



EXERCÍCIO DE 2023

PROCESSO LICITATÓRIO Nº: 009/2023

MODALIDADE: CONVITE Nº: 002/2023

RECURSO ORÇAMENTÁRIO: 01.031.0001.4003.3.3.90.39.00-D0025

SÍNTESE DO OBJETO: Prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, no exercício de 2023.

AUTUAÇÃO

Aos 16 dias do mês de março de 2023, nesta Câmara, eu, Adriele Adilaine Costa, autuei a autorização e demais documentos que seguem.


ADRIELE ADILAINE COSTA

Presidente da Comissão de Licitação



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023 CONVITE Nº: 002/2023

REQUISIÇÃO

Considerando a necessidade de divulgação dos atos da Câmara Municipal de Rio Piracicaba e sabendo que a comunicação é um instrumento fundamental de informação disponível para a sociedade.

Considerando a necessidade da contratação dos serviços os quais são fundamentais para a criação de layouts como: Calendário de Reuniões ordinárias, Moções de Aplausos, Convites, Layouts para o jornal institucional da Câmara Municipal, dentre outros. Considerando também que a contratação dos serviços é essencial para que se cumpra os princípios da legalidade e transparência na divulgação dos atos do Poder Legislativo de Rio Piracicaba.

Considerando por fim que as informações é de interesse de todos, portanto é legítima a publicidade dos atos da Câmara Municipal, desde que tenha caráter informativo, educativo ou de orientação social e que dela não constem nomes, símbolos ou imagens que possam caracterizar promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Venho solicitar a realização de Processo Licitatório, tipo Convite, a fim de atender às necessidades da Câmara Municipal de Rio Piracicaba.

Rio Piracicaba, 16 de março de 2023.



SEBASTIÃO RÔMULO LINHARES
Presidente da Câmara



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo

www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br



PORTARIA Nº 003/2023

DESIGNA OS MEMBROS DE COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA PARA O EXERCÍCIO DE 2023.

O Presidente da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, no uso de suas atribuições,
RESOLVE:

Art. 1º Fica designada a Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, composta pelas servidoras Adriele Adilaine Costa, Inêz Aparecida Leite e Vanilza Auxiliadora Souza Caldeira.

Art. 2º Fica designada presidente da aludida Comissão a servidora Adriele Adilaine Costa.

Art. 3º Fica designado como suplente de qualquer um dos membros da Comissão Permanente de Licitação, a servidora Lúcia Aparecida dos Santos.

Art. 4º A investidura dos membros supracitados terá vigência a partir da data desta Portaria até o dia 31 de dezembro de 2023.

Art. 5º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

Rio Piracicaba, 02 de janeiro de 2023.

SEBASTIÃO RÔMULO LINHARES
Presidente da Câmara

Confere com o Original e Dou Fe

Rio Piracicaba 16/03/23

Diretor (a) Geral




AUTORIZAÇÃO

Estando cumpridas as formalidades previstas na Lei nº 8.666/93, AUTORIZO a abertura do procedimento licitatório para **contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade no exercício de 2023**, e, em atendimento ao disposto no inciso II do art. 16 da Lei Complementar nº 101 de 05 de maio de 2000, declaro que a despesa tem adequação orçamentária e financeira com a lei orçamentária anual, compatibilidade com o plano plurianual e com a Lei de Diretrizes Orçamentárias.

Rio Piracicaba, 16 de março de 2023.

Rio Piracicaba


SEBASTIÃO RÔMULO LINHARES
Presidente da Câmara

Transparência e Legalidade!

Lu

De: Filipe Rosa [filipe@lumecomunicacao.com]
Enviado em: sexta-feira, 3 de fevereiro de 2023 18:18
Para: 'camararp@camararp.mg.gov.br'
Assunto: RES: SOLICITAÇÃO DE ORÇAMENTO- PUBLICIDADE 2023

Boa tarde!

Segue abaixo retorno:

- a) Desconto a ser concedido a Câmara Municipal de Rio Piracicaba sobre os custos internos baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências do Estado de Minas Gerais, será de: 50%(Cinquenta por cento).
- b) Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, será de: 15%(Quinze por cento).
- c) Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, será de: 10%(dez por cento);
- d) Desconto padrão sobre o valor dos negócios que serão encaminhados aos veículos por ordem e conta da Câmara Municipal (Comissão da agencia) 20% (vinte por cento), sobre o valor bruto da tabela do veículo.

Atenciosamente,



Filipe Rosa
Diretor

31 2517 5265 | 31 9 9844 7460
lumecomunicacao.com

De: camararp@camararp.mg.gov.br <camararp@camararp.mg.gov.br>
Enviada em: sexta-feira, 3 de fevereiro de 2023 15:17
Para: Filipe Rosa <filipe@lumecomunicacao.com>
Assunto: SOLICITAÇÃO DE ORÇAMENTO- PUBLICIDADE 2023

Prezado Senhor, boa tarde!

Vimos solicitar proposta de desconto a ser concedida sobre tabela do SINAPRO (Sindicato das Agências de Publicidade de Minas Gerais), para fins de autuação de

filipe

Processo Licitatório para contratação de Serviços de Publicidade e Propaganda, a serem prestados a esta casa no exercício de 2023, conforme a seguir:

- a) Desconto a ser concedido a Câmara Municipal de Rio Piracicaba sobre os custos internos baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências do Estado de Minas Gerais, será de: _____%(_____por cento).
- b) Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, será de: _____%(_____por cento).
- c) Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, será de: _____%(_____por cento);
- d) Desconto padrão sobre o valor dos negócios que serão encaminhados aos veículos por ordem e conta da Câmara Municipal (Comissão da agência) _____%(_____por cento), sobre o valor bruto da tabela do veículo.

Quaisquer dúvidas estamos à disposição

Atenciosamente

Adrielle Adilaine Costa

Câmara Municipal de Rio Piracicaba

(31)3854-1353

camararp@camararp.mg.gov.br

De: Simone Soares [simone@shineon.com.br]
Enviado em: quarta-feira, 8 de fevereiro de 2023 11:59
Para: camararp@camararp.mg.gov.br; simone@shineoncomunicacao.com.br
Assunto: RES: SOLICITAÇÃO DE ORÇAMENTO- PUBLICIDADE 2023
Anexos: orçamento shineon.pdf

Bom dia

Segue o orçamento solicitado

Att

Simone Soares

Analista de Marketing | www.shineon.com.br



31.3852-1634



Av. Wilson Alvarenga - 1047 - 8º andar - João Monlevade - MG



De: camararp@camararp.mg.gov.br <camararp@camararp.mg.gov.br>

Enviada em: sexta-feira, 3 de fevereiro de 2023 15:09

Para: simone@shineoncomunicacao.com.br

Assunto: SOLICITAÇÃO DE ORÇAMENTO- PUBLICIDADE 2023

Prezada Senhora, boa tarde!

Vimos solicitar proposta de desconto a ser concedida sobre tabela do SINAPRO (Sindicato das Agências de Publicidade de Minas Gerais), para fins de autuação de Processo Licitatório para contratação de Serviços de Publicidade e Propaganda, a serem prestados a esta casa no exercício de 2023, conforme a seguir:

a) Desconto a ser concedido a Câmara Municipal de Rio Piracicaba sobre os custos internos baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências do Estado de Minas Gerais, será de: _____%(_____por cento).

b) Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja

Simone



distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, será de: _____%(_____por cento).

c) Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, será de: _____%(_____por cento);

d) Desconto padrão sobre o valor dos negócios que serão encaminhados aos veículos por ordem e conta da Câmara Municipal (Comissão da agência) _____%(_____por cento), sobre o valor bruto da tabela do veículo.

Quaisquer dúvidas estamos à disposição

Atenciosamente

Adrielle Adilaine Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31)3854-1353



- Proposta Orçamento

A/C Câmara Municipal de Rio Piracicaba

A agência shineOn Ltda, CNPJ 002.367.995/0001-59, com sede à Avenida Wilson Alvarenga, 1047, 8º andar, na cidade de João Monlevade-MG,, para fins de autuação de Processo Licitatório para contratação de Serviços de Publicidade e Propaganda, conforme a seguir:

- a) Desconto a ser concedido sobre os custos internos baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências do Estado de Minas Gerais, será de: 70 % (setenta por cento);
- b) Honorários a serem cobrados incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, será de: 15% (quinze por cento);
- c) Honorários a serem cobrados a incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, será de: 15% (quinze por cento);
- d) Desconto padrão sobre o valor dos negócios que serão encaminhados ao veículo por ordem e conta do cliente (Comissão da agência) 20%(vinte por cento), sobre o valor bruto da tabela do veículo.

Validade da proposta: 120 dias

João Monlevade 08 de fevereiro de 2023

02 367 995 / 0001 - 59

SHINE ON LTDA. - ME

AV. WILSON ALVARENGA, Nº 1047 - SALA 801

CARNEIRINHOS - CEP 35930-480

JOÃO MONLEVADE - MG

Simone Soares

www.shineon.com.br | simone@shineon.com.br



31.3852-1634



Av. Wilson Alvarenga - 1047 - 8º andar - João Monlevade - MG



Shi


De: Euler Rodrigues [euler@staloin.com.br]
Enviado em: quarta-feira, 1 de março de 2023 16:52
Para: camararp@camararp.mg.gov.br
Assunto: Re: SOLICITAÇÃO DE ORÇAMENTO- PUBLICIDADE 2023

Boa tarde, pessoal. Tudo bem?

Seguem os valores cobrados por nós, abaixo.

Abraço,

Euler Mendes
CEO
31 99347.6591


Av. do Contorno, 2.260
Floresta . BH . MG . 30.110-012



Em ter., 28 de fev. de 2023 às 14:17, <camararp@camararp.mg.gov.br> escreveu:

Prezados Senhores, boa tarde!

Vimos solicitar proposta de desconto a ser concedida sobre tabela do SINAPRO (Sindicato das Agências de Publicidade de Minas Gerais), para fins de autuação de Processo Licitatório para contratação de Serviços de Publicidade e Propaganda, a serem prestados a esta casa no exercício de 2023, conforme a seguir:

- a) Desconto a ser concedido a Câmara Municipal de Rio Piracicaba sobre os custos internos baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências do Estado de Minas Gerais, será de: Sessenta por cento % (60 por cento).
- b) Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, será de: 15 % (quinze por cento).
- c) Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência





limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, será de:
Dez %(10 por cento);

d) Desconto padrão sobre o valor dos negócios que serão encaminhados aos veículos por ordem e conta da Câmara Municipal (Comissão da agência) Sessenta % (60 por cento), sobre o valor bruto da tabela do veículo.

Quaisquer dúvidas estamos à disposição

Atenciosamente

Adrielle Adilaine Costa

Câmara Municipal de Rio Piracicaba

(31)3854-1353



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo

www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br



REQUISIÇÃO de: Execução de Serviço de Publicidade		Setor Requisitante: Gabinete do Presidente/Secretaria. Aplicação/Justificativa: Devido a necessidade de divulgação dos atos da Câmara Municipal de Rio Piracicaba.
Item	Descrição	Percentual Estimado
01	Desconto a ser concedido a Câmara Municipal de Rio Piracicaba sobre os custos internos baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências do Estado de Minas Gerais.	60%
02	Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação.	15%
03	Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.	11,67%
04	Desconto padrão sobre o valor dos negócios que serão encaminhados ao veículo por ordem e conta da Câmara Municipal.	33,33%
Data: 16/03/2023		 SEBASTIÃO RÔMULO LINHARES Presidente da Câmara Municipal
ESTIMATIVA DE CUSTOS		
Objetivando a instrução do processo, informamos que foi estimado o montante até 31 de dezembro de 2023 em R\$ 170.000,00 (Cento e setenta mil reais) para o objeto desta licitação.		
Data: 16/03/2023		 ADRIELE ADILAINE COSTA Diretora Geral
PREVISÃO DE RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS		
Informamos que existe previsão de recursos orçamentários à conta da dotação nº 01.031.0001.4003.3.3.90.39.00-D0025.		
Data: 16/03/2023		 LÚCIA APARECIDA DOS SANTOS Chefe da Divisão de Contabilidade e Pessoal



PROCESSO LICITATÓRIO Nº. 009/2023

CONVITE Nº. 002/2023

A Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, torna público para conhecimento dos interessados que fará realizar o Processo Licitatório nº 009/2023, Modalidade: Convite nº 002/2023, Tipo Técnica e Preço, Forma de Execução Empreitada por Preço Global regida pelas Leis Federais nºs 8.666/1993, de 21 de junho de 1993 e suas alterações, nº 12.232/2010, de 29/04/2010, pelas normas que regem a atividade de publicidade e propaganda Lei nº 4.680/65, Decreto Federal nº 57.690/66 parcialmente alterado pelo Decreto Federal nº 4.563/02; o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, instituído pelo Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em 1957 e incorporado à mencionada Lei nº 4.680/65; o Código Brasileiro de Auto Regulamentação Publicitária, as normas padrão da atividade publicitária sob orientação do CENP – Conselho Executivo de Normas Padrão, e demais condições fixadas neste edital.

O local, dia e hora para recebimento das propostas técnicas e proposta comercial, bem como o horário de abertura dos envelopes são definidos conforme a seguir:

ENTREGA DOS ENVELOPES “PROPOSTAS TÉCNICAS” E “PROPOSTA COMERCIAL”

LOCAL: Câmara Municipal de Rio Piracicaba

DATA: 27/03/2023

HORÁRIO: Até às 08h30min

ABERTURA DOS ENVELOPES: 27/03/2023 às 9 horas

1.1. Ocorrendo decretação de feriado ou outro fato superveniente, de caráter público que impeça a realização deste evento na data acima mencionada, a licitação ficará automaticamente prorrogada para o primeiro dia útil subsequente, independentemente de nova comunicação.

1.2. Fazem parte integrante deste Edital:

- Anexo I – Briefing;
- Anexo II - Modelo de credenciamento;
- Anexo III - Modelo de Declaração – Art. 7º, inc. XXXIII, da Constituição Federal;
- Anexo IV – Modelo de Declaração Fato Impeditivo;
- Anexo V – Proposta Comercial;
- Anexo VI – Minuta de Contrato de Prestação de Serviços.
- Anexo VII - Declaração de Tratamento os Direitos Autorais



II - DO OBJETO

2.1 A presente licitação tem por objeto a contratação de agência de publicidade para a prestação de serviços de publicidade a esta Casa no exercício de 2023, considerados estes o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a previsão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a informação de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir idéias, enfim, a publicidade dos atos da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, em conformidade com as especificações definidas no Termo de Referência/Briefing – Anexo I deste edital.

2.2. Constituem serviços específicos a serem prestados pela contratada:

- a) Promover a publicação de todos os atos e/ou instrumentos repassados pela Câmara Municipal de Rio Piracicaba, no prazo especificado no contrato de prestação de serviços;
- b) Realizar diretamente ou através de subcontratações de meios de comunicação adequados, a veiculação de publicidade de caráter educativo ou informativo;
- c) Realizar diretamente ou por meio de subcontratação de fornecedores de bens ou serviços previamente solicitados pela presidência da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, a criação de artes, diagramação, concepção, elaboração de folders, panfletos, cartazes, out doors e outros serviços de publicidade não vedados pela Lei Federal nº 12.232/2010. Todas as contratações devem ser precedidas de minimamente três coletas de preços.

2.3. Além dos serviços acima mencionados, incluem-se, ainda: a execução de serviços de pesquisas de avaliação, a produção e a execução técnica de peças e projetos publicitários criados e a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, todos estes em conformidade com as necessidades da Câmara Municipal;

2.4. São vedadas as prestações de serviços relacionadas a assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas e a realização de eventos festivos pela agência de publicidade;

2.5. Os serviços de comunicação social terão caráter educativo, informativo, de utilidade pública, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos (art. 37, §1º, da Constituição Federal);

2.6. O público-alvo dos serviços ora licitados é primordialmente a população, respeitados os segmentos específicos para a comunicação dirigida, como campanhas de lançamento e sustentação de ações e serviços, podendo atingir outros públicos internos ou externos à ação dos órgãos e entidades mencionados;



2.7. Relativamente aos serviços produzidos pela contratada, todos os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto desta Licitação pertencerão ao Contratante. Os estudos, resultados de análises, planos, idéias, materiais de propaganda, sejam impressos, de áudio, vídeo ou qualquer outro meio, criados pela Contratada para a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, a este pertencerão, podendo a Câmara utilizá-los conforme julgar conveniente, durante a vigência do contrato respectivo ou fora dele, sem que caiba à Agência ou a quaisquer outros interessados ou subcontratados direito ao pagamento de qualquer valor ou indenização a qualquer título;

2.8. As quantidades de serviços poderão sofrer alterações ou supressões, conforme interesse da Câmara;

2.9. Os serviços serão prestados pela Contratada, mediante prévia e expressa solicitação da Câmara;

2.10. Os serviços deverão ser executados pela Agência ou por subcontratada e deverão observar rigorosamente:

- a) Padrão de qualidade, prazos e custos fixados;
- b) Prática de preços em conformidade com os praticados no mercado, e, no caso de subcontratação, deverá ser realizada a tomada de minimamente 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, exceto nos de serviços realizados pela Imprensa falada e escrita;
- c) Obedecer às normas da legislação pertinente em vigor, em especial o Código de Ética, do CONAR, e a Lei Federal nº 12.232/10.

2.11. Além dos serviços internos da Agência, é facultada à mesma subcontratar a execução de partes de serviços do objeto do contrato mediante expressa solicitação da Câmara Municipal, ressaltando que a contratada será a única e integral responsável pela boa e fiel execução dos serviços e cumprimento de todas as obrigações contratuais perante a Contratante.

III. DA APRESENTAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO E PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO

3.1. Os documentos relativos à proposta técnica, proposta comercial e documentação de habilitação de cada licitante, salvo o envelope relativo à via sem identificação do plano de comunicação publicitária, deverão ser apresentados em envelopes separados, indevassáveis e colados, sob pena de desqualificação, contendo em sua parte externa, além da razão social e endereço da licitante, os seguintes dizeres:



ENVELOPE Nº 01 – “PROPOSTA TÉCNICA I”
CONTEÚDO: INFORMAÇÕES DA LICITANTE
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023
CONVITE Nº 002/2023
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

ENVELOPE Nº 02 – “PROPOSTA TÉCNICA II”
CONTEÚDO: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA IDENTIFICADA
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023
CONVITE Nº 002/2023
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

ENVELOPE Nº 03 – “PROPOSTA TÉCNICA III”
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
VIA SEM IDENTIFICAÇÃO - PADRONIZADO
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023
CONVITE Nº 002/2023
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA
VIA SEM IDENTIFICAÇÃO – SEM LOGOMARCA – SEM ETIQUETA

ENVELOPE Nº 04 – “PROPOSTA COMERCIAL”
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023
CONVITE Nº 002/2023
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

ENVELOPE Nº 05 – “DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO”
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023
CONVITE Nº 002/2023
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

3.2. As Propostas Técnicas, Proposta de Preços e Documentação de Habilitação, salvo o envelope relativo a proposta técnica contendo o plano de comunicação publicitária sem identificação (Envelope nº 03), deverão ser apresentadas em papel que identifique a licitante, numeradas seqüencialmente, redigidas em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente com clareza, sem emendas ou rasuras, datadas, assinadas na última página, por extenso, pelo



representante legal e, rubricadas nas demais.

3.3. Somente serão apresentados e analisados os documentos de habilitação do licitante classificado no julgamento final das propostas técnicas e de preço (art. 11, § 4º, inciso XI, da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010).

3.4. Os documentos de habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou poderão ser autenticados por membro da Comissão Permanente de Licitação (desde que seja exibido o original para conferência). Só serão aceitas cópias legíveis que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.

3.5. Os documentos retirados pela Internet deverão ser apresentados na forma original.

3.6. As peças que integram a proposta técnica podem ser acondicionadas em embalagens adequadas às suas características, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam, até a abertura do correspondente invólucro.

3.7. A proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária (Envelopes nº 2 e 3), pertinente às informações expressas no *briefing* (Anexo I), e de um conjunto de informações referentes ao proponente (Envelope nº 1) - (art. 6º, inciso III, da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010).

3.8. O plano de comunicação publicitária que compõe a proposta técnica será apresentado em 02 (duas) vias, uma com a identificação de sua autoria (Envelope nº 2) e outra sem a identificação (Envelope nº 3), devendo este último ser acondicionado em envelope padronizado fornecido pela Câmara Municipal - (art. 6º, inciso IV, da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010). O não atendimento a essa regra ensejará na inabilitação imediata do proponente.

3.9. O formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, salvo quanto na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, onde os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação.

3.10. Será **vedada** a aposição, a qualquer parte **da via não identificada** do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro da via identificada do plano de comunicação publicitária em Sessão Pública realizada para este fim (art. 6º, inciso XII, e art. 9º, § 2º, da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010).

3.11. Os invólucros padronizados com a **via não identificada** do plano de



comunicação publicitária só serão recebidos pela comissão permanente se **não apresentarem** marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante (art. 11º, § 2º, da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010).

3.12. A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, **sem os exemplos de peças referentes à idéia criativa** (art. 9º, § 2º, da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010).

3.13. As propostas de preços serão apresentadas em 01 (um) invólucro e conterá quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário conforme disposto neste Edital (art. 6º, inciso V e art.9º, *caput*, da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010).

3.14. Na ocasião da entrega dos envelopes deverá ser comprovada a representação legal da licitante, onde a pessoa indicada entregará, juntamente com seu documento de identificação de fé pública: Se procurador, procuração por instrumento público ou particular, ou se representante legal, contrato social, estatuto ou ata de eleição do dirigente da licitante. Deverá ser entregue também a certidão simplificada expedida pela JUCEMG ou outro documento hábil, previsto em lei, que comprove que a licitante se enquadra como ME ou EPP.

IV. DA PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO

4.1. Somente poderão participar desta licitação as empresas qualificadas como "agência de propaganda" nos termos do disposto no art. 3º da Lei Federal nº. 4.680/65, legalmente constituídas e que comprovarem sua habilitação, conforme disposto neste Edital e que comprovem a condição microempresa e empresa de pequeno porte, sendo restrita a participação de microempresas e empresas de pequeno porte nos itens de contratação cujo valor seja de até R\$ 80.000,00 (oitenta mil reais) conforme expressamente previsto no art. 48, inciso I da LC 123/06, ressalvadas a ocorrência do disposto no art. 49 da citada lei, hipótese em que a participação será ampla não se aplicando a restrição deste item.

4.2. Não poderá participar desta Licitação:

- a) Pessoa jurídica que tenha sido declarada inidônea por qualquer órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Direta e Indireta da União, dos Estados ou dos Municípios, ou, ainda, que esteja com o direito de licitar suspenso perante o Município de Rio Piracicaba, enquanto perdurarem os efeitos desta declaração (excepcionando-se os reabilitados);
- b) Pessoa jurídica em regime de recuperação judicial e extrajudicial ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;
- c) Pessoa jurídica na qual, dentre seus dirigentes, responsáveis técnicos ou legais, dentre suas equipes técnicas, bem como dentre eventuais subcontratados, figure ocupante de cargo ou de emprego público na Administração Direta ou Indireta do Município de Rio Piracicaba;



d) Pessoa física.

4.3. A participação na presente licitação implica para a licitante a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos, devendo cumpri-los incondicionalmente, inclusive durante a execução do contrato; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

V. DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

5.1. As Propostas Técnicas, Propostas de Preços e Documentação de Habilitação, **salvo o envelope relativo a proposta técnica contendo o plano de comunicação publicitária sem identificação (Envelope nº 03)**, deverão ser digitadas ou emitidas por editores de texto eletrônicos, **em via rubricada e assinada em todas as suas páginas**, sem emendas, rasuras, acréscimos e entrelinhas, em linguagem clara e que não dificulte a exata compreensão de seu conteúdo, datadas do dia de sua entrega nesta Câmara e conterão a descrição detalhada do bem ofertado, prazos e demais informações conforme disposto nesse Edital.

VI. PROPOSTA TÉCNICA

6.1. A Proposta Técnica será composta de um plano de comunicação publicitária (uma via identificada e outra sem identificação) e da apresentação de informações referentes ao proponente, organizada sob a forma definida no Briefing – Anexo I deste edital, contendo:

- a) **Proposta Técnica I - Envelope nº 01** - apresentação das informações estabelecidas no briefing.
- b) **Proposta Técnica II - Envelope nº 02** - plano de comunicação publicitária identificado
- c) **Proposta Técnica III - Envelope nº 03** - plano de comunicação publicitária não identificado

6.1.1. O formato para apresentação pelos proponentes do plano de comunicação publicitária será padronizado quanto a seu tamanho, a fontes tipográficas, a espaçamento de parágrafos, a quantidades e formas dos exemplos de peças e a outros aspectos pertinentes, da seguinte maneira:

- a) Folha A4;
- b) Fonte tipográfica: arial;
- c) Tamanho 12;
- d) Espaçamento de parágrafos: simples;
- e) Quantidade de peças: especificado nas exigências da proposta;
- f) Exemplos de peças: especificado nas exigências da proposta;



- g) Sem qualquer recuo de parágrafo e apenas um espaço entre um parágrafo e outro;
- h) Margens superior, inferior, esquerda e direita: 3,0 cm.
- i) Alinhamento justificado

6.1.2. Os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para apresentação das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia.

6.2. **A Proposta Técnica I (Envelope nº 01)** consiste na apresentação das seguintes **informações acerca da licitante - quesitos** elencados abaixo, destinados a avaliar a capacidade de atendimento do proponente e o nível dos trabalhos por ele realizados para seus clientes:

- a) Capacidade de Atendimento;
- b) Repertório (Portfólio).

6.2.1. **Capacidade de Atendimento:** sob a forma de textos, a licitante apresentará:

- a) Quantificação e qualificação dos profissionais, por meio de currículos, que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da licitante (estudo e pesquisa, planejamento, criação, produção de rádio, mídia e atendimento).
- b) Sistemática de atendimento, discriminando as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do Contrato, incluídos os **prazos máximos** a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de campanha, criação de peças avulsas, produção de publicidade legal e elaboração de Plano de Mídia.
- c) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
- d) Estrutura e organização da agência.

6.2.2. **Repertório (Portfólio):** apresentação de um conjunto de trabalhos, produzidos e veiculados pela licitante, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas.

6.2.2.1. A licitante poderá apresentar até 02 (duas) peças para cada um dos seguintes meios de veiculação: rádio, revista, jornal e outdoor.

6.2.2.3. Os spots e/ou jingles deverão ser fornecidos em CD;

6.2.2.4. Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

6.2.2.5. A não apresentação de qualquer peça exigida para a proposta técnica, incidirá em pontuação 0 (zero) no referido item não apresentado, inclusive se não



comprovada a autoria.

6.3. **A Proposta Técnica II (Envelope nº 2)** consiste na apresentação do **Plano de Comunicação Publicitária Identificado**, composto dos seguintes quesitos:

- a) Raciocínio Básico;
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- c) Ideia Criativa;
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia.

6.3.1. **Raciocínio Básico:** sob a forma de texto de, no máximo 03 (três) laudas, a licitante apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados, de acordo com as informações prestadas neste *briefing*.

6.3.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária:** sob a forma de texto de, no máximo 03 (três) laudas, a licitante indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo Legislativo Municipal de Rio Piracicaba;

6.3.3. **Idéia Criativa:** sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;

6.3.3.1. Como parte do quesito **idéia criativa**, a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução para o problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com o raciocínio básico e com a estratégia de comunicação publicitária. Os exemplos de peças só podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout, storyboard impresso ou "monstro" de spot de rádio, com ou sem música, limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação proposto pela licitante.

6.3.4. **Estratégia de Mídia e Não Mídia:** em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada neste edital, apresentada sob a forma de texto de no máximo (três) laudas, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.

6.3.5. A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, **sem os exemplos de peças referentes à idéia criativa**, conforme art. 9º, §2º da Lei nº 12.232/2010.

6.3.6. A não apresentação de qualquer peça exigida para a proposta técnica, incidirá em pontuação 0 (zero) no referido item não apresentado, inclusive se não



comprovada a autoria.

6.4. A Proposta Técnica III (Envelope nº 03) consiste na apresentação do **Plano de comunicação Publicitária Sem Identificação**, com o mesmo teor exigido para a via identificada, com vistas à análise dos quesitos pela Comissão de Licitação de forma totalmente imparcial e idônea, sem a possibilidade de identificação do licitante, conforme exigências da Lei Federal nº 12.232/10, nos seguintes termos:

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

6.4.2. O invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado conforme especificação definida no item 3.8 do edital de licitação, e fornecido previamente pela Câmara Municipal de Rio Piracicaba, sem nenhum tipo de identificação.

6.4.3. Será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal, etiqueta, logotipo, assinatura ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro da via identificada do plano de comunicação publicitária em Sessão realizada para este fim, sob pena de desclassificação da proposta.

VII. PROPOSTA COMERCIAL

7.1. A Proposta Comercial consiste na apresentação dos seguintes quesitos:

- a) Modalidade e número da licitação;
- b) Razão Social, CNPJ, inscrição estadual e municipal e endereço completo da proponente e qualificação do representante legal da empresa;
- c) Desconto a ser concedido à Câmara Municipal em relação aos custos internos de produção (índice percentual (%)) sobre a tabela de "Referência de Custos", publicada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais – SINAPRO, sendo que os descontos superiores a 90% (noventa por cento) sobre a criação das peças deverão haver comprovação de sua exequibilidade, sob pena de desclassificação da licitante;
- d) Informar o percentual de honorários incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedidos pelos veículos de divulgação, onde não será admitido honorário superior a 15% (quinze por cento).



- e) Informar percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência limitar-se exclusivamente a contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, onde não serão admitidos honorários superiores a 10% (dez por cento).
- f) Informar o desconto padrão sobre o valor dos negócios que serão encaminhados ao veículo por ordem e conta da Câmara Municipal (Comissão da agência), sobre o valor bruto da tabela do veículo.
- g) Prazo de pagamento das faturas que envolvam serviços/custos internos de produção da própria agência;
- h) Prazo de validade da proposta não inferior e sessenta dias contados da data de abertura dos envelopes respectivos;
- i) Declaração de que todos os tributos e demais encargos legais, fiscais, trabalhistas, previdenciários, comerciais e quaisquer outros que incidam ou venham a incidir sobre os serviços objeto desta licitação serão de responsabilidade do licitante/contratado.

7.2. Será desclassificada a proposta que exija faturamento mínimo.

7.3. Não serão aceitas propostas que apresentem vantagens não previstas neste Edital, ou ainda aquelas que ofereçam preços ou vantagens baseadas em ofertas de outros licitantes.

VIII. DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO

8.1 A documentação deverá ser acondicionada em envelope timbrado ou com carimbo da empresa, sobrescrito com a expressão "**Envelope nº 5 - Documentos de Habilitação**", a razão social da licitante e o número desta Carta Convite.

8.2. Os documentos de habilitação serão analisados apenas da licitante classificada no julgamento final das propostas (art. 11, § 4º, inciso XI, da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010).

8.3. A licitante, após observância do inteiro teor deste edital, deverá incluir no envelope os seguintes documentos:

8.3.1. Habilitação Jurídica:

- a) Registro comercial, arquivado na Junta Comercial respectiva, no caso de empresa individual;
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e no caso de sociedade por ações, acompanhado de documento de eleição dos seus administradores.



- c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício.
- d) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e o ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim exigir.
- e) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), emitido dentro dos últimos 30 dias, contados da data de abertura deste certame.

8.3.2. Regularidade Fiscal:

- a) Prova de regularidade para com a Fazenda Federal relativa a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União e prova de regularidade perante o Instituto Nacional de Seguridade Social – INSS, através de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil – RFB e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional;
- b) Prova de regularidade para com a Fazenda Estadual por meio da apresentação de Certidão Negativa ou Positiva com efeito de Negativa;
- c) Prova de regularidade para com a Fazenda Municipal por meio da apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, relativa aos tributos municipais, expedida pela Secretaria Municipal sede da licitante;
- d) Certificado de regularidade do FGTS, em plena validade;
- e) Certidão de regularidade trabalhista, em plena validade;
- f) Declaração, sob as penas da lei, de inexistência de fatos impeditivos à participação na licitação – Conforme Anexo IV;
- g) Declaração de cumprimento ao disposto no inciso XXXIII, artigo 7º da Constituição Federal – Conforme Anexo III.

8.3.3. Qualificação Técnica

- a) Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo CENP- Conselho Executivo das Normas Padrão, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda. (§ 1º do art. 4º, da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010).
- b) Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidade e prazos com o objeto da Licitação, mediante apresentação de pelo menos uma declaração de experiência anterior fornecida por clientes que tenham sido ou estejam sendo atendidos pela licitante.

