.675,00	4.185,00
	Boneca revista	5.021,50	3.349,00	8.370,50
	Botton	305,00	200,00	505,00
	Braçadeira	102,00	67,50	169,50
	Caderno (por lâmina)	353,00	234,50	587,50
	Calendário (por lâmina)	704,00	469,00	1.173,00
	Calendário de bolso / Mesa	505,00	340,00	845,00
	Camisa	401,00	270,00	671,00
	Camiseta	353,00	234,50	587,50
	Caneta	250,00	169,00	419,00
	Capa caderno	401,00	270,00	671,00
	Capa Carnê	353,00	234,50	587,50
	Capa Catálogo	905,00	600,00	1.505,00
	Capa CD (3 lâminas)	2.009,50	1.340,00	3.349,50
	Capa jornal	503,00	337,00	840,00
	Capa livro	1.258,00	838,00	2.096,00
	Capa relatório	1.757,00	1.173,00	2.930,00
	Capa relatório simples	955,00	637,00	1.592,00
	Capa revista	1.104,00	738,50	1.842,50
	Carnê (com tickets)	199,00	137,00	336,00
	Cartão especial	402,00	270,00	672,00
	Cartão Natal / Ano Novo	1.256,00	838,00	2.094,00

Cartão postal	503,00	337,00	840,00
Cartão simples	199,00	137,00	336,00
Cartaz	1.757,00	1.173,00	2.930,00
Cartaz preço / varejo	1.006,00	669,00	1.675,00
Carteirinha	304,00	187,00	491,00
Cartum / Charge / Caricatura	954,00	637,00	1.591,00
Chapéu	600,00	402,00	1.002,00
Chart fotográfico	503,00	337,00	840,00
Chart manuscrito	199,00	137,00	336,00
Chaveiro	353,00	234,00	587,00
Cinta / Embalagem	199,00	137,00	336,00
Convite	600,00	402,00	1.002,00
Copo	199,00	137,00	336,00
Crachá / Credencial	199,00	137,00	336,00
Defletor solar	401,00	270,00	671,00
Diploma / Certificado	754,00	503,00	1.257,00
Display de balcão / parede	1.507,00	1.005,00	2.512,00
Display preço	250,00	170,00	420,00
Emblema	199,00	137,00	336,00
Etiqueta	304,00	200,00	504,00
Ficha de inscrição / Cupom / Ingresso	199,00	137,00	336,00
Flâmula / Filipeta	353,00	234,00	587,00
Gráfico simples	304,00	200,00	504,00
Guardanapo	102,00	67,50	169,50
Guarda-Sol	401,00	270,00	671,00
Ilustração (por unidade)	770,50	517,00	1.287,50
Leque	304,00	200,00	504,00
Mapa localização ilustrado	955,50	637,00	1.592,50
Mapa localização simples	304,00	200,00	504,00
Marcador página	304,00	200,00	504,00
Medalha	304,00	200,00	504,00
Móbile (por peça)	601,00	402,00	1.003,00
Mousepad	674,00	402,00	1.076,00
Newsletter	1.188,00	915,00	2.103,00
Painel fotográfico	2.412,00	1.607,00	4.019,00
Pasta / Impressão silk	353,00	234,00	587,00
Placa comemorativa	905,00	573,50	1.478,50

Plaqueta	304,00	200,00	504,00
Poster	2.510,00	1.674,00	4.184,00
Praguinha	704,00	468,50	1.172,50
Prancha de PVC	250,00	168,00	418,00
Press-Kit / Pasta	304,00	200,00	504,00
Régua	200,00	137,00	337,00
Risque-Rabisque	304,00	200,00	504,00
Rótulo	3.014,00	2.010,00	5.024,00
Rótulo / Reformulação	1.510,00	1.001,50	2.511,50
Rótulo / Melhoria	754,00	503,00	1.257,00
Sacola	1.244,00	839,00	2.083,00
Santinho	1.003,50	669,00	1.672,50
Saquinho de pipoca	200,00	137,00	337,00
Selo	2.261,00	1.507,50	3.768,50
Slogan	2.510,00	1.673,00	4.183,00
Storyboard (por quadro)	102,00	67,50	169,50
Toalha	503,00	337,00	840,00
Troféu	1.003,50	669,00	1.672,50
Viseira	304,00	200,00	504,00
Wobbler / Danger / Stopper	701,00	467,50	1.168,50

