MANUAL DE PUBLICIDADE



PARANÁ
GOVERNO DO ESTADO
SECRETARIA DA COMUNICAÇÃO

GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO

Secretário de Estado da Comunicação
Eduardo Pugnali

Diretor-Geral da Secretaria de Estado da Comunicação
Eder Franquito da Costa

Diretora de Publicidade
Franciele França Machado

Diretora de Comunicação Digital
Carolina Marçal Nasseh

Coordenação de Mídia
Maria Ilena Magnaguagno Velaz

Coordenação de Mídia Digital
Elaine Regina Geiser

Assessoria Técnica
Kamylla de Paula Padilha

Núcleo Fazendário Setorial
Raphael Raphael Brito da Silva
Thiago Galvão Gomes
Aline de Sopuza Barbosa
Cerli de França Pereira
Erica Elisa Molossi
Kethlin Costa Faria

PARANÁ
GOVERNO DO ESTADO
SECRETARIA DA COMUNICAÇÃO

SUMÁRIO

Introdução 4
Checklist 5
Informações gerais 6
Prazo para envio da documentação e pagamento 7
Falhas, compesações, publicações e bonificações 7
Observações gerais 8
Comprovação de veiculação 10
Internet plataformas digitais: meta, google e tiktook ads 12
Documentação obrigatória 12
1. Nota Fiscal ou Documento Fiscal Aplicável 12
2. Relatório de Comprovação 14
3. Comprovação da execução da campanha 15
4. Peças veiculadas 19
5. Relatórios exportados 19
6. Métricas mínimas por plataforma 20
7. Documentos não aplicáveis às plataformas digitais 21
Mídia OOH, DOOH, Eletrônica 22
Mobiliário urbano, abrigo de ônibus, eventos e demais meios 22
Orçamentos comparativos - OCS 23
Do procedimento para retenção de imposto de renda 25
Pagamento 26
Sistema de gestão de materiais, obras e serviços 27
GMS por força do decreto estadual Nº 5.980/2009
Legislação e referências 28
Modelos de declaração 29

INTRODUÇÃO

Este manual foi elaborado pela SECOM/PR para orientar e auxiliar no processo de contratação e pagamento de publicidade, permitindo que agências e terceiros o consultem e realizem as atividades dentro dos parâmetros requeridos pela SECOM, em cumprimento à legislação vigente.

Com o objetivo de gerir a comunicação institucional e legal do Estado do Paraná, a SECOM realiza concorrências públicas para a contratação de agências de propaganda que prestam serviços de publicidade, em conformidade com o disposto na Lei Federal nº 12.232/2010 e, de forma complementar, com as Leis Federais nº 4.680/1965 e nº 8.666/1993, com a Lei Federal nº 14.133/2021, bem como com as competências definidas para a SECOM na Lei Estadual nº 21.352/2023, no Decreto Estadual nº 4.276/2023 e no Decreto Estadual nº 2.663/2023.

EXIGÊNCIAS PARA O PAGAMENTO DOS VEÍCULOS PELAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE DECORRENTESDE CONTRATO FIRMADO COM O ESTADO DO PARANÁ:

* *Apresentar nota fiscal, comprovante de execução dos serviços e demais documentos conforme checklist;*

* *Manter atualizado, durante toda a execução do contrato, o Cadastro Unificado de Fornecedores do Estado do Paraná - CAUF/PR inserido no Sistema de Gestão de Materiais, Obras e Serviços - GMS por força do Decreto Estadual nº 5.980/2009.*

* *Os documentos informados no Item CHECKLIST deverão ser inseridos individualmente no sistema e-Protocolo. Após a inclusão de todos os documentos, a agência deverá realizar a atualização do volume por meio da opção "Atualizar Volume" disponível no sistema.*

CHECK-LIST



RÁDIO/TV

1. Nota fiscal agência;
2. Certificado GMS agência;
3. Nota fiscal fornecedor;
4. Certificado GMS fornecedor;
5. Comprovação de inscrição no Simples Nacional;
6. Relatório de entregas e/ou fiscalizadora;
7. Carta de bonificação;
8. Tabela de preços válida para o período de veiculação.
9. AP

INTERNET – PORTAIS E BLOGS

1. Nota fiscal agência;
2. Certificado GMS agência;
3. Nota fiscal fornecedor;
4. Certificado GMS fornecedor;
5. Comprovação de inscrição no Simples Nacional;
6. Comprovante de veiculação;
7. Carta de bonificação;
8. Tabela de preços;
9. Relatório de entregas (Google Ad Manager).
10. AP

CHECK-LIST



INTERNET – PLATAFORMAS DIGITAIS (META, GOOGLE E TIKTOK ADS)

1. Nota fiscal agência;
2. Certificado GMS agência;
3. Nota fiscal da plataforma ou fornecedor responsável pelo faturamento;
4. Certificado GMS da plataforma ou fornecedor, quando aplicável;
5. Comprovação de inscrição no Simples Nacional, quando aplicável;
6. Relatório de comprovação da campanha, contendo período, campanha, plataforma, valor autorizado e valor executado;
7. Comprovantes de veiculação extraídos diretamente da plataforma;
8. Relatório exportado diretamente da plataforma, contendo investimento e métricas de execução;
9. Peças efetivamente veiculadas;
10. Declaração complementar da agência, quando necessária para vincular a Nota Fiscal ao PI, PADV e campanha.
11. Autorização do Pedido (AP).

JORNAL/REVISTA

1. Nota fiscal agência;
2. Certificado GMS agência;
3. Nota fiscal fornecedor;
4. Certificado GMS fornecedor;
5. Comprovação de inscrição no Simples Nacional;
6. Comprovante de veiculação;
7. Nota fiscal gráfica;
8. Relatório do IVC - Instituto Verificador e Comunicação atualizado ou de outro auditor independente, desde que credenciado pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão;
9. Declaração de distribuição junto a Nota Fiscal da gráfica.
10. Autorização do Pedido (AP).

INFORMAÇÕES GERAIS

Quanto à entrega da documentação: o endereço para a entrega de todos os documentos de cobrança e de comprovação da veiculação realizada será o da agência de publicidade que emitiu o Pedido de Inserção – PI.

Quanto à emissão da Nota Fiscal: é de inteira responsabilidade do veículo destacar, na Nota Fiscal, a ocorrência de eventual imunidade tributária.

Quanto à tabela de preços: é obrigatório o envio da tabela de preços vigente no momento da negociação para a contratação e prestação dos serviços de publicidade institucional, assinada mediante certificado digital.