8.3.4. Qualificação Econômico-Financeira:

- I - Certidão negativa de falência ou recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede da empresa, datado dos últimos 90 (noventa) dias, ou seja, esteja dentro do prazo de validade expresso na própria certidão;

8.3.5. Além da documentação exigida neste Título VIII, a licitante deverá incluir no envelope DOCUMENTAÇÃO, a **TABELA ATUALIZADA PUBLICADA PELO**



SINAPRO – Sindicato das Agências de Publicidade do Estado de Minas Gerais.

IX. DOS PROCEDIMENTOS PARA JULGAMENTO

9.1. Com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas, a presente licitação será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, à qual competirá:

- a) Abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8º da Lei nº 12.232/2010, envelope 1 e 3, em sessão pública, pela comissão permanente;
- b) Análise das propostas técnicas e julgamento;
- c) Análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária e das informações técnicas, envelope 1 e 3, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º da Lei nº 12.232/2010.
- d) Elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e proposta técnica, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- e) Realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:
- f) Abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária;
- g) Cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;
- h) Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;
- i) Proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

9.2. A Comissão Permanente de Licitação deverá lavrar ata circunstanciada de todas as reuniões, sejam elas públicas ou reservadas.

9.3. A Comissão Permanente de Licitação deverá analisar os recursos porventura interpostos por licitantes e rever sua decisão ou, caso não o faça, fazê-lo subir devidamente informado à autoridade superior.

9.4. Durante os trabalhos em reuniões públicas somente será permitida a manifestação oral ou escrita de representante legal ou credenciado da empresa.



9.5. A manifestação dos representantes dos licitantes somente se dará após o franqueamento pela Comissão Permanente de Licitação. A manifestação de pessoa não credenciada ou intempestiva poderá, a critério da Comissão e caso se caracterize a intenção de perturbar os trabalhos, acarretar o convite para que o manifestante se retire da sala de reuniões.

9.6. A Comissão Permanente de Licitação, nas reuniões de abertura dos envelopes, conferirá e rubricará todo o conteúdo, após o que poderá ser examinado e rubricado pelos representantes legais ou credenciados presentes.

9.7. Qualquer manifestação contrária a inabilitação de Proponentes, pelos interessados, poderá ser feita durante as reuniões, no momento determinado para tal pela Comissão de Licitação e através de pessoa devidamente credenciada.

9.8. Ocorrendo renúncia expressa de eventuais recursos, decididos os eventualmente interpostos ou decorrido o prazo para sua interposição, a Comissão de Licitação passará a fase seguinte do certame.

X. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

10.1. Serão desclassificadas as propostas apresentadas em desacordo com o presente Edital, ou com borrões, rasuras ressalvas, entrelinhas ou omissões, salvo se inequivocamente tais falhas não acarretarem lesões a direito dos demais licitantes, prejuízos à Câmara ou que não impeçam a exata compreensão de seu conteúdo.

10.2. A classificação das propostas far-se-á conforme os critérios e fatores de julgamento fixados no título XI deste Edital, observadas as especificações contidas no Anexo V, na minuta de Contrato e as normas e condições exigidas neste instrumento.

XI. DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

11.1. O julgamento da PROPOSTA TÉCNICA será feito pela Comissão Permanente de Licitação, segundo os critérios a seguir discriminados.

11.2. Pela avaliação do conteúdo da proposta técnica I (INFORMAÇÕES SOBRE A LICITANTE), serão levados em conta pela COMISSÃO, sendo justificado cada ponto atribuído, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito:

- a) Capacidade de atendimento..... Até 10 pontos;
- b) Repertório (Portfólio)..... Até 8 pontos;

11.2.1. **Capacidade de Atendimento:** Máximo de **10 (dez) pontos**, com as seguintes notas máximas:



Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a quantidade e a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência licitante: **4,0 (quatro) pontos**;

Sistemática de atendimento, relevando no julgamento dos quesitos a adequação dos prazos máximos indicados na proposta, a operacionalidade, a segurança, o grau de liberdade conferido à cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento às solicitações: **6,0 (seis) pontos**.

11.2.2. **Repertório (Portfólio)**: capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças já realizadas e incluídas na proposta, aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, clareza, qualidade de execução e acabamento. A licitante poderá apresentar **até 2 (duas) peças** para cada um dos seguintes meios de veiculação: rádio, revista, jornal, outdoor: **até 8 (oito) pontos**.

11.3. Pela avaliação do conteúdo da proposta técnica II e III (PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA), serão atribuídas pontuações conforme escalonamento abaixo, até o máximo de:

- a) Raciocínio básico..... Até 12 pontos;
- b) Estratégia de comunicação publicitária..... Até 15 pontos;
- c) Idéia criativa..... Até 20 pontos;
- d) Estratégia de mídia e não mídia..... Até 15 pontos.

11.3.1. **Raciocínio Básico**: Máximo de **12 (doze) pontos**, com as seguintes notas máximas:

11.3.1.1. Conhecimento das características gerais da cliente: **3,0 (três) pontos**.

11.3.1.2. Conhecimento genérico dos serviços prestados pela Câmara Municipal de Rio Piracicaba: **3,0 (três) pontos**.

11.3.1.3. Adequada compreensão da linha de atuação específica da cliente no âmbito da linha de atuação em questão: **3,0 (três) pontos**.

11.3.1.4. Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação: **3,0 (três) pontos**.

11.3.2. **Estratégia de Comunicação Publicitária**: Máximo de **15 (quinze) pontos**, com as seguintes notas máximas:

11.3.2.1. Formulação do conceito, dos quais 04 (quatro) pontos para a compreensão do tema hipotético e 04 (quatro) pontos para o desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito total: **8,0 (oito) pontos**.



11.3.2.2. Formulação do tema da comunicação adotado para a linha de atuação: **7,0 (sete) pontos.**

11.3.3. **Idéia Criativa:** Máximo de **20 (vinte) pontos**, com as seguintes notas máximas:

11.3.3.1. Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha: **5,0 (cinco) pontos.**

11.3.3.2. Capacidade de síntese da estratégia de comunicação: **4,0 (quatro) pontos.**

11.3.3.3. Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida: **5,0 (cinco) pontos.**

11.3.3.4. Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem: **6,0 (seis) pontos.**

11.3.4. **Estratégia de Mídia e Não Mídia:** Máximo de **15 (quinze) pontos**, com as seguintes notas máximas.

11.3.4.1. Conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação: **3,0 (três) pontos.**

11.3.4.2. Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia: **3,0 (três) pontos.**

11.3.4.3. Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante: **4,0 (quatro) pontos.**

11.3.4.4. Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta: **5,0 (cinco) pontos.**

11.4. **Serão desclassificadas as propostas técnicas que:**

11.4.1. Não atenderem as disposições contidas neste Edital;

11.4.2. Não alcançarem, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;

11.4.3. Obtiverem nota 0 (zero) em quaisquer dos quesitos a que se referem os itens 10.2 e 10.3.

11.5. As propostas técnicas apresentadas pelos licitantes têm efeito meramente avaliativo, não constituindo objeto de execução pela Câmara.

11.6. A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas da Comissão



Permanente de Licitação pela análise técnica e será calculada com 01 (uma) casa decimal após vírgula.

11.7. Será classificada em primeiro lugar, na fase da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação no somatório das notas dos quesitos.

XII. DA PROPOSTA COMERCIAL

12.1. A proposta de preço será avaliada considerando-se o desconto a ser concedido à Câmara Municipal, incidente sobre os custos internos de produção da Agência, apurados em relação à Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais. Cada unidade percentual de desconto será equivalente a 01 (um) ponto. Exemplo: 10% de desconto = 10 pontos.

12.2. Serão desclassificadas as propostas comerciais que:

12.2.1. Não atenderem as disposições contidas neste Edital;

12.2.2. Apresentarem valor simbólico, irrisório ou valor zero;

12.2.3. Apresentarem vantagens baseadas nas ofertas dos demais licitantes;

12.2.4. Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado;

12.2.5. Apresentarem percentuais fora dos limites constantes das Normas Padrão da Atividade Publicitária.

XIII. DA PROPOSTA VENCEDORA

13.1 Dentre as propostas classificadas será considerada vencedora a proposta que, atendidas todas as condições, normas e exigências do presente edital, obtiver maior pontuação – PAE (Pontuação Auferida pela Empresa), a partir da aplicação da seguinte fórmula advinda do total adquirido nos Títulos XI e XII deste edital:

$$\text{PAE} = (\text{Pontuação técnica} \times 80\%) + (\text{Pontuação Preço} \times 20\%)$$

XIV. DO JULGAMENTO DA HABILITAÇÃO

14.1. Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do art. 6º, inciso I, e do art. 11, inciso XI, da Lei nº 12.232/10.

14.2. Serão julgados inabilitados os interessados que deixarem de atender as exigências de habilitação ou cujos documentos estejam com prazos de validade expirados.



14.3. A inabilitação implica na preclusão do direito do licitante em prosseguir no certame.

14.4. Não será causa de inabilitação a mera irregularidade formal que não afete o conteúdo, a idoneidade do documento ou não impeça seu entendimento.

14.5. No caso de inabilitação de todos os interessados, a Comissão de Licitação poderá fixar o prazo de 08 (oito) dias úteis para apresentação de novos documentos, conforme disposto no artigo 48, § 3º da lei nº 8.666/93, com a redação da Lei nº 8.883/94 e da Lei nº 9.648/98.

14.6. A ocorrência de fato superveniente que possa acarretar inabilitação de licitante deverá ser comunicada imediatamente à Comissão Permanente de Licitação, no momento em que ocorrer.

XV. DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

15.1. Ao proponente classificado em primeiro lugar será adjudicado o objeto da presente licitação.

15.2. A homologação do presente certame compete ao Presidente da Câmara Municipal, ato que será praticado após o julgamento e o decurso dos prazos recursais ou a decisão dos recursos eventualmente interpostos e adjudicação do objeto.

XVI. DO RECEBIMENTO DO OBJETO CONTRATUAL

16.1 Os serviços da presente licitação serão prestados pelo licitante vencedor, através de termo de Contrato, conforme minuta anexa.

16.2. O recebimento dos serviços objeto da presente licitação será feito pela Direção Geral da Câmara Municipal de Rio Piracicaba.

XVII. DO PAGAMENTO DOS SERVIÇOS E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

17.1 O pagamento será efetuado mensalmente, até o 5º (quinto) dia útil posterior à emissão da Nota Fiscal/Fatura referente aos serviços prestados, conforme seguir:

a) Nota fiscal/Fatura do contratado emitida para a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, devidamente certificada, acompanhadas das Notas Fiscais dos prestadores de serviços, emitidas a Câmara Municipal e enviadas ao contratado, além de 1 (um) exemplar de todas as publicações realizadas no período para a Contabilidade e 1 (um) exemplar de todas as publicações legais, para arquivamento junto ao Processo de Licitação.

17.2. Na ocorrência de necessidade de providências complementares por parte



da contratada, o decurso do prazo para pagamento será interrompido, reiniciando a contagem a partir da data em que estas forem cumpridas.

17.3. O valor desta licitação, assim como as despesas dela decorrentes, será empenhado por meio da dotação orçamentária:

Dotação: **01.031.0001.4003.3.3.90.39.00-D0025.**

17.4. Os serviços serão pagos em conformidade com o abaixo especificado:

a) **Serviços internos da agência:** será remunerado dentro do valor de desconto oferecido pela empresa licitante vencedora, tendo-se como referencial, os valores especificados na tabela do SINAPRO;

b) **Serviços Subcontratados pela agência:** Os serviços de publicações na imprensa falada e escrita serão remunerados, em conformidade com o previsto na Lei 4680/95 e Decreto nº 57.690/66, diretamente pela licitante contratada (agência) e, os serviços subcontratados como (outdoor, pesquisa de opinião e outros), serão remunerados aos prestadores, diretamente pela agência, conforme acordo externo entre as partes.

17.5. Não será devida qualquer remuneração à Contratada sobre quaisquer serviços de terceiros solicitados e pagos diretamente pela Câmara, tais como sonorização, vídeos, placas, serviços gráficos (convites, boletins informativos etc.), confecção e aposição de faixas, shows em eventos e apoios para seminários, confecção de out-door, bem como jornais ou revistas elaboradas pela Direção Geral da Câmara Municipal.

XVII. DO CONTRATO E PRAZOS

18.1. Encerrado o procedimento licitatório, o vencedor será convocado para, no prazo de até 5(cinco) dias úteis desta, firmar o termo de contrato, decorrente dos termos e condições deste Edital e da proposta aceita, e reger-se-á pelas normas da Lei nº 8.666/93, pelos preceitos de direito público, aplicando supletivamente, os princípios da teoria geral dos contratos e as disposições de direito privado.

18.2. Na hipótese da adjudicatária deixar de assinar o contrato no prazo fixado, sem justificativa expressa e aceita pela Câmara, estará precluso seu direito à contratação.

18.2.1. Qualquer solicitação de prorrogação de prazo para assinatura do contrato decorrente desta licitação somente será aceita se apresentada antes do decurso do prazo para tal e devidamente fundamentada.

18.3. Na ocorrência da hipótese prevista no item 17.2 anterior, o fato em si constituirá inadimplência, podendo o objeto da licitação ser adjudicado à segunda



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo

www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br



colocada, a exclusivo critério da Câmara e desde que esta aceite as mesmas condições propostas pela primeira colocada, inclusive quanto aos preços, sujeitando-se a empresa faltosa, ainda, às sanções previstas neste Edital e na legislação pertinente.

18.4. O presente contrato terá sua vigência até 31/12/2020, podendo ser prorrogado, a critério do Contratante e mediante a anuência da Contratada, por meio de termos aditivos, obedecido o período admitido na legislação em vigor, conforme dispõe o art. 57, II, da Lei nº 8.666/93, conforme nova redação que lhe deu a Lei nº 9.648/98.

XIX. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

19.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas caracterizará a inadimplência da adjudicatária /contratada, sujeitando-a as seguintes penalidades:

19.1.1. Advertência

19.1.2. Multa, nos seguintes percentuais:

- a) Multa no importe de 0,5% (cinco décimos por cento) do valor devido sobre o serviço ou parte dele, por dia de atraso na entrega do serviço ou bem;
- b) Multa no importe de 1% (um por cento) do valor do contrato, no caso de não publicação de qualquer matéria legal ou publicação fora do prazo solicitado pelo contratante, podendo ocorrer rescisão contratual e aplicação das demais penalidades previstas neste título;
- c) Multa de 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato, no caso da contratada injustificadamente desistir da contratação podendo ser ainda aplicadas demais penalidades previstas neste título;

19.1.3. Suspensão temporária do direito de licitar e contratar com a Administração Municipal de Rio Piracicaba;

19.1.4. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

19.2. A penalidade de advertência será aplicada pela Presidência da Câmara Municipal, de ofício ou mediante provocação de terceiros.

19.3. A multa prevista no subitem 20.1.2 será aplicada pela Presidência da Câmara Municipal.

19.4. A aplicação das penalidades e declaração de inidoneidade são de



competência do Presidente da Câmara Municipal, facultada a defesa do contratado no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias contados da abertura de vista.

19.5. Na aplicação das penalidades previstas nos subitens 20.1.1 a 20.1.4 será facultada a defesa do interessado no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

XX. DO DIREITO DE PETIÇÃO

20.1. É facultado ao licitante, em decorrência das decisões relacionadas com a presente licitação nos termos dos arts. 41 e 109 da Lei nº 8.666/93, a interposição de:

20.1.1. **IMPUGNAÇÃO AO EDITAL** no prazo estabelecido pelo art. 41 da Lei 8.666/93, em face de vícios ou irregularidades porventura nele existentes.

20.1.2. Decairá do direito a impugnar os termos deste Edital perante a Câmara, o Licitante que o tendo aceitado sem objeções vier a apontar, depois do prazo fixado no subitem anterior, falhas ou irregularidades que o viciaria, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

20.2. **RECURSO**, no prazo de (02) dois dias úteis contados da intimação do ato ou da lavratura da ata quando presentes todos os licitantes, dos seguintes atos:

a) Habilitação ou inabilitação de licitante, dirigido à Comissão Permanente de Licitação, que poderá reconsiderar a decisão ou, mantendo-se, fazê-lo subir à autoridade competente, devidamente informado para decisão em (05) cinco dias úteis;

b) Do julgamento das propostas (classificação, desclassificação), também dirigido à Comissão Permanente de Licitação, que adotará o mesmo procedimento previsto na letra "a";

c) Da anulação ou revogação deste Edital dirigido ao Presidente da Câmara Municipal, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, que adotará o mesmo procedimento previsto na letra "a";

d) Habilitação ou inabilitação de licitante, dirigido à Comissão Permanente de Licitação, que poderá reconsiderar a decisão ou, mantendo-se, fazê-lo subir à autoridade competente, devidamente informado para decisão em (05) cinco dias úteis;

e) Do julgamento das propostas (classificação, desclassificação), também dirigido à Comissão Permanente de Licitação, que adotará o mesmo procedimento previsto na letra "a";

f) Da anulação ou revogação deste Edital dirigido ao Presidente da Câmara



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo

Municipal, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, que adotará o mesmo procedimento previsto na letra "a".

20.3. REPRESENTAÇÃO, no prazo de (02) dois dias úteis da intimação de decisão relacionada com o objeto da Licitação ou contrato, de que não caiba recurso hierárquico, dirigido ao Presidente da Câmara Municipal.

20.4. Os recursos previstos nas alíneas "a" e "b" do item 21.2 terão sempre o efeito suspensivo, podendo a autoridade competente motivadamente e presente razões de interesse público atribuir efeito suspensivo aos demais recursos.

20.5. Não serão considerados recursos que versem sobre aditamento ou modificação de proposta, bem como aqueles que procurem apresentar informações ou esclarecimentos que deveriam constar obrigatoriamente da proposta.

20.6. Não caberá mais de um recurso sobre a mesma matéria por parte de um mesmo licitante, bem como não caberá recurso sobre matéria já decidida em grau de recurso.

20.7. A decisão proferida em grau de recurso será definida, dela dando – se conhecimento aos interessados por publicação resumida no Quadro de aviso da Câmara Municipal e no site www.camararp.mg.gov.br ou por comunicação direta mediante comprovação de recebimento.

XXI- DO TRATAMENTO DIFERENCIADO ÀS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE CONFORME A LEI COMPLEMENTAR Nº 123/06.

21.1. A licitante comprovadamente enquadrada como microempresa (ME) ou empresa de pequeno porte (EPP) nos termos da Lei Complementar nº. 123/2006 e suas alterações posteriores terão o tratamento diferenciado e favorecido, expressamente previsto neste edital.

21.2. Para exercício do direito ao tratamento diferenciado, a licitante enquadrada como ME ou EPP deverá apresentar certidão simplificada expedida pela JUCEMG ou outro documento hábil, previsto em lei, que comprove a condição da empresa.

21.3. A licitante enquadrada como microempresa ou empresa de pequeno porte terá, nesta licitação, os seguintes tratamentos diferenciados e favorecidos:

21.3.1. Preferência de contratação por critério de desempate diferenciado;



21.3.2. Prazo diferenciado para apresentação dos documentos de regularidade fiscal.

21.3.2.1 No prazo diferenciado para apresentação dos documentos de regularidade fiscal, a licitante enquadrada como microempresa ou empresa de pequeno porte que apresentar esses documentos com algum tipo de restrição terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da data de declaração do vencedor deste processo, para apresentá-los novamente já sem qualquer restrição.

21.3.2.2. O prazo referido no item anterior poderá ser prorrogado por mais 05 (cinco) dias úteis, nos termos do art. 43, §1º da LC 123/06, com redação determinada pela LC 147/2014.

21.3.2.3. Durante o decurso dos prazos referidos nos itens 21.3.2.1 e 21.3.2.2, a licitante enquadrada como microempresa ou empresa de pequeno porte que apresentar os documentos de regularidade fiscal com algum tipo de restrição será considerada HABILITADA e permanecerá no processo.

21.3.2.4. A licitante enquadrada como microempresa ou empresa de pequeno porte deverá apresentar todos documentos de regularidade fiscal exigidos no edital, mesmo se houver algum tipo de restrição, sob pena de ser considerada INABILITADA.

21.3.2.5. Findo os prazos referidos nos itens 21.3.2.1 e 21.3.2.2, a licitante enquadrada como microempresa ou empresa de pequeno porte que não apresentar os documentos de regularidade fiscal exigidos neste edital já sem qualquer restrição será considerada INABILITADA e perderá o direito de contratar com a Câmara Municipal de Rio Piracicaba o objeto desta licitação.

21.3.2.6. Na ocorrência do disposto no item anterior a CPL poderá:

21.3.2.6.1. Convocar as licitantes remanescentes na ordem de classificação e observando o disposto deste Edital; ou

21.3.2.6.2. Revogar o presente processo licitatório.

XXII. DISPOSIÇÕES GERAIS

21.1. A Câmara Municipal poderá revogar a presente licitação por conveniência administrativa e interesse público devidamente justificado, sem que caiba à licitante direito a indenização, salvo em caso de dano efetivo disso resultante e na forma da lei.

21.2. A Câmara Municipal deverá anular a presente licitação, no todo e em parte, sempre que ocorrer ilegalidade, de ofício ou por provocação.



21.2.1. A anulação do procedimento licitatório não gera direito a indenização salvo nos casos legais.

21.3. É facultada à Comissão Permanente de Licitação ou à autoridade superior, em qualquer fase do julgamento, promover diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo e aferição do ofertado, bem como solicitar a Órgãos competentes a elaboração de pareceres técnicos destinados a fundamentar as decisões.

21.4. É vedado ao licitante retirar sua proposta ou parte dela depois de iniciada a reunião de abertura dos envelopes "PROPOSTA",

21.5. Havendo desistência por parte do licitante após o encerramento da reunião de abertura, se sujeitará este às penalidades previstas neste Edital.

21.6. A tolerância da Câmara Municipal com qualquer atraso ou inadimplência por parte da contratada não importará, de forma alguma, em alteração contratual.

21.7. Quaisquer informações ou esclarecimentos relativos a esta licitação serão prestados, pelo telefone (031) 3854-1353, pela Comissão de Licitação.

Rio Piracicaba, 16 de março de 2023.

Rio Piracicaba

Adrielle Adilaine Costa
ADRIELE ADILAINE COSTA
Presidente da Comissão de Licitação

Transparência e Legalidade!



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo



www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br

ANEXO I

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023 CONVITE Nº 002/2023

BRIEFING

I - ENTIDADE PROPONENTE: Câmara Municipal de Rio Piracicaba.

II - EMPRESA EXECUTORA: A contratada, vencedora do processo licitatório.

III - OBJETO DA CONTRATAÇÃO: O objeto da contratação é a prestação de serviços de publicidade, considerados estes o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a informação de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias, enfim, a publicidade dos atos da Câmara Municipal de Rio Piracicaba.

3.1. Constituem serviços específicos a serem prestados pela contratada:

- a) Promover a publicação de todos os atos e/ou instrumentos repassados pela Câmara Municipal de Rio Piracicaba, no prazo especificado no contrato de prestação de serviços;
- b) Realizar diretamente ou através de subcontratações de meios de comunicação adequados, a veiculação de publicidade de caráter, educativo ou informativo;
- c) Realizar diretamente ou por meio de subcontratação de fornecedores de bens ou serviços previamente solicitados pela presidência da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, a criação de artes, diagramação, concepção, elaboração de folders,

28



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo



www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br

panfletos, cartazes, out doors e outros serviços de publicidade não vedados pela Lei Federal nº 12.232/2010. No caso de subcontratação os serviços devem ser precedidas de minimamente três coletas de preços.

3.2. Além dos serviços acima mencionados, incluem-se, ainda: a execução de serviços de pesquisas de avaliação, a produção e a execução técnica de peças e projetos publicitários criados e a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, todos estes em conformidade com as necessidades da Câmara Municipal;

3.3. São vedadas as prestações de serviços relacionadas à assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas e a realização de eventos festivos pela agência de publicidade;

3.4. Os custos e as despesas de veiculação apresentadas à Câmara Municipal de Rio Piracicaba para pagamento deverão ser acompanhados de:

Demonstração do valor devido ao veículo de comunicação;

Tabela de preços do veículo de comunicação;

Demonstração do pedido de inserção da publicação.

3.5. Os serviços de comunicação social terão caráter educativo, informativo, de utilidade pública, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos (art. 37, §1º, da Constituição Federal);

3.6. As quantidades de serviços poderão sofrer alterações ou supressões, conforme interesse da Câmara;

3.7. Os serviços serão prestados pela Contratada, mediante prévia e expressa solicitação da Câmara Municipal, após aprovação da Direção Geral da Câmara;



3.8. Os serviços deverão ser executados pela Agência ou por subcontratada e deverão observar rigorosamente:

- a) Padrão de qualidade, prazos e custos fixados;
- b) Prática de preços em conformidade com os praticados no mercado, e, no caso de subcontratação, deverá ser realizada a tomada de minimamente 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, exceto nos de serviços realizados pela Imprensa falada e escrita;
- c) Obedecer às normas da legislação pertinente em vigor, em especial o Código de Ética, do CONAR, e a Lei Federal nº 12.232/10.

3.9. Além dos serviços internos da Agência, é facultada à mesma subcontratar a execução de partes de serviços do objeto do contrato mediante expressa solicitação da Direção Geral da Câmara Municipal, ressaltando que a contratada será a única e integral responsável pela boa e fiel execução dos serviços e cumprimento de todas as obrigações contratuais perante a Câmara Municipal.

IV - HISTÓRICO E CONTEXTUALIZAÇÃO

Situado na região central de Minas, na bacia do Rio Doce, a cidade de Rio Piracicaba teve sua origem, como tantos arraiais de Minas, na febre do ouro que empolgou e atraiu ao Sertão Mineiro, na última década do século XVII e início do século XVIII, bandeirantes paulistas e baianos.

O arraial de São Miguel de Rio Piracicaba, hoje Rio Piracicaba, teria sido fundado pelo Paulista João dos Reis Cabral, quando no dia 29 de setembro de 1713, fixou-se às margens de um pequeno ribeirão, afluente do Rio Piracicaba, onde logo constatou a existência de grande quantidade de pepitas de ouro, lugar este que a partir desta data passou a chamar-se Córrego São Miguel, em homenagem ao Santo do dia.



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo

www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br



Rio Piracicaba, segundo a língua Tupi/Guarani, quer dizer rio sem peixe ou peixe lustroso e negro (Cascudo) ou "corredeiras em que para o peixe". Rio Piracicaba, importante pela sua riqueza mineral, foi elevada à categoria de município pela Lei Estadual número 556 de 30 de agosto de 1911.

Em 06 de junho de 1912 teve instalada sua primeira Câmara Municipal, sendo o presidente à época, Senhor Antônio Saturnino, que também seria o primeiro prefeito, já que na época, o cargo era conhecido como Intendente. Essa data marca a total emancipação político administrativa do município, desligando-se em definitivo da cidade de Santa Bárbara, com a promulgação Lei Nº 01 – criando os "Estatutos Municipais".

Em toda sua trajetória, o Poder Legislativo do Município tem se pautado pela transparência e muito trabalho, mostrando como se faz uma Câmara moderna e atuante a cada dia, sempre de portas abertas à participação do nosso povo.

Dentre os importantes passos dados pelos nossos vereadores nos últimos anos, destacam-se:

- Primeira Câmara Municipal de Minas Gerais a eliminar o voto secreto;
- Primeira Casa Legislativa mineira a extinguir o recesso parlamentar no mês de julho;
- Líder mineira no corte de pagamento de reuniões extraordinárias;
- Os vereadores não dispõem de assessores parlamentares individuais;
- É líder em transparência. Anos antes de ser obrigatória a divulgação de informações, já disponibilizava todos os documentos públicos da Casa em seu site na internet;
- Realização do concurso público, com oportunidade de novos empregos;
- Em 15 de julho de 2022, promulgou nova Lei Orgânica Municipal. A legislação passou por uma revisão e atualização com o objetivo de se adequar às modificações propostas por várias emendas à Constituição Federal, à Constituição Estadual e à própria Lei Orgânica Municipal que vigorava desde 10 de maio de 1990.
- Concepção do site do Legislativo;
- Atualização do Regimento Interno;
- Criação da Medalha do Mérito Legislativo "José Couto de Almeida";



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo



www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br

- Criação da Condecoração do Mérito Escolar “Inêz Guedes Carneiro Dias”;
- Realização de diversos eventos, com vistas à maior promoção da cidadania;
- Criação do espaço cultural Professor Paulo Neves de Carvalho, ampliando ainda mais as oportunidades de participação da nossa comunidade;
- Criação da logomarca institucional, padronizada em divulgações internas e externas da Câmara;
- Aprovação da Lei que proíbe a prática do nepotismo no serviço público, ou seja, proíbe a contratação de parentes de primeiro e segundo grau no serviço público municipal para cargos comissionados;
- Criação do Diploma do “Operário Padrão”;

Esta é a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, que, além de fiscalizar e fazer leis vem se empenhando, a cada dia, promovendo vários avanços em favor da comunidade.

V - A CAMPANHA

Para efeito desse certame, as empresas participantes deverão promover um estudo acerca das redes sociais da Câmara Municipal de Rio Piracicaba (Youtube, Instagram e Facebook).

Diante do cenário de ser o Legislativo municipal, juntamente ao Executivo, os poderes mais próximos dos cidadãos, necessário avaliar e propor ações que promovam engajamento por meio das redes sociais já utilizadas, bem como considerar a viabilidade de novos recursos a serem implementados.

A comunicação pública precisa dar voz às demandas da comunidade, e, uma comunicação eficaz, criativa e constante ultrapassa os limites da simples disseminação de informações do poder Legislativo, pois contribui para ampliar a cidadania, orientar e educar a população.

Espera-se que com o bom funcionamento da comunicação da Câmara de Rio Piracicaba, os cidadãos percebam uma melhor compreensão do papel do poder

32



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo



www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br

Legislativo, da atuação dos vereadores, reduzindo o paradigma de que os políticos pouco trabalham, ou até mesmo sejam todos iguais, pensamentos que contribuem para afastar a população do poder público.

O desafio será mensurar onde e como as mensagens das redes sociais da Câmara de Rio Piracicaba penetram, bem como se processa a percepção do público-alvo.

Diante do cenário constatado, as empresas interessadas nesse processo licitatório deverão apresentar propostas para que as redes sociais do Legislativo se comuniquem com os diversos públicos do município, ampliando o acesso à informação de forma que o cidadão sintam-se motivado a compartilhar conteúdos, participar de ações e projetos do Legislativo, transformando a comunicação uma via de mão dupla.

VI - DA VERBA

Vale lembrar que a verba é de R\$170.000,00 (Cento e setenta mil reais), referente ao valor estimado para o contrato de 1 ano de execução.

VII - PÚBLICO ALVO

A população de Rio Piracicaba.

Rio Piracicaba, 16 de março de 2023.

ADRIELE ADILAINE COSTA

Diretora da Câmara



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo



www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br

ANEXO II

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023
CONVITE Nº 002/2023

MODELO DE CREDENCIAMENTO

Mediante o presente, credenciamos o(a) Sr.(a), portador (a) da Cédula de Identidade nº e CPF nº, a participar da licitação instaurada pela Câmara Municipal de Rio Piracicaba, na modalidade CONVITE Nº 002/2023, na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, outorgando-lhe plenos poderes para pronunciar-se em nome da empresa, CNPJ nº, bem como formular propostas, dar lances verbais e praticar todos os demais atos inerentes ao certame, inclusive assinar contratos.

..... de de
Rio Piracicaba

Assinatura do Dirigente da Empresa



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo



www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br

ANEXO III

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023
CONVITE Nº 002/2023

MODELO DE DECLARAÇÃO DE CUMPRIMENTO DO INCISO XXXIII DO ART. 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

....., CNPJ
....., sediada à, declara
sob as penas da Lei, para os fins requeridos no inciso XXXIII, do artigo 7º da
Constituição Federal, consoante o que se estabeleceu no artigo 27, inciso V, da
Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, que não tem, em seu quadro de
empregados, menores de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre,
bem como em qualquer trabalho menores de 16 anos, salvo na condição de
aprendiz, a partir de 14 anos.

Rio Piracicaba

_____ de _____ de 2023.

Transparência e Legalidade!