39

TRABALHOS PARA AVALIAÇÃO (mediante orçamento específico)

Assessoria de jornalismo	Distribuição de folhetos
Assessoria de publicidade	Fardamento / Uniforme
Assessoria de RP	Filmagem / Eventos
Brindes promocionais	Ilustração especial
Cenários para TVC / Palcos	Mala direta/Expedição
Consultoria	Mortalha / Abadá
Cópias de áudio	Nome de fantasia / Empresa
Cópias de audiovisuais	Nome fantasia / Produto
Cópias de filme	Pesquisa de mercado
Cópias de VT	Projetos especiais
Decoração de vitrines	Promoção de vendas
Desenho técnico	Shows/Planejamento/Organização
Display especial	

Obs.: Em caso de refação, cobrar adicional mínimo de 30%

REMUNERAÇÃO DA AGÊNCIA DE PROPAGANDA

A agência de propaganda é remunerada, conforme as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, Decreto n. 57.690/66, com as alterações trazidas pelo Decreto n. 4.563/2002, da seguinte forma:

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

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

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

Investimento bruto anual em mídia	Percentual negociável do desconto-padrão de agência a ser aplicado sobre o investimento bruto do anunciante
Até R\$ 2.500.000,00	Nihil.
De R\$ 2.500.000,01 a R\$ 7.500.000,00	Até 2% (dois por cento) do investimento bruto
De R\$ 7.500.000,01 a R\$ 25.000.000,00	Até 3% (três por cento) do investimento
De R\$ 25.000.000,01 em diante	Até 5% (cinco por cento)

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

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

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

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

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

SERVIÇOS PRESTADOS PELAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

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

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

CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

A contratação da agência pelo anunciante deve respaldar-se, preferencialmente, em documento escrito, no qual deverá constar o prazo da prestação de serviços e os ajustes que as partes fizerem, complementando e/ou detalhando dispositivos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária. O prazo poderá ser indeterminado, mas o seu término deverá ser precedido de aviso dado pela parte interessada à outra com, pelo menos, 60 (sessenta) dias de antecedência. Na vigência da relação contratual, a agência abster-se-á de colaborar com empresas, instituições, conceitos, ideias, marcas, produtos ou serviços que concorram diretamente com o cliente; este, reciprocamente, abster-se-á de utilizar os serviços de outras agências para a difusão dos mesmos conceitos, ideias, marcas, produtos ou serviços; salvo convenção em contrário.

INFORMAÇÕES GERAIS

A Atividade Publicitária

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

Reembolso de Despesas Operacionais

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

Permuta

É livre a contratação de permuta de espaço, tempo ou serviço publicitário entre veículos de comunicação e anunciantes, diretamente ou mediante participação da agência de publicidade responsável pela conta publicitária. Nesse caso o contrato, ou acordo, deverá, necessariamente, estabelecer a quem competirá 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 com o item 2.5 combinado com o item 4.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária editadas pelo CENP.

Direitos Autorais

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

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

Normas-Padrão do CENP

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

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

Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais)

A obra publicitária enquadra-se como “coletiva” na definição dada pelo art. 5º, inciso VIII, alínea “h” da Lei 9.610/98, que assim descreve esse tipo de obra: “Coletiva: a criada por iniciativa, organização e responsabilidade de uma pessoa física ou jurídica, que a publica sob seu nome ou marca e que é constituída pela participação de diferentes autores, cujas contribuições se fundem numa criação autônoma”.

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

Licitações

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

Incentivo - A Cadeia Produtiva de Comunicação de Goiás e o PRODUZIR

O PRODUZIR é o programa do Governo de Goiás mais importante na atração de investimentos, contribui para a implantação de novas indústrias, a expansão, modernização e diversificação do parque industrial no Estado e é amparado pela Lei nº 13.591/2000, Decretos nº 5.265/2000 e 7.774/2012, com alterações introduzidas pelo Decreto nº 8.065/2013 de 26 de dezembro de 2013 e pela Lei nº 18.307/2013 de 30 de dezembro de 2013. Consiste no financiamento de parte do ICMS mensal devido pela empresa, que pode chegar a 73 %. Como é um financiamento, a indústria deve pagar juros de 0,2 % a.m. e, ainda, uma antecipação de 10% sobre o valor financiado como forma de contrapartida/garantia. Essa antecipação será utilizada para a implementação de diversos programas de Governo.