Quanto à execução da veiculação: a veiculação deve ser realizada, em regra, pelo proprietário da mídia contratada, que receberá o pagamento pela prestação do serviço.

Quanto à veiculação por terceiros: excepcionalmente, admite-se que a veiculação seja realizada por terceiro, desde que:

a) *Ambas as empresas sejam integrantes do mesmo grupo econômico, isto é, exista identidade de sócios e relação de hierarquia entre elas ou prova de atuação conjunta com vistas a um objetivo em comum;*

b) *Ambas as pessoas jurídicas atendam às condições expostas no item "para emissão da nota fiscal e comprovação de veiculação", deste manual;*

c) *Seja apresentado(a): comprovação de que o terceiro contratado tenha a atividade que lhe permita a veiculação da mídia devidamente prevista em seu registro societário e no Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral (CNPJ), por meio do CNAE; instrumento jurídico que comprove a contratação do terceiro pela mídia contratada para a realização deste serviço.*

PRAZO PARA ENVIO DA DOCUMENTAÇÃO E PAGAMENTO

A agência deverá encaminhar todo o processo de faturamento e os demais comprovantes à SECOM no prazo máximo de 90 (noventa) dias. Nesse período, deverá ser considerado o prazo necessário para a operação da agência, incluindo a análise da documentação e seu posterior encaminhamento à SECOM.

Sugere-se que os documentos sejam apresentados pelos veículos às agências em até 30 (trinta) dias após o encerramento da veiculação.

O Pedido de Inserção – PI será automaticamente cancelado caso os documentos não sejam apresentados corretamente no prazo até 90 (noventa) dias após a veiculação.

Os pagamentos serão realizados pelos órgãos pagadores às agências, após 30 (trinta) dias da apresentação das comprovações exigidas neste manual, observadas as determinações do contrato firmado entre a SECOM e as agências de publicidade.

FALHAS, COMPENSAÇÕES, PUBLICAÇÕES E BONIFICAÇÕES

Não serão aceitas compensações de falhas sem a prévia autorização da agência, mediante orientação do cliente, nem é possível fazer compensações de um mês para outro.

No caso de falhas em bonificações e reaplicações, os valores correspondentes deverão ser deduzidos do montante a ser pago pelo envolvimento. Nesse caso, é necessário entrar em contato com o funcionário da agência responsável para realizar o cálculo e obter a aprovação do abatimento antes da emissão da Nota Fiscal.

As veiculações de rádio realizadas em desacordo com o que foi contratado não serão aceitas, devendo ser desconsideradas e sujeitas a abatimento, sendo permitida a tolerância de até 20 (vinte) minutos. Caso a agência identifique alguma falha, será de responsabilidade do veículo apresentar as censuras corretas e contestá-la dentro do prazo.

OBSERVAÇÕES GERAIS PARA COMPROVAÇÃO

O comprovante de veiculação deverá ser emitido em nome do mesmo CNPJ do cliente constante na Nota Fiscal – NF, com o título "Comprovante de Veiculação/Irradiação". Deverá constar, ainda, o nome da campanha, conforme registrado no campo "OBS" do PI, bem como o número do PI, e ser encaminhado aos cuidados da agência emissora do PI.

O comprovante de veiculação deverá conter o período da veiculação, o mês/ano de exibição, os horários e as respectivas datas de veiculação, além de ser assinado digitalmente.

A data de emissão dos comprovantes deverá ser posterior ao término da veiculação.

REVISTA E JORNAL

São necessários os seguintes documentos

Jornal: exemplar em PDF (arquivo digital), contendo edições contínuas e numeradas, em sua versão original e com boa qualidade + exemplar físico para que a agência faça o escaneamento da página que contém o anúncio.

Revista: exemplar em PDF (arquivo digital), com boa qualidade + exemplar físico para que a agência faça o escaneamento da página que contém o anúncio.

Tanto para revista quanto para jornal, será necessário o envio do relatório do IVC atualizado ou de outro auditor independente, desde que credenciado pelo CENP, com a indicação de todos os locais de distribuição, incluindo endereço e referências completas. Alternativamente, poderá ser encaminhada a Nota Fiscal de impressão emitida pela gráfica contra o veículo, indicando a respectiva tiragem.

Também será aceita, como forma de comprovação, a Declaração de Distribuição, conforme modelo constante neste manual, acompanhada da Nota Fiscal da gráfica. Nos casos em que o veículo possua gráfica própria, será aceita a Declaração de Distribuição, conforme modelo constante neste manual.

TELEVISÃO E RÁDIO

O relatório de entrega das inserções deverá ser emitido por dia e conter, o horário de exibição, a duração, a peça e o programa exibido. O relatório deverá conter, ainda, o número do PI e o número total de exibições.

INTERNET - PORTAIS E BLOGS

As contratações de internet deverão seguir os critérios estabelecidos na Resolução nº 021/2026 – SECOM.

A comprovação da veiculação das campanhas deverá ser realizada por meio da ferramenta Google Ad Manager ou outro relatório tecnicamente equivalente – mediante validação/indicação das agências – que possibilite a aferição do quantitativo de impressões efetivamente entregues.

Os relatórios de comprovação deverão conter, no mínimo: identificação do veículo de comunicação; identificação da campanha e das peças veiculadas; período de veiculação; quantitativo de impressões entregues, discriminado por dia e consolidado ao final da campanha e evidências da publicação das peças, mediante captura de tela ou documento equivalente que demonstre a efetiva exibição dos anúncios.

O planejamento das campanhas e a mensuração dos acessos aos sites serão realizados por meio da ferramenta Data Studio (Looker Studio), que possibilita o acesso aos dados do Google Analytics dos portais.

Para a utilização do Google Analytics, é necessário que cada portal instale o código de acompanhamento em suas páginas, garantindo a coleta automática dos dados.