.....
Nome e Assinatura da Licitante



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo



www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br

ANEXO IV

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023
CONVITE Nº 002/2023

DECLARAÇÃO DE FATO IMPEDITIVO

_____, CNPJ _____
_____, sediada _____
, por intermédio de seu representante legal, infra-assinado, e para os fins do CONVITE nº 002/2023, DECLARA expressamente que até a presente data, inexistem fatos supervenientes impeditivos para sua habilitação no presente processo licitatório, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores, em cumprimento ao que determina o subitem 8.1.1 do Edital.

Câmara Municipal
_____, _____ de _____ de _____
Rio Piracicaba

Assinatura do Representante Legal e carimbo da Licitante

Transparência e Legalidade.



ANEXO V

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023
CONVITE Nº 002/2023

PROPOSTA COMERCIAL
(PAPEL TIMBRADO DA PROPONENTE)

Declaramos que, nos termos desta licitação, **CARTA CONVITE Nº 002/2023**, adotaremos a seguinte política de preços:

a) Em atendimento ao item 7.1, alínea "c" do edital, informamos que o desconto a ser concedido a Câmara Municipal de Rio Piracicaba sobre os custos internos baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências do Estado de Minas Gerais, será de: _____%(_____por cento).

b) Em atendimento ao item 7.1, alínea "d" do edital, informamos que os honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, será de: _____%(_____por cento).

c) Em atendimento ao item 7.1 alínea "e" do edital, informamos que os honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, será de: _____%(_____por cento).

d) Em atendimento ao item 7.1 alínea "f" do edital, informamos que o desconto padrão sobre o valor dos negócios que serão encaminhados ao veículo por ordem e conta da Câmara Municipal (Comissão da agência) será de _____%(_____por cento), sobre o valor bruto da tabela do veículo.

Ressaltamos que a nossa proposta tem validade de 60 (sessenta) dias contados da data limite prevista para entrega dos envelopes; e que os tributos e todos os demais encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato relativamente aos serviços prestados serão de nossa responsabilidade.

Caso nos seja adjudicado o objeto da presente licitação, nos comprometemos a fornecer no prazo determinado os documentos de convocação, indicando para



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo



www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br

esse fim o Sr. _____,
Carteira de Identidade n°. _____ expedida em __/__/____,
Órgão Expedidor _____ e CPF n° _____, como
representante legal desta empresa.

Finalizando, declaramos que estamos de pleno acordo com todas as condições estabelecidas no Edital da licitação e seus anexos.

Atenciosamente,

.....
FIRMA PROPONENTE / CNPJ

.....
REPRESENTANTE LEGAL / CPF

Câmara Municipal
Rio Piracicaba

Transparência e Legalidade!



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo



www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br



ANEXO VI

AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023 CONVITE Nº 002/2023.

MINUTA DE CONTRATO REFERENTE A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, CONFORME PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023, CONVITE 002/2023.

A CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA, CNPJ Nº.23.943.467/0001-70, com sede na Avenida Dom Joaquim Silvério, 174 – Bairro Praia, deste município, a seguir denominado **CONTRATANTE**, neste ato representado por seu Presidente, Sr. _____; brasileiro, residente e domiciliado nesta cidade, portador da CI: _____ e do CPF: _____ e a _____, CNPJ Nº _____ com sede na _____, a seguir denominada **CONTRATADA**, neste ato representado (a) pelo Sr (a). _____, CPF _____, C.I. _____, resolvem firmar o presente contrato, em conformidade com o Processo Licitatório nº 009/2023, na modalidade Convite 002/2023, do tipo Menor Preço e Técnica, regida pela Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações e pela Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1- O objeto da contratação é a prestação de serviços de publicidade no exercício de 2023, considerado este o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a informação de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir idéias. Enfim, a publicidade dos atos da Câmara Municipal de Rio Piracicaba.

1.1. Constituem serviços específicos a serem prestados pela contratada:

a) Promover a publicação de todos os atos e/ou instrumentos repassados pela Câmara Municipal de Rio Piracicaba, no prazo especificado no contrato de prestação de serviços;



b) Realizar diretamente ou através de subcontratações de meios de comunicação adequados, a veiculação de publicidade de caráter social, educativo ou informativo;

c) Realizar diretamente ou por meio de subcontratação de fornecedores de bens ou serviços previamente solicitados pela presidência da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, a criação de artes, diagramação, concepção, elaboração de folders, panfletos, cartazes, out doors e outros serviços de publicidade não vedados pela Lei Federal nº 12.232/2010. Todas as contratações devem ser precedidas de minimamente três coletas de preços.

1.2. Além dos serviços acima mencionados, incluem-se, ainda: a execução de serviços de pesquisas de avaliação, a produção e a execução técnica de peças e projetos publicitários criados e a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, todos estes em conformidade com as necessidades da Câmara Municipal;

CLÁUSULA SEGUNDA – DO PREÇO E DA FORMA DE PAGAMENTO

2.1. – O preço total estimado do presente contrato é de R\$ 170.000,00 (Cento e setenta mil reais).

2.2. O valor a ser pago, será apurado calculando-se o desconto de : ____%(por cento) sobre os custos de produção da empresa, apurados em relação à tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais – SINAPRO.

2.3. O valor a ser pago pelos honorários incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, será de: ____%(____ por cento).

2.4. O valor a ser pago pelos honorários incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, será de: ____%(____ por cento).

2.5. O desconto padrão sobre o valor dos negócios que serão encaminhados ao veículo por ordem e conta da Câmara Municipal (Comissão da agência) será de ____%(____ por cento), sobre o valor bruto da tabela do veículo.

2.6. O pagamento das faturas seguirá a estrita ordem cronológica das datas de suas exigibilidades.

2.7. A CONTRATANTE efetuará o pagamento pelos serviços objeto deste



contrato, desde que previamente autorizados e depois de comprovada a sua efetiva realização, até o 5º (quinto) dia útil posterior à apresentação dos respectivos documentos legais de cobrança.

2.8. Será lavrado Termo de Aceitação de Serviço, assinado pelo responsável designado pela CONTRATANTE para a fiscalização do contrato.

2.9. A Nota Fiscal/Fatura de quaisquer fornecedores será emitida em nome da Câmara Municipal de Rio Piracicaba e entregue aos cuidados da CONTRATADA para faturamento.

2.10. A Nota Fiscal/Fatura deverá ser emitida em moeda corrente do país, isenta de erros.

2.11. – A CONTRATADA deverá discriminar em sua Nota Fiscal/Fatura o nome e o número da Nota Fiscal/Fatura do fornecedor, bem como a discriminação dos serviços prestados.

2.12. – O faturamento deverá vir acompanhado:

- Comprovante da prestação de serviços;
- Nota Fiscal/Fatura do fornecedor com a discriminação obrigatória do período da prestação de serviços;
- Autorização devidamente assinada pelo responsável;
- Aprovação do Serviço mediante assinatura do responsável.

2.13. No caso dos serviços não estarem de acordo com as especificações técnicas e demais exigências da CONTRATANTE, fica ela desde já autorizada a reter o respectivo pagamento, até que sejam processadas as alterações e retificações determinadas.

2.14. Os documentos de cobrança deverão ser corretamente emitidos e no caso de incorreção, serão devolvidos, e o prazo para pagamento contar-se-á da data de reapresentação da fatura/nota fiscal.

2.15. Dos pagamentos devidos ao contratado, serão descontados os valores de multa ou eventuais débitos daquela para com a administração, referentes a qualquer contrato entre as mesmas partes, sem obrigatoriedade de prévio aviso.

CLÁUSULA TERCEIRA - DA ALTERAÇÃO DO CONTRATO

3.1. Este instrumento poderá ser alterado, com as devidas justificativas, nos seguintes casos:

3.1.1. Unilateralmente, pela CONTRATANTE, quando necessária a modificação



do valor contratual em decorrência de acréscimo ou diminuição quantitativa de seu objeto, nos limites permitidos pela Lei.

3.1.2. Por acordo das partes:

3.1.2.1. Quando necessária a modificação do modo de fornecimento, em face de verificação técnica da inaplicabilidade dos termos contratuais originários;

3.1.2.2. Quando necessária a modificação da forma de pagamento, por imposição de circunstâncias supervenientes, mantido o valor inicial atualizado, vedada a antecipação do pagamento sem o correspondente prestação dos serviços contratados;

3.1.2.3. Para restabelecer a relação que as partes pactuaram inicialmente entre os encargos do contratado e a retribuição da administração para a justa remuneração dos serviços, objetivando a manutenção do equilíbrio econômico-financeiro inicial do contrato, na hipótese de sobrevirem fatos imprevisíveis ou previsíveis, porém de consequência incalculável, retardadores ou impeditivos da execução do ajustado, ou, ainda, em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe, configurando área econômica extraordinária e extraordinária.

3.2. O contratado fica obrigado a aceitar, nas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem nas compras, até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

3.3. Havendo alteração unilateral do contrato, que aumente os encargos do contratado, a Administração deverá restabelecer, por aditamento, o equilíbrio econômico-financeiro inicial.

CLÁUSULA QUARTA - DA DOTAÇÃO

4.1.- As despesas decorrentes do presente contrato correrão à conta da dotação orçamentária nº **01.031.0001.4003.3.3.90.39.00-D0025**

CLÁUSULA QUINTA - DA VIGÊNCIA

5.1. - O presente contrato entrará em vigor na data de sua assinatura e encerrar-se-á em **31/12/2023**, podendo ser prorrogado, a critério do Contratante e mediante a anuência da Contratada, por meio de termos aditivos, obedecido o período admitido na legislação em vigor, conforme dispõe o art. 57, II, da Lei nº 8.666/93, conforme nova redação que lhe deu a Lei nº 9.648/98.

5.2. - A prorrogação do prazo contratual poderá ocorrer, a critério do Contratante, nos termos da Lei nº. 8.666/93, ou outra que vier a substituí-la.



CLÁUSULA SEXTA - DA NOVAÇÃO

6.1. - Toda e qualquer tolerância por parte do Contratante na exigência do cumprimento do presente contrato, não constituirá novação, nem muito menos a extinção da respectiva obrigação, podendo a mesma ser exigida a qualquer tempo.

CLÁUSULA SÉTIMA - DA FISCALIZAÇÃO

7.1.- Não obstante o fato de o Contratado ser o único e exclusivo responsável pelo fornecimento do objeto deste, a Câmara, através de sua própria equipe, sem restringir a plenitude dessa responsabilidade, exercerá a mais ampla e completa fiscalização no recebimento do objeto, em condições especificadas no presente.

CLÁUSULA OITAVA – DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

São obrigações das partes:

8.1 – DO CONTRATANTE:

- a) Prestar ao Contratado todos os esclarecimentos necessários à execução do Contrato.
- b) Acompanhar e fiscalizar o cumprimento do objeto do contrato.
- c) Efetuar o pagamento na forma e prazo previstos na Cláusula 2ª deste instrumento.

8.2 – DA CONTRATADA:

8.2.1 – Apresentar em local, dia e hora, para a execução dos serviços, objeto da presente licitação, sempre que solicitada pelo CONTRATANTE e entregar as peças e/ou serviços publicitários dentro dos prazos estabelecidos pela mesma.

8.2.2 - Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;

8.2.3. – Responsabilizar-se por todos os serviços especificados neste contrato, de modo a garantir sua plena execução, utilizando equipamentos adequados e pessoal técnico qualificado.

8.2.4. Responder por danos dolosos ou culposos causados aos bens da Câmara Municipal, à sua imagem ou de terceiros, por seus funcionários e/ou terceiros que estejam trabalhando sob sua orientação.

8.2.5. Reparar, às suas expensas, os serviços rejeitados pelo Câmara, efetuados em discordância prévia com o estabelecido pela Presidência da Câmara



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo



www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br

Municipal.

8.2.6 – Manter as condições de habilitação durante a vigência do contrato.

8.2.7– O serviço só será realizado após aprovação da Direção Geral da Câmara Municipal.

8.2.8 – Apresentar, sempre que solicitada pelo CONTRATANTE e entregar as peças e/ou serviços publicitários dentro dos prazos estabelecidos pela mesma.

8.2.9– Responsabilizar-se pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais decorrentes da execução dos serviços.

8.2.10 Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica do Convite que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo **CONTRATANTE**;

8.2.11 Envidar todos os esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e transferir, integralmente, ao **CONTRATANTE**, todas e quaisquer vantagens referentes à produção e veiculação;

8.2.12 Repassar ao **CONTRATANTE** todos os descontos e favorecimentos financeiros obtidos no desenvolvimento de seu trabalho, reconhecendo que sobre estes valores não incidirá a Comissão da **CONTRATADA**;

8.2.13 Solicitar prévia autorização ao **CONTRATANTE**, quando houver necessidade de contratação de pessoas (artistas, técnicos, etc.) não pertencentes ao seu quadro de colaboradores;

8.2.14 Solicitar prévia autorização ao **CONTRATANTE** quando, no desenvolvimento dos trabalhos aqui contratados, for necessária a realização de quaisquer despesas extraordinárias;

8.2.15 Efetuar e apresentar, antes das subcontratações, cotações de preços para aquisição de suprimentos, com pelo menos 03 (três) fornecedores, remetendo ao **CONTRATANTE** para prévio exame e aprovação.

8.2.16 Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, 03 (três) propostas, observando sempre que, se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

8.2.17 Obter a aprovação prévia e expressa do **CONTRATANTE** para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este

44



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo

www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br



contrato;

8.2.18 Submeter à subcontratação de terceiros, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do **CONTRATANTE**; e nos casos em que o **CONTRATANTE** proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado e rejeitá-los, providenciar novos fornecedores;

8.2.19 Orientar a produção das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pelo **CONTRATANTE**;

8.2.20 Transferir ao **CONTRATANTE** o desconto de antecipação de pagamento, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado;

8.2.21 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do **CONTRATANTE**, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da **CONTRATADA** pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria **CONTRATADA** ou por terceiros por ela contratados;

8.2.22 Prestar esclarecimentos ao **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação;

8.2.23 Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome do **CONTRATANTE**, somente mediante sua prévia e expressa autorização;

8.2.24 Responder perante o **CONTRATANTE** e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato;

8.2.25 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o **CONTRATANTE**;

8.2.26 Comunicar ao **CONTRATANTE** e obter sua aprovação, quando da contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a **CONTRATADA** ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente participação societária, ou qualquer vínculo comercial;

8.2.27. Efetuar os pagamentos aos prestadores de serviços em até o 3º (terceiro) dia útil, após recebimento da contratante.

CLÁUSULA NONA – DA RESCISÃO



9.1. - A Contratante poderá rescindir o Contrato, independente de interpelação judicial ou extrajudicial e de qualquer indenização, nos seguintes casos:

- a) O não cumprimento ou o cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações ou prazos, por parte da CONTRATADA;
- b) A decretação de falência ou a instauração de insolvência civil da CONTRATADA;
- c) Razões de interesse público ou na ocorrência das hipóteses do art. 78 do Estatuto das Licitações;
- d) A ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

10.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas caracterizará a inadimplência da adjudicatária /contratada, sujeitando-a as seguintes penalidades:

10.1.1. Advertência

10.1.2. Multa, nos seguintes percentuais:

- a) Multa no importe de 0,5% (cinco décimos por cento) do valor devido sobre o serviço ou parte dele, por dia de atraso na entrega do serviço ou bem;
- b) Multa no importe de 1% (um por cento) do valor do contrato, no caso de não publicação de qualquer matéria legal ou publicação fora do prazo solicitado pelo contratante, podendo ocorrer rescisão contratual e aplicação das demais penalidades previstas neste título;
- c) Multa de 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato, no caso da contratada injustificadamente desistir da contratação podendo ser ainda aplicadas demais penalidades previstas neste título;

10.1.3. Suspensão temporária do direito de licitar e contratar com a Administração Municipal de Rio Piracicaba;

10.1.4. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

10.2. A penalidade de advertência será aplicada pela Presidência da Câmara Municipal, de ofício ou mediante provocação de terceiros.

10.3. A multa prevista no subitem 10.1.2 será aplicada pela Presidência da



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo



www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br

Câmara Municipal.

10.4. A aplicação das penalidades e declaração de inidoneidade são de competência do Presidente da Câmara Municipal, facultada a defesa do contratado no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias contados da abertura de vista.

10.5. Na aplicação das penalidades previstas nos subitens 10.1.1 a 10.1.4 será facultada a defesa do interessado no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA PUBLICAÇÃO

11.1. - O extrato do presente contrato será publicado no órgão de divulgação oficial da Câmara Municipal que é quadro de avisos da Câmara e o site www.camararp.mg.gov.br.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DO FORO

12.1. - Fica eleito o foro da comarca de Rio Piracicaba/MG, para solucionar quaisquer dúvidas quanto à execução do presente contrato.

E, por estarem justas, as partes firmam o presente instrumento em 02 (duas) vias de igual teor e forma, na presença das testemunhas abaixo.

Rio Piracicaba/MG, _____ de _____ de 2023.

CONTRATANTE:

CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA/MG

CONTRATADA:

CONTRATADA

Testemunhas: _____

CPF nº:

_____ CPF nº:



ANEXO VII

DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS
EDITAL DE LICITAÇÃO – CONVITE Nº 002/2023

Rio Piracicaba, dede 2023

À
Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Prezados Senhores,

A empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por meio de seu representante legal, senhor (a) _____, portador (a) da Cédula de Identidade nº _____, expedida pelo _____, inscrito no CPF sob o nº _____, em relação a questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, declara que:

- a) para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, artefinalização e assemelhados) ou conexos, a inteira e exclusiva responsabilidade (por si ou por terceiros), garantimos a Câmara Municipal de Rio Piracicaba a cessão total dos direitos de uso, por tempo ilimitado inclusive diante da possibilidade de reclamações futuras, nos termos da Lei 9.610/98;
- b) para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de utilização do material, pela Câmara Municipal de Rio Piracicaba com a definição de percentual do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso;
- c) adotaremos o compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos;
- d) o compromisso de que em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros - solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para execução do serviço. um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a Câmara escolha uma das opções;
- e) que nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, condicionará a



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo



www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br

contratação de serviços com terceiros pelo período indicado pela Câmara Municipal de Rio Piracicaba e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

f) o compromisso, quando a Câmara optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, de fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços.

Atenciosamente,

(Assinatura do representante legal da empresa)

Câmara Municipal
Rio Piracicaba

Transparência e Legalidade!



PARECER JURÍDICO

Processo Licitatório nº: 009/2023

Modalidade: Convite nº 002/2023

Objeto: Prestação de serviços de publicidade e propaganda por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, no exercício de 2023.

Finalidade Parecer: Parágrafo único do art. 38 da lei 8666/93. Aprovação do edital e seus anexos

Veio para apreciação e análise desta Assessoria Jurídica o processo administrativo de licitação, convite nº 002/2023 tendo como finalidade a contratação de serviços de publicidade e propaganda por meio de agência, destinada ao atendimento das necessidades da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, para o exercício de 2023.

De início deve-se ressaltar que o convite prevê como critério de julgamento técnica e preço o que a princípio, afastaria a possibilidade de utilização do convite como modalidade de licitação, conforme entendimento do TCE/MG:

Processo nº: 811101 **Natureza:** Denúncia **Referência:** Edital de Licitação
– Convite n. 003/2009 **Órgão/Entidade:** Câmara Municipal de Campestre
Responsáveis: Fábio Borges Rugani, Francisco Ferreira Guerrero Neto, respectivamente, Presidentes da Câmara Municipal e da Comissão de Licitação **Denunciante:** Academia de Gestão Pública S.A, representada por Roger de Araújo Melo **Procurador:** André Luiz Franco Loiola **Representante do Ministério Público:** Marcilio Barenco Corrêa de Mello
Relator: Conselheiro Eduardo Carone Costa **EMENTA:** DENÚNCIA – CÂMARA MUNICIPAL – LICITAÇÃO – CONVITE – LOCAÇÃO DE SOFTWARES – APONTAMENTO DE IRREGULARIDADES – DESCUMPRIMENTO DO ART. 40 DA LEI N. 8.666/93 – INCOMPATIBILIDADE DA MODALIDADE CONVITE (TÉCNICA E PREÇO)



– VIOLAÇÃO DO PRINCÍPIO DA ISONOMIA – AFRONTA DO ART. 30 DA LEI N. 8.666/93 – CRITÉRIOS MODIFICADOS – PONTUAÇÃO DESARRAZOADA – PARA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA – PROIBIÇÃO DE PARTICIPAÇÃO DE GRUPO ECONÔMICO – EXIGÊNCIA DE CERTIDÃO DE QUITAÇÃO E DE CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITO – FALTA DE MOTIVAÇÃO PARA ESCOLHA DE LOCAÇÃO DE SOFTWARE – OMISSÃO QUANTO AO DISPOSITIVO DE TRANSPARÊNCIA (LC 131/2009) – FALTA DE DESAGREGAÇÃO NA PROPOSTA COMERCIAL – PROCEDÊNCIA PARCIAL DA DENÚNCIA – DETERMINAÇÃO PARA ANULAÇÃO DO CERTAME – RECOMENDAÇÕES E DETERMINAÇÕES. 1) Dá-se provimento parcial à Denúncia, determinando-se à Administração a adoção de providências para extinção do edital. 2) Fazem-se recomendações e determinações aos gestores responsáveis. 3) Mandam-se arquivar os autos após o cumprimento das exigências regimentais cabíveis à espécie.

[...]

2. Indevida escolha da modalidade “convite”; Não obstante as alegações do Denunciado de que os softwares objeto da licitação seriam específicos e, portanto, não poderiam ser classificados como bens ou serviços comuns, esta eg. Corte tem entendido, na mesma esteira que o Tribunal de Contas da União, que “complexo” não descaracteriza o “comum” como pré requisito para a licitação de bens através de Pregão, o que seria uma alternativa adequada ao caso em tela. Ademais, como bem salientou o Órgão Técnico (fls. 417), o convite é a modalidade licitatória mais simples, sendo a qualificação dos licitantes presumida ou verificada por meio de cadastramento prévio, não comportando, portanto, habilitação preliminar. Em vertente diametralmente oposta, o tipo de licitação “melhor técnica e preço” só pode ser adotado para fornecimento de bens e execução de obras ou prestação de serviços de grande vulto (art. 46, § 3º da Lei nº 8666/93). Logo, a simplicidade da licitação na modalidade “convite” e os valores de contratação a que se atrela não admitem as condições que, via de regra, surgem nas licitações do tipo “técnica e preço”. Assim, pela sua natureza, incompatível a aplicabilidade do “convite”, cujo valor pressupõe obras e serviços de pequeno vulto, com o julgamento através de “melhor técnica e preço” para bens ou serviços licitados, por se encontrarem em



polos inconciliáveis de aplicação dentro da lei. Por esta razão, mantenho a irregularidade apontada.

Contudo, a lei 12.232/2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, expressamente autoriza a utilização do convite como modalidade de licitação para a contratação.

Vejamos os artigos 5º e 10, §10 da citada lei:

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

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

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

Desta forma, em razão da redação do art. 5º c/c o art. 10, §10 da Lei 12.232/10, opino no sentido de que é possível a utilização da modalidade convite com critério de julgamento técnica e preço para o objeto retro mencionado.

Ultrapassada a questão preliminar, passamos a análise do edital.

Em que pese o fato de que na presente fase é analisado, tão somente, o atendimento dos requisitos constantes do art. 40 da Lei 8.666/93, cumpre registrar, em atendimento aos princípios da oportunidade, da eficiência e da celeridade do processo administrativo, que a CPL observe estritamente as normas contidas no art.



38 da Lei 8.666/93, requisitos mínimos para a instauração e andamento do processo de licitação, *in verbis*:

Art. 38. O procedimento da licitação será iniciado com a abertura de processo administrativo, devidamente atuado, protocolado e numerado, contendo a autorização respectiva, a indicação sucinta de seu objeto e do recurso próprio para a despesa, e ao qual serão juntados oportunamente:

- I - edital ou convite e respectivos anexos, quando for o caso;
- II - comprovante das publicações do edital resumido, na forma do artigo 21 desta Lei, ou da entrega do convite;
- III - ato de designação da comissão de licitação, do leiloeiro administrativo ou oficial, ou do responsável pelo convite;
- IV - original das propostas e dos documentos que as instruírem;
- V - atas, relatórios e deliberações da Comissão Julgadora;
- VI - pareceres técnicos ou jurídicos emitidos sobre a licitação, dispensa ou inexigibilidade;
- VII - atos de adjudicação do objeto da licitação e da sua homologação;
- VIII - recursos eventualmente apresentados pelos licitantes e respectivas manifestações e decisões;
- IX - despacho de anulação ou de revogação da licitação, quando for o caso, fundamentado circunstanciadamente;
- X - termo de contrato ou instrumento equivalente, conforme o caso;
- XI - outros comprovantes de publicações;
- XII - demais documentos relativos à licitação.

Parágrafo único. As minutas de editais de licitação, bem como as dos contratos, acordos, convênios ou ajustes devem ser previamente examinadas e aprovadas por assessoria jurídica da Administração. (Redação dada ao par. único pela Lei nº 8.883, de 08.06.1994)

Passamos, agora, a análise do atendimento dos requisitos constantes do art. 40 da Lei 8.666/93. Relativamente ao edital de licitação em análise, confrontando todos os seus termos com os requisitos constantes do art. 40 da Lei 8666/93, verifico que o mesmo contém previsão quanto a:

- O objeto, com descrição sucinta e clara, devidamente caracterizado no termo de referência;
- Prazo e condições para assinatura e execução do contrato;
- Critério de aceitabilidade do preço;
- Sanções nas hipóteses de mora;
- Condições e obrigações a serem assumidas pelo contratado, quando da execução do objeto;



- Previsão de recursos administrativo, em conformidade com o art. 109 da Lei 8666/93;
- Condições de recebimento do objeto.

Por fim, registro que a CPL observe a correta formalização e instrução do procedimento licitatório, nos termos do art. 38 da Lei 8.666/ c/c os arts. 16 e 17 da LC101/00.

Assim, pela análise do edital, opino no sentido de que o mesmo atende os requisitos insertos no art. 40 da Lei 8.666/93 registrando-se que a presente análise não alcança a motivação da contratação, bem como a descrição do objeto e o preço estimado, que refogem à previsão legal contida no parágrafo único do art. 38 da Lei 8.666/93. É o parecer, em caráter opinativo e não vinculativo.

Rio Piracicaba, 16 de março de 2023.

JÚNIA DO ROSÁRIO MAIA VIEIRA
OABMG 169.957



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo

www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br



AVISO DE LICITAÇÃO

A Câmara Municipal de Rio Piracicaba, Estado de Minas Gerais, através da Comissão Permanente de Licitação, em cumprimento ao disposto no art. 21 da Lei nº 8.666/93, torna público que fará realizar Licitação na forma que segue:

Processo Licitatório nº: 009/2023

Modalidade de Licitação: Convite nº 002/2023

Síntese do objeto: Prestação de serviços de publicidade e propaganda no exercício de 2023, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal.

Tipo de Licitação: Técnica e Preço

Critério de Julgamento: Menor Preço e Técnica

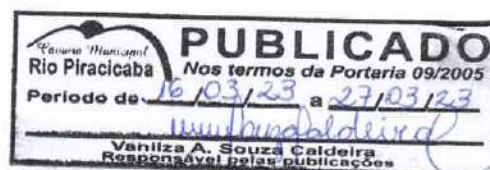
Entrega de envelopes: 27/03/2023 até às 08h30min

Abertura dos envelopes: 27/03/2023 às 9 horas

Local para informações e obtenção do Edital e anexos: Câmara Municipal de Rio Piracicaba, à Av. Dom Joaquim Silvério, 174- Centro, de 8 às 12 horas e de 13 às 16 horas ou pelo telefone: (31) 3854-1353.

Rio Piracicaba, 16 de março de 2023.


ADRIELE ADILAINE COSTA
Presidente da Comissão de Licitação



De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 14:23
Para: 'movida@movidacomunica.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Atenciosamente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

camararp@camararp.mg.gov.br



De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 14:25
Para: 'contato@az3.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353



camararp@camararp.mg.gov.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 14:26
Para: 'contato@agencia.life'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

hi

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 14:28
Para: 'perfil@perfil252.com'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353



camararp@camararp.mg.gov.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 14:28
Para: 'contato@solutioncom.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

Adrielle



camararp@camararp.mg.gov.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 14:29
Para: 'contato@alias.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353



camararp@camararp.mg.gov.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 14:30
Para: 'atendimento@filadelfiacom.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTES E-MAILS.

Atenciosamente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353



camararp@camararp.mg.gov.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 14:31
Para: 'contato@staloin.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353



De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 14:31
Para: 'contato@criartecomunica.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353



camararp@camararp.mg.gov.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 14:32
Para: 'contato@lapisraro.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353



camararp@camararp.mg.gov.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 14:32
Para: 'gerencia@pontepropaganda.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

camararp@camararp.mg.gov.br



De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 14:33
Para: 'ten@tencomunicacao.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353



camararp@camararp.mg.gov.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 14:35
Para: 'soraiaduthra@ladoc.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353



camararp@camararp.mg.gov.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 14:39
Para: 'luiz.oliveira@siglacomunicacao.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

camararp@camararp.mg.gov.br



De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 14:53
Para: 'andre@agenciaorigami.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

Cordialmente,

Adriele Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

hi



camararp@camararp.mg.gov.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 14:55
Para: 'simone.gazolla@criartecomunica.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

*Criarte Comunicação
e Marketing.*

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

sh



camararp@camararp.mg.gov.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 15:19
Para: 'simone@shineoncomunicacao.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353



De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 15:20
Para: 'filipe@lumecomunicacao.com'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezado, boa tarde!

Vimos convidá-lo para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353



camararp@camararp.mg.gov.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 15:23
Para: 'contato@perfil252.com'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353



camararp@camararp.mg.gov.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 15:24
Para: 'sandra.promo@terra.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezada, boa tarde!

Vimos convidá-la para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

hi



De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 15:24
Para: 'anderson.lopes@vistacomunicacao.com'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezado, boa tarde!

Vimos convidá-lo para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

Lu



De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 15:25
Para: 'atendimento@trezentos.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezado, boa tarde!

Vimos convidá-lo para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353



camararp@camararp.mg.gov.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 15:26
Para: 'financeiro@trezentos.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353



camararp@camararp.mg.gov.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 15:26
Para: 'contato@casanovadigital.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

Atenciosamente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353



De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 15:27
Para: 'contato@agenciaapice.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

Handwritten signature

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 15:28
Para: 'financeiro@lumecomunicacao.com'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 15:58
Para: 'contato@originalpp.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

*Original PEP.
Comunicação.*

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

camararp@camararp.mg.gov.br



De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 15:59
Para: 'daniella.paula@18net.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

18 Comunicação

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adriele Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

camararp@camararp.mg.gov.br



De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 16:00
Para: 'interface@interfacecomunicacao.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adriele Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

camararp@camararp.mg.gov.br



De: Simone Soares [simone@shineon.com.br]
Enviado em: quinta-feira, 16 de março de 2023 16:14
Para: camararp@camararp.mg.gov.br; simone@shineoncomunicacao.com.br
Assunto: RES: Licitação 009/2023 - Publicidade

Boa tarde

Confirmando recebimento

Att

Simone Soares
Especialista de Marketing

www.shineon.com.br

31 3852-1634

Av. Wilson Alvarenga - 1047 - 8º andar - João Monlevade - MG



shineOn
COMUNICAÇÃO

De: camararp@camararp.mg.gov.br <camararp@camararp.mg.gov.br>
Enviada em: quinta-feira, 16 de março de 2023 15:19
Para: simone@shineoncomunicacao.com.br
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

Shi



camararp@camararp.mg.gov.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: sexta-feira, 17 de março de 2023 11:40
Para: 'licitacao@lumecomunicacao.com'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, bom dia!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adriele Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

hi



camararp@camararp.mg.gov.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: sexta-feira, 17 de março de 2023 11:41
Para: 'faturamento@lumecomunicacao.com'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, bom dia!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

Cordialmente,

Adriele Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

Handwritten signature

camararp@camararp.mg.gov.br



De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: sexta-feira, 17 de março de 2023 13:04
Para: 'Euler Rodrigues'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Staloin

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adriele Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

camararp@camararp.mg.gov.br



De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: sexta-feira, 17 de março de 2023 13:07
Para: 'cristiane.nogueira@stalocomunicacao.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adriele Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

Chi



camararp@camararp.mg.gov.br

De: Cristiane Nogueira [cristiane.nogueira@stalocomunicacao.com.br]
Enviado em: sexta-feira, 17 de março de 2023 14:07
Para: camararp@camararp.mg.gov.br
Assunto: Re: Licitação 009/2023 - Publicidade

Ei Adrielle, boa tarde!

Tudo bem?
Agradeço o convite, vamos analisar.