Na prática: A empresa, inscrita no PRODUZIR, apura seu ICMS, créditos menos débitos, e, por exemplo, deve pagar R\$ 100,00 de imposto no final do mês. O Governo Estadual financia R\$ 73,00 e a empresa paga apenas R\$ 27,00. Recolherá mais R\$ 7,30 de antecipação e R\$ 0,15 de juros, totalizando R\$ 34,45. O valor financiado, mês a mês, os 73%, comporá o saldo devedor do financiamento e será quitado nas auditorias de rebate. Nessas auditorias a empresa comprovará fatores de descontos escolhidos por ela mesma em seu projeto e que estão previstos no Anexo II do Decreto Estadual nº 5.265/2000.



Os fatores são de fácil comprovação e o objetivo da empresa é alcançar 100% de desconto quitando integralmente o financiamento, ou seja, durante um ano vamos supor que o saldo devedor seja R\$ 876,00 (R\$ 73,00 x 12), simplesmente ele vai desaparecer do passivo da empresa.



A Cadeia Produtiva de Comunicação Goiana como Fator de Desconto

Em 2012, o segmento goiano de publicidade e divulgação, representado pelo Fórum Permanente da Indústria de Comunicação – Goiás (Forcom GO), www.forcomgoias.com.br, do qual o Sinapro Goiás faz parte, conseguiu junto ao governo do Estado a inclusão, na lista de fatores de descontos no PRODUZIR, da cadeia produtiva de comunicação, formada por empresas sediadas em Goiás.

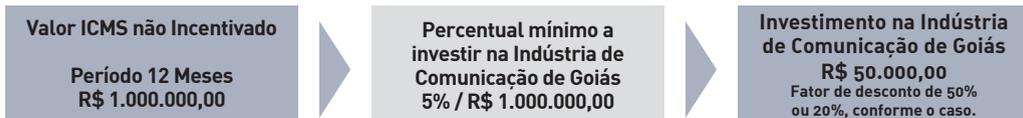
A Administração Estadual com o Decreto 7.774/2012 estabeleceu, à época, o percentual de 50% de desconto para as empresas beneficiadas pelo PRODUZIR abaterem nas auditorias mensais de rebate, se elas investirem em serviços de empresas da cadeia de comunicação, instaladas no Estado de Goiás. Percentual que estará em vigência até o final dos contratos aprovados e incluídos no programa de auditorias de rebate em 2013. A partir de 2014, este fator de desconto, gerado por investimentos na cadeia de comunicação goiana, passa a ser de 20%. Alteração estabelecida pela Lei Estadual 18.307 de dezembro 2013.

Como as empresas financiadas pelo PRODUZIR aplicarão os investimentos direcionados à Cadeia Produtiva de Comunicação

Terá direito ao fator de desconto da cadeia produtiva de comunicação a empresa que tenha realizado, no período auditado, investimento mínimo de 5% (cinco por cento) do valor da parcela não incentivada do ICMS direcionados à cadeia produtiva da indústria da comunicação, por meio das agências de publicidade, indústrias gráficas, produtoras de vídeo e outros veículos de comunicação, desde que instalados no Estado

de Goiás e devidamente reconhecidos pelo Sindicato, Federação ou Confederação Patronal, ou ainda, pelas entidades equivalentes, nos termos da Resolução nº 025/13-CD/PRODUZIR, de 2 de abril de 2013.

Exemplo de investimento realizado por empresa beneficiada pelo PRODUZIR no período auditado de 12 meses



Como a empresa beneficiada pelo PRODUZIR se habilita a este novo fator de desconto?

O Sinapro Goiás chama a atenção das agências para orientarem seus clientes ou potenciais clientes que participam do PRODUZIR a enviarem um ofício ao Conselho Deliberativo do Produzir, em atenção ao seu presidente, o Secretário de Indústria e Comércio do Estado de Goiás, solicitando a inclusão da empresa na alínea "c" do Grupo III, do anexo 2 do decreto 5.265/2000, no fator de desconto "cadeia produtiva da indústria da comunicação".