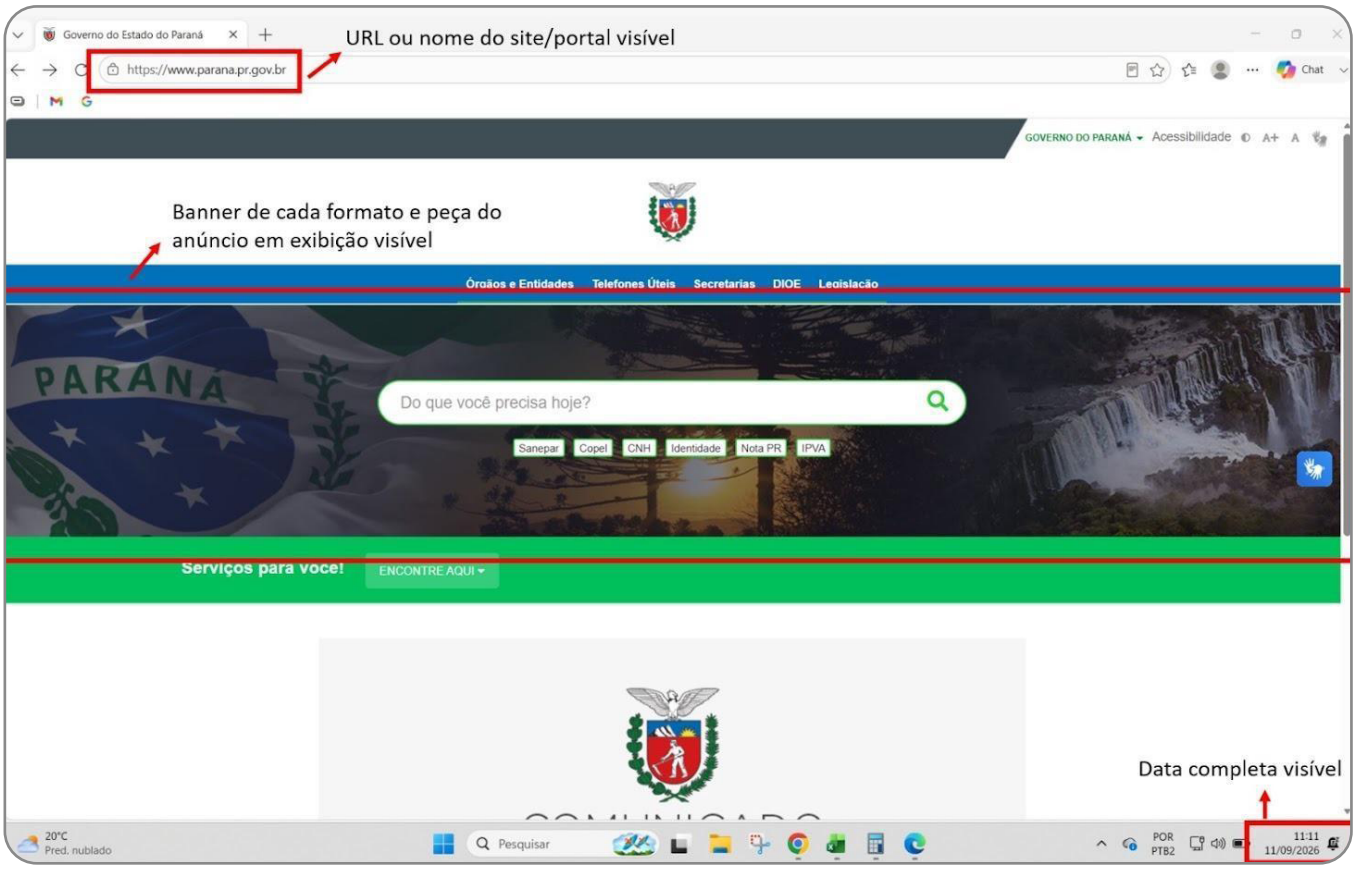
O Looker Studio é uma ferramenta de Business Intelligence (BI) que permite a visualização avançada dos dados, integrando-se ao Google Analytics e possibilitando a criação de painéis interativos em tempo real, conferindo maior segurança e confiabilidade à análise dos números de acesso apresentados. Os acessos serão utilizados com a finalidade de nivelar os portais, com base nos acessos às seções, seguindo as orientações do Tribunal de Contas do Estado do Paraná.

O processo está em conformidade com a LGPD, pois as informações são tratadas de forma anonimizada. O acesso da SECOM depende da adesão dos portais ao sistema e do cumprimento do passo a passo que será encaminhado pelas agências.

COMPROVAÇÃO DE VEICULAÇÃO

Para a comprovação da veiculação, deverá ser utilizada a ferramenta Google Ad Manager, atualmente utilizada como uma das opções de relatório para fins de checking de portais. A ferramenta constitui uma plataforma de gestão de anúncios que disponibiliza múltiplas funcionalidades, como o cálculo do volume de impressões efetivamente entregues.

Deverá ser anexado ao processo o print da tela do computador, com a data do dia, que consta no canto direito da tela, contendo a totalidade das datas autorizadas para veiculação de cada formato e peça do anúncio em exibição, a quantidade de impressões do período da campanha (por dia e no total), além do nome do portal, url do site e da data da impressão, visíveis na tela do computador.



A documentação deverá ser organizada em arquivo PDF e assinada digitalmente, mediante certificado digital, pelo responsável.

Caso as impressões excedam o quantitativo contratado, deverá ser emitida carta de bonificação.

Portanto:

- O Looker Studio será utilizado na etapa de planejamento, para mensuração dos acessos e definição do nível do portal, devendo ser anexado pela agência dentro do protocolo;

- O Google Ad Manager será utilizado na etapa de comprovação, para apresentação do número de impressões entregues.

Sistemas utilizados

- Integração Google Analytics e Looker Studio;

- Utilização do Google Ad Manager.

Importante: *tanto no relatório de entrega das impressões quanto nos prints deverão constar as seguintes informações: nome do cliente; nome da campanha, conforme registrado no campo "OBS" do PI; número do PI; período da veiculação; e portal, formato ou peça veiculada.*

Todos esses documentos deverão ser emitidos em papel timbrado ou em formato equivalente que permita a identificação do responsável.

INTERNET
PLATAFORMAS DIGITAIS:
META, GOOGLE E TIKTOK ADS

Este capítulo estabelece os documentos obrigatórios para comprovação da execução de campanhas realizadas diretamente em plataformas digitais de mídia paga, compreendendo Google Ads, Meta Ads (Facebook e Instagram) e TikTok Ads.

As plataformas digitais possuem características próprias de comercialização, faturamento e comprovação, distintas da mídia tradicional e dos portais de internet.

Plataformas abrangidas

Este procedimento aplica-se às campanhas realizadas por meio de:

- Google Ads;
- Meta Ads (Facebook e Instagram);
- TikTok Ads.

Documentação obrigatória

1. Nota Fiscal ou Documento Fiscal Aplicável

Deverá ser apresentada a Nota Fiscal ou o documento fiscal aplicável emitido pela plataforma ou pelo fornecedor responsável pelo faturamento da campanha.