Forte abraço

Em sex., 17 de mar. de 2023 às 13:07, <camararp@camararp.mg.gov.br> escreveu:

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa

Câmara Municipal de Rio Piracicaba

(31) 3854-1353

--
Cristiane Nogueira
Financeiro/Administrativo
31 99813-7334



Av. do Contorno, 2.260
Floresta - BH - MG - 30110-012

Jhi



Res

De: Euler Rodrigues [euler@staloin.com.br]
Enviado em: sexta-feira, 17 de março de 2023 14:21
Para: camararp@camararp.mg.gov.br; Cristiane Nogueira
Assunto: Re: Licitação 009/2023 - Publicidade

Oi Adriele, boa tarde.

Tudo bem?

Agradeço o convite, mas mesmo com o novo valor, fica uma média prevista de 14 mil bruto. Seria um valor inicial para trabalharmos, mas a concorrência solicitada é trabalhosa, com riscos e investimentos para tal. Para nós não é interessante.

Obrigado de qualquer forma,

Abraço,
Euler Mendes
CEO
31 99347.6591



Av. do Contorno, 2 280
Floresta - BH, MG 30.110-012



Em sex., 17 de mar. de 2023 às 13:04, <camararp@camararp.mg.gov.br> escreveu:

Prezados, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adriele Costa

Câmara Municipal de Rio Piracicaba

(31) 3854-1353



sh



De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: sexta-feira, 17 de março de 2023 14:51
Para: 'rubens@interfacecomunicacao.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezado, boa tarde!

Vimos convidá-lo para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adriele Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

A handwritten signature in blue ink, located in the bottom right corner of the page.

camararp@camararp.mg.gov.br



De: rubens [rubens@interfacecomunicacao.com.br]
Enviado em: sexta-feira, 17 de março de 2023 15:20
Para: camararp@camararp.mg.gov.br
Cc: rubens@interfacecomunicacao.com.br
Assunto: RE: Licitação 009/2023 - Publicidade

Boa tarde,
Recebido e encaminhado ao setor responsável.

Enviado do meu Galaxy

----- Mensagem original -----

De : camararp@camararp.mg.gov.br
Data: 17/03/2023 14:51 (GMT-03:00)
Para: rubens@interfacecomunicacao.com.br
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade

Prezado, boa tarde!

Vimos convidá-lo para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

ENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

Cordialmente,

Adriele Costa

Câmara Municipal de Rio Piracicaba

(31) 3854-1353

Vi

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: sexta-feira, 17 de março de 2023 15:45
Para: 'thalles@agenciaorigami.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezado, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTES E-MAILS.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353



camararp@camararp.mg.gov.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: sexta-feira, 17 de março de 2023 16:05
Para: 'marcelo.ramos@18net.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezado, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: sexta-feira, 17 de março de 2023 16:06
Para: 'antoniocarlos@18net.com.br'
Assunto: Licitação 009/2023 - Publicidade
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezado, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTE E-MAIL.

Cordialmente,

Adrielle Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

De: marcelo.ramos@18net.com.br
Enviado em: sexta-feira, 17 de março de 2023 16:24
Para: camararp@camararp.mg.gov.br
Assunto: RES: Licitação 009 - 2023

Prezada Adriele Costa, boa tarde.

Informo o recebimento do devido edital.

Atenciosamente,



Marcelo Ramos | Financeiro

31 3280 0018
marcelo.ramos@18net.com.br
www.18net.com.br

De: camararp@camararp.mg.gov.br <camararp@camararp.mg.gov.br>
Enviada em: sexta-feira, 17 de março de 2023 16:17
Para: marcelo.ramos@18net.com.br
Assunto: Licitação 009 - 2023

Prezado, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adriele Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

18

De: camararp@camararp.mg.gov.br
Enviado em: sexta-feira, 17 de março de 2023 16:17
Para: 'marcelo.ramos@18net.com.br'
Assunto: Licitação 009 - 2023
Anexos: Licitação 009-2023- Publicidade (1).pdf

Prezado, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.

Cordialmente,

Adriele Costa
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
(31) 3854-1353

camararp@camararp.mg.gov.br



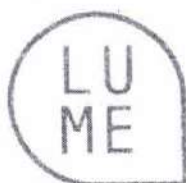
De: Filipe Rosa [filipe@lumecomunicacao.com]
Enviado em: sexta-feira, 17 de março de 2023 21:02
Para: 'Adriele Costa'; 'camararp@camararp.mg.gov.br'
Assunto: RES: Licitação 009/2023 - Publicidade

Boa noite Adriele, tudo bem?

Obrigado pelo convite.

Vamos avaliar a possibilidade de entrarmos, mas apesar do aumento da verba, ainda acho difícil viabilizar a nossa participação.

De qualquer forma agradeço imensamente pelo convite.



Filipe Rosa
Diretor

31 2517 5265 | 31 9 9844 7460
lumecomunicacao.com

Atenciosamente,

De: Adriele Costa <adrielebh@yahoo.com.br>
Enviada em: sexta-feira, 17 de março de 2023 15:34
Para: Filipe Rosa <filipe@lumecomunicacao.com>
Assunto: Fw: Licitação 009/2023 - Publicidade

Prezado, boa tarde!

Vimos convidá-los para participar do Processo Licitatório 009/2023 para prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO NO E-MAIL camararp@camararp.mg.gov.br

Cordialmente,

Adriele Costa

Câmara Municipal de Rio Piracicaba

(31) 3854-1353



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo



www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br

RECIBO

Recebi da Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, "ENVELOPE OFÍCIO PARDO – SEM IDENTIFICAÇÃO", para apresentar Plano de Comunicação Publicitária, conforme dispõe o item 6.4.2 do Processo de Licitação Nº 009/2023, Convite nº 002/2023.

Rio Piracicaba, 27 de março de 2023.

Câmara Municipal
SHINE-ON
SHINE-ON LTDA
Pedrete Araújo de Castro Fernandes
CPF: 042.607.606-02

Transparência e Legalidade!

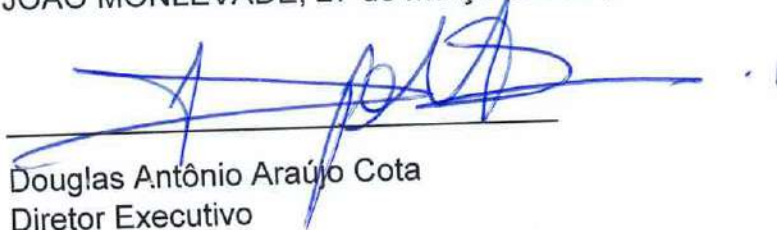


CRENCIAMENTO

Por este instrumento particular de Procuração, a empresa Shine On Ltda, com sede na Avenida Wilson Alvarenga, 1680 – 1º andar – Bairro Carneirinhos – João Monlevade/MG – CEP 35930-001, inscrita no CNPJ sob nº 02.367.995/0001-59 e com Inscrição Estadual Isento, representada neste ato por seu Diretor Executivo, Sr. Douglas Antônio Araújo Cota, portador da Cédula de Identidade RG M 7 576 952 e do CPF 02 995 332 632, nomeia e constitui seu bastante Procurador a Sra. Pedrete Araujo de Castro Fernandes, portadora da Cédula de Identidade RG MG 6821451e do CPF04260760602, a quem confere amplos poderes para representar a empresa e a quem confere amplos poderes para junto à Câmara Municipal de Rio Piracicaba(ou de forma genérica: para junto aos órgãos públicos federais, estaduais e municipais) praticar os atos necessários para representar a outorgante na licitação na modalidade **PROCESSO LICITATÓRIO N°009/2023 CONVITE N°002/2023** usando dos recursos legais e acompanhando-os, conferindo-lhes, ainda, poderes especiais para desistir de recursos, interpô-los, decidir sobre quaisquer eventualidades que possam surgir durante o referido ato, negociar condições, confessar, transigir, desistir, firmar compromissos ou acordos, receber e dar quitação, podendo ainda, substabelecer está para outrem, com ou sem reservas de iguais poderes, dando tudo por bom firme e valioso.

A presente procuração é válida durante todo processo desta concorrência.

JOÃO MONLEVADE, 27 de março de 2023



Douglas Antônio Araújo Cota
Diretor Executivo

Razão Social: ShineOn Ltda
CNPJ: 02.367.995/0001-59
Av. Wilson Alvarenga, 1047, 8º andar
Bairro Carneirinhos - João Monlevade – MG - CEP: 35.930-001
Telefone fixo: 31-3852-1634

02 367 995 / 0001 - 59

SHINE ON LTDA. - ME

AV. WILSON ALVARENGA, Nº 1047 - SALA 801

CARNEIRINHOS - CEP 35930-480

JOÃO MONLEVADE - MG





Câmara Municipal de Rio Piracicaba
Conferido na Internet
 Data 27/10/2014
 Agente de Contratação / Pregoeiro

Handwritten signatures and notes:
 [Signature]
 [Signature]
 [Signature]

Nº DO PROTOCOLO (Uso de Junta Comercial)

JUCEMG - UD89
 CPM. Nº JOAO MOLEVADE
 14/266.899-1

Secretaria de Micro e Pequena Empresa de Presidência da República
 Secretaria de Racionalização e Simplificação
 Secretariado de Registro Empresarial e Integração
 Secretária de Estado de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais
 Nº de Matrícula do Agente Auxiliar de Contrato

Nº de Matrícula do Agente Auxiliar de Contrato: **2062**

31215352851

1 - R. SOLICITAMENTO
ILMO(A). SR(A). PRESIDENTE DA JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS

SHINE ON LTDA - EPP
 (da Empresa ou do Agente Auxiliar de Contrato)
 requer - a V.Sª o deferimento do seguinte ato:

Nº FCNREMP
 J143485987233

Nº DE VIAS DO AT.O	CÓDIGO DO EVENTO	QTD	DESCRIÇÃO DO AT.O / EVENTO
1	023	1	ALTERAÇÃO EXTINÇÃO DE FILIAL NA UF DA SEDE

JOAO MOLEVADE
 Local

Representante Legal da Empresa / Agente Auxiliar do Contrato:
 Nome: Do-ges Antonio Augusto Costa
 Assinatura: [Signature]
 Telefone de Contato: 38621834

2 - JUNTO DA JUNTA COMERCIAL
 DECISÃO COLEGIADA

Nome(s) Empreendedor(is) igual(es) ou semelhante(s):
 SIM
 NÃO

23 Junho 2014
 Data

DATA	RESPONSÁVEL	DATA	RESPONSÁVEL

DECISÃO SINGULAR
 Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexo)
 Processo de arquivamento. Publicação e arquivamento.
 Processo de arquivamento. Publicação.

DECISÃO COLEGIADA
 Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexo)
 Processo de arquivamento. Publicação e arquivamento.
 Processo de arquivamento. Publicação.

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS
 PROCESSO REGISTRADO SOB O Nº 338802
 Nº 09/09/2014
 SHINE ON LTDA - EPP
 PROTOCOLO 14266.899-1

31366018

CURSE RVACÕES

NOTAS:

Certifico que este documento da empresa SHINE ON LTDA - EPP, Nº 3120535285-1, foi deferido e arquivado na Junta Comercial do Estado de Minas Gerais, sob o nº 8368602 em 09/09/2014. Para validar este documento, acesse www.jucemg.mg.gov.br e informe: Nº do protocolo 14266.899-1 e o código de segurança 7amX. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 11/09/2014 por Marilene de Paula Borim - Secretária Geral

pág. 1/4

SHINE ON LTDA - ME
DÉCIMA TERCEIRA ALTERAÇÃO CONTRATUAL

DOUGLAS ANTONIO ARAUJO COTA, brasileiro, casado com comunhão parcial de bens, empresário, residente e domiciliado Rua Alberto Scharlé, 443 Apto 601, Bairro Novo Horizonte, João Montevade, Minas Gerais, CEP 35.930 - 022, natural de João Montevade, Minas Gerais, nascido aos 18/12/76, portador da cédula de identidade MG. 7.756.952 expedida pela SSP/MG, inscrito no CPF/MF sob o n.º 02999532632 e **CLÉRIA ARAUJO COTA**, brasileira, casada com comunhão parcial de bens, empresária, residente e domiciliada na Rua Beira Rio, n.º 21, Bairro Centro Industrial, João Montevade, Minas Gerais, CEP 35930-460, natural de Rio Piracicaba, Minas Gerais, nascida aos 03/01/57, portadora da cédula de identidade n.º M-2. 786.893 expedida pela SSP/MG, inscrita no CPF/MF sob o n.º 372.189.016-15, únicos sócios da empresa **SHINE ON LTDA - ME**, com atos constitutivos arquivados na JUCEMG sob o n.º 31205352851 em 12/01/1998, inscrita no CNPJ sob o n.º 02.367.995/0001-59, resolvem alterar o contrato social que passa a vigorar mediante cláusulas e condições a seguir:

DAS ALTERAÇÕES

a) Neste ato fica baixada a filial com endereço na Rua Januária, 28, sala 05, Centro, São Gonçalo do Rio Abaixo, Minas Gerais, CEP - 35.935-970, NIRE 31902345252, inscrita no CNPJ sob o n.º 02.367.995/0002-30.

b) Diante das alterações ora efetuadas, os sócios acima qualificados resolvem consolidar o seu contrato social que passa a vigorar mediante cláusulas e condições a seguir:

CONTRATO SOCIAL CONSOLIDADO

PRIMEIRA - denominação social, (art. 997 II, CC/2002)
A sociedade gira sob a denominação social de SHINE ON LTDA - EPP, e tem sua sede e domicílio na Avenida Wilson Alvarenga, 1047, Sala 801, Bairro Carneirinhos, João Montevade, Minas Gerais, CEP. 35.930-001.

SEGUNDA - Capital Social, (art. 997, III, CC/2002) (art. 1.055, CC/2002).
O capital social é de R\$500.000,00 (quinhentos mil reais) dividido em 500.000 (quinhentas mil) quotas no valor unitário de R\$1,00 (um real) distribuído o seguinte modo:

I - DOUGLAS ANTONIO ARAUJO COTA.....	494.500 QUOTAS = R\$ 494.500,00
I - CLÉRIA ARAUJO COTA.....	5.500 QUOTAS = R\$ 5.500,00
TOTAL	500.000 QUOTAS = R\$ 500.000,00

João Montevade/MG - Rua Fênix Das, 271 - Salas 01, 02 e 03 - Rodário - Fone: (31)3852-3113 Fax: (31)3 852-3208 CEP: 35920-167 - contabil@arthurso.com.br - www.contabilizarthurso.com.br

Ardua

Certifico que este documento da empresa SHINE ON LTDA - EPP NIRE 3120535285-1 foi deferido e arquivado na Junta Comercial do Estado de Minas Gerais, sob o n.º 53656802 em 09/09/2014. Para validar este documento, acesse www.jucecmg.gov.br e informe: N.º do protocolo 14/2068899-1 e o código de segurança 7amX. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 11/09/2014 por Marinely de Paula Bomfim - Secretária Geral.

Câmara Municipal de Rio Piracicaba
Conferido na Internet
Data 27/03/23
lu
Agente de Contratação / Pregoeiro



Ardua
Lu

TERCEIRA - Objeto
O objetivo social é PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADES E PROPAGANDAS (AGENCIAS DE PUBLICIDADES)

QUARTA - Prazo de duração (art. 997, II, CC/2002).

A sociedade tem seu prazo de duração por tempo indeterminado.

QUINTA - Cessão de quotas - (art. 1.056, art. 1.057, CC/2002).

As quotas são indivisíveis e não podem ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

SÉXTA - Responsabilidade dos sócios - (art. 1.052, CC/2002).

A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

SÉTIMA - Administração - (artigos. 997, VI, 1.013, 1.015, 1.064, CC/2002).

A administração da sociedade cabe ao sócio Douglas Antonio Araújo Cola, com os poderes e atribuições de administrar a sociedade de acordo com o interesse social vedado, no entanto assumir obrigações estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros.

OTTAVA - Prestação de contas - (art. 1.065, CC/2002).

Até o término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perda apurados.

NONA - Deliberação dos sócios (art. 1.071 e 1.072, § 2º e art. 1.078, CC/2002).

Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador quando for o caso.

DÉCIMA - abertura de filiais

A sociedade pode a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

DÉCIMA PRIMEIRA - Retirada pró-labore

Os sócios podem, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "pró labore", observadas as disposições regulamentares pertinentes.

DÉCIMA TERCEIRA - Falecimento ou interdição - (art. 1.028 e art. 1.031, CC/2002).

Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou dos sócios remanescentes, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolve em relação a sócio.

DÉCIMA SEGUNDA - Impedimentos - (art. 1.011, § 1º, CC/2002).

O administrador declara, sob as penas da lei, de que não está impedido de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

DÉCIMA TERCEIRA - Uso da denominação social

O uso da denominação social é exercido pelo sócio administrador, ficando

João Manoel de MG - Rua Fernando Dias, 271 - Sala 01, 024-03 - Rosário - Fone: (31)2852.3113 Fax: (31)2 852.3208 CEP: 35920-190 - e-mail: joao@contabilarturso.com.br

Assinado digitalmente por João Manoel de MG

Certifico que este documento da empresa SHINE ON LTDA - EPP, Nire: 3120535285-1, foi deferido e arquivado na Junta Comercial do Estado de Minas Gerais, sob o nº E366802, em 09/09/2014. Para validar este documento, acesse www.jucemg.mg.gov.br e informe: N.º do processo 147265 888-1 e o código de segurança 7amX. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 11/09/2014 por Natimely de Paula Bomfim - Secretária Geral.

Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Conferido na Internet

Data 27/03/23

Agente de Contratação / Pregoeiro



Assinado digitalmente por Natimely de Paula Bomfim

Assinado digitalmente por Natimely de Paula Bomfim

Assinado digitalmente por Natimely de Paula Bomfim

Contabilidade Arthuro Ltda
Carlos Augusto Arthuro / Bacharel em Ciências Contábeis
Contabilidade - assessoria - consultoria - pericia judicial

expressamente proibido o uso da denominação social em documentos que não sejam inerentes aos interesses sociais, especialmente em fianças, abonos, endossos e avais em favor de terceiros.
Parágrafo único - Todos os atos praticados pelo sócio administrador inobstando estas disposições tornar-se-ão nulos e sem nenhum efeito.

DÉCIMA QUARTA - Foro

Fica eleito o foro de João Monlevade para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E, pôr assim estarem justos e contratados, assinam o presente instrumento, em 03 (três) vias de igual forma e teor.

João Monlevade, 22 de julho de 2014.

João Monlevade
Carimbo: João Monlevade

Douglas Antonio Araújo Cota

Douglas Antonio Araújo Cota
Carimbo: Dougl. Araújo Cota

Cleria Araújo Cota
Cleria Araújo Cota

RECEBIDO POR SEMPRE
DOUGLAS ANTÔNIO ARAÚJO COTA
CLERIA ARAÚJO COTA
João Monlevade 02/09/2014
21 Taboão da Neiva de João Monlevade
FONE: (31) 35 242 1461 09 1422



Câmara Municipal de Rio Piracicaba
Conferido na Internet
Data 27/03/23
Agente de Contratação / Pregoeiro

JUCEMG

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS
CERTIFICADO E REGISTRO SOB O Nº 6365982
EM 09/09/2014
AGÊNCIA DE LICITAÇÃO

PROTÓCOLO: 14226.899-1

801366017

João Monlevade/MG - Rua Fênix Dias, 271 - Setor 01, 02 e 03 - Rosário - Fone: (31)3852-3113 Fax: (31)3 852-3208 CEP: 35920-780 - cartorio@cammli.com - www.comarcadearthuro.com.br

Certifico que este documento da empresa SHINE ON LTDA - EPP, Nire: 3120535285-1, foi defendido e arquivado na Junta Comercial do Estado de Minas Gerais, sob o nº 5365902 em 09/09/2014. Para validar este documento, acesse www.juceamg.gov.br e informe o número do protocolo 14226.899-1 e o código de segurança 7amX. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 11/09/2014 por Mariney de Paula Bomfim - Secretária Geral.



Carimbo
Carimbo
Carimbo

3120532851
 1 - REQUERIMENTO
 ILMP SR. PRESIDENTE DA JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS

NOME: SHINE ON LTDA ? ME

(se empresa ou seu Agente Auxiliar de Contratação)

requer a V. SA o deferimento do seguinte ato:

Nº DE VIAS	CÓDIGO DO ATO	QTD	DESCRIÇÃO DO ATO / EVENTO
1			

[Handwritten signature]

JOAO MONLEVADE
 Local

16 DE JUNHO DE 2016
 Data

2 - USO DA JUNTA COMERCIAL
 DECISÃO SINGULAR

Nome(s) Empresarial(is) igual (ais) ou semelhantes(A):
 SIM

Representante Legal da Empresa / Agente Auxiliar do Comércio:
 Nome: DOUGLAS ANTONIO ARNOLD COTA
 Assinatura: *[Handwritten signature]*
 Telefone de Contato: (31) 7852 3113

DECISÃO COLEGIADA

Processo em Ordem
 A decisão

Data

NÃO Responsável
 2ª Exigência

DECISÃO SINGULAR
 Processo em exigência
 (Vide despacho em folha anexa)

Processo desatado. Publicar-se e arquivar-se.

Processo indeferido. Publicar-se.

DECISÃO COLEGIADA

Processo em exigência
 (Vide despacho em folha anexa)

Processo deferido. Publicar-se e arquivar-se.

Processo indeferido. Publicar-se.

NÃO Responsável
 3ª Exigência

DECISÃO COLEGIADA

Processo em Ordem
 A decisão

Data

NÃO Responsável
 4ª Exigência

DECISÃO COLEGIADA

Processo em Ordem
 A decisão

Data

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS
 inscrita no CNPJ nº 13.077.813
 inscrita em 15/07/2015

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS
 inscrita no CNPJ nº 15.374.787-4

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS
 inscrita no CNPJ nº 15.374.787-4

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS
 inscrita no CNPJ nº 15.374.787-4

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS
 inscrita no CNPJ nº 15.374.787-4

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS
 inscrita no CNPJ nº 15.374.787-4

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS
 inscrita no CNPJ nº 15.374.787-4

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS
 inscrita no CNPJ nº 15.374.787-4

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS
 inscrita no CNPJ nº 15.374.787-4

Câmara Municipal de Rio Piracicaba
 Conferido na Internet
 Data 27/03/23
 Agente de Contratação / Pregoeiro



[Handwritten signatures]

Junta Comercial do Estado de Minas Gerais
 inscrita no CNPJ nº 5043335 em 13/07/2015 de Empresa SHINE ON LTDA - EPP. Nire 3120532851 e protocolo 15374787 - 10/07/2015.
 Cartão de registro sob o nº 5043335 em 13/07/2015 por Marmely de Paula Bomfim - Secretária-Geral. Para validar este documento,
 Autenticação: 543860AA7D7E87B718C848A573E21D48A8A7F. Marmely de Paula Bomfim - Secretária-Geral. Esta cópia foi autenticada digitalmente
 acesso http://www.jucemg.mg.gov.br e Judomarc do protocolo 15374.787-4 e o código de segurança 7BUX. Esta cópia foi autenticada digitalmente
 e assinada em 08/07/2016 por Marmely de Paula Bomfim - Secretária-Geral.

REENQUADRAMENTO DE MICROEMPRESA (ME) COMO EMPRESA DE PEQUENO PORTE (EPP)

- Empresário
 Empresa Individual de Responsabilidade Ltda
 Sociedade Empresária

Ilm^o Senhor Presidente da Junta Comercial do Estado de Minas Gerais

Os sócios **DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA**, brasileiro, casado com comunhão parcial de bens, empresário, residente e domiciliado Rua Alberto Scharif, 443 Apto 601, Bairro Novo Horizonte, João Montevade, Minas Gerais, CEP 35.930 - 022, natural de João Montevade, Minas Gerais, nascido aos 18/12/76, portador da cédula de identidade MG. 7.756.952 expedida pela SSP/MG, inscrito no CPF/MF sob o nº. 02995332632 e **CLÉRIA ARAÚJO COTA**, brasileira, casada com comunhão parcial de bens, empresária, residente e domiciliada na Rua Beira Rio, nº. 21, Bairro Centro Industrial, João Montevade, Minas Gerais, CEP 35930-460, natural de Rio Piracicaba, Minas Gerais, nascida aos 03/07/57, portadora da cédula de identidade Industrial, João Montevade, Minas Gerais, CEP 35930-460, inscrita no CNPJ nº. M-2. 786.693 expedida pela SSP/MG, inscrita no CPF/MF sob o nº. 372.199.016-15, únicos sócios da empresa **SHINE ON LTDA - ME**, com atos constitutivos arquivados na JUCEMG sob o nº. 31205352851 em 12/01/1998, inscrita no CNPJ sob o nº. 02.367.995/0001-59 com sede na **Avenida Wilson Alvarenga, 1047, Sala 801, Bairro Carmelinhos, João Montevade, Minas Gerais, CEP. 35.930-001** vem no prazo legal de 30 (trinta) dias, comunicar que excedeu os limites da receita bruta anual fixados pelo inciso I do art. 3º da Lei Complementar nº. 123 de 14 de dezembro de 2006, desenhando-se como Microempresa (ME) e reenquadrando-se como Empresa de Pequeno Porte (EPP) e declarar que adotará o nome empresarial - **SHINE ON LTDA - EPP**.

João Montevade, 16 de junho de 2015.

Douglas Antonio Araújo Cota

Cléria Araújo Cota

Reconheço por autenticidade (LTD) sob sig.
CLÁudia ARAÚJO COTA
DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA
Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais
2416 Montevade de Minas de João Montevade.
2ª Turma Recursal de Minas Gerais - 1154-18320-148-14
14001-05-7061 - Recórdio: 1154-18320-148-14-48276-7

Rua. Ferrão Dias, 271 - Salas 01, 02 e 03 - Carmelinhos - Fone: (31) 3652-3113 - CEP: 35930-180.
garrutuso@gmail.com - www.contabilidadearthusto.com.br

Junta Comercial do Estado de Minas Gerais
Certidão registrada sob o nº. 55403336 em 13/07/2015 da Empresa SHINE ON LTDA - EPP, Nire 31205352851 e protocolo 15374978 - 10072016.
Autenticação: 343663NA1D7E82715C568A57F511DAB9AF7F. Mathey de Paula Bonfim - Secretária-Geral. Para validar este documento, acesse <http://www.jucemg.org.br> e informe o nº do protocolo 15374 797-3 e o código de segurança 7bJUX. Esta cópia foi autenticada digitalmente e estrada em 06/07/2018 por Marney de Paula Bonfim - Secretária-Geral.

Câmara Municipal de Rio Piracicaba
Conferido na Internet
Data 27/03/23
Agente de Contratação / Pregoeiro



Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature and several initials.

REPUBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
 MINISTERIO DA INFRAESTRUTURA
 DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRANSPORTES
 CARTEIRA NACIONAL DE HABILITACAO

PEDRETE ARAUJO CASTRO FERNANDES

DOC. IDENTIFICACAO / OUTRO IDENTIFICACAO: M6821451 / 897 / 1925

CITY: 042.607.506-02 / 08/08/1971

RENDA: PEDRETE ARAUJO FERNANDES / ANISIALE ARAUJO DE CASTRO FERNANDES

PROBADO: [] / AC: [] / CATEGORIA: B

Nº RENOVACAO: 03212959635 / VALIDADE: 27/09/2024 / EMISSAO: 27/10/1925

VALIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL
 1914218709

PROBIDO PLASTIFICAR
 1914218709

Assinatura: *Pedrete Araujo*
 Assessor Técnico do Protagor

LOCAL: TEABIRA - MG / DATA EMISSAO: 30/09/2019

Pedrete Araujo
 Melysanna Rosendo
 Diretor DETRAN/MG / 52652943571 / 43582231288

MINAS GERAIS

Confere com o Original e Dou Fé

Rio Piracicaba 27/03/23

Chi

Diretor (a) Geral

unhuip
Chi
Quito
Chon

The image shows the cover of a spiral-bound notebook. The cover is a vibrant blue color. A white geometric pattern of intersecting lines is overlaid on the blue background, creating various triangular and quadrilateral shapes. The word "CRIATIVIDADE" is printed in large, bold, white, sans-serif capital letters, centered on the cover. The spiral binding is visible on the left side. In the top right corner, there is a faint circular stamp with the number "520" and some illegible text. In the bottom right corner, there are some faint, handwritten scribbles in white or light blue ink.

CRIATIVIDADE

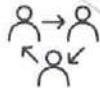
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Para atingir os resultados é preciso dedicação, amor, vontade. Isto nós temos de sobra, mas é necessário algo a mais. É preciso ter estrutura, profissionais qualificados, conhecer o mercado.

Ter experiência, visão crítica e novas soluções saindo do forno todos os dias. Não é por acaso que estamos há tanto tempo superando expectativas e realizando o que fazemos de melhor: comunicação.



Equipe profissional



Sistemática de atendimento



Prazos de execução dos serviços



Informações de comunicação



RELAÇÃO NOMINAL DOS CLIENTES



INSTALAÇÕES, INFRAESTRUTURA E RECURSOS

[Handwritten signatures and notes in blue ink]



EQUIPE PROFISSIONAL

Certificada pelo Cenp como agência full service, a shineOn Comunicação dispõem de profissionais graduados, pós graduados e com MBA em diversas áreas afins: marketing, marketing digital, comunicação com especialização nas áreas de publicidade e propaganda e jornalismo, design gráfico, administração, sistema de informação, letras, comunicação pública, entre outras.

Todos os processos - estudo, planejamento, conceituação, concepção, redação publicitária, criação e design, contratação e supervisão de produção e veiculação de mídia tradicional e online, administração dos recursos financeiros disponibilizados no contrato - são executados cumprindo as normas-padrão do Cenp e as leis exigidas para a comunicação dos Poderes Públicos.

NOSSA EQUIPE É: DIFERENTE, CRIATIVA E APIMENTADA!

Profissionais com formação superior e especializações (MBA, Pós, Cursos de Especialização).

Processos gerenciais internos que qualificam e especializam todos os setores da agência.

Sistemática de estudos para elevar o conhecimento do mercado publicitário e do ambiente do cliente.

Inovação para se manter atualizada e em sintonia com a evolução da comunicação do setor público através dos meios digitais.

[Assinaturas manuscritas]

Quantificação e qualificação dos profissionais que serão disponibilizados na execução do contrato:

Douglas Cota	Diretor Atendimento e Diretor Criação Experiência 26 anos
Simone Soares	Diretora e Analista de Marketing Experiência 25 anos
Pedrete Castro	Diretora Administrativa Experiência 30 anos
Ana Luísa Bueno	Atendimento, RTVCD e Produção Experiência 15 anos
Estéfane Oliveira	Atendimento e Mídia Digital Experiência 1 ano
Kinderlly Brandão	Social Media Experiência 3 anos
Márcia Lana	Redação e Social Media Experiência 6 anos
Ícaro Costa	Redator Publicitário Experiência 14 anos
Ana Luisa Cota	Diretora Criação Experiência 20 anos
Diego Higino	Diretor Criação Experiência 18 anos
Leonardo Sathler	Diretor de Arte Experiência 16 anos
Talles Viana	Designer e Animação Gráfica Experiência 14 anos
Ana Carolina Rocha	Designer e Animação Gráfica Experiência 5 anos
Paulo Martins	Designer Gráfico Mídias Digitais Experiência 1 ano
Filipe Wes	Designer Gráfico Mídias Digitais Experiência 2 anos

Handwritten signatures and social media icons (Facebook, Instagram, WhatsApp, etc.)

DOUGLAS COTA Sênior

Fundador da agência ShineOn, é diretor executivo da agência e criatividade é sua paixão e vocação. Sua experiência de mais de 27 anos mercado publicitário possibilitou gerenciar contas do setor privado, como a multinacional ArcelorMittal, Sicoob Credimepi, Gerdau, Nova Era Silicon, Grupo RG Pneus, Rede Doctum e ainda do setor público, entre elas as Prefeituras de São Gonçalo do Rio Abaixo, João Monlevade, Alvinópolis, Bela Vista de Minas, Santa Maria de Itabira, Catas Altas e Rio Piracicaba, além das Câmaras Municipais São Gonçalo do Rio Abaixo, João Monlevade, Rio Piracicaba, Mariana e Ouro Branco. Geriu campanhas políticas vitoriosas para dezenas de candidatos a cargos do executivo e legislativo municipal, além de deputados federais e estaduais. Gerencia sua equipe de profissionais com estratégias direcionais e focadas em resultados, investindo esforços para manter a shineOn uma agência cada vez mais qualificada e inovadora.