GLOSSÁRIO

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

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

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

- **ANUNCIANTE OU CLIENTE** - Nos termos do art. 8º do Dec. nº 57.690/66, é a empresa, entidade ou indivíduo que utiliza a propaganda.
- **BALCÃO DE ANÚNCIOS** - É a pessoa jurídica independente, equiparada ao Agenciador Autônomo, que capta publicidade para distribuição aos veículos de comunicação.
- **BACKDROP** - Pannel modulável ou rígido, utilizado em eventos, ações promocionais, coletivas de imprensa etc.
- **BANNER** - 1. Tipo de pequena bandeira utilizada no ponto-de-venda (PDV), eventos etc., contendo mensagem promocional. Pode ser confeccionada em pano, plástico ou papel. 2. Propaganda em forma de imagem gráfica utilizada na página da Internet. Normalmente, possui um link direcionando para um site promocional ou que traga mais informações sobre o produto mencionado na propaganda.
- **BROADSIDE** - Folheto especialmente dirigido aos públicos internos (vendedores, funcionários) e intermediários (distribuidores, varejistas) de uma empresa, geralmente explicando como será uma campanha de propaganda e/ou promoção.
- **BV** - Sigla de Bonificação de Volume, plano de incentivo, bonificação extra dada pelos veículos de comunicação às agências de propaganda que conseguem atingir metas pré-estabelecidas pelos próprios veículos, que poderá ser ou não de natureza monetária. O incentivo vincula somente o veículo instituidor e a agência por ele habilitada, sem que dessa relação empresarial resulte ônus para os clientes-anunciantes, os quais, por definição, não são parte dela. Muitas vezes, a BV é confundida com o Desconto-Padrão de Agência (comissão) ou Honorários Sobre Serviços de Terceiros.
- **CENP** - Conselho Executivo das Normas-Padrão é uma entidade criada pelo mercado publicitário para fazer cumprir as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, documento básico que define as condutas e regras das melhores práticas éticas e comerciais entre os principais agentes da publicidade brasileira. O CENP existe desde 16 de dezembro de 1998, e tem como seu principal gestor um Conselho Executivo, onde têm assento 23 representantes de Agências de Propaganda, Anunciantes, Veículos de Comunicação e Governo Federal.
- **CERTIFICADO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA** - É outorgado pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão àquelas agências de propaganda que comprovaram condições profissionais e técnicas de exercerem as atividades específicas previstas na legislação publicitária. Com o certificado, a agência se identifica perante os veículos de divulgação e os anunciantes em sua capacitação e especialização e a habilita a receber dos veículos o Desconto-Padrão de Agência (comissão), por seu trabalho de produção de conteúdo e de intermediação das mensagens publicitárias por conta e em nome do anunciante.
- **CM / COL** - Abreviatura de centímetro por coluna, espaço-padrão de um jornal. Área de um anúncio de jornal, que é a multiplicação do número de colunas (largura) pela altura em centímetros (cm x coluna).
- **DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA** - É o abatimento concedido, com exclusividade, pelo veículo de comunicação à agência de propaganda, a título de remuneração, pela criação/produção de conteúdo