O documento fiscal deverá permitir a identificação, sempre que disponível, das seguintes informações:

- CNPJ emissor;
- período de faturamento;
- valor faturado.

A Nota Fiscal emitida pelas plataformas digitais é gerada automaticamente, não sendo passível de edição ou inclusão manual de informações complementares.

Conferência Financeira

O valor constante na Nota Fiscal deverá corresponder ao valor destinado à respectiva plataforma no PADV, podendo ser:

- igual ao valor autorizado; ou
- inferior ao valor autorizado, quando houver saldo não utilizado.

Não será admitida Nota Fiscal com valor superior ao valor autorizado para a plataforma no PADV.

Quando houver diferença entre o valor autorizado, o valor executado e o valor faturado, a agência deverá demonstrar no relatório de comprovação:

- valor autorizado;
- valor executado;
- valor faturado;
- saldo remanescente, quando houver.

Não será admitido faturamento superior ao valor autorizado para a respectiva plataforma no PADV.

Cada PADV deverá possuir documentação fiscal individualizada, sendo obrigatória a emissão de uma Nota Fiscal por campanha e por plataforma, correspondente aos valores autorizados e efetivamente faturados.

Não será admitida a emissão de Nota Fiscal unificada que contemple campanhas distintas ou valores referentes a diferentes PADVs, ainda que vinculados à mesma conta de anúncios ou plataforma de mídia digital.

Importante: *A estrutura de campanhas e contas deverá ser definida antes do início da veiculação, considerando que, após a emissão da Nota Fiscal pela plataforma, não será possível separar ou refaturar os valores por campanha ou PADV. A agência é responsável por assegurar que a configuração adotada permita atender às exigências de comprovação fiscal.*

Documentação obrigatória

2. Relatório de Comprovação

A agência deverá apresentar relatório técnico contendo, no mínimo:

- órgão contratante;
- campanha;
- produto;
- PI;
- PADV;
- plataforma utilizada;
- período de veiculação;
- objetivo da campanha;
- valor autorizado;
- valor executado;
- métricas de desempenho;
- assinatura do responsável pela agência.

Declaração Complementar da Agência

Quando a Nota Fiscal ou o documento fiscal apresentado não contiver todas as informações necessárias para a instrução do processo, a agência responsável pela campanha deverá apresentar declaração complementar contendo:

- órgão pagador;
- número da Nota Fiscal;
- número do PI;
- número do PADV;
- campanha;
- plataforma;
- período de veiculação;
- valor executado;
- identificação dos formatos utilizados;
- A eventual retenção de Imposto de Renda deverá observar as disposições constantes do capítulo “Do Procedimento para Retenção de Imposto de Renda” deste manual.

A Declaração Complementar deve ser emitida em papel timbrado da empresa e conter a assinatura do responsável legal ou representante autorizado.

3. Comprovação da execução da campanha

A comprovação da execução deverá ser realizada mediante apresentação de relatórios, telas e prints extraídos diretamente das plataformas utilizadas.

O período selecionado nos painéis e relatórios deverá corresponder ao período de execução constante no PI, PADV e documento fiscal apresentado.

Google Ads

Deverão ser apresentadas, no mínimo, duas evidências de comprovação extraídas da plataforma.

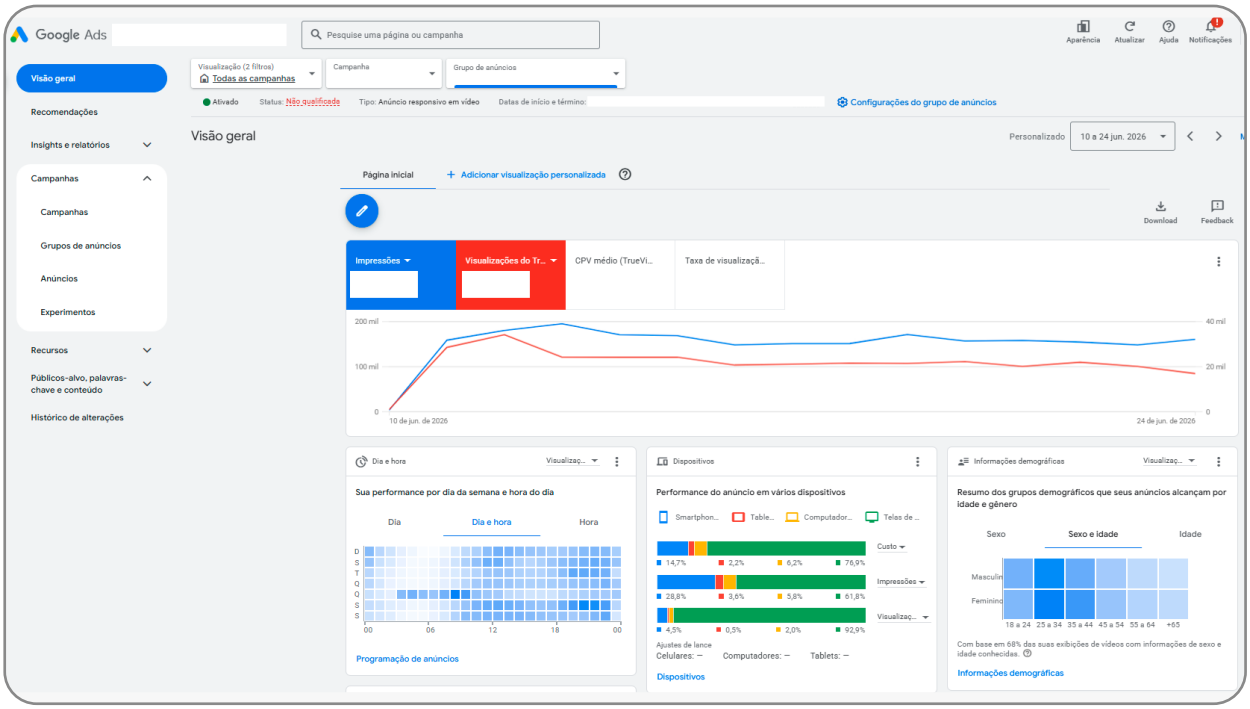
I – PAINEL DE DESEMPENHO

O registro deverá permitir identificar, conforme disponibilidade e aplicabilidade ao tipo de campanha:

- plataforma Google Ads;
- conta de anúncios;
- campanha;
- período de veiculação;
- impressões;
- visualizações;
- CPV médio;
- demais indicadores disponíveis.