SIMONE SOARES Sênior

MBA em Mídia Digital (Faculdades Dom Alberto), Pós Graduada em Marketing (Funcec), Pós Graduada em Comunicação Pública (Gama Filho), MBA em Publicidade e Propaganda (Gama Filho), Bacharel em Administração (Rede Doctum). Possui cursos de aperfeiçoamento em Gestão da Comunicação (FGV), Análise e Planejamento Financeiro e Planejamento Estratégico de Marketing (Sebrae), Especialização em Gestão da Comunicação (FGV), Especialização em Comunicação Integrada (ESPM), Tráfego Pago Googles Ads e Meta Ads, InboundMarketing (Resultados Digitais), Planejamento de Marketing Digital (Resultados Digitais), Byer Personas (Resultados Digitais), Gestor de Marketing (OAJ Treinamento Gerencial), Planejamento de Conteúdo para Redes Sociais (MLabs). Já criou estratégias de comunicação para o setor público que incluem entre outros a ArcelorMittal, Sicoob Credimepi, Grupo RG Pneus, Rede Doctum; além do setor público que abrangem as Prefeituras de São Gonçalo do Rio Abaixo, João Monlevade e Bela Vista de Minas, e as Câmaras Municipais de São Gonçalo do Rio Abaixo, João Monlevade, Rio Piracicaba, Mariana e Ouro Branco; compreendendo campanhas eleitorais de mais de 30 candidatos a cargos públicos (vereadores, prefeitos e deputados estaduais). Sua experiência de longos 25 anos a posiciona profissionalmente como especialista na área de marketing e planejamento estratégico de comunicação.

Handwritten signatures and notes in blue ink.

PEDRETE CASTO Sênior

Formada em Secretariado, detém uma experiência de mais de 25 anos no setor administrativo e financeiro, é profissional dinâmica e proativa, com larga experiência em rotinas administrativas e conhecimentos avançados de Windows, Internet, Outlook e Pacote Office. É responsável pelo gerenciamento e controle dos contratos públicos, realizando conferência dos faturamentos, emissões de notas fiscais e pagamentos de fornecedores e veículos.

KINDERLLY BRANDÃO

Bacharel em Jornalismo (UFOP) possui experiência na área de produção e gestão de conteúdo para mídias digitais. Estagiou durante dois anos no departamento de comunicação da Câmara Municipal de Mariana, onde realizou produção de campanhas para comunicação interna e externa, desenvolvimento e execução de eventos institucionais. Comunicativa, motivada, competente e proativa essas são as palavras que definem essa profissional.

ANA LUISA BUENO Sênior

Bacharel em Letras (Funcec), Pós-Graduando em Gestão Empresarial (Funcesi), cursos de aperfeiçoamentos em Análise e Planejamento Financeiro (Sebrae), Planejamento Estratégico de Marketing (Sebrae) e Legislação Eleitoral para Setores Públicos (AMM e Técnico em Administração (Grupo Ietaan). Possui acumulado experiência em atendimento e execução de planejamento de mídia e produção para clientes do Setor Público e Privado, abrangendo: ArcelorMittal, Nova Era Silicon, Gerdau, Rede Doctum, Prefeitura e Câmara de São Gonçalo do Rio Abaixo, Prefeitura e Câmara de João Monlevade, Prefeitura de Bela Vista de Minas, Câmaras de Mariana e de Ouro Branco.

MÁRCIA LANA

Bacharel em Jornalismo (PUC-MG) e Pós Graduada em "Marketing Digital" (PUC-MG). Possui cursos de extensão em "Marketing de Conteúdo" - Rock Content, "Inteligência Competitiva em Marketing" - PUC-MG, "Google Ads e Analytics" - Udemy, "Especialista em Produção de Conteúdo" e "Storytelling para Negócios". Acumula experiência em apuração, planejamento e produção de conteúdo para marketing digital, utilizando técnicas de otimização SEO, SEM e gerenciamento de canais digitais. Trouxe para a agência uma bagagem de novos conhecimentos para ampliar a área de atuação da agência no mundo digital, aumentando a potência da equipe de atendimento das contas da Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo, Alvinópolis e Bela Vista de Minas.

ANA LUISA COTA Sênior
Bacharel em Administração (Funcec), Pós-Graduada em Marketing (Funcec), Técnica em Publicidade e Propaganda (Centec) e Direção de Arte (IMPACTA).
Realizou aperfeiçoamentos profissionais através dos cursos de Planejamento de Marketing Digital (Resultados Digitais), Byer Personas (Resultados Digitais), Gestor de Marketing (OAJ Treinamento Gerencial), Planejamento de Conteúdo para Redes Sociais (MLabs). Sua experiência inclui o cargo de Analista de Marketing da AngloGold. Como diretora de criação da agência já foi responsável por inúmeras campanhas para a ArcelorMittal, Sicoob Credimepi, Gerdau, Nova Era Silicon, Rede Doctum, Prefeitura e Câmara de São Gonçalo do Rio Abaixo, Prefeitura e Câmara de João Monlevade, Prefeitura de Bela Vista de Minas, Câmaras Municipais de Mariana e Ouro Branco, Prefeitura Municipal de Alvinópolis, Santa Maria de Itabira e Catas Altas, além de diversas campanhas eleitorais para os cargos de vereador, prefeito e deputado estadual.

ESTÉFANE OLIVEIRA

Técnica em administração de empresas, cursos de aperfeiçoamento em Planejamento de Marketing Digital (Resultados Digitais), ByerPersonas (Resultados Digitais), Gestor de Marketing (OAJ Treinamento Gerencial) e Planejamento de Conteúdo para Redes Sociais (MLabs). É uma profissional dinâmica e proativa, sempre disposta a aprender o que há de novo no mundo da publicidade e do marketing digital. Na agência já atendeu as contas da Prefeitura de João Monlevade, Prefeitura de Alvinópolis, Prefeitura de Bela Vista de Minas e São Gonçalo do Rio Abaixo.

DIEGO HIGINO Sênior

Graduado em Marketing (Uninter) e formado em WebDesign Master (Microcamp Internacional), seu conhecimento é avançado e compreende domínio em inúmeros softwares de design gráfico, edição de imagens, editoração de vídeos e lógica de programação digital. Com grande capacidade criativa, assina várias peças de mídias digitais e tradicionais da agência. Sua expertise inclui conhecimento de estruturação de campanha digitais - sites, hotspots, portais, publicidade online, campanhas em redes sociais, planejamento digital, e-commerce, marketing de busca (SEO), marketing viral entre outros. Pela shineOn para integrou a equipe criativa na composição de inúmeras campanhas eleitorais para os cargos de vereador, prefeito e deputado estadual; para a ArcelorMittal, Sicoob Credimepi, Grupo RG Pneus, Rede Doctum; e para a Prefeitura e Câmara de São Gonçalo do Rio Abaixo, Prefeitura e Câmara de João Monlevade, Prefeitura de Bela Vista de Minas, Câmaras Municipais de Mariana e Ouro Branco, Prefeitura Municipal de Santa Maria de Itabira e Catas Altas.

ÍCARO VIEIRA Sênior

Formado em Publicidade e Propaganda (Newton Paiva). Seu histórico profissional inclui experiências adquiridas nas agências Rubra Comunicação, FazCom de Belo Horizonte e na HouseAgency da For Jeans Wear. Na shineOn contribuiu em campanhas de diversos clientes do segmento público e privado, ArcelorMittal, Prefeitura e Câmara de São Gonçalo do Rio Abaixo, Prefeitura e Câmara de João Monlevade, Prefeitura de Bela Vista de Minas.

LEONARDO SATHER

Presta serviços para a agência desde 2009 e complementa a equipe de criação da agência. Possui larga experiência na área de direção de arte e design, já assinou peças para Carrefour, Ricardo Eletro, Seculus, Sony, LG, Vivo, Banco do Brasil, Coca-Cola, Câmara Municipal de Ouro Branco, RG Pneus e Rede Graal. Possui como característica principal a agilidade e objetividade na criação de peças avulsas e peças para o meio digital. Graduado em Design Gráfico e Técnico em Gestão de Marketing, possui conhecimentos avançados em softwares gráficos, edição de imagens e vídeos.

PAULO MARTINS

Cursando Publicidade e Propaganda (UNIBH) e formado em Designer Gráfico, possui conhecimentos e experiência nos softwares Photoshop, Illustrator e os editores de Vídeo Filmora e CapCut. Pela shineOn já criou peças digitais para Prefeitura de Alvinópolis e Bela Vista, Câmara de Rio Piracicaba, além da Câmara de Dirigentes Legistas (CDL João Monlevade) e Colégio Cesp.

Handwritten signatures and notes in blue ink.

ANA CAROLINA ROCHA

Sênior

Graduada pela UFMG em Cinema de Animação e Artes Digitais, é uma profissional dinâmica, ágil e criativa. Integra a equipe de criação acrescentando dinamismo, profissionalismo e criatividade, sendo responsável por criação de campanhas em mídias tradicionais e digitais para clientes do setor público e privado. Seu conhecimento é avançado nos softwares Corel Draw, Photoshop, Illustrator, Premier, After Effects. Pela shineOn foi criativa de campanhas eleitorais para os cargos de vereador, prefeito e deputado estadual. Criou campanhas para Rádio Alternativa, ArcelorMittal, Sicoob Credimepi, Grupo RG Pneus, Rede Doctum; e para Prefeitura e Câmara de São Gonçalo do Rio Abaixo, Prefeitura e Câmara de João Monlevade, Prefeitura de Bela Vista de Minas, Prefeitura de Alvinópolis, Prefeitura de Catas Altas e Câmara de Rio Piracicaba.

FILIPE WES

Possui conhecimentos prático em softwares gráficos incluindo Photoshop, Illustrator e Premier. Iniciante na shineOn já trabalhou nas criações de peças para CDL, Espaço da Serra, Rádio Alternativa e Câmara de Rio Piracicaba.

TALLES VIANA Sênior

Graduado em Design Gráfico (Univale), possui também conhecimentos avançados em Corel Draw, Photoshop, Illustrator, Filmora, CapCut e Premier. Possui talento nato para criação de caricaturas e ilustrações. Sua capacidade criativa é materializada em peças para clientes dos setores privados, Rádio Alternativa, Rede Doctum, Colégio Cesp, Sevor, Bike Zone, e públicos, como a Prefeitura Municipal de Rio Piracicaba, Câmara de Rio Piracicaba, Câmara de Ouro Branco, Hospital Margarida, Farmácia Barros, Prefeitura Municipal de Catas Altas, Nova Era Silicon, entre outros. Fugindo do tradicional, é um profissional que agrega um valor diferenciado à equipe criativa, lançando um novo olhar e perspectiva sobre as peças criadas.

Filipe Wes
Talles Viana



SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

O objetivo primordial da agência shineOn é propor as melhores técnicas de comunicação, primando pela publicidade correta e legal das informações que o Poder Público precisa divulgar aos seus públicos-alvo.

O atendimento ágil será a premissa de trabalho, e a shineOn Comunicação é capacitada e qualificada para assessorar seus clientes do setor público em estudos e concepções de campanhas, peças avulsas, elaboração de propostas de mídia e não mídia, gerenciamento e coordenação de fornecedores e veículos de comunicação, estratégias de comunicação e gestão de conteúdos em mídias digitais.

A sistemática de atendimento da shineOn Comunicação incluirá todos os processos técnicos e necessários para executar a comunicação, sempre em consonância com a as legislações aplicáveis em relação à publicidade do setor público.

Atendimento

A equipe de atendimento é responsável pela captação da demanda, com missão de elaborar um briefing assertivo, contendo as necessidades de comunicação, ideias, argumentações e informações para execução do serviço solicitado.

Planejamento

A equipe de planejamento é responsável pela elaboração do plano de comunicação, embasado no briefing e em pesquisas dos meios de comunicação mais eficazes para execução da demanda. O plano publicitário é apresentado em forma conceitual, contendo defesa da concepção e plano de investimentos de cada peça proposta, incluindo suas descrições técnicas, quantidades, distribuição e cronograma de execução.

Handwritten signatures and initials in blue ink.

Redação e Criação

O visual da campanha é a vitrine que cria e gera desejo pelo que está sendo divulgado. A equipe criativa é responsável por materializar as campanhas e peças com fotos, traços, ilustrações e técnicas para que o objetivo da comunicação seja alcançado.

Produção e Mídia

Os planos e as criações publicitárias serão sempre aprovados antes de executados, desde seus valores de investimentos, prazos de execução, layouts e concepções criativas.

Após a aprovação formal, a equipe de produção e mídia entra em campo, se responsabilizando pelo acompanhamento produtivo e/ou veiculação nos meios propostos: produção gráfica, vídeos, fotos, áudios, televisão, jornal, revista, out of home e outros.

Mídia Digital

O setor de mídia digital é responsável pela gestão da comunicação digital, seja através de estratégias de SEO ou SEM, planejando e construindo o cronograma de postagens, a geração de conteúdo para sustentação da campanha digital, através de técnicas de otimização de apuração de resultados e métricas, propondo adaptações e ações necessárias para que os objetivos traçados sejam alcançados.

Administrativo/Financeiro

O sistema administrativo PubliManager interliga todos os processos da agência, desde o atendimento até o repasse de valores aos fornecedores e veículos contratados para execução da comunicação. O setor administrativo/financeiro confere as aprovações e formalizações dos planos de mídias e orçamentos, anexando as provas dos serviços e enviando as notas fiscais e documentos necessários para o setor fiscal do setor público.

Para a engrenagem da agência funcionar em perfeita sincronia, o setor administrativo da shineOn comunicação é competente e responsável, gerenciando a qualidade do atendimento ao cliente, o controle das verbas dos contratos, sua periodicidade e todos os processos necessários para o atendimento de contas públicas dentro da legalidade e com transparência.

FLUXO DE ATENDIMENTO



Handwritten signatures and notes in blue ink.



PRAZOS DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

ATENDIMENTO PRESENCIAL	a partir de 2 horas <i>máximo 1 dia</i>
ATENDIMENTO ONLINE	a partir de 30 minutos <i>máximo 2 horas</i>
CRIAÇÃO DE CAMPANHA	a partir de 5 dias <i>máximo 15 dias</i>
PEÇA AVULSA	a partir de 3 dias <i>máximo 5 dias</i>
CARD PARA REDES SOCIAIS	a partir de 1 dia <i>máximo 3 dias</i>
PEÇA DE OPORTUNIDADE	a partir de 1 dia <i>máximo 2 dias</i>
PLANO DE MÍDIA	a partir de 5 dias <i>máximo 10 dias</i>
EXECUÇÃO DE PLANO DE MÍDIAS DIGITAIS	a partir de 1 dia <i>máximo 2 dias</i>
EXECUÇÃO DE PLANO DE MÍDIAS TRADICIONAIS	máximo 1 dia <i>envio para veículos</i>
PRODUÇÃO GRÁFICA	máximo 1 dia <i>envio para fornecedor</i>
FATURAMENTO	a partir de 3 dias <i>máximo 7 dias</i>
PAGAMENTO	a partir de 3 dias <i>máximo 10 dias</i>



INFORMAÇÕES DE COMUNICAÇÃO

A shineOn comunicação disponibilizará mediante solicitação e sem ônus para o setor público as seguintes informações de comunicação:

PubliManager:

Sistema gerencial que fornece informações relevantes sobre a execução do contrato, com gerenciamento de todo processo, desde o atendimento até o pagamento dos fornecedores/veículos, e com geração de relatórios imediatos sobre saldo da verba do contrato, notas fiscais emitidas, valores investidos por veículo (jornal, rádio, televisão, sites, revistas, outdoor, facebook, google, etc.) e produção gráfica e/ou eletrônica.

Trello - Gestão de atendimento qualificado:

Ferramenta versátil de organização e gerenciamento das tarefas de trabalho, planos, prioridades, acompanhamento de execução. Através de acesso online, através do APP ou do computador, é possível acompanhar os serviços solicitados, em criação, produção, veiculação e faturamento.

Banco de audiovisuais e imagens:

Disponibilização de banco imagens, fotos, vetores, vídeos, e áudios para ilustração e figurações de campanhas e peças, economizando e otimizando os investimentos financeiros.

Marplan:

Pesquisa de mídia realizada pelo grupo Ipsos e que relaciona os hábitos de mídia (ler revista, jornal, assistir televisão, etc.), com os hábitos de consumo.

Handwritten signatures and initials in blue ink.

Instituto Verificador de Circulação (IVC):

Entidade nacional sem fins lucrativos responsável pela auditoria multiplataforma de mídia e que tem por objetivo fornecer ao mercado dados isentos e detalhados sobre comunicação, incluindo tráfego web, tanto de desktops quanto de smartphones, tablets e aplicativos, bem como circulação, eventos, e inventário e campanhas de mídia out of home.

Google Business:

Gerenciamento da conta de negócios dos serviços do Google, facilitando o acesso às informações e ações do setor público, como por exemplo o serviço do Google Maps e da Rede de Pesquisa, horário de funcionamento, site, número de telefone, endereço, e-mail, fotos e imagens, campanhas e serviços ofertados à população.

Google Insights:

Através do Google Business é possível ter acessos aos insights sobre a forma com que o público encontra e acessa o site, número de visualizações, interação dos usuários, entre diversas outras informações relevantes para ações de marketing digital que elevem e convertam os acessos em seguidores.

Google Drive:

Através do Google Drive é possível manter o arquivamento em nuvem das peças e layouts criados, facilitando e agilizando o acesso digital dos arquivos pela Assessoria de Comunicação.

Google Trends:

Ferramenta do Google que mostra os mais populares termos buscados, apresentando gráficos com a frequência em que o termo particular é procurado em várias regiões e idiomas.

Facebook Business:

O Gerenciador de Negócios do Facebook, é a forma mais segura e o meio legal para contratação de publicidade, prezando pela transparência das informações através da Biblioteca de Anúncios. A ferramenta permite o gerenciamento e programação da propaganda, que é contratada exclusivamente por perfil de usuário com autorização e permissão para realizar a contratação em nome do setor público, e que deve estar

autenticado pelo Facebook para garantir sua veracidade.

A shineOn possui equipe profissional autorizada pelo Facebook e especializada na contratação direta de anúncios com temas sociais, eleições e política.

Facebook Audience Insights:

Fornecer insights que auxiliam a configuração e programação dos anúncios, repercutindo no alcance da campanha como o seu público ideal. É possível ter acesso à visão geral de dados demográficos (idade e gênero, níveis de escolaridade, cargos), interesses e hobbies individuais, além de diversas informações para gerir a presença do setor público nas redes sociais.

MLabs:

Gerenciamento das contas digitais através de um único aplicativo possibilitando o agendamento de postagens (Instagram, Facebook, LinkedIn, Google, Twitter, Stories e Pinterest), interatividade através do direct e inbox, acompanhamento do feed e timeline, análise métricas e geração de relatórios sobre a presença do setor público no mundo digital.

Marketing Digital para o setor público

A comunicação pública não pode desprezar a potencialidade das mídias digitais, é preciso conhecimento, planejamento e estratégia para explorar as múltiplas ferramentas do ambiente virtual.

Orientação estratégica: direcionaremos a comunicação do setor público definindo as melhores ações em busca de resultados, através no conhecimento técnico e experiência prática de mercado que a agência adquiriu ao longo dos anos.

Estruturação digital: implantaremos processos de marketing digital em busca de geração de contato real com o público, elevando o alcance e a imagem positiva da cidade e do setor público.

Anúncios patrocinados: realizaremos a gestão de tráfego com foco na comunicação pública, aumentando o alcance e o engajamento nas mídias digitais através de técnicas de SEM e SEO, com contratação de propaganda dentro da legalidade e da transparência exigidas e necessárias.

Transparência e Responsabilidade Contratual:

Os serviços somente serão executados após solicitação e autorização formal realizada pelo responsável pela comunicação. A shineOn garantirá que o bom relacionamento e as negociações com fornecedores e veículos não contraponham as leis fiscais vigentes. Toda e qualquer negociação de valores e prazos será realizada prezando pela qualidade e preços competitivos dos serviços, sem onerações ou privilégios. O princípio da Transparência e da Lei de Responsabilidade Fiscal serão as premissas para prevenção e correção de toda situação que possa prejudicar o equilíbrio entre a verba disponível e as despesas do contrato, preservando a idoneidade da shineOn e dos agentes políticos e públicos envolvidos em sua execução.

Compromisso da agência e de toda a sua equipe

A agência ressalta seu compromisso e responsabilidade em trabalhar ativamente junto ao setor público, "vestindo a camisa" e não poupando esforços para desenvolver campanhas/peças eficientes, otimizando os investimentos previstos para sua execução e respeitando a ética e legalidade em todos os trabalhos desenvolvidos.



RELAÇÃO NOMINAL DOS CLIENTES

A shineOn Comunicação possui grande experiência no atendimento de clientes dos setores público e privado.

CLIENTES DO SETOR PRIVADO:

ArcelorMittal Monlevade
Período: Jan/1998 até a presente data
Serviços: Publicidade e Propaganda
Ramo de atividade: Industria - Usina Siderúrgica

Nova Era Silicon e Florestal Bioflor
Período: Jun/1999 até a presente data
Serviços: Publicidade e Propaganda
Ramo de atividade: Metalurgia e Siderurgia

Rede Graal - João Monlevade
Período: Dez/1999 até a presente data
Serviços: Publicidade e Propaganda
Ramo de atividade: Posto de Combustíveis e Restaurante

Sicoob Credimepi
Unidades: João Monlevade, Barão de Cocais, Nova Era, Rio Piracicaba, Alvinópolis, Santa Bárbara, São Domingos do Prata, Itabira, Bela Vista de Minas, Ouro Preto e Itabirito.
Período: Ago/2006 até a presente data
Serviços: Publicidade e Propaganda
Ramo de atividade: Cooperativa de crédito financeiro

Li
Almeida

Rede de Ensino Doctum
Unidades: João Monlevade, Teófilo Otoni, Caratinga, Ipatinga, Manhuaçu,
Leopoldina, Cataguases, Vitória e Vila Velha (ES)
Período: Jan/2000 até a presente data
Serviços: Publicidade e Propaganda
Ramo de atividade: Instituição de Ensino

Itak - Instituto de Tecnologia August Kekule
Área de atuação: internacional
Período: Fev/2020 até a presente data
Serviços: Publicidade e Propaganda
Ramo de atividade: Análises e Ensaios de Proficiência

CDL - Câmara de Dirigentes Lojistas
João Monlevade
Período: Set/2019 até a presente data
Serviços: Publicidade e Propaganda
Ramo de atividade: Associação de Classe

CLIENTES ATENDIDOS VOLUNTARIAMENTE PELA AGÊNCIA:

Serviço de Resgate Voluntário - SEVOR
Período: 2002 até a presente data
Serviços: Publicidade e Propaganda
Ramo de atividade: ONG - Organização de voluntários que atuam no resgate
de vítimas de acidentes na BR381 e acidentes nas cidades no em torno de
João Monlevade

CLIENTES DO SETOR PÚBLICO:

Câmara Municipal de João Monlevade
Período: Fevereiro/2023 até a presente data
Serviço: Publicidade e Propaganda
Ramo de atividade: Órgão Público - Câmara Municipal

Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo
Período: Setembro/21 até a presente data
Serviço: Publicidade e Propaganda
Ramo de atividade: Órgão Público - Prefeitura Municipal

Prefeitura Municipal de João Monlevade
Período: Fevereiro/2023 até a presente data
Serviço: Publicidade e Propaganda
Ramo de atividade: Órgão Público - Prefeitura Municipal

Prefeitura Municipal de Bela Vista de Minas
Período: Agosto/2017 até Agosto/2020
Serviço: Publicidade e Propaganda
Ramo de atividade: Órgão Público - Prefeitura Municipal

Prefeitura Municipal de Alvinópolis
Período: Janeiro/2022 até a presente data
Serviço: Publicidade e Propaganda
Ramo de atividade: Órgão Público - Prefeitura Municipal

Câmara Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo
Período: Julho/2020 até Dezembro/2020
Serviço: Publicidade e Propaganda
Ramo de atividade: Órgão Público - Câmara Municipal

Câmara Municipal de João Monlevade
Período: Julho/2020 até Dezembro/2020
Serviço: Publicidade e Propaganda
Ramo de atividade: Órgão Público - Câmara Municipal

Câmara Municipal de Mariana
Período: Outubro/2015 a Outubro/2016
Serviço: Publicidade e Propaganda
Ramo de atividade: Órgão Público - Câmara Municipal

Câmara Municipal de Ouro Branco
Período: Setembro/2011 até Dezembro/2011
Serviços: Publicidade e Propaganda
Ramo de atividade: Órgão Público - Câmara Municipal



INSTALAÇÕES, INFRAESTRUTURA E RECURSOS

Área de atuação

A agência shineOn Comunicação foi fundada em 1996 e durante esses anos conquistou o mercado através de atualizados conceitos publicitários e metas de crescimento, além do desenvolvimento de uma estrutura profissional qualificada, experiente, ágil e moderna.

Sua área atuação abrange Minas Gerais, Mesorregião Metropolitana, Zona da Mata, Vale do Mucuri e do Vale do Rio Doce, e Espírito Santo, Região Metropolitana, Central e Sul.



Handwritten signatures and initials in blue ink.

Reconhecimento

A trajetória de sucesso da shineOn é possível pelos constantes investimentos em tecnologias, pela valorização de seus recursos humanos e por sua capacidade de inovação, se mantendo sempre em sintonia com o mercado publicitário.

A ShineOn foi ganhadora, na categoria jornal, com a campanha criada para o Serviço Voluntário de Resgate de João Monlevade (Sevor) do 4º Prêmio Minas de Comunicação e Criatividade, promovido pelo Sindicato das Agências de Propaganda de Minas Gerais e pela Federação Nacional das Agências de Propaganda.

Na 29ª edição do prêmio nacional Voto Popular About, de iniciativa da Revista About e do Portal da Propaganda, um dos maiores do segmento de publicidade e única competição do ramo avaliada exclusivamente por consumidores, a equipe shineOn foi premiada com os dois trabalhos inscritos sendo Ouro, na categoria campanha com anúncios criados para a ArcelorMittal Monlevade e Prata, na categoria anúncio com a Prefeitura Municipal de Santa Maria de Itabira.

Tecnologia e segurança

Todos os computadores da agência são interligados por rede cabeada e também com roteamento wifi. A agência possui dois servidores dedicados para armazenagem de todas os dados e informações da empresa e dos clientes, além do sistema de backup RAID1 (sistema automático de backup onde os dados são automaticamente espelhados em um segundo disco rígido), e também do Cloud Computer (backup virtual de dados).

Os sistemas de backups adotados são fundamentais para que não ocorra perda de dados, garantindo assim o arquivamento a longo prazo das informações digitais da agência e do cliente.

Todos os bens físicos proporcionam à agência shineOn Comunicação a capacidade operacional para atender seus clientes dentro do prazo, com agilidade e segurança.

Transporte e locomoção

A agência possui veículos próprios, contratos e parcerias com empresas terceirizadas de transporte para entrega de material ao cliente em tempo hábil.

Softwares

Contratação e aluguel mensal de softwares específicos para realização dos trabalhos a serem desenvolvidos: Adobe Creative Cloud, CorelDraw Graphics Suite, Microsoft Office, Sistema Operacional Windows e OS, Macromedia, Mlabs, entre outros.

Assinaturas e biblioteca digital de livros, jornais, revistas, anuários, DVDs.

Sistema operacional/administrativo específico para agências de publicidade: PubliManager.

Sistema operacional PubliManager

Para otimização do tempo, padronização dos processos, redução de custos e refações, comunicação eficiente e integrada, a shineOn Comunicação realiza suas atividades através do sistema operacional PubliManager.

O ERP foi desenvolvido para automatizar funções e gerar controle e confiança em suas ações, onde os dados e arquivos são gerenciados e migrados entre servidor e dados na nuvem. Desenvolvido especialmente para agências de publicidade, o sistema abrange todos os setores: atendimento, mídia, produção, faturamento e financeiro.

A agência shineOn, através desse sistema, mantém a integralização de informações e o arquivamento digital de todas as demandas realizadas: pedido do serviço com descrição detalhada, planilhas de mídias e pedidos de veiculação enviados para cada veículo de comunicação, orçamentos de custos internos, orçamentos de fornecedores com as 3 cotações exigidas pelo contrato.

O Publi gerencia a emissão de todas as Notas Fiscais emitidas, com informações sobre as datas de emissão, de recebimento e do pagamento dos veículos e fornecedores, arquivando os documentos de cada item: formalização do orçamento, nota fiscais emitida, comprovante de recebimento e dos pagamentos efetuados aos meios de comunicação e terceiros envolvidos na demanda.

A complexidade do sistema avaliza a transparência das informações, agilidade na emissão de relatórios e controle de verba do contrato, garantindo que todas os dados sejam arquivados de acordo com as exigências legais e do contrato.

Instalações e equipamentos

SALA DE REUNIÕES: TV LCD 32"; notebook; retroprojeto e ar condicionado.

CRIAÇÃO E REDAÇÃO: notebooks; estações de trabalho Dell e Mac; impressoras laser color Okidata e Xerox; mesas tablet de ilustração; nobreak; ar condicionado.

ATENDIMENTO E PLANEJAMENTO: notebooks e estações de trabalho; Smartphones corporativos; ar condicionado.

MARKETING DIGITAL: notebooks, smartphones, câmeras digitais.

ADMINISTRATIVO: estações de trabalho; sistema operacional PlubliManager; impressora multifuncional.

ESTRUTURA DE USO COMUM: servidores de dados e backup; nobreaks; câmeras digitais; internet fibra ótica; rede Wirelles; rede LAN.

Recursos humanos

A agência investe na capacitação intelectual de seus profissionais, mantendo um acervo bibliográfico atualizado e à disposição de todos os seus colaboradores, além de treinamentos, cursos, workshops e seminários.

- ✓ Acervo bibliográfico composto por assinaturas de publicações nacionais nas áreas de marketing, comunicação digital, propaganda e publicidade, fotografia, design gráfico, edição de imagens e vídeos.
- ✓ Atualização periódica do acervo bibliográfico com aquisição de livros, revistas e assinaturas digitais de títulos nas áreas de marketing, publicidade e propaganda, administração, design gráfico, direito, recursos humanos, comunicação, relações públicas, assessoria de imprensa, entre outros;
- ✓ Acervo de vídeos para treinamentos na área de marketing, motivação, vendas, recursos humanos, entre outros;
- ✓ Acervo de entretenimento para a equipe do quadro funcional contendo filmes, livros e revistas, assinaturas de canais digitais de vídeos disponibilizado para que os funcionários utilizem em casa, em seu momento de descanso e lazer. O objetivo deste acervo é manter a equipe de trabalho motivada;
- ✓ Investimentos em palestras, cursos, workshops para os profissionais da agência. Além de bolsas de estudos como premiação para a equipe.

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

Experiência na comunicação pública

Nos últimos anos, com o crescimento das mídias digitais, é comum que as diversas secretarias, empresas públicas e órgãos municipais tenham seus canais diretos de comunicação com a população e na maioria das vezes realizam trabalhos de forma individualizada, o que em algum momento ocasiona a descentralização e descrédito das informações oficiais, justamente pela ausência de unidade.

Apenas a plataforma utilizada no portal do município não gera indexação para os mecanismos de busca, e muitas vezes não é acessado pelo público em busca de informações, fazendo com que os cidadãos tenham acesso a temas afins através de portais de terceiros, que investem na busca por audiência.

A internet não é mais uma terra sem lei, o usuário está cada vez mais consciente, buscando conteúdos em canais oficiais dos setores para se manter informado e autenticar a veracidade das informações recebidas.

É comum os setores públicos enfrentarem dificuldades no momento de definir diretrizes para o marketing digital, o tom a ser adotado na comunicação, em quais redes criar um perfil, como estruturar o cronograma e conteúdo para manter o abastecimento diário das informações.

Após anos de atuação no mercado de marketing e publicidade, a shineOn possui propriedade de técnicas e conhecimentos para agenciar uma comunicação pública eficaz, utilizando inúmeras ferramentas digitais na promoção do conhecimento da população sobre a vida política do município.



inven tivi dade

Handwritten signatures and marks in the bottom right corner.

Peça 1 - Rádio

Título: Aqui é meu lugar.