e intermediação técnica entre aquele e o anunciante. É a definição legal para a comissão recebida do veículo de comunicação pela agência de propaganda.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- **HONORÁRIOS SOBRE SERVIÇO DE TERCEIROS** - Pela responsabilidade de pesquisar opções de terceirização buscando sempre a melhor relação entre qualidade, preço e agilidade dos fornecedores de serviços auxiliares, bem como pelo acompanhamento e controle de todas as fases de produção que serão executadas materialmente por terceiros fornecedores, a agência é remunerada pelo cliente no percentual de 15% sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com esses mesmos fornecedores, a título de honorários profissionais. Quando a responsabilidade da agência - no caso de contratação de terceiros fornecedores - limitar-se à seleção dos mesmos e na intermediação na sua contratação e pagamento - não tendo havido trabalho criativo da agência - esta receberá do cliente honorários correspondentes de 5% a 10% sobre o custo do serviço ou suprimento cobrado pelos fornecedores.
- **HOTSITE, SITELET OU MINI-SITE** - Funciona como um site comum, mas, normalmente, é menor, mais objetivo e fica no ar apenas em um determinado período.
- **HOUSE AGENCY** - Agência-da-casa, em inglês. Agência de propaganda pertencente e que trabalha para o próprio anunciante, e - eventualmente - para outros clientes.
- **HOUSE ORGAN** - Qualquer publicação periódica de uma empresa, destinada a seus funcionários, consumidores, varejistas ou mercado em geral.
- **HTML OU HTM** - Abreviação de Hyper Text Markup Language. É a linguagem padrão de formatação de documentos para a internet. (ver também XML)
- **JANELA** - 1. Abertura que se faz em um original para colocação de texto. 2. Artifício muito usado no varejo e que consiste em deixar um espaço em comerciais de rádio e TV para trocar parte da mensagem sem a necessidade de refazer toda a gravação. 3. Espaço em jingle para locução.
- **JINGLE** - Publicidade em forma de música curta e de fácil memorização. Visa divulgar determinada marca, produto ou serviço.
- **JPEG** - Abreviação de Joint Photographic Expert Groups. É um formato de arquivo de imagem utilizado com frequência na internet.
- **LÂMINA** - Em impressão chamamos de lâmina o formato aberto do trabalho. Por exemplo: 4 páginas correspondem a uma lâmina de impressão (dobrada) com duas páginas na frente mais duas no verso.
- **LOGO** - Abreviatura de logotipo ou logomarca.
- **LOGOMARCA** - Símbolo gráfico identificador de uma empresa ou marca, quando composta do símbolo em si mais o logotipo.
- **LOGOTIPO** - Letras (especialmente desenhadas ou adaptadas) utilizadas para compor o nome de marca ou empresa.

- **MARCA** - 1. Símbolo gráfico identificador de uma empresa, produto ou serviço. 2. Convenção utilizada para definir um produto, serviço ou empresa, incluindo sua denominação comercial e origem.
- **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA** - São regras convencionais, estabelecidas de comum acordo entre as entidades nacionais representativas dos anunciantes, das agências de propaganda e dos veículos de divulgação, que refletem o espírito de autorregulamentação, contendo regras éticas e as melhores práticas no relacionamento comercial entre as partes envolvidas no negócio da propaganda.
- **P&B** - Abreviatura de preto-e-branco, peça publicitária ou anúncio que utiliza apenas a cor preta e seus matrizes de cinza.
- **PANFLETO** - Peça impressa de algumas páginas, com capa.
- **POP-UP** - Janelas flutuantes que se abrem sobrepondo a tela do browser. Muito utilizada para notícias importantes ou promoções, é considerado por muitos uma propaganda invasiva. Para ser considerada como pop-up, as janelas devem ser menores que a tela do browser.
- **PRESS-KIT** - Conjunto de informações, textos, ilustrações, fotografias e até amostras do produto entregues à imprensa nos trabalhos de relações públicas e assessoria de imprensa.
- **PRESS-RELEASE** ou simplesmente **RELEASE** - Texto com informações para a imprensa.
- **PUBLICIDADE OU PROPAGANDA** - É, nos termos do art. 2º do Dec. nº 57.690/66, qualquer forma remunerada de difusão de ideias, mercadorias, produtos ou serviços por parte de um anunciante identificado.
- **REPRESENTANTE DE VEÍCULO** ou simplesmente **REPRESENTANTE** - É a pessoa jurídica ou física especializada que trata dos interesses comerciais de seus representados.
- **SLOGAN** - Frase-tema de uma campanha ou marca, que procura resumir e definir seu posicionamento.
- **SPOT** - Mensagem publicitária de rádio, feita por uma locução simples ou mista (duas ou mais vozes), com ou sem efeitos sonoros e uma música de fundo.
- **STAND** - Estande, em inglês. Pequena construção ou balcão armado em feiras ou locais públicos para servir de base a promotores e divulgadores de uma empresa ou marca, receber clientes e futuros clientes, expor mercadorias e amostras, material publicitário ou promocional.
- **STORYBOARD** - Esquema ilustrado do roteiro de um comercial, definindo algumas de suas cenas principais, de modo a facilitar sua análise, aprovação e produção.