Este painel tem por finalidade comprovar a execução da campanha.

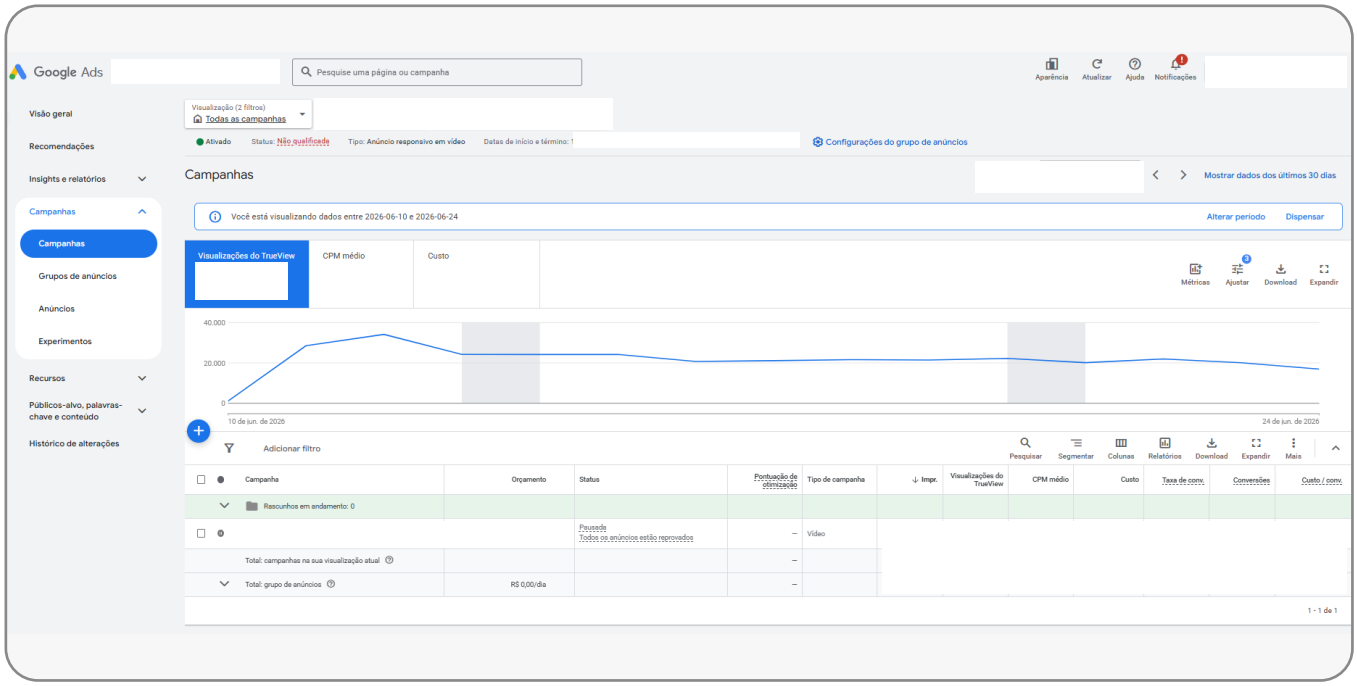
Exemplo:



II – TELA “CAMPANHAS”

- Deverá conter:
- nome da campanha;
- período filtrado;
- orçamento;
- custo efetivamente executado;
- impressões;
- visualizações;
- demais métricas disponíveis.

Esta tela servirá de referência para conferência financeira do processo.
Exemplo:



Meta Ads (Facebook e Instagram)

A comprovação deverá conter, no mínimo, registros extraídos diretamente da plataforma que permitam identificar:

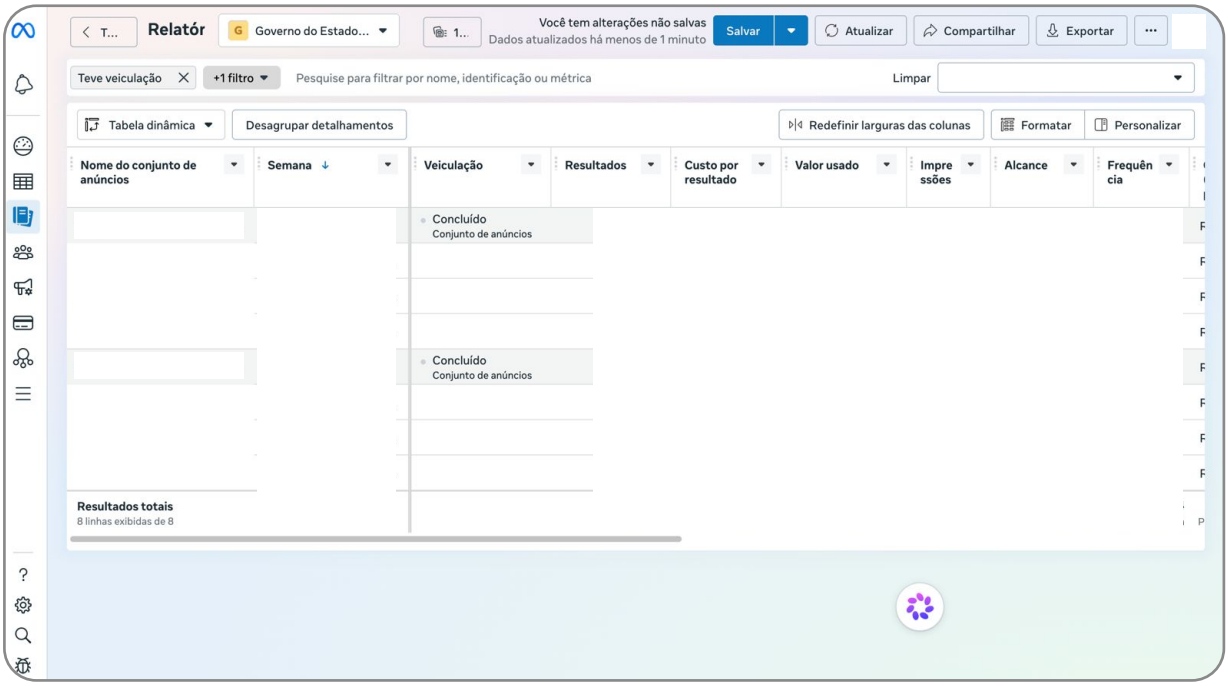
PAINEL DE DESEMPENHO

- nome da conta;
- campanha;
- período;
- alcance;
- impressões;
- frequência;
- cliques;
- CTR;
- CPC;
- CPM;
- valor gasto.