Anunciante: Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo

Peça: Jingle

Data de produção: Agosto/2015

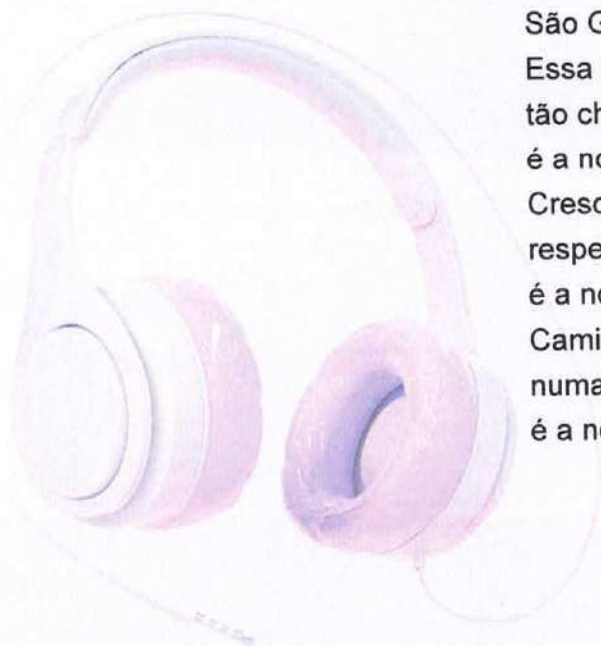
Período de Veiculação: Setembro/2015 a Julho/2015

Veiculação: Rádio Alternativa, Rádio Caraça, Rádio Cultura.

Em São Gonçalo do Rio Abaixo a qualidade de vida é cada vez mais sentida pela população. A cidade vive um momento ímpar de desenvolvimento e a comunidade tem visto sua cidade mudar, se tornando uma cidade de oportunidades.

Dentro da atual realidade, o Poder Executivo se mostrou preocupado com a imagem da cidade para a população, assim lançou o desafio para que a agência criasse uma campanha para fortalecer a autoestima individual, disseminando o posicionamento da atual Gestão na valorização dos moradores. Assim a agência criou a campanha "São Gonçalo é o meu lugar".

"Aqui eu tenho tudo que preciso para ser feliz
eu tenho amigos eu tenho futuro eu posso sonhar
eu gosto muito dessa terra
aqui eu construí minha vida
São Gonçalo do Rio Abaixo é o meu lugar
Aqui eu tenho tudo que preciso para ser feliz
sei que nossos sonhos juntos vamos realizar
eu gosto muito dessa terra
dessa cidade tão querida
São Gonçalo do Rio Abaixo é o meu lugar
Essa cidade abençoada
tão cheia de vida
é a nossa São Gonçalo cada dia melhor
Crescendo com qualidade
respeitando as diferenças
é a nossa São Gonçalo cada dia melhor
Caminhando com alegria
numa mesma sintonia
é a nossa São Gonçalo cada dia melhor"



Handwritten signatures and initials in blue ink.

Peça 2 - Rádio

Título: Ele Voltou

Cliente: Prefeitura de Bela Vista de Minas

Peça: Teaser para spot

Data de produção: Agosto/2018

Período de Veiculação: Agosto/2018

Veículos: Rádio Alfa FM, Rádio Alternatva FM e som volante.

Utilizando uma paródio com a famosa música a Volta do Boêmio de Nelson Gonçalves, a agência criou o teaser para utilização durante a campanha contra a dengue de Bela Vista de Minas.

A faixa criada foi utilizada para iniciar os textos educativos veiculados na rádio e carro de som.

“

Ele voltou o mosquito voltou novamente
Partiu daqui tão contente
Por que razão quer voltar?

“

Atenção contra o Aedes Egypt.

Eliminem os focos dos mosquitos que emitem as doenças:
dengue, chikungunya, zika vírus e febre amarela.

Coloque o lixo em sacos plásticos ou mantenha a lixeira bem fechada.

Mantenha caixas d'água, toneis, potes, barris e baldes bem tampados.

Guarde garrafas e vasilhas sempre de cabeça para baixo.

Encha com areia os pratinhos de plantas.

Não deixa acumular água na bandeira de traz da geladeira.

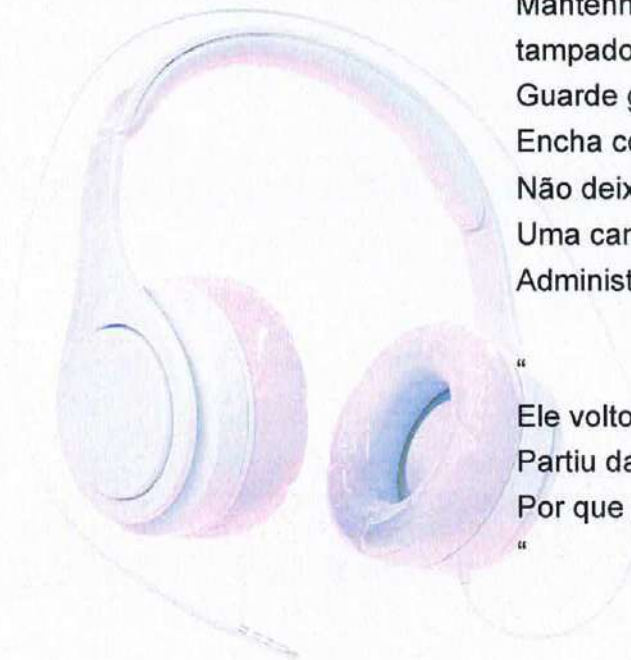
Uma campanha da Prefeitura de Bela Vista de Minas

Administrar valorizando o povo

“

Ele voltou o mosquito voltou novamente
Partiu daqui tão contente
Por que razão quer voltar?

“



JINGLE
CD ANEXO

Handwritten signatures and notes in blue ink, including the name 'Doutor' and 'Pamela'.

Peça 3 - Revista

Título: A melhor merenda do Brasil

Cliente: Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo

Direção de Criação: Douglas Cota

Direção de Arte: Ana Cota

Atendimento: Douglas Cotas

Aprovação/Cliente: Andrea Mendes Castro

Peça: Anúncio Revista

Data de produção: Dezembro/2013

Período de Veiculação: Dezembro/2013 a Janeiro/2014

Veiculação: Revista de Defato, Revista de Caminhos Gerais, Revista Veja, Jornal A Notícia, Jornal Boca do Povo, Jornal Gazeta Regional.

O município de São Gonçalo do Rio Abaixo recebeu em 2013, pela segunda vez, o prêmio "Gestor Eficiente da Merenda Escolar". Foram mais de 889 prefeituras inscritas e São Gonçalo do Rio Abaixo foi o único município mineiro a receber a premiação na categoria. Para divulgação do mérito, a agência decidiu mostrar de fato a merenda servida aos alunos da rede escolar municipal, assim foi fotografado o prato servido a todos os alunos no dia 04 de dezembro, uma comida bonita, saborosa e com certeza merecedora de prêmio. Foram criadas ainda peças com fotos das cozinheiras das escolas são-gonçalenses, responsável pelo tempero especial da melhor merenda escolar do Brasil. As peças publicitárias foram veiculadas em jornais, revistas, outdoor, banner e faixas e, com certeza, despertou "vontade de provar" em muitas pessoas que puderam ver pra crer que a melhor merenda escolar é feita e consumida nas escolas de São Gonçalo do Rio Abaixo.





Handwritten signatures and notes in blue ink, including a signature that appears to be 'Dina' and another that looks like 'Alfonso'.

Peças 4 - Revista

Campanha que conquistou Ouro na
29ª edição do prêmio Voto Popular About - Edição 2015

Título: Até os super-heróis usam luvas.

Cliente: ArcelorMittal Monlevade

Peça: Mala direta digital, Cartazes, TV interna, Anúncio Jornal e Revista.

Data de produção: Outubro/2015

Período de Veiculação: Outubro/2015

Veiculação: Revista DeFato, Revista Encontro, Mala direta digital interna Usina, quadros de aviso e TV Interna, Jornais A Notícia, Jornal Gazeta Regional.

De acordo com as estatísticas apresentadas pela ArcelorMittal Monlevade, cerca de 41% dos acidentes que aconteceram na usina em 2015 estavam relacionados com as mãos. A agência criou uma campanha para reforçar e conscientizar o empregado sobre o uso de luvas para realização de suas atividades. A ideia criativa indaga a importância da luva, fazendo uma menção lúdica ao uso deste EPI por super-heróis das histórias em quadrinhos e dos filmes, criando assim uma ligação entre a fantasia e a realidade, despontando o empregado com um herói para seu filho, cônjuge e familiares. A campanha trás diversas peças com imagens de empregados no seu dia a dia familiar, sendo desdobradas em fotos de uma mãe cozinhando com sua filha, um pai carregando seu filho pequeno e um adulto segurando a mão de uma criança. A campanha conquistou Ouro no prêmio Voto Popular About, realizado pela Revista About e o Portal da Propaganda.



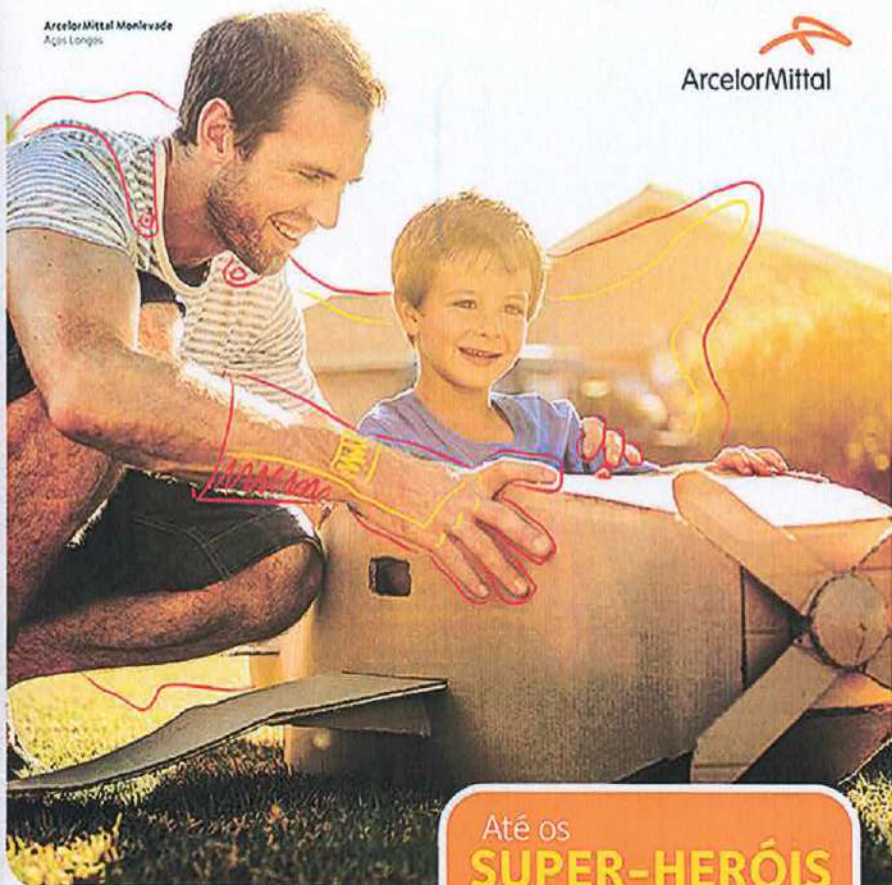
Vici

Monlevade

Monlevade

ArcelorMittal Monlevade
Aços Longos

ArcelorMittal



Até os
SUPER-HERÓIS
usam **LUVAS.**
Você não vai usar?

Nós precisamos das mãos para fazer praticamente tudo: Trabalhar, dirigir, comer, abraçar. Por isso, devemos estar sempre atentos e termos todo o cuidado com elas. Segundo o Ministério do Trabalho, mais de 41% das ocorrências de acidentes com lesões ocorrem em membros superiores, um dado preocupante. Use os equipamentos de segurança e trabalhe com toda atenção.

Você pode ser um super pai, mãe, filho ou esposa,
mas não tem super poderes.

SEGURANÇA • COMPROMISSO • CONFIANÇA

Handwritten signatures and notes in blue ink.

Peça 5: Anúncio (Jornal)

Título: Carnaval com Responsabilidade

Cliente: Sevor

Peça: Anúncio jornal e peças para redes sociais.

Produção: Janeiro/2023

Período de Veiculação: Fevereiro/2023

Veiculação: Jornal A Notícia

Prevenir é melhor do que chamar o SEVOR, foi com essa ideia que criamos a campanha de Carnaval, veiculada em jornais impressos e redes sociais. Para composição das peças foram utilizadas imagens dos próprios socorristas do SEVOR com cartazes com frases de conscientização.



Handwritten signatures in blue ink.

APROVEITE O
CARNAVAL COM
RESPONSABILIDADE



SERVICHO VOLUNTÁRIO DE RESGATE



SEVOR
para monitorar - 166

Apoio:

A Notícia
Quem lê sabe e que diz

shineOn
comunicação

art copias

criar
Auto
Shi

Peça 6: Anúncio (Jornal)

Peça que conquistou Prata na
29ª edição do prêmio Voto Popular About - Edição 2015

Título: Você vai esperar a Dengue te pegar?

Cliente: Prefeitura de Santa Maria de Itabira

Peça: Anúncio

Data de produção: Janeiro/2015

Período de Veiculação: Janeiro/2015

Veiculação: Revista De Fato, Jornal Folhar Popular, Jornal Imprensa Jovem e Jornal Manchetes Regionais.

“Você vai esperar a Dengue te pegar?”

Este foi o mote da campanha criada pela agência para a Prefeitura Municipal de Santa Maria de Itabira para combater a proliferação do mosquito da dengue.

Santa Maria de Itabira, como tantas outras cidades brasileiras, entrou 2015 enfrentando uma epidemia da dengue e, para combater a doença, orientar a população e evitar a proliferação do mosquito aedes aegypti no município, a agência criou um anúncio criativo e impactante, associando imagetivamente a sombra do mosquito à “Senhora Morte”. O desafio da execução dessa peça foi a aceitação por parte dos veículos de comunicação para que adaptassem a diagramação da página de forma que a sombra “da morte” ficasse abaixo do texto da matéria.

Essa peça conquistou Prata no prêmio Voto Popular About, realizado pela Revista About e o Portal da Propaganda, perdendo o ouro para a campanha da ArcelorMittal, “Até os super-heróis usam luvas”, criada também pela agência shineOn.



Além disso, há quem diga que o Brasil não tem condições de pagar a dívida externa...

Em outras palavras, o Brasil não tem condições de pagar a dívida externa...

... pagar a conta com mais impostos e menor crescimento

A proposta vai além de pagar a dívida externa, é que o Brasil não tem condições de pagar a dívida externa...

Além disso, há quem diga que o Brasil não tem condições de pagar a dívida externa...

Além disso, há quem diga que o Brasil não tem condições de pagar a dívida externa...

Além disso, há quem diga que o Brasil não tem condições de pagar a dívida externa...

Além disso, há quem diga que o Brasil não tem condições de pagar a dívida externa...

Ajuste pode reduzir desemprego?

MURILLO PERAZA CORTÉS

Desde a crise econômica que se iniciou em 2008, o desemprego tem sido um dos principais problemas do mundo...

Além disso, há quem diga que o Brasil não tem condições de pagar a dívida externa...

Além disso, há quem diga que o Brasil não tem condições de pagar a dívida externa...

Além disso, há quem diga que o Brasil não tem condições de pagar a dívida externa...

Além disso, há quem diga que o Brasil não tem condições de pagar a dívida externa...

Além disso, há quem diga que o Brasil não tem condições de pagar a dívida externa...

Além disso, há quem diga que o Brasil não tem condições de pagar a dívida externa...

Além disso, há quem diga que o Brasil não tem condições de pagar a dívida externa...



VOCÊ VAI ESPERAR A DENGUE TE PEGAR?



Handwritten signatures and notes in blue ink at the bottom of the page, including names like 'Mauricio' and 'Mauricio'.

Peça 7 - Outdoor

Título: Movimento Bela Vista 60 anos

Cliente: Prefeitura Municipal de Bela Vista de Minas

Criação: ShineOn Comunicação

Aprovação/Cliente: Samantha Ávila

Peças: Ad jornal, ad revista, outdoor, post facebook, banner site, google form para captação de leads.

Produção: Abril de 2021

Veiculação: Abril de 2021

Veículos: Jornal A Notícia, Jornal O Celeste, Jorna Hora Certa, Poliate, Placa de outdoor própria da Prefeitura, Facebook, Instagram e Google.

No aniversário de 57 anos da cidade de Bela Vista de Minas a Prefeitura Municipal lançou o projeto Bela Vista 60 anos.

O objetivo do projeto é alcançar a população, gerando engajamento para que todos participem através de sugestões e opiniões sobre o que precisa ser melhorado e implantado na cidade.

Além de peças de mídias tradicionais, a execução principal da campanha será através das mídias digitais, com divulgação do formulário on line para que a população possa acessá-lo e mandar suas sugestões.

Todas as peças executadas divulgaram o endereço do site, para facilitar seu acesso e deixar amplamente acessível a toda população.



Handwritten signatures and notes in blue ink:
Samantha Ávila
Samantha Ávila

MOVIMENTO?
BELA VISTA 60 ANOS

Um projeto que irá coletar sugestões para construirmos uma cidade melhor. Participe, preencha o formulário no site da prefeitura.

29 de abril de 2021. Parabéns Bela Vista de Minas pelos seus 57 anos.



PREFEITURA BELA VISTA DE MINAS
amor por nossa gente

ACESSE NO SITE



@cidadebelavistademinas
prefeituradabelavista

[Handwritten signatures and notes]

Peça 8 - Outdoor

Título: Segredo

Cliente: Jornal A Notícia

Criação: ShineOn Comunicação

Aprovação/Cliente: Maria Cecília Passos e Márcio Passos

Peças: Ad jornal, outdoor, banner site e redes sociais.

Produção: Março 2023

Veiculação: Março 2023

Veículos: House Promova

Os 100 melhores de João Monlevade, realizado pelo Jornal A Notícia, é uma premiação esperada anualmente pelo comércio local. Para 2023 a divulgação do início da votação foi precedida do teaser para estimular aos lojista ações para reforçar o pedido de votos aos clientes. Assim que a votação iniciou, diversas peças para mídia impressa e digital foram criadas para reforçar o pedido de voto.



Handwritten signatures in blue ink.

Handwritten signature in blue ink.

**VAMOS
TE CONTAR
UM SEGREDO**

100
melhores
2023

**VEM AÍ O
MAIOR PRÊMIO
DA REGIÃO**

INÍCIO DA VOTAÇÃO: 10 DE MARÇO

Apóio: **CDL** **DATA MG** **Acimion**

Realização: **A Notícia**
Quem lê sabe o que diz

Handwritten signatures and initials in blue ink.

TERMO DE ENCERRAMENTO

PROCESSO LICITATÓRIO N°. 009/2023 CONVITE N°. 002/2023

Razão Social: ShineOn Ltda
CNPJ: 02.367.995/0001-59
Inscrição Municipal: 4630-2
Data de ativação: 02/01/1998
shineon@shineoncomunicacao.com.br
www.shineoncomunicacao.com.br

SÓCIOS

Douglas Antônio Araújo Cota - 98,9 % Cotas
Cléria Araújo Cota - 1,1 % Cotas

REPRESENTANTE LEGAL

Douglas Antônio Araújo Cota
Rua Alberto Scharlé - 443/601
Bairro Alvorada - João Monlevade - MG

Rs: *Almeida*

Rio Piracicaba, 27 de março de 2023

Representante credenciado

Almeida
Chi
Almeida



Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

@agenciashineOn      

ENVELOPE N
"PROPOSTA TÉCNICA E
INFORMAÇÕES DA
PROCESSO LICITATÓRI
CONVITE Nº 00
COMISSÃO PERMANENT
CÂMARA MUNICIPAL DE
PROPONENTE: SHIN



inven
tivi
dade



Raciocínio Básico

A - CONHECIMENTO DAS CARACTERÍSTICAS GERAIS DO CLIENTE:

Fundado por João dos Reis Cabral, o antigo arraial de São Miguel de Rio Piracicaba teve sua origem na época do ouro, entre o fim do século XVII e início do XVIII e foi elevado a município pela Lei Estadual nº 556, de 30 de agosto de 1911. Rio Piracicaba tem sua economia baseada na extração de minério de ferro, agricultura de subsistência e pecuária leiteira. Sua população estimada para 2019 foi de 14.325 mil habitantes (IBGE, 2019), sendo 80% residente na zona urbana e 20% na zona rural.

A primeira Câmara Municipal da cidade foi instalada em junho de 1912 e teve como presidente o Sr. Antônio Saturnino, que também seria o primeiro prefeito da cidade. Essa data marca a emancipação político administrativa do município, com a promulgação da Lei Nº 01 – criando os “Estatutos Municipais”.

Na área cultural o município realiza eventos tradicionais como a festa do Jubileu do Senhor Bom Jesus, que reúne milhares de fiéis todos os anos, e a Festa do Congado, uma das mais antigas do estado, com mais de 250 anos. O calendário festivo da cidade conta ainda com as Cavalgadas e a Semana Cultural do Legislativo.

Em três séculos de história, Rio Piracicaba mantém seu potencial de crescimento, desenvolvimento e progresso, e o Poder Legislativo Municipal é efetivo em seus trabalhos em prol dos cidadãos, exercendo seu papel ativamente e com transparência.

B - CONHECIMENTO GENÉRICO DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELA CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

A Constituição Federal de 1988 restaurou a autonomia municipal brasileira que descentralizou os poderes. Os municípios passaram então a ter autonomia política, administrativa e financeira, aproximando a população a seus representantes locais, trazendo benefícios para a sociedade frente à possibilidade de descoberta das vocações econômicas do município e de suas necessidades.

Ao Poder Legislativo de Rio Piracicaba, que conta com 9 vereadores eleitos através do voto direto, compete às funções genéricas de:

- Legislar: elaborando projetos e proposições votadas durante as sessões ordinárias e/ou extraordinárias;
- Fiscalizar: controlando e fiscalizando atos do Executivo, de forma individual ou através das comissões permanentes ou especiais;
- Sugerir: indicando e alertando o Executivo sobre necessidades da população, estimulando assim as providências cabíveis;
- Representar: sendo “porta voz da população”, do partido que representa e de movimentos organizados de um modo em geral, organizando e conscientizando a população.

Handwritten signatures and initials in blue ink.



Essas funções nortearão o plano de comunicação proposto pela agência, complementando as demandas expostas no briefing da presente licitação, que apontam o desafio de promover um estudo acerca das redes sociais da Câmara Municipal de Rio Piracicaba e aumentar seu alcance e engajamento com os munícipes.

Para tanto, a estratégia de comunicação proposta pela agência pretende mostrar que a Câmara trabalha para ampliar a participação popular na rotina diária do Legislativo, priorizando ainda a transparência e acesso às informações da Casa.

A comunicação irá estreitar os laços que unem o Legislativo à população, estimulando a informação, a participação popular, o envolvimento do cidadão com o ambiente e o interesse de todos pelas causas comuns, contribuindo assim para a elevação positiva da imagem da Câmara Municipal.

C - ACUIDADE DE COMPREENSÃO EM RELAÇÃO ÀS NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO DA LINHA DE ATUAÇÃO SUGERIDA

O processo de comunicação do Poder Legislativo deve ter como objetivo primordial fazer com que informações relevantes e pertinentes se tornem acessíveis ao público em geral. Essas informações segundo a Constituição Federal (art. 37, § 1º) devem relacionar-se aos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos e, sua publicidade, deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, além de cumprirem os preceitos das leis federais de Responsabilidade Fiscal (101/2000 e 131/2009) e de Acesso à Informação (12.527/2011).

O Brasil vem enfrentando o desafio de elevar o crescimento econômico, a geração de emprego e a retomada do desenvolvimento econômico e social. É indispensável para tanto que o município conte com um Legislativo forte, moderno e transparente, sintonizado com as reais necessidades da sociedade. É o Poder Legislativo municipal que deliberara sobre os orçamentos da cidade e sobre a alocação eficiente dos recursos públicos, no atendimento das demandas de saúde, educação e segurança, entre outras. É a câmara de vereadores a principal instituição de controle social sobre a atuação do poder público de Piracicaba.

A Câmara atua diretamente com o Executivo Municipal através da fiscalização, aprovações de leis e consolidações de políticas públicas, agindo para representar as demandas e necessidades da população, cuidando dos interesses coletivos e da organização da sociedade.

D - ACUIDADE DE COMPREENSÃO DEMONSTRADA EM RELAÇÃO ÀS NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO

Ao vereador cabe executar as funções da Câmara Municipal, ele é o representante político do cidadão, ou seja, é o porta-voz do povo. Ele tem ainda o papel de auxiliar o cidadão a obter serviços públicos, indicando, orientando e prestando informações. E é fundamental manter abertos canais de

Handwritten signatures and initials in blue ink.



comunicação com a comunidade para ter conhecimento das necessidades coletivas que serão defendidas no plenário.

A comunicação pública é um instrumento que tem por objetivo fortalecer e popularizar o processo participativo entre o povo e o Poder Legislativo através da criação de uma sociedade informada e conhecedora de seus direitos e deveres, promovendo assim a cidadania.

“A cidadania, assim considerada, consiste na consciência de pertinência à sociedade estatal como titular dos direitos fundamentais, da dignidade como pessoa humana, da integração participativa no processo do poder com a igual consciência de que essa situação subjetiva envolve também deveres de respeito à dignidade do outro, de contribuir para o aperfeiçoamento de todos.” (SILVA, José Afonso da. Acesso à Justiça e Cidadania, pág. 11).

Cidadania é o exercício dos direitos e deveres civis, políticos e sociais estabelecidos na Constituição de um país, por parte dos seus respectivos cidadãos. Sua prática influencia diretamente no cumprimento da Constituição Federal (art. 31) que esclarece que a função primordial do Poder Legislativo Municipal é a de fiscalizar o Município mediante controle externo através do Tribunal de Contas Estadual, Municipal ou Conselhos e pelos sistemas de controle interno do Poder Executivo Municipal, na forma da lei.

Portanto ao exercer sua cidadania, com consciência de seus direitos e deveres, o piracicabense estará contribuindo para a organização social do município. E para praticar a cidadania os moradores de Rio Piracicaba possuem diversos meios legais: as reuniões do Legislativo; o direito de sugerir projetos leis e obras de melhorias para a comunidade; o conhecimento do papel dos Poderes Públicos no município; a utilização dos serviços e disponibilizados e a participação em projetos sociais promovidos.

O objetivo da comunicação proposta pela agência será, em consonância com o apresentado no briefing e dentro das legalidades exigidas, fazer com que as redes sociais do Legislativo se comuniquem com os diversos públicos do município, ampliando o acesso à informação de forma que o cidadão se sinta motivado a compartilhar conteúdos, participar de ações e projetos do Legislativo, transformando a comunicação em uma via de mão dupla.

Handwritten signatures and initials in blue ink.



Estratégia de Comunicação Publicitária

A) FORMULAÇÃO DO CONCEITO DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Segundo projeções da Organização das Nações Unidas, as cidades crescem em ritmo acelerado e é fundamental que as cidades possam desenvolver um grau satisfatório de competitividade com outras cidades, objetivando recursos através de investidores e moradores, tornando-se um atrativo tanto para concretizações públicas como privadas. Quando a população estiver vivenciando o sentimento de identidade com a cidade ela participará amplamente da sua vida política.

A abordagem utilizada para formular a campanha proposta pela agência relevou a importância de criar uma ligação forte entre a marca/imagem da Câmara Municipal de Piracicaba, possibilitando que sua execução atinja objetivos primários e secundários, tendo assim desdobramentos positivos junto aos públicos:

- População em geral: admita que a Câmara Municipal se preocupa com o desenvolvimento e progresso do município e incentiva a participação popular através de projetos, ações e da transparência de suas ações.
- Comércio e indústria: passem a ver o município como um local propício para receber investimentos, frente à eficiência da Câmara Municipal no desempenho de suas funções de legislar, fiscalizar, sugerir e representar a comunidade;
- Formadores de opinião: imprensa, lideranças locais e associações de bairros, se mobilizem em divulgar a imagem positiva da cidade e da Câmara Municipal, repercutindo na motivação da população, na conquista e manutenção de empreendedores no município.

O objetivo da comunicação é estimular e fortalecer a participação da população enquanto ato democrático e benéfico para toda Rio Piracicaba, sem distinção de classe social, idade ou outra segmentação. A estratégia proposta pela agência desenvolverá o entendimento que o Poder Legislativo é de fácil acesso a toda população e que a sua participação na vida política da cidade é essencial para otimizar a atuação do Poder Legislativo e conseqüentemente promover o crescimento e desenvolvimento econômico da cidade. Assim, dentro desta linha de raciocínio foi proposto o tema:

"EXISTEM VÁRIAS FORMAS DE PARTICIPAR DO DIA A DIA DA CÂMARA.

Nossa cidade deve ser representada por todos os piracicabenses e a Câmara Municipal é o caminho para propor ideias e sugestões para melhorar a vida da população.

Mantenha-se engajado com os canais digitais oficiais do Legislativo e ajude a fazer de Rio Piracicaba uma cidade cada vez melhor."

A abordagem utilizada para formular o tema relevou a necessidade de reavivar na população a importância de atuar junto à Câmara Municipal, apontando o engajamento nos canais digitais oficiais do Legislativo como uma forma assertiva para fortalecer a atuação dos edis em prol da cidade.

Handwritten signatures and initials in blue ink at the bottom right of the page.



B) FORMULAÇÃO DO TEMA ADOTADO PARA A LINHA DE ATUAÇÃO

A estratégia da comunicação promoverá o entendimento sobre a essencialidade de uma sociedade participativa, conhecedora e inteirada de seus direitos e deveres, reconhecendo que participar da vida do Legislativo é praticar a cidadania e promover a democracia no município.

A campanha será capaz de se comunicar com seus públicos através de uma linha de atuação com:

. **Transparência e ética:** a comunicação será pautada pela transparência e ética, exigidas pela Constituição Federal, para agregar credibilidade à imagem do Poder Legislativo e da cidade.

. **Permanência das mensagens:** a comunicação será cumulativa, com informações que serão acrescentadas aos conhecimentos da sociedade e do público alvo. A permanência da mensagem permitirá consolidar a imagem positiva da Câmara Municipal enquanto atuante na promoção da cidadania, da democracia e dos direitos fundamentais da população.

. **Informação como base da comunicação:** divulgará informações concretas em benefício ao público-alvo e ao propósito de divulgar e reforçar a cidadania e a democracia, incentivadas pelo poder Legislativo.

. **Foco nos resultados:** ampliação dos níveis de exposição da comunicação, focando nos resultados pretendidos de divulgação de forma sustentável e com participação da sociedade

A cumplicidade da população com o Poder Legislativo é um objetivo sempre almejado e a evolução das mídias digitais e o seu grande alcance com o público se tornam oportunidades para, junto com o planejamento de estratégias em meios tradicionais, criar um forte engajamento do piracicabense com a comunicação da Câmara Municipal.

O conceito da campanha abordará imagens de pessoas comuns acessando dispositivos ligados à internet para obter informações da Câmara Municipal. Essa abordagem provará à população a facilidade para desempenharem seu dever de participar da vida política da cidade através da obtenção de informações sobre o trabalho do Legislativo.

Simplificar o processo de participação é a linha de atuação que segmentará a estratégia. É sabido que poucos se interessam em ir de fato à Câmara Municipal para se inteirar dos assuntos do município, assim a comunicação provará que o piracicabense pode cumprir seu papel de casa, da rua, de onde estiver.

Será traçado um plano de divulgação que incluirá meios digitais e tradicionais de comunicação com foco em interceptar o receptor da mensagem em diversos locais, reforçando a comunicação e ampliando seu alcance e retorno.

1. MÍDIAS OFFLINE ou TRADICIONAL

Atualmente são chamadas de mídias offline, ou tradicionais, os meios televisão, revista, jornal, out-of-home, rádio, som volante, ônibus, entre outras. Esses meios geram credibilidade e confiabilidade da comunicação além de possuírem abrangência e alcance em regiões onde o público não tem acesso aos meios online diariamente.

Handwritten signatures and initials in blue ink.



-JORNAL, veiculação de anúncios em veículos de circulação local, direcionando assim a campanha ao público da cidade;

-OUTDOOR, mídia eminentemente local e que permite alta frequência de exposição por ter grande impacto visual e possibilita afixação da mensagem nos pontos estratégicos;

2. MÍDIAS DIGITAIS:

Veiculação em mídias digitais e contratação de propaganda no Facebook, Instagram, Youtube e Google, com abrangência e direcionamento ao público-alvo. Os benefícios principais desses canais incluem: baixo custo na execução das estratégias; possibilidade de mensuração de resultados tais como informações sobre visualizações, interações, compartilhamentos, horário, região, idade do público, etc.; segmentação da campanha para público definido podendo ser localização (regiões e cidades por exemplo), sexo, interesses, idade, etc.; ajustes no processo durante a campanha onde é possível alterar os canais, redefinir público, região e layouts.

-FACEBOOK/INSTAGRAM: utilização da página e perfil do Legislativo para divulgar informações e veicular a campanha através de postagens gratuitas e da contratação de publicidade direcionada exclusivamente à população local.