- **TEXTO FOGUETE** - Pequena locução publicitária feita durante a transmissão de programação (geralmente esportes ou eventos musicais) de rádio e TV.
- **VALOR NEGOCIADO** - É o valor fixado na lista pública de preços dos Veículos de Comunicação, já deduzidos os descontos comerciais. Antes o termo era denominado VALOR BRUTO. Mudança efetivada através da Comunicação Técnica 01/2011 do CENP.
- **VALOR FATURADO** - É a remuneração do Veículo, de Comunicação, resultado da diferença entre o "Valor Negociado" e o "Desconto-Padrão de Agência" (receita efetiva do Veículo de Comunicação). Antes o termo era denominado valor LÍQUIDO. Mudança efetivada através da Comunicação Técnica 01/2011 do CENP.
- **VEÍCULO DE COMUNICAÇÃO** ou simplesmente **VEÍCULO** - É, nos termos do art. 10º do Dec. nº 57.690/66, qualquer meio de divulgação visual, auditiva ou audiovisual.
- **VINHETA** - 1. Pequena ilustração colocada em um anúncio ou trabalho gráfico. 2. Cena animada (em desenho ou fotografia) bem rápida (até 5 segundos) para lembrar um tema, empresa, comercial ou marca, na televisão. 3. Mensagem sonora musical (acompanhada ou não por uma pequena locução) bem rápida (até 5 segundos) para lembrar um tema, empresa ou marca no rádio.
- **VOLANTE** - Pequeno folheto, bem simples, de uma página.
- **XML** - Abreviação de Extensible Markup Language - Linguagem e protocolo de comunicação entre sistemas que permitem troca de informações, dados e procedimentos mesmo entre sistemas completamente distintos que poderão decodificar a informação.
- **Wobbler** - Peça destinada, geralmente, para PDV com aplicação em gôndulas, prateleiras etc.

PROCEDIMENTOS ÉTICOS

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

[Código de Ética dos Profissionais da Propaganda]

GALERIA DOS EX-PRESIDENTES

Ago. - 2008 / 2010
2010/2013
2013 / 2016
2016 / 2019



Raul Seabra
Guimarães Jr.

2007 / Ago. - 2008



Eni Pimenta Faleiros

2001 / 2004
2004 / 2007



Ailton Marques Lima

Set.-1998 / 2001



Joel Fraga Borges

1998 (05/05 à 15/09)



Wilson Rodrigues
de Sousa

1989 / 1992



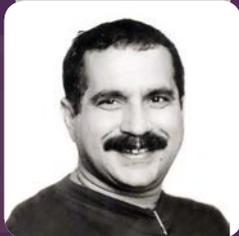
Taron Araújo da Mota

1986 / 1989
1992 / 1995
1995 / 1998



Hugo Brockes

1983 / 1986



Roberto José do Rego
da Cunha Lima

1979 / 1983



Zander Campos
da Silva

SINAPRO GOIÁS: UM POUCO DE SUA HISTÓRIA

criação do Sindicato

► 1978

28 empresários do segmento publicitário goiano fundam, em 25 de julho, a Associação Profissional das Empresas de Publicidade do Estado de Goiás.

► 1979

Em 1º de junho, em assembleia geral, é ratificada a transformação de associação para sindicato. E em 12 de dezembro de 1979, através de despacho do Ministério do Trabalho sob nº MTb -322.671/79, a associação passa a denominar-se Sindicato das Agências de Propaganda de Goiânia.

► 1981

19 de agosto - Em despacho ao processo sob o nº Mtb 300.239/81, o Ministro de Trabalho estende a base territorial do Sindicato das Empresas de publicidade de Goiânia aos municípios de Anápolis e Iporá.

► 1988

7 de dezembro - A assembleia geral extraordinária do Sindicato das Empresas de Publicidade de Goiânia, Anápolis e Iporá aprova a mudança da denominação da entidade para Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás, e como sigla Sindpropaganda.