GERENCIADOR DE CAMPANHAS

Deverá demonstrar, conforme disponibilidade da plataforma:

- campanhas executadas;
- período;
- valor gasto;
- resultados;
- identificação da campanha.

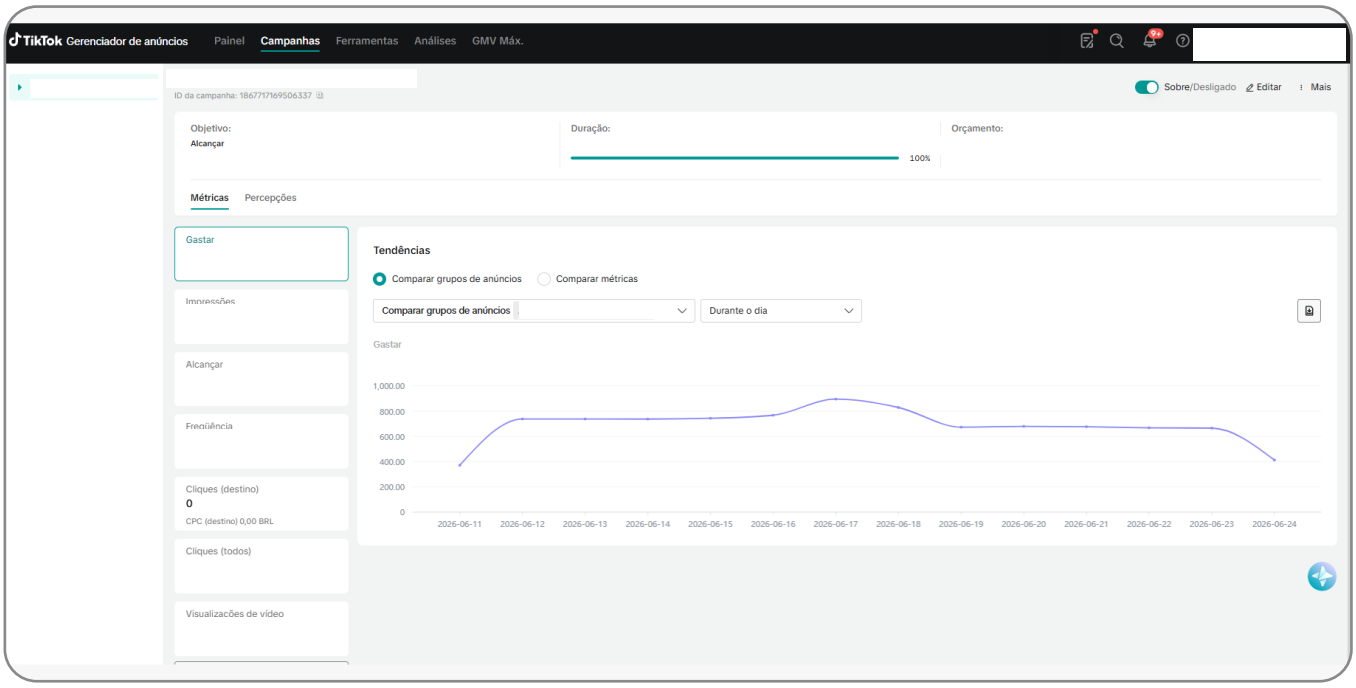


TikTok Ads

A comprovação deverá ser realizada mediante apresentação de painel de desempenho ou relatório extraído diretamente da plataforma, contendo, conforme disponibilidade e aplicabilidade ao tipo de campanha:

- identificação da plataforma;
- nome e ID da campanha;
- objetivo da campanha;
- período de veiculação;
- orçamento aprovado;
- valor efetivamente gasto;
- impressões;
- alcance;
- frequência;
- visualizações;
- cliques;
- CTR;
- CPC;
- CPM;
- gráfico de execução da campanha.

Exemplos:



4. Peças veiculadas

O relatório deverá apresentar, sempre que tecnicamente disponível, as peças efetivamente utilizadas durante a campanha.

As peças deverão permitir a identificação, quando disponível na plataforma, das seguintes informações:

- nome ou identificação;
- formato;
- plataforma;
- campanha correspondente.

5. Relatórios exportados

Deverão ser anexados relatórios exportados diretamente da plataforma, preferencialmente em formato PDF ou em outro formato disponibilizado pela própria plataforma que permita a adequada conferência das informações.

Os relatórios deverão permitir identificar:

- campanha;
- período;
- investimento;
- métricas;
- resultados.

Os relatórios exportados deverão corresponder ao mesmo período informado no PI, PADV e documento fiscal apresentado.

6. Métricas mínimas por plataforma

As métricas deverão ser apresentadas conforme sua disponibilidade e aplicabilidade ao tipo de campanha realizada, devendo ser priorizados os indicadores disponibilizados pela plataforma que permitam comprovar a execução, o investimento e o desempenho da campanha.

META ADS

- *valor investido;*
- *alcance;*
- *impressões;*
- *frequência;*
- *cliques no link;*
- *CTR;*
- *CPC;*
- *CPM;*
- *visualizações de vídeo, quando aplicável;*
- *engajamento, quando aplicável;*
- *resultados ou conversões, quando aplicável.*

GOOGLE ADS

- *valor investido;*
- *impressões;*
- *cliques;*
- *CTR;*
- *CPC médio;*
- *CPM, quando aplicável;*
- *visualizações;*
- *CPV;*
- *conversões, quando aplicável;*
- *custo por conversão;*
- *tipo de campanha e rede utilizada.*

- *valor investido;*
- *alcance;*
- *impressões;*
- *frequência, quando disponível;*
- *cliques;*
- *CTR;*
- *CPC;*
- *CPM;*
- *visualizações;*
- *CPV;*
- *engajamento;*
- *conversões, quando aplicável.*

A ausência de determinada métrica não será considerada irregularidade quando o indicador não estiver disponível na plataforma ou não for aplicável ao tipo de campanha realizada, desde que os documentos apresentados permitam comprovar a execução da campanha e os respectivos valores.

7. Documentos não aplicáveis às plataformas digitais

Em razão das características próprias das plataformas digitais, não serão exigidos:

- *tabela de preços fixa;*
- *tabela comercial da plataforma;*
- *valores previamente negociados por impressão, clique ou visualização;*
- *preço unitário de mídia;*
- *complementação manual da Nota Fiscal emitida pela plataforma.*

As plataformas digitais operam por sistema automatizado de leilão, no qual os custos variam conforme concorrência, público, segmentação e demais critérios definidos pelo algoritmo.

Assim, não existe documento equivalente à tabela comercial utilizada pelos veículos tradicionais.

MÍDIA OOH, DOOH, ELETRÔNICA

O relatório de entrega das inserções deve ser detalhado e conter todas as informações de endereço do local contratado/veiculado. Além disso, é necessário fornecer um relatório de imagens em boa qualidade, comprovando a exibição da campanha.

Para o painel estático, a comprovação das fotos deverá ser de 100% (de todos os painéis, na data inicial e final da veiculação).

A comprovação de fotos com boa visibilidade (diurnas) é obrigatória, especialmente no caso de painéis com iluminação. Todas as fotos devem estar datadas desde o início até o término da campanha.

Além disso, é necessário enviar um link permanente que mantenha o arquivo disponível por 5 anos. Esse link deve conter todas as fotos desde o início até o término da campanha, a menos que toda a documentação já esteja anexada ao e-Protocolo.

Em caso de uso de algum software e/ou ferramenta para coleta de dados, faz-se necessária uma declaração da empresa de software e do veículo informando o detalhamento da fonte, de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados.

MOBILIÁRIO URBANO, ABRIGO DE ÔNIBUS, EVENTOS E DEMAIS MEIOS

O relatório de entrega das inserções deve ser detalhado e conter todas as informações de endereço do local contratado/veiculado. Além disso, é necessário fornecer um relatório de imagens em boa qualidade, comprovando a exibição da campanha.

A comprovação de fotos com boa visibilidade (diurnas) é obrigatória, especialmente no caso de painéis com iluminação. Todas as fotos do início até o término da campanha devem estar datadas e anexadas ao protocolo.

Também é preciso enviar um link permanente, com disponibilidade do arquivo por 5 anos, contendo todas as fotos desde o início até o término da campanha, exceto quando toda a documentação estiver anexada ao e-protocolo.

ORÇAMENTOS COMPARATIVOS – OCS

A OC deverá ser assinada pelo cliente e pela agência, em sua via original.

O fornecedor deverá apresentar três orçamentos assinados e carimbados, podendo ser cópias encaminhadas por e-mail, e enviá-los aos cuidados do órgão pagador (A/C do órgão pagador). Caso não possua os orçamentos, deverá apresentar carta de dispensa, em papel timbrado original da agência, com data anterior à abertura do PADV.

Todos os valores constantes do processo deverão estar de acordo com aqueles registrados no PADV.

Os comprovantes de produção gráfica deverão ser enviados em arquivo PDF, com assinatura da agência e do fornecedor.

Os comprovantes de produção eletrônica deverão ser anexados ao sistema e-Protocolo. Deverão constar a praça de distribuição e o período correspondente.

A Nota Fiscal deverá ser emitida após o término da veiculação, em nome do cliente Governo do Estado do Paraná e direcionada aos cuidados da agência emissora do PI. Deverá ser emitida uma única Nota Fiscal por PI.

As Notas Fiscais deverão ser encaminhadas de forma eletrônica, juntamente com os demais documentos do processo.

As Notas Fiscais deverão estar em conformidade com o cadastro no GMS da SECOM, bem como com os dados cadastrais constantes do PI e com o número da Nota Fiscal do fornecedor. Caso a Nota Fiscal recebida esteja em desacordo com essas informações, será devolvida imediatamente para substituição.

Os pagamentos somente serão efetuados mediante a apresentação da documentação completa e correta.

ORÇAMENTOS COMPARATIVOS – OCS

Devem constar na Nota Fiscal – NF as seguintes informações:

a *Descrição detalhada do serviço prestado (ex.: prestação de serviços de veiculação, conforme autorização ou PI, campanha, período, formato, PADV, empenho, valores, Nota Fiscal do fornecedor e dados bancários);*

b *Conforme normativa do CENP, deverá ser inserida, no campo de informações adicionais da Nota Fiscal ou fatura, a seguinte expressão: "Valor de Referência do 'Desconto-Padrão' (remuneração da agência nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária): R$ (valor da comissão que consta no PI)...";*

c *Nome da campanha, conforme cabeçalho e campo "OBS" do PI, e número do PI;*

d *Data de vencimento, conforme consta no PI, respeitando-se o prazo para entrega da Nota Fiscal;*

e *Indicação dos cuidados da agência emissora do PI: "Aos cuidados da agência...";*

f *Dados bancários para pagamento, anexos à Nota Fiscal;*

g *Em observância às disposições da Lei Federal nº 9.430/1996 e às Instruções Normativas da Receita Federal do Brasil – RFB nº 1.234/2012 e nº 2.145/2023, os procedimentos relativos aos processos de faturamento e à emissão de Notas Fiscais, especificamente quanto à retenção do Imposto de Renda sobre o fornecimento de bens ou a prestação de serviços em geral, serão realizados conforme previsto neste manual.*

DO PROCEDIMENTO PARA RETENÇÃO DE IMPOSTO DE RENDA

Em observância à Instrução Normativa da Receita Federal nº 1.234/2012, alterada pela Instrução Normativa RFB 2.145/2023, c/c ao artigo nº 64 da Lei Federal nº 9.430, de 1996, ocorrerá a retenção ampla do Imposto de Renda por parte da SECOM. Essa retenção será aplicada sobre o valor a ser pago, conforme indicado na Tabela de Retenção presente no anexo "I" da normativa mencionada.

Dessa forma, é necessário destacar na nota fiscal os casos especiais ou de isenção de IR, caso contrário o imposto será retido na fonte, conforme o artigo 2º, §2º, 3º da Instrução Normativa RFB 2.145/2023.

Não serão aceitas, para fins de liquidação de despesa, notas fiscais, faturas ou recibos fornecidos pelos prestadores de serviço e fornecedores de bens em desacordo com as regras de retenção dispostas na Instrução Normativa RFB nº 1.234/2012.

As agências de publicidade devem obrigatoriamente destacar a retenção do Imposto de Renda Retido na Fonte nos Documentos Fiscais emitidos, em conformidade com o disposto no art. 2º, parágrafo 6º, da IN nº 1.234/2012, sob pena de devolução das notas para correção imediata.

Não haverá retenção de Imposto de Renda nos casos previstos no artigo 4º da IN 1.234/2012, artigo 3º da IN RFB 2.145/2023, desde que a empresa apresente documentos que comprovem a situação que gere isenção. Esses documentos devem ser enviados em conjunto ao documento fiscal a ser pago, sob pena de retenção nos percentuais da legislação vigente.

Nos casos de publicidade institucional, a retenção de IR será realizada apenas sobre o valor da comissão da agência e dos serviços diretamente prestados por ela.

DO PAGAMENTO

O pagamento será efetuado ao CNPJ que prestou os serviços contratados. Para futuras campanhas, caso haja alteração do CNPJ, a agência deverá comunicá-la à SECOM por meio do e-protocolo, anexando os seguintes documentos:

- *Requerimento por meio de carta apresentada pelo veículo em questão, apresentando motivo de alteração (Ex: mudança societária) e pedido para que o CNPJ anterior não seja mais considerado para campanhas futuras.*
- *Contrato social ou sua alteração, registrado na Junta Comercial;*
- *Demais documentos que comprovem e justifiquem a alteração.*

Os pagamentos em casos excepcionais serão encaminhados para análise jurídica da Procuradoria-Geral do Estado (PGE), em cumprimento à legislação, em especial à Lei Federal nº 12.232/2010 e à Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000 (Lei de Responsabilidade Fiscal).

Nesses casos, além do prazo previsto no Estatuto da PGE (Lei Complementar nº 26, de 30/12/1985), a SECOM terá 30 (trinta) dias para analisar a demanda.

SISTEMA DE GESTÃO DE MATERIAIS, OBRAS E SERVIÇOS - GMS POR FORÇA DO DECRETO ESTADUAL Nº 5.980/2009

O módulo de registro de contratos administrativos é uma ferramenta gerencial desenvolvida para atender às necessidades do Governo do Paraná como mecanismo único e transparente de gestão e execução dos contratos formalizados junto a seus fornecedores.

Os fornecedores devem se inscrever no seguinte link: https://www.gms.pr.gov.br

Documentos requeridos:

- *Cédula de Identidade dos diretores/gerentes;*
- *Contrato social;*
- *Prova dos administradores em exercício;*
- *Inscrição do ato constitutivo;*
- *Declaração de não utilização de mão de obra infantil;*
- *Decreto de autorização em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País;*
- *Certidão de Execução Patrimonial, Balanço Patrimonial, Demonstrações Contábeis, Termo de Abertura e Encerramento ou Prova de Inatividade comprovação por meio de Declaração de Imposto de Renda e último balanço concretizado;*
- *Certidão Negativa de Falência e Concordata;*
- *Certidão Negativa de Tributos Municipais; Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ;*
- *Alvará de funcionamento; Cadastro de Pessoa Física - CPF do proprietário; Cadastro de Pessoa Física - CPF dos Diretores/Gerentes;*
- *Inscrição no Cadastro de Contribuinte Municipal ou Inscrição no Cadastro de Contribuinte do Estado ou Certidão Narrativa de Inexistência de Inscrição no Cadastro de Contribuintes do ICMS;*
- *Certidão Negativa de Tributos Estaduais (UF de origem);*
- *Certidão Negativa de Tributos Estaduais no Estado do Paraná;*
- *Certidão de Débitos Relativos a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União - CND;*
- *Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas - CNDT;*
- *Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS.*

Observação: *as certidões devem estar válidas na data do pagamento. Certidões com vencimento próximo devem ser renovadas o quanto antes. Na hipótese de vencerem, o veículo estará sujeito a prorrogar o vencimento da nota fiscal até que a pendência seja sanada.*

LEGISLAÇÃO E REFERÊNCIAS

- *Lei Federal nº 12.232/2010.*
- *Lei Federal nº 8.666/1993 (art. 27, inciso IV, e art. 55, inciso XIII).*
- *Lei Federal nº 14.133/2021. Nova Lei de Licitações e Contratos.*
- *Lei Estadual nº 15.608/2007.*
- *Decreto Estadual nº 4.993/2016 (art. 22, inciso XIV).*
- *Decreto nº 8.988/2010.*
- *Decreto Estadual nº 4.189/2016.*
- *Decreto nº 11.180/2022.*
- *Resolução nº 016/2010 - SECS.*
- *Manual de Comprovação e Pagamento de Publicidade. Secretaria de Estado da Comunicação (Jan 24, 2020).*
- *Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.*
- *Instrução Normativa da Receita Federal nº 1.234/2012 e nº 2.145/2023.*
- *Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal.*
- *Decreto Estadual nº 5.980/2009 (lista de documentos do GMS).*

MODELO DE DECLARAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO

DECLARAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO

Município, data de mês de ano.

À agência (**nome da agência**),

A empresa (**colocar razão social do veículo**), estabelecida no endereço **(colocar endereço completo do veículo com nome da rua, nº, bairro, cidade, UF e CEP), inscrita sob o CNPJ (colocar CNPJ do veículo)** DECLARA nos termos da Lei, sob as penas dos art. 299, art. 171 do Código Penal Brasileiro e demais disposições legais aplicáveis, que executou serviços de distribuição do (**jornal/revista modificar**) conforme contratado e que toda a documentação apresentada e informações prestadas à Secretaria de Estado da Comunicação do Paraná (ou Órgão pagador) são dotadas de integral veracidade e autênticos, ou seja, condizentes com a realidade dos fatos à época de apresentação.

Nome do veículo: **(nome do jornal/revista)**
Edição: **(nº da edição)**
Data de realização: **(data da veiculação)**
Tiragem:
Local de distribuição:
Campanha:
PADV:
Nome:
Cargo:
RG:
CPF:

(Assinatura digital/Gov.br)

MODELO DE DECLARAÇÃO COMPLEMENTAR

DECLARAÇÃO COMPLEMENTAR

[Cidade], [Data]

Declaração Complementar

Para fins de apresentação do processo de faturamento à **[Órgão/Cliente]**, referente à campanha "**[Nome da Campanha]**", a **[Nome da Empresa]** reúne, por meio deste documento, as informações complementares, bem como a comprovação da Nota Fiscal nº **[Número da NF]**, emitida pelo veículo **[Nome do Fornecedor/Veículo]**, conforme detalhado abaixo:

Dados complementares
Formato: **[Formato]**
PI: **[Número]**
PADV: **[Número]**
Período: **[Data inicial]** a **[Data final]**
IR: **[Percentual]** – R$ **[Valor]** (quando aplicável)

Por ser verdade, firmo a presente declaração.

Assinatura do responsável
[Nome da empresa]