-YOUTUBE: utilização do canal do Legislativo, que já veicula as reuniões, para promover anúncios dos canais de comunicação da Câmara Municipal.

-GOOGLE DISPLAY: contratação de publicidade para divulgação da campanha exclusivamente à população de Rio Piracicaba.

-BANNER ON LINE: veiculação no portal oficial da Câmara Municipal e contratação de espaços em sites de notícias locais.

3. NÃO MÍDIA: para ampliar a comunicação com o público serão produzidas peças de não mídia:

-CARTAZES: considerando o decreto de fechamento de alguns segmentos, a exposição de cartazes na zona urbana e rural será nos estabelecimentos em funcionamento: repartições públicas, comércio e postos de saúde. Não há custos para veiculação dos cartazes, tornando-os uma peça atrativa, com custo reduzido e que amplia o período de exposição a campanha.

-BANNER: peça impressa que terá como conteúdo a divulgação dos endereços dos links digitais da Câmara Municipal e será instalada na sede física o legislativo.

A estratégia de comunicação proposta tem por objetivo fazer com que informações relevantes e pertinentes sobre o Legislativo se tornem acessíveis ao público em geral e estejam de acordo com a Constituição Federal (art. 37, § 1º), que estipula que essas informações devam relacionar-se aos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos e, sua publicidade, deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, além de cumprirem os preceitos das leis federais de Responsabilidade Fiscal (101/2000 e 131/2009) e de Acesso à Informação (12.527/2011).

Handwritten signatures and initials in blue ink at the bottom right of the page.

6.3.3. IDEIA CRIATIVA – JORNAL FORMATO ¼ DE PÁGINA

Existem várias formas de participar do dia a dia da Câmara.

Nossa cidade deve ser representada por todos os piracicabenses e a Câmara Municipal é o caminho para propor ideias e sugestões para melhorar a vida da população.

Mantenha-se engajado com os canais digitais oficiais do Legislativo e ajude a fazer de Rio Piracicaba uma cidade cada vez melhor.



Acesse o site:



Acesse nossos canais de comunicação:

- camararp.mg.gov.br
- @camaraRioPiracicabaMG



Handwritten signatures and initials in blue ink.

6.3.3. IDEIA CRIATIVA – OUTDOOR 9X3

Existem várias formas de participar do dia a dia da Câmara.

Acссе os canais digitais oficiais do Legislativo e ajude a fazer de Rio Piracicaba uma cidade cada vez melhor.



Câmara Municipal Rio Piracicaba
Transformação e Sustentabilidade

camararp.mg.gov.br
@camaraRioPiracicabaMG

Adm. sup. Chir
@Chir



6.3.3. IDEIA CRIATIVA – CARROSSEL



Adriana Rufino
Auto



6.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

Campanha: "EXISTEM VÁRIAS FORMAS DE PARTICIPAR DO DIA A DIA DA CÂMARA."

Público-alvo principal: População de Rio Piracicaba.

Públicos-alvo secundários: Profissionais liberais, prestadores de serviços, comércio, indústria e formadores de opinião

Abrangência: Rio Piracicaba – zona rural e urbana

Período proposto para a campanha específica: 30 dias

Verba proposta: R\$ 14.000,00

Mix de mídia: jornal + out of home + internet

Para desenvolvimento do plano, a agência considerou informações relevantes sobre a cidade de Rio Piracicaba, o prazo do contrato da presente e a verba total disponível de R\$ 170.000,00 para publicidade institucional.

HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA

A definição dos meios para execução da estratégia de comunicação baseou-se na análise dos índices de penetração divulgados pelo Mídia Dados Brasil 2021, mais completa publicação de mídia da indústria brasileira, com dados sobre mídia exterior, mobiliário urbano, meio digital incluindo mobile e APPs, TV aberta, TV por assinatura, Internet, cinema, jornal, revista, rádio e suas plataformas digitais. Os dados divulgados são de 50 fornecedores de pesquisa entre eles Kantar Ibope, Ibope Inteligência, Ipsos, Comscore, IVC e Anatec.

O setor público deve utilizar estratégias de comunicação, off-line e online, como instrumento essencial para fortalecer e popularizar o processo participativo, projetando uma sociedade informada e conhecedora de seus direitos e deveres. O crescimento da penetração dos meios digitais corresponde a 88%, e a agência criou uma estratégia validada e que alcançará o objetivo de influenciar o público na construção da campanha em curto prazo e longo prazo.

ESTRATÉGIA POR MEIO JORNAL: esse meio permitirá a inserção de um número maior de informações e um maior envolvimento e reflexão do público. A avaliação e definição dos veículos considerou sua credibilidade junto a região de circulação. Tática: Anúncios, policromia, distribuídos entre os veículos com circulação local durante 30 dias, sendo 1 anúncio para cada veículo. Veículos: Jornais Páginas e O Jequi

OUT OF HOME: OUTDOOR: Impacto e grande exposição são os pontos fortes deste meio, e sua utilização constitui uma mídia eficiente e oferece excelentes índices de recall. Tática 1: A veiculação de 2 placas por 2 bi semanas cada.

MEIO DIGITAL: A internet é um meio dinâmico, instantâneo, de alta interatividade e fácil distribuição, tornando-se uma oportunidade versátil de distribuição da mensagem e sua possibilidade de direcionamento para o público-alvo específico, o que eleva seu custo x benefício.

Handwritten signatures and initials at the bottom right of the page.

BANNER ON LINE: Tática 1: veiculação no portal oficial da Câmara Municipal e também contratação de espaço publicitário durante 30 dias em sites de notícias com abrangência local e regional.

Tática 2: META ADS: Facebook e Instagram, publicação orgânica e também contratação de anúncios para veiculação diária durante o período de veiculação da campanha com direcionamento para os moradores de Rio Piracicaba.

Tática 3: GOOGLE ADS: contratação de anúncios diários, com direcionamento para moradores da cidade, pelo período total da campanha e que serão veiculados na Rede Display e no Youtube, que exibirá a publicidade em sites parceiros, no buscador e no Youtube, fazendo com que os anúncios sejam exibidos em outros sites de conteúdos pré-selecionados na programação do anúncio e que gerem credibilidade e visibilidade para a campanha.

NÃO MÍDIA: Para complementação das mídias/meios propostos, serão executadas as produções das seguintes peças: **BANNER** produção e instalação na sede do Legislativo. **FILMAGENS E FOTOGRAFIAS** das pessoas que irão participar da campanha. **CARTAZES:** veiculação em repartições públicas, postos de saúde, escolas, faculdades, comunidade rurais, etc.

A execução do plano utilizara os canais de comunicação de uso gratuito:

- Portal da Câmara: inserção de banner online da campanha;
- Quadros de Avisos: fixação de cartazes;
- Redes Sociais: Facebook, Instagram, Youtube e Google;
- Sede do Legislativo: exposição de banner impresso e cartaz.

A campanha foi estrutura com criatividade, conceituação moderna, sintonizada com a era digital, abrangência elevada e custos reduzidos.

Ch
Ch



Planilha de distribuição de verba:

JORNAL	30 dias					Quantida de Total	R\$ Unitário	R\$ Total	%	
	1 a 7	8 a 14	16 a 21	22 a 28	29 a 30					
Jornal Páginas	1					1	3.600,00	3.600,00	51,56	
Publicação de veiculação mensal, colocação indeterminada de AD formato 1/4 página										
Jornal O Jequi	1					1	3.382,17	3.382,17	48,44	
Publicação de veiculação mensal, colocação indeterminada de AD formato 1/4 página										
Total							R\$	6.982,17	100,00	

OUT OF HOME	30 dias					Quantida de Total	R\$ Unitário	R\$ Total	%	
	1 a 7	8 a 14	16 a 21	22 a 28	29 a 30					
Outdoor		2		2		4	600,00	2.400,00	100,00	
Veiculação em 2 placas durante 2 bissemanas cada										
Total							R\$	2.400,00	100,00	

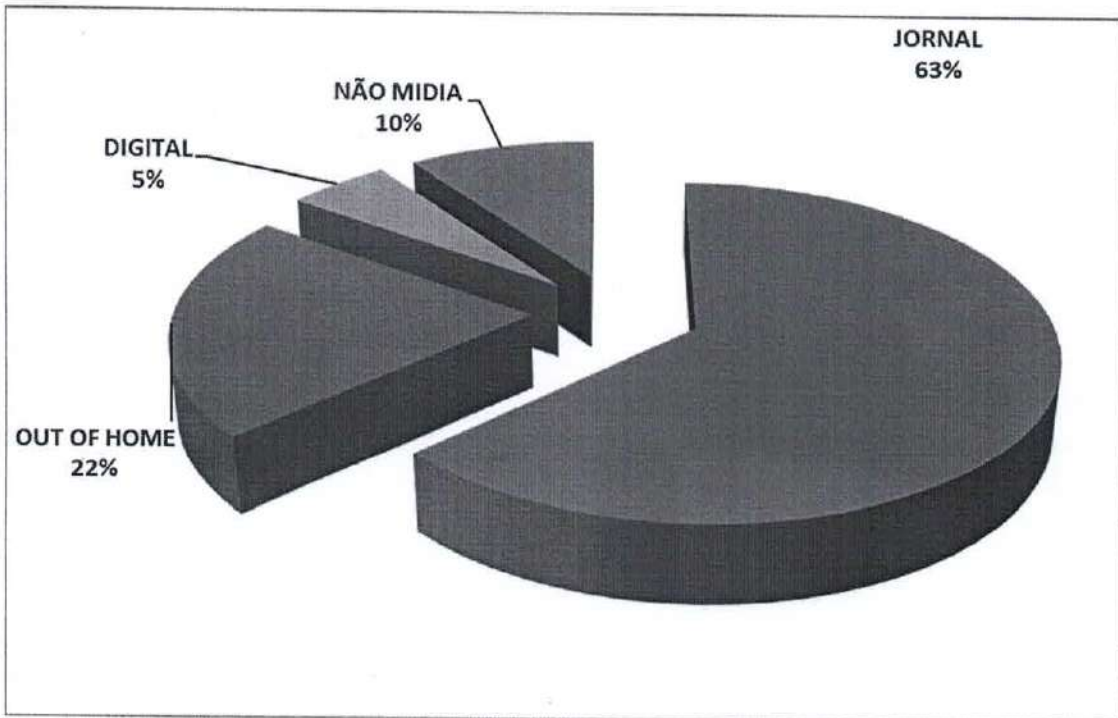
DIGITAL	30 dias					Quantida de Total	R\$ Unitário	R\$ Total	%	
	1 a 7	8 a 14	16 a 21	22 a 28	29 a 30					
Meta Business	7	7	7	7	2	30	20,00	600,00	100,00	
Descrição: impulsionamento da campanha com direcionamento para usuários de Rio Piracicaba nas plataformas Facebook e Instagram										
Google Ads	7	7	7	7	2	30	20,00	600,00	100,00	
Descrição: anúncio da campanha no Google e Youtube, direcionado para moradores de Rio Piracicaba.										
Portal da CMRP	7	7	7	7	2	30	-	-	-	
Descrição: divulgação de banner no portal da Câmara na primeira página como POP UP e banner										
Total							R\$	600,00	100,00	

NÃO MIDIA	30 dias					Quantida de Total	R\$ Unitário	R\$ Total	%	
	1 a 7	8 a 14	16 a 21	22 a 28	29 a 30					
Outdoor	2					2	250,00	500,00	45,45	
Impressão de papel de outdoor em policromia para instalação nas placas alugadas.										
Cartaz	50					50	8,00	400,00	36,36	
Produção cartazes formato 30x42 cm, 4x0 cores, papel couche										
Banner impresso	1					1	200,00	200,00	18,18	
Banner impresso 2x1 m para instalação na sede do legislativo										
Total							R\$	1.100,00	100,00	

Almeida
Depto. Li

MÍDIA	Investimento	%
JORNAL	R\$ 6.982,17	63,00
OUT OF HOME	R\$ 2.400,00	21,66
DIGITAL	R\$ 600,00	5,41
NÃO MÍDIA	R\$ 1.100,00	9,93
Total Mídia	R\$ 11.082,17	100,00

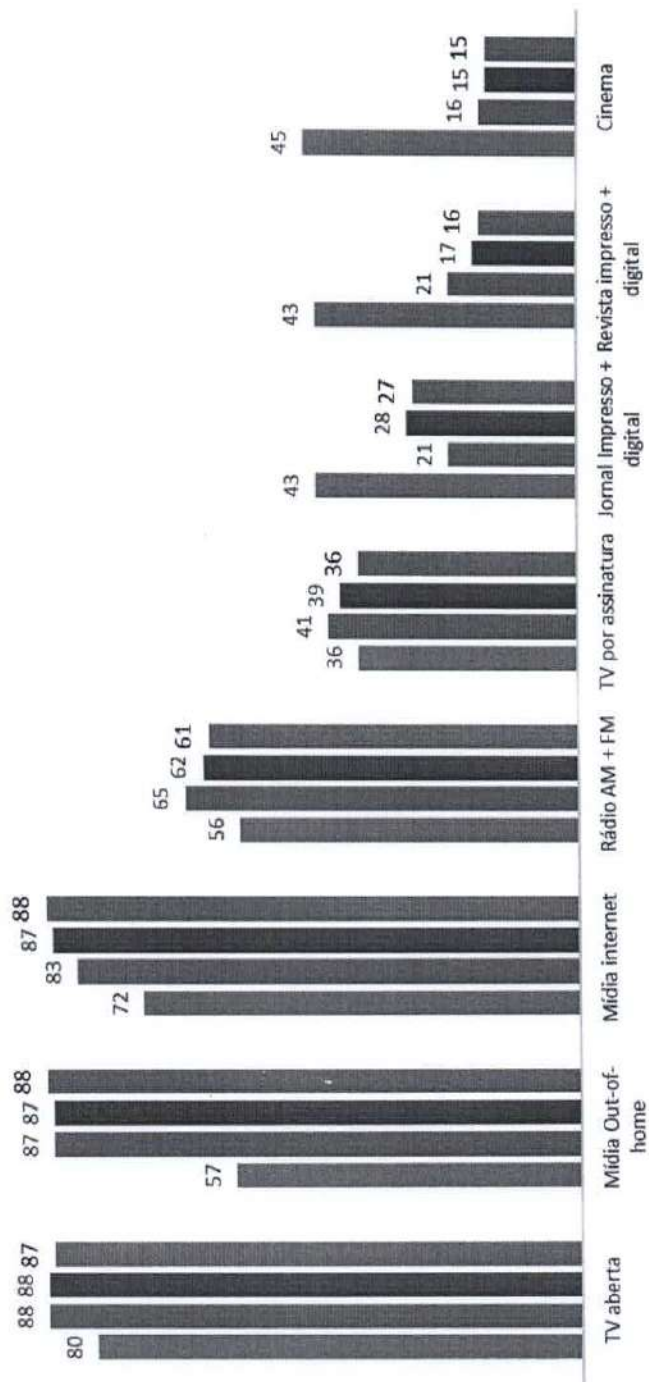
Descrição	Investimento	%
Mídia	R\$ 9.982,17	99,82
Não Mídia	R\$ 1.100,00	11,00
Total	R\$ 11.082,17	110,82
Verba disponível	R\$ 10.000,00	100,00
Verba remanescente	R\$ (1.082,17)	(10,82)



[Handwritten signatures and notes]

Penetração do meio no total da população

Comparativo 2018-2019-2020-2021



■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021

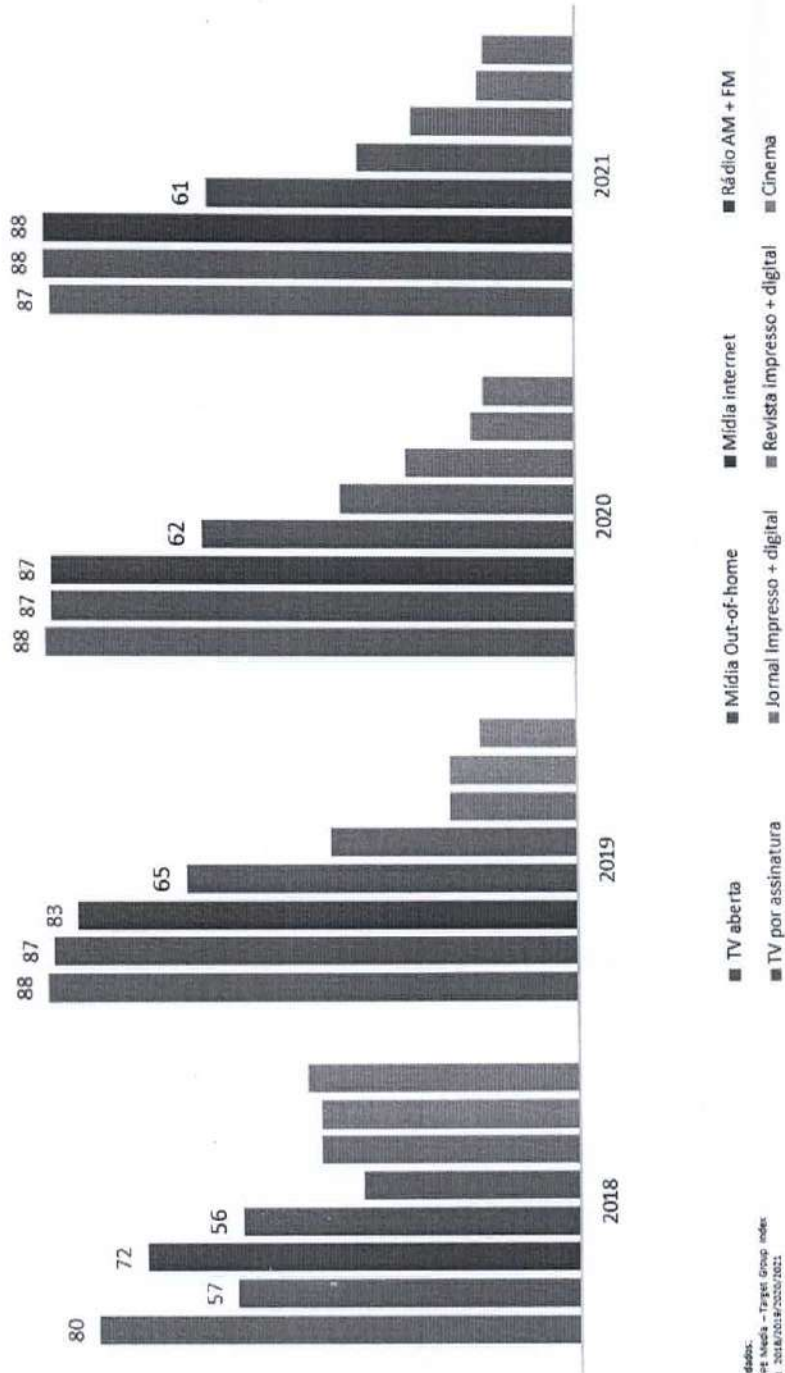
Nota dos dados:
 Fonte: IBOPE Média - Target Group Index
 Proliferação 2018/2019/2020/2021.



Handwritten signatures and initials in blue ink.

Penetração do meio no total da população

Comparativo por meio



base dos dados:
 entre IBOPE Media - Target Group index
 Mioloopes 2018/2019-2020/2021



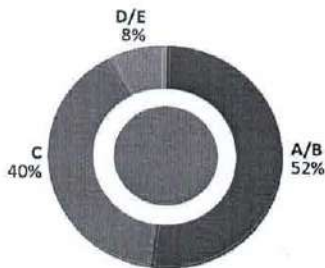
Handwritten signatures and notes in blue ink at the bottom right of the page.

Perfil dos consumidores (jornal impresso + digital)
Viewers profile (Printed + digital newspaper)

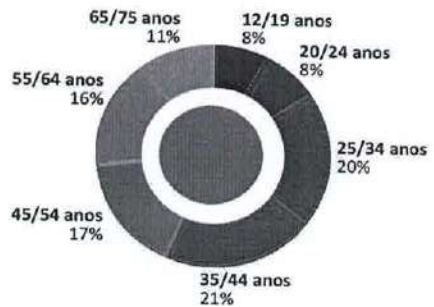
Sexo
Sex



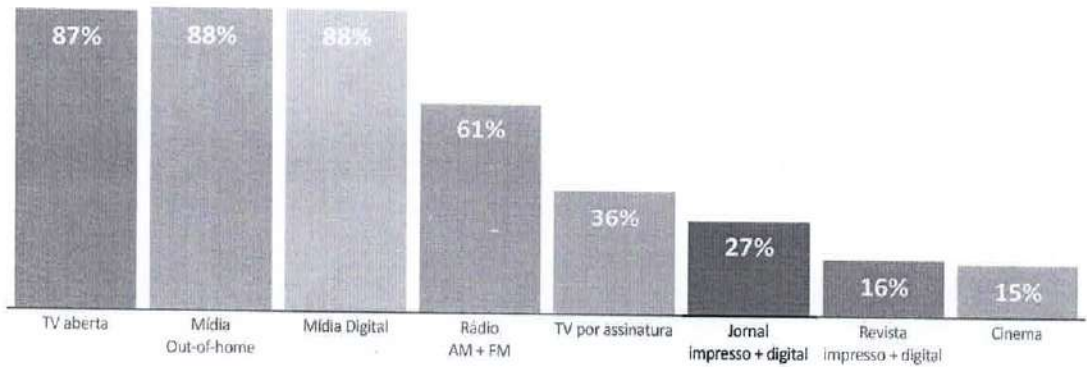
Classe econômica
Economic class



Faixa etária
Age group



Penetração do meio no total da população – 30 dias
Penetration of the medium in the population – 30 days



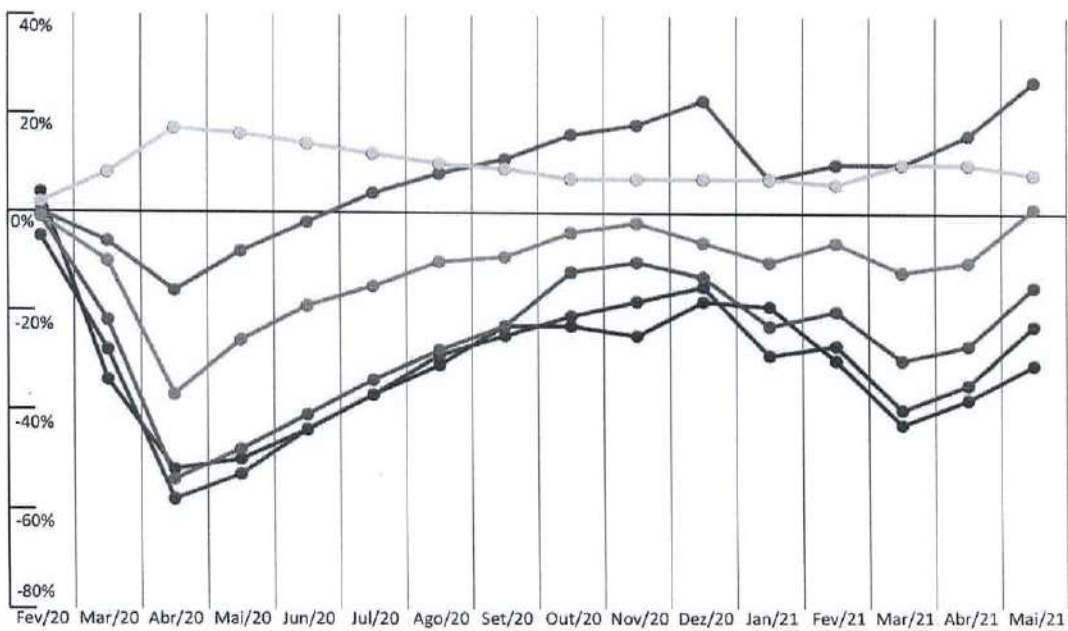
Fonte / Source
 Kantar IBOPE Media – Target Group Index – BR TG 2020 I – janeiro/19-dezembro/19 – 14 mercados
 Filtro: total população 12 a 75 anos – Amostra: – 23.808 entrevistas | Universo: 89.430.000 pessoas
 Filtro: leu jornal impresso + digital – 30 dias – Universo: 24.231.000 pessoas

[Handwritten signatures and notes]



Brasil – Mobilidade Urbana Brazil - Urban Mobility

Grafico de movimentação



Como ler esse relatório?

Cada conjunto de dados deste relatório apresenta um gráfico com percentual de popularidade categorizado por regiões/locais/segmentos. Estes relatórios mostram como as visitas e o tempo de permanência em locais diferentes mudam em comparação com um valor-base. Calculamos essas alterações com o mesmo tipo de dados agregados e anônimos que são usados para mostrar horári-

os de pico no Google Maps e Location History. O valor-base (0% = normal) é a mediana do dia da semana correspondente, durante o período de cinco semanas entre 3 de janeiro e 6 de fevereiro de 2020. Coletamos esses dados através de uma integração com Google Location History e Google Maps. Os percentuais da legenda representam o último dado coletado por região e categoria. Fonte: Google Mobility Report 15 Feb 20 - 15 Mai 21.

Legenda

- Residencial Popularidade em áreas residenciais
- Locais de Trabalho Popularidade em locais de trabalho
- Estações de transporte público Popularidade em lugares como terminais de transporte público, por exemplo, estações de metrô, ônibus e trem
- Varejo e Lazer Popularidade em lugares como restaurantes, cafés, shopping centers, parques temáticos, museus, bibliotecas e cinemas
- Mercados e Farmácias Popularidade em lugares como mercados, armazéns de alimentos, feiras, lojas de alimentos gourmet, drogarías e farmácias
- Parques Popularidade em lugares como parques nacionais, praias públicas, marinas, parques para cães, praças e jardins públicos

Fonte / Source: rdbtec | É possível ver o gráfico de forma interativa e por estado no link: <https://rdbtec.com/city.php?zone=brasil>

Handwritten signatures and notes in blue ink at the bottom right corner.

Perfil dos consumidores – Viram nos últimos 30 dias

Viewers Profile – watched the last 30 days

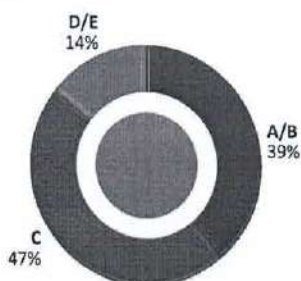
Sexo

Sex



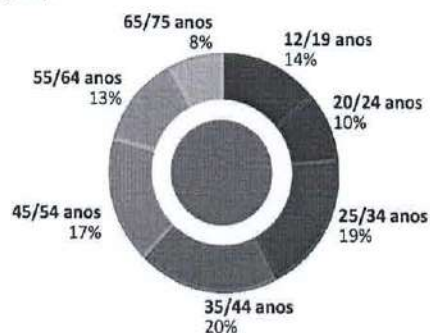
Classe econômica

Economic class



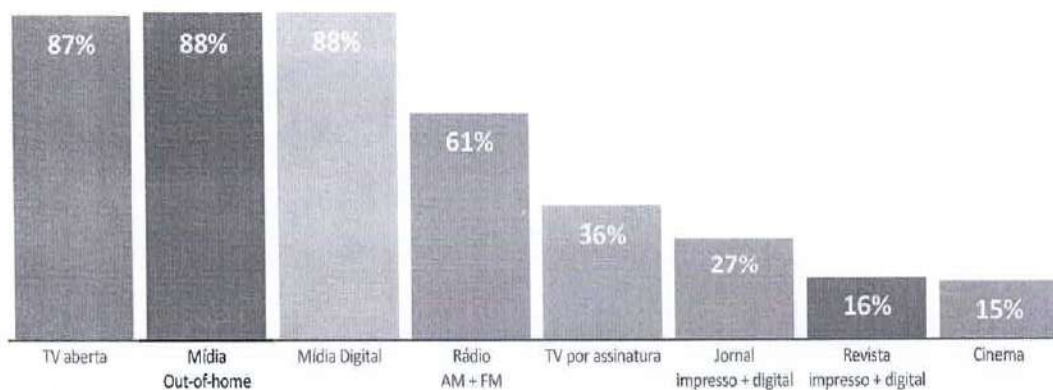
Faixa etária

Age group



Penetração do meio no total da população – 30 dias

Penetration of the medium in the population – 30 days



Fonte / Source

Kantar IBOPE Media – Target Group Index – BR TG 2020 I – janeiro/19-dezembro/19 – 14 mercados
 Filtro: total população 12 a 75 anos – Amostra: – 23.808 entrevistas | Universo: 89.430.000 pessoas
 Universo Total: Brasília (DF) (2.360.000); São Paulo (17.622.000); Goiânia (2.149.000); Curitiba (2.786.000); São Paulo Interior (total) (14.629.000); Sul/ Sudeste – Interior (Exceto Interior SP) (21.453.000);
 Campinas (1.963.000); Baixada Santista (1.515.000); Porto Alegre (3.441.000); Rio de Janeiro (10.519.000); Belo Horizonte (4.815.000); Salvador (3.222.000); Recife (3.277.000); Fortaleza (3.157.000);
 São Paulo – Interior (exceto RM Campinas e Baixada Santista) (11.151.000)

Handwritten signatures and initials in blue ink.

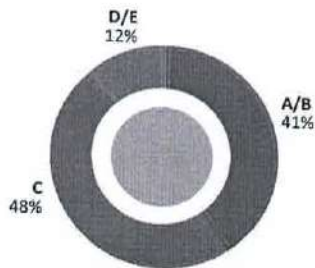
MÍDIA DIGITAL 

Perfil do internauta brasileiro – Acessou à internet nos últimos 30 dias
Profile of brazilian internet users – Accessed the internet in the last 30 days

Sexo
Sex



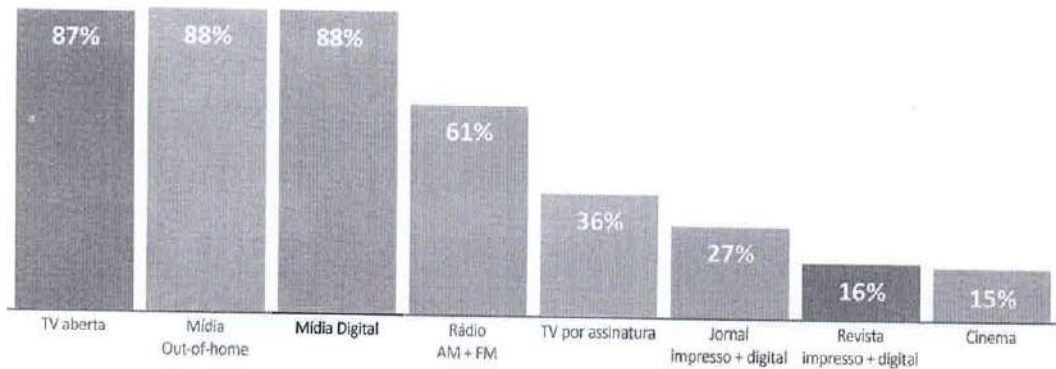
Classe econômica
Economic class



Faixa etária
Age group



Penetração do meio no total da população – 30 dias
Penetration of the medium in the population – 30 days



Fonte / Source
 Kantar IBOPE Media – Target Group Index – BR TG 2020 I – Janeiro/19-dezembro/19 – 14 mercados
 Filtro: total população 12 a 75 anos – Amostra: – 23.808 entrevistas | Universo: 89.430.000 pessoas
 Filtro: acessou à internet nos últimos 30 dias – Universo: 78.442.000 pessoas

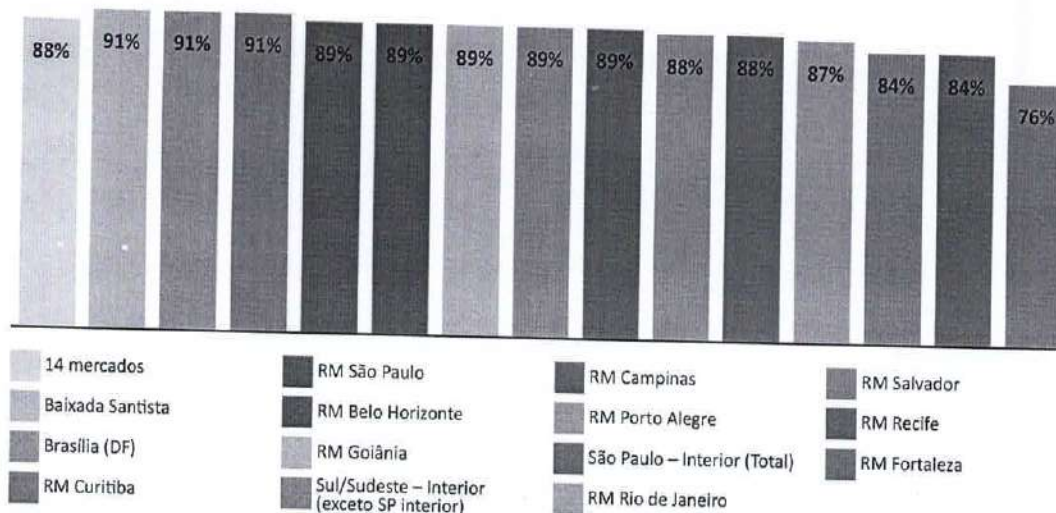
[Handwritten signatures and notes]

Penetração de internet por mercado – 2020

Internet penetration per market – 2020

Acessou à internet nos últimos 30 dias

Internet access last thirty days

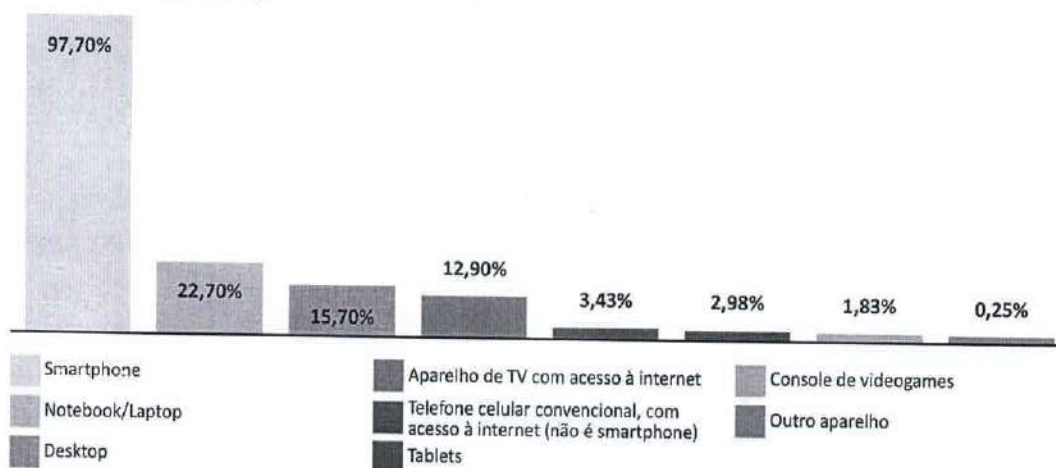


Device que usa para acessar à internet

Device used to access the Internet

Acessou à internet nos últimos 30 dias

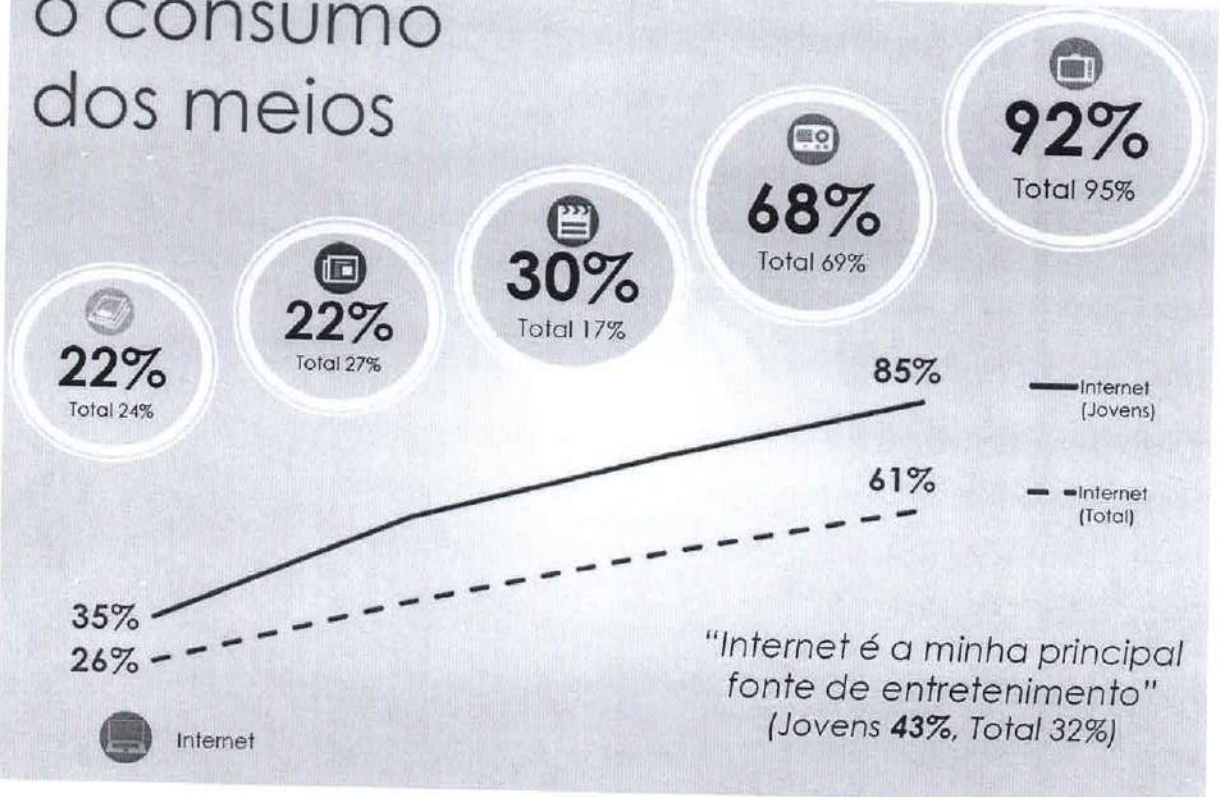
Internet access last thirty days



Fonte / Source: Kantar IBOPE Media – Target Group Index – BR TG 2020 | – janeiro/19-dezembro/19 – 14 mercados
 Filtro: acesso à internet nos últimos 30 dias – Universo 78.442.000 – Brasília (DF) (2.151.000); São Paulo (15.757.000); Goiânia (1.912.000); Curitiba (2.521.000); São Paulo Interior (total) (12.799.000); Sul/Sudeste – Interior (Exceto SP Interior) (19.029.000); Campinas (1.740.000); Porto Alegre (3.028.000); Rio de Janeiro (9.097.000); Belo Horizonte (4.298.000); Salvador (2.701.000); Recife (2.745.000); Fortaleza (2.403.000); Baixada Santista (1.383.000)

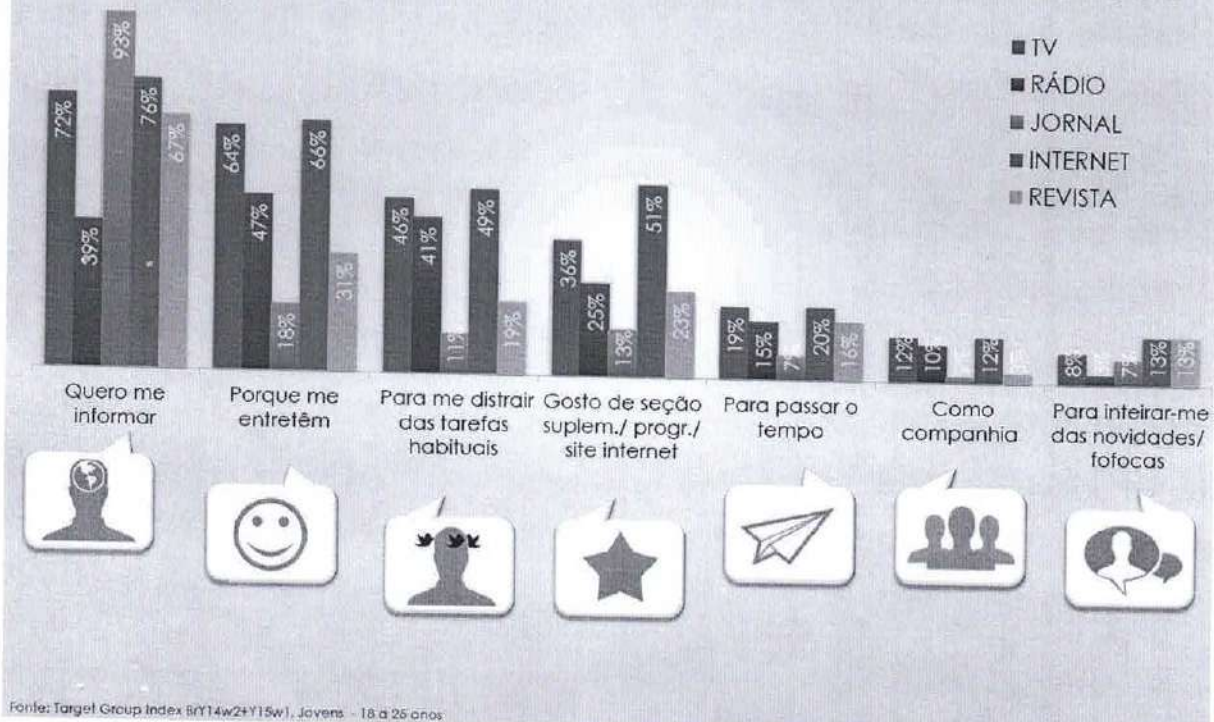
[Handwritten signatures and notes]

o consumo dos meios



entregue
Adriana
li

O jovem em busca significados. Razões para consumir os meios



enclaf
 Jovens
 Chi
 Duto

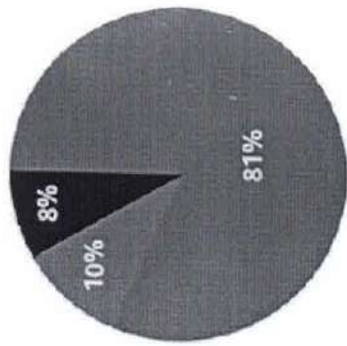
2022 – Expectativa de crescimento do investimento total em publicidade digital

O IAB Brasil perguntou para sua base de associados e cadastrados quais são as expectativas de investimento em 2022.

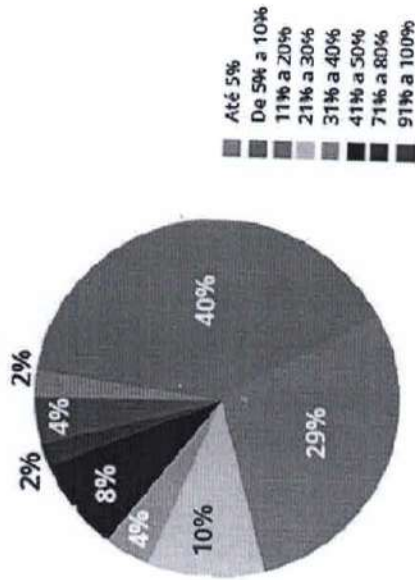
Perfil dos respondentes



Previsão para os investimentos em publicidade digital para 2022, em comparação ao ano anterior



Percentual de crescimento esperado para 2022 entre os 81% que declararam previsão de aumento



Pesquisa realizada com a base de associados e cadastrados do IAB Brasil em junho de 2022 (59 respondentes)

KANTAR IBOPE MEDIA



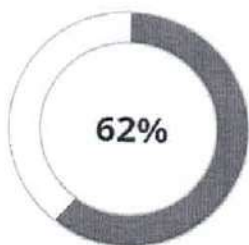
Handwritten signatures and initials in blue ink.



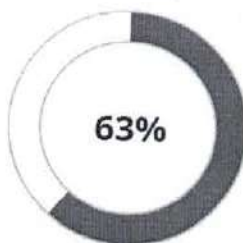
Share de Digital no Investimento
 Publicitário Geral 2021



Adm Pública
11%

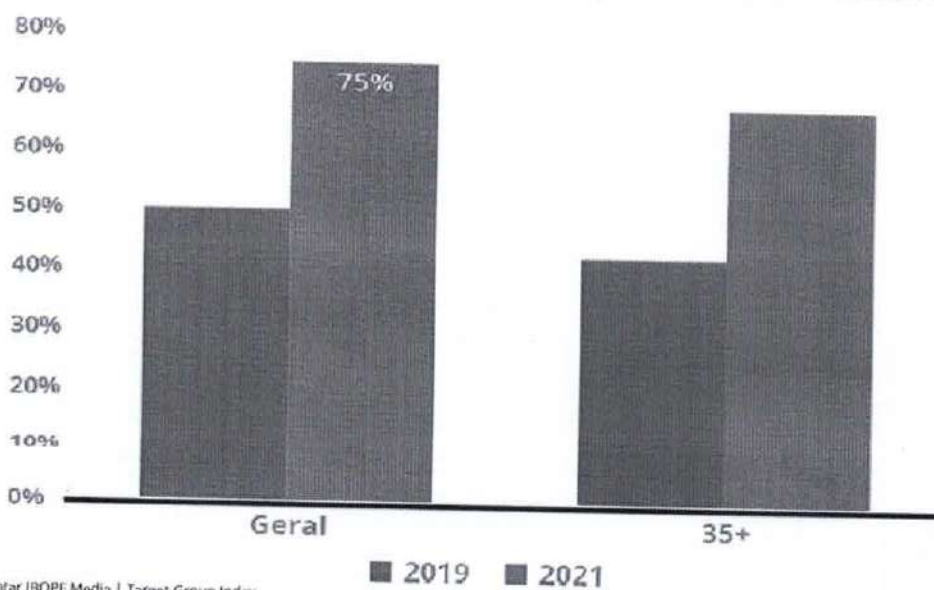


"Eu me sentiria perdido sem conseguir acessar à internet"



"Os apps facilitam minha rotina diária"

Quando preciso de informações, o 1º lugar que eu busco é na internet



[Handwritten signatures]

unfused

Debt

ms.

Diaries





CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo

www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br



ATA DA REUNIÃO RELATIVA AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023, MODALIDADE CONVITE Nº 002/2023.

Aos vinte e sete dias do mês de março de 2023, às 09 horas, com observância às disposições contidas no instrumento convocatório e na Lei de Licitações e Contratos, reuniu-se a Comissão de Licitação desta Câmara Municipal, com a finalidade de analisar os documentos apresentados, referentes ao processo em epígrafe. Aberta a sessão, a Presidente da Comissão Permanente de Licitação ressaltou que foram convidadas as empresas: MOVIDA COMUNICAÇÃO, AZ3 COMUNICAÇÃO, AGÊNCIA LIFE, PERFIL 252, SOLUTION COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA, ALIAS COMUNICAÇÃO, FILADÉLFIA COMUNICAÇÃO, STALO IN, CRIARTÊ COMUNICAÇÃO, LAPIS RARO, PONTE PROPAGANDA, TEN – COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, LADO C COMUNICAÇÃO E MARKETING, SIGLA COMUNICAÇÃO, ORIGAMI AGÊNCIA DE IDÉIAS, CRIARTE COMUNICAÇÃO E MARKETING, SHINE ON LTDA, LUME COMUNICAÇÃO, PROMOCIONAL PROPAGANDA, VISTA COMUNICAÇÃO, 300 COMUNICAÇÃO, CASA NOVA DIGITAL, AGÊNCIA ÁPICE, ORIGINAL P&P COMUNICAÇÃO, 18 COMUNICAÇÃO, INTERFACE COMUNICAÇÃO e STALO COMUNICAÇÃO.

Dentre as convidadas acusaram o recebimento do convite, as empresas: SHINE ON LTDA, STALO COMUNICAÇÃO, STALO IN, INTERFACE COMUNICAÇÃO, 18 COMUNICAÇÃO e LUME COMUNICAÇÃO.

Contudo, somente a empresa **SHINE ON LTDA**, apresentou os "Envelopes Proposta Técnica I, II e III e Proposta Comercial" e se fez presente através da sua representante, Senhora Pedrete Araujo de Castro Fernandes.

Ocorrências: Não Houve

Justificativa: Em conformidade com o art. 22, §7º da Lei Federal 8.666/93, e considerando que já foi realizado o Processo Licitatório Nº 007/2023, Convite Nº 001/2023, no qual não houve Licitante interessada em participar do Certame.





CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo




www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br

Considerando também que no presente processo os demais convidados não manifestaram interesse, e, tendo em vista, a necessidade da contratação dos serviços os quais são fundamentais para a criação de layouts como: Calendário de Reuniões ordinárias, Moções de Aplausos, Convites, Layouts para o jornal institucional da Câmara Municipal, dentre outros. Considerando também que a contratação dos serviços é essencial para que se cumpra os princípios da legalidade e transparência na divulgação dos atos do Poder Legislativo de Rio Piracicaba. A Comissão Permanente de Licitação decidiu dar andamento ao presente processo com apenas uma licitante.

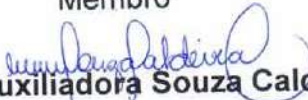
Assim a Comissão Permanente de Licitação deu prosseguimento a sessão abrindo os envelopes "Proposta Técnica I" e "Proposta Técnica III" (envelope não identificado), vistando os documentos contidos nos mesmos. Prosseguindo a Comissão decidiu pelo prazo de dois dias úteis para analisar e pontuar a licitante nas respectivas propostas, ficando assim marcada para o dia 30 de março de 2023 às 13h30min a nova sessão com finalidade de dar prosseguimento ao processo.

Nada mais havendo a tratar, lavrou-se a presente ATA, que depois de lida e aprovada, foi por todos assinada.

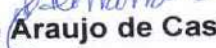
Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 27 de março de 2023.


Adrielle Adilaine Costa
Presidente da Comissão


Inês Aparecida Leite
Membro


Vanilza Auxiliadora Souza Caldeira
Membro

Proponente:


Pedrete Araujo de Castro Fernandes.
SHINEON LTDA



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo

www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br




MAPA DE JULGAMENTO DA "PROPOSTA TÉCNICA I" RELATIVO AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023, MODALIDADE CONVITE Nº 002/2023

INFORMAÇÕES A CERCA DA LICITANTE – QUESITOS

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	PONTUAÇÃO EMPRESA "A"	JUSTIFICATIVA POR QUESITO
Item 11.2 e 11.2.2 Informações da Licitante Repertório		
Capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a quantidade e a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de atuação nos diferentes setores da agência licitante:	4	Foi comprovado pela licitante suficiente capacidade de atendimento, adequado nível de qualificação de seus profissionais e uma boa estruturação dos setores, características estas que colaborarão para a qualidade e eficiência nos serviços prestados aos seus clientes.
Sistemática de atendimento, relevando no julgamento dos quesitos a adequação dos prazos máximos indicados na proposta, a operacionalidade, a segurança, o grau de liberdade conferido à cliente na escolha de soluções alternativas e presteza no atendimento às solicitações.	5	Apresentou prazos razoáveis de atendimento, boa operacionalidade, segurança, bem como celeridade no atendimento, as quais em equilíbrio com o grau de liberdade conferido ao cliente, garantirá o sucesso no alcance dos propósitos da Câmara Municipal.
Capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, de acordo com as amostras de peças já realizadas e incluídas na proposta, aferidas pelos quesitos de concepção, pertinência, clareza, qualidade de execução e acabamento. A licitante poderá apresentar até 2 (duas) peças para cada um dos seguintes meios de veiculação: rádio, revista, jornal, outdoor.	5	A licitante não atendeu completamente este item uma vez que não incluiu o CD com Jingle das peças criadas para veiculação em rádio.
Total de Pontos	14	

Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 29 de março de 2023.


Adriele Adilaine Costa
Presidente da Comissão


Inês Aparecida Leite
Membro


Vanilza A. Souza Caldeira
Membro



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo

www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br



MAPA DE JULGAMENTO DA "PROPOSTA TÉCNICA III" RELATIVO AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 0092023, MODALIDADE CONVITE Nº 002/2023

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - NÃO IDENTIFICADO

PLANO DE COMUNICAÇÃO	PONTUAÇÃO EMPRESA "A"	JUSTIFICATIVA POR QUESITO
11.3.1 Raciocínio Básico		
11.3.1.1 Conhecimento das características gerais;	3	A licitante desenvolveu de forma satisfatória este quesito, ao descrever as principais atividades Culturais e festivas do município.
11.3.1.2 Conhecimento genérico dos serviços prestados;	2	A licitante apresentou conhecimentos genéricos adequados com relação aos serviços prestados pela Câmara Municipal de Rio Piracicaba.
11.3.1.3 Adequada compreensão da linha de atuação específica;	3	A licitante comprovou percepção quanto a linha de atuação da Câmara Municipal.
11.3.1.4 Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação;	3	A licitante apresentou uma correta compreensão em relação às necessidades de comunicação.
Total de pontos	11	

Plano de Comunicação	PONTUAÇÃO EMPRESA "A"	JUSTIFICATIVA POR QUESITO
11.3.2 Estratégia de Comunicação		
11.3.2.1 Formulação do conceito, compreensão do tema hipotético e desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito total;	7	A formulação do conceito foi satisfatória, demonstrando uma eficiente compreensão do tema hipotético, e um bom desenvolvimento do raciocínio.
11.3.2.2 Formulação do tema da comunicação adotado para linha de atuação;	7	Apresentou um tema adequado o qual demonstra originalidade, ordenação e um bom planejamento.
Total de pontos	14	



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo


www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br



IDÉIA CRIATIVA	PONTUAÇÃO EMPRESA "A"	JUSTIFICATIVA POR QUESITO
11.3.3		
11.3.3.1 Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha;	5	Desenvolveu uma estratégia eficaz capaz para atender a todos os pontos da campanha.
11.3.3.2 Capacidade de síntese da estratégia de comunicação;	4	A licitante demonstrou habilidade e conhecimento à proposta.
11.3.3.3 Cobertura do público envolvido pela linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida;	5	Apresentou uma eficiente cobertura do público envolvido na linha de atuação do plano de comunicação, principalmente com a proposta de mídias digitais tendo em vista o crescente índice de acesso da população às redes sociais.
11.3.3.4 Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem	6	A empresa demonstrou criatividade na combinação dos elementos nas peças publicitárias criando um equilíbrio entre as peças sugeridas (Spot para rádio, anúncio para jornal, outdoor, banners, e opções para redes sociais).
Total de pontos	20	

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	PONTUAÇÃO EMPRESA "A"	JUSTIFICATIVA POR QUESITO
11.3.4		
11.3.4.1 Conhecimentos dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação	3	Demonstrou no plano de comunicação proposto, experiência nos hábitos de comunicação do público envolvido.
11.3.4.2 Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia;	3	A licitante apresentou uma ótima análise sobre as manifestações e hábitos locais para definição dos meios.
11.3.4.3 Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante	3	A Licitante fez uma razoável distribuição da verba disponibilizada entre os veículos de comunicação.
11.3.4.4 Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta;	4	A empresa poderia ter desenvolvido uma melhor distribuição da verba sugerida para a campanha.
Total de pontos	13	

Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 29 de março de 2023.


Adriele Adilaine Costa
Presidente da Comissão





CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo



www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br

Inéz Aparecida Leite
Membro

Vanilza A. Souza Caldeira
Membro

Câmara Municipal Rio Piracicaba

Transparência e Legalidade!



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo



www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br

ATA DA REUNIÃO DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA, REFERENTE AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023, MODALIDADE CONVITE Nº 002/2023

“PROPOSTAS TÉCNICAS I E III”

Aos vinte e nove dias do mês de março do ano de 2023, às 13 horas, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, com a finalidade de julgar as “Propostas Técnicas” apresentadas pela licitante “A” referente ao processo em epígrafe.

Examinado o plano de comunicação publicitária e a proposta técnica apresentada, nos termos do edital e considerando as pontuações recebidas pela licitante, a Comissão Permanente de Licitação deliberou:

1 – Habilitada a empresa “A”, por obter as pontuações de que trata o item XI do edital:

Nº ITEM	PROPONENTE	PONTUAÇÃO PROPOSTA	PONTUAÇÃO OBTIDA
01	Empresa “A”	80	72


2 – Ocorrências: Não houve.

Nada mais havendo a tratar, lavrou-se a presente ATA, que depois de lida e aprovada, foi pela Comissão de Licitação assinada.

Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 29 de março de 2023.


Adriele Adilaine Costa
Presidente da Comissão


Inêz Aparecida Leite
Membro


Vanilza A. Souza Caldeira
Membro

Raciocínio Básico

A - CONHECIMENTO DAS CARACTERÍSTICAS GERAIS DO CLIENTE:

Fundado por João dos Reis Cabral, o antigo arraial de São Miguel de Rio Piracicaba teve sua origem na época do ouro, entre o fim do século XVII e início do XVIII e foi elevado a município pela Lei Estadual nº 556, de 30 de agosto de 1911. Rio Piracicaba tem sua economia baseada na extração de minério de ferro, agricultura de subsistência e pecuária leiteira. Sua população estimada para 2019 foi de 14.325 mil habitantes (IBGE, 2019), sendo 80% residente na zona urbana e 20% na zona rural.

A primeira Câmara Municipal da cidade foi instalada em junho de 1912 e teve como presidente o Sr. Antônio Saturnino, que também seria o primeiro prefeito da cidade. Essa data marca a emancipação político administrativa do município, com a promulgação da Lei Nº 01 – criando os “Estatutos Municipais”.

Na área cultural o município realiza eventos tradicionais como a festa do Jubileu do Senhor Bom Jesus, que reúne milhares de fiéis todos os anos, e a Festa do Congado, uma das mais antigas do estado, com mais de 250 anos. O calendário festivo da cidade conta ainda com as Cavalgadas e a Semana Cultural do Legislativo.

Em três séculos de história, Rio Piracicaba mantém seu potencial de crescimento, desenvolvimento e progresso, e o Poder Legislativo Municipal é efetivo em seus trabalhos em prol dos cidadãos, exercendo seu papel ativamente e com transparência.

B - CONHECIMENTO GENÉRICO DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELA CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

A Constituição Federal de 1988 restaurou a autonomia municipal brasileira que descentralizou os poderes. Os municípios passaram então a ter autonomia política, administrativa e financeira, aproximando a população a seus representantes locais, trazendo benefícios para a sociedade frente à possibilidade de descoberta das vocações econômicas do município e de suas necessidades.

Ao Poder Legislativo de Rio Piracicaba, que conta com 9 vereadores eleitos através do voto direto, compete às funções genéricas de:

- Legislar: elaborando projetos e proposições votadas durante as sessões ordinárias e/ou extraordinárias;
- Fiscalizar: controlando e fiscalizando atos do Executivo, de forma individual ou através das comissões permanentes ou especiais;
- Sugerir: indicando e alertando o Executivo sobre necessidades da população, estimulando assim as providências cabíveis;
- Representar: sendo “porta voz da população”, do partido que representa e de movimentos organizados de um modo em geral, organizando e conscientizando a população.

Handwritten signatures and initials in blue ink.

Essas funções nortearão o plano de comunicação proposto pela agência, complementando as demandas expostas no briefing da presente licitação, que apontam o desafio de promover um estudo acerca das redes sociais da Câmara Municipal de Rio Piracicaba e aumentar seu alcance e engajamento com os munícipes.

Para tanto, a estratégia de comunicação proposta pela agência pretende mostrar que a Câmara trabalha para ampliar a participação popular na rotina diária do Legislativo, priorizando ainda a transparência e acesso às informações da Casa.

A comunicação irá estreitar os laços que unem o Legislativo à população, estimulando a informação, a participação popular, o envolvimento do cidadão com o ambiente e o interesse de todos pelas causas comuns, contribuindo assim para a elevação positiva da imagem da Câmara Municipal.

C - ACUIDADE DE COMPREENSÃO EM RELAÇÃO ÀS NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO DA LINHA DE ATUAÇÃO SUGERIDA

O processo de comunicação do Poder Legislativo deve ter como objetivo primordial fazer com que informações relevantes e pertinentes se tornem acessíveis ao público em geral. Essas informações segundo a Constituição Federal (art. 37, § 1º) devem relacionar-se aos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos e, sua publicidade, deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, além de cumprirem os preceitos das leis federais de Responsabilidade Fiscal (101/2000 e 131/2009) e de Acesso à Informação (12.527/2011).

O Brasil vem enfrentando o desafio de elevar o crescimento econômico, a geração de emprego e a retomada do desenvolvimento econômico e social. É indispensável para tanto que o município conte com um Legislativo forte, moderno e transparente, sintonizado com as reais necessidades da sociedade. É o Poder Legislativo municipal que deliberara sobre os orçamentos da cidade e sobre a alocação eficiente dos recursos públicos, no atendimento das demandas de saúde, educação e segurança, entre outras. É a câmara de vereadores a principal instituição de controle social sobre a atuação do poder público de Piracicaba.

A Câmara atua diretamente com o Executivo Municipal através da fiscalização, aprovações de leis e consolidações de políticas públicas, agindo para representar as demandas e necessidades da população, cuidando dos interesses coletivos e da organização da sociedade.

D - ACUIDADE DE COMPREENSÃO DEMONSTRADA EM RELAÇÃO ÀS NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO

Ao vereador cabe executar as funções da Câmara Municipal, ele é o representante político do cidadão, ou seja, é o porta-voz do povo. Ele tem ainda o papel de auxiliar o cidadão a obter serviços públicos, indicando, orientando e prestando informações. E é fundamental manter abertos canais de

Handwritten signatures and initials in blue ink.

comunicação com a comunidade para ter conhecimento das necessidades coletivas que serão defendidas no plenário.

A comunicação pública é um instrumento que tem por objetivo fortalecer e popularizar o processo participativo entre o povo e o Poder Legislativo através da criação de uma sociedade informada e conhecedora de seus direitos e deveres, promovendo assim a cidadania.

“A cidadania, assim considerada, consiste na consciência de pertinência à sociedade estatal como titular dos direitos fundamentais, da dignidade como pessoa humana, da integração participativa no processo do poder com a igual consciência de que essa situação subjetiva envolve também deveres de respeito à dignidade do outro, de contribuir para o aperfeiçoamento de todos.” (SILVA, José Afonso da. Acesso à Justiça e Cidadania, pág. 11).

Cidadania é o exercício dos direitos e deveres civis, políticos e sociais estabelecidos na Constituição de um país, por parte dos seus respectivos cidadãos. Sua prática influencia diretamente no cumprimento da Constituição Federal (art. 31) que esclarece que a função primordial do Poder Legislativo Municipal é a de fiscalizar o Município mediante controle externo através do Tribunal de Contas Estadual, Municipal ou Conselhos e pelos sistemas de controle interno do Poder Executivo Municipal, na forma da lei.

Portanto ao exercer sua cidadania, com consciência de seus direitos e deveres, o piracicabense estará contribuindo para a organização social do município. E para praticar a cidadania os moradores de Rio Piracicaba possuem diversos meios legais: as reuniões do Legislativo; o direito de sugerir projetos leis e obras de melhorias para a comunidade; o conhecimento do papel dos Poderes Públicos no município; a utilização dos serviços e disponibilizados e a participação em projetos sociais promovidos.

O objetivo da comunicação proposta pela agência será, em consonância com o apresentado no briefing e dentro das legalidades exigidas, fazer com que as redes sociais do Legislativo se comuniquem com os diversos públicos do município, ampliando o acesso à informação de forma que o cidadão se sinta motivado a compartilhar conteúdos, participar de ações e projetos do Legislativo, transformando a comunicação em uma via de mão dupla.

Handwritten signatures and initials in blue ink, including "Vhi" and "Piracicaba".

Estratégia de Comunicação Publicitária

A) FORMULAÇÃO DO CONCEITO DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Segundo projeções da Organização das Nações Unidas, as cidades crescem em ritmo acelerado e é fundamental que as cidades possam desenvolver um grau satisfatório de competitividade com outras cidades, objetivando recursos através de investidores e moradores, tornando-se um atrativo tanto para concretizações públicas como privadas. Quando a população estiver vivenciando o sentimento de identidade com a cidade ela participará amplamente da sua vida política.

A abordagem utilizada para formular a campanha proposta pela agência relevou a importância de criar uma ligação forte entre a marca/imagem da Câmara Municipal de Piracicaba, possibilitando que sua execução atinja objetivos primários e secundários, tendo assim desdobramentos positivos junto aos públicos:

-População em geral: admita que a Câmara Municipal se preocupa com o desenvolvimento e progresso do município e incentiva a participação popular através de projetos, ações e da transparência de suas ações.

-Comércio e indústria: passem a ver o município como um local propício para receber investimentos, frente à eficiência da Câmara Municipal no desempenho de suas funções de legislar, fiscalizar, sugerir e representar a comunidade;

-Formadores de opinião: imprensa, lideranças locais e associações de bairros, se mobilizem em divulgar a imagem positiva da cidade e da Câmara Municipal, repercutindo na motivação da população, na conquista e manutenção de empreendedores no município.

O objetivo da comunicação é estimular e fortalecer a participação da população enquanto ato democrático e benéfico para toda Rio Piracicaba, sem distinção de classe social, idade ou outra segmentação. A estratégia proposta pela agência desenvolverá o entendimento que o Poder Legislativo