► 2008

Por decisão conjunta da FENAPRO - Federação Nacional das Agências de Propaganda e dos sindicatos de agências de todo o País, as diversas siglas que identificavam os sindicatos foram alinhadas a uma única sigla: SINAPRO. Em Goiás a alteração ocorreu em janeiro de 2008, quando a sigla SINDPROPAGANDA foi substituída por SINAPRO / Goiás.

criação da Fenapro

Em 3 de abril de 1981, o Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás (na época ainda com a denominação de Sindicato das Empresas de Publicidade de Goiânia) participa com os sindicatos das agências de propaganda do Estado de São Paulo, do Município do Rio de Janeiro, do Estado do Rio Grande do Sul, do Estado de Minas Gerais e do Distrito Federal da fundação da Federação Nacional das Agências de Propaganda (FENAPRO).

**Sinapro Goiás, em defesa dos interesses
de sua agência e do mercado de propaganda**



DIRETORIA (Gestão 2016 - 2019)

Raul Seabra Júnior
(Type Propaganda)



Presidente

Irom da Rocha Lima Neto
(Limitada N. Comunicação)



Vice-Presidente

Dorinha Crispim
(Crispim-Weiga)



Secretária

Cleusa Maria Carvalho
(Espaço)



Dir. Financeira

Marcos Antônio Siqueira
(AMP Propaganda)



Dir. Planej. e Desenvolvimento

Zander Campos da Silva Júnior
(Cannes Publicidade)



Dir. Relações Institucionais

Lênio Prudente Filho
(Box Publicidade)



Dir. Promoções e Eventos

Suplentes de Diretoria

José Mário da Cunha
(Inter Publicidade)



Joel Fraga
(Agência Casa)



Conselho Fiscal

Renato Monteiro da Silveira
(Cantagalo Comunicação)



Geoklaiton Mancini R. e Silva
(Mancini Comunicação)



Maria Célia A. de Alencar
(Primeira Propaganda)



Suplente do Conselho Fiscal

Rosenwal Ferreira
(RR Assessoria de Marketing)



Secretaria Executiva

Cleidiane R. A. Padilha



Agências Filiadas

(Janeiro de 2017)



62 3097 1097 / agencia.casa



62 3097 7001 / amppropaganda.com.br



62 3092 6459 / articum.com.br

box

62 3942 8989 / boxcomunicacao.com.br



62 3219 7000 / cannes.com.br

CANTAGALO

62 3255 0181 / cantagalo.com

CRISPIM+VEIGA
PROPAGANDA

62 3091 1200 / crispimmaisveiga.com.br



62 3281 5666 / resultadosreais.com.br

espaço
AGÊNCIA EM MOVIMENTO

62 3254 4500 / agenciaspaco.com.br

GALERIA
comunicação

62 3094 5898 / galeria.ppg.br

iltda.
NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO

62 4012 0800 / iltdacomunicacao.com.br

inspira

64 3431 0601 / agenciainspira.com.br



62 3093 9800 / interpublicidade.com.br



64 3442 8601 / kmaispublicidade.com

LOGOS
PROPAGANDA

62 3097 3137



61 3629 2692 / lojaideias.com.br



62 3259 9412 / lordpublicidade.com.br

MANCINI

62 3251 0510 / mancini.ag



62 3923 0001 / n1propaganda.com.br



62 3212 1009
netmidia.com.br

NOVAGÊNCIA
propaganda

62 3092 5552
novagenciacomunicacao.com.br

PRIMEIRA
PROPAGANDA

62 3085 5088
primeirapropaganda.com.br



62 3281 5666 / rrassessoria.com



62 3291 3400 / rowanmarketing.com.br



62 3097 6688 / trilhacomunicacao.com.br

Type
PROPAGANDA

62 3092 5131 / typepropaganda.com.br

Sinapro
GOIÁS

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Av. T-63, N° 1.296, Ed. New World, Sala 909
St. Bueno - CEP 74230 100 - Goiânia - GO
Tel.: 62 3259 1834 - Tel/Fax: 62 3259 1608 / 3259 1804
e-mail: sinapro@sinaprogo.com.br

www.sinaprogo.com.br

Fenapro
FEDERAÇÃO NACIONAL DAS
AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Av. Brigadeiro Faria Lima, 2012,
1º Andar, Conjunto 14 - CEP 01452 926
São Paulo/SP - 11-3816-2238.
e-mail: contato@fenapro.org.br

www.fenapro.org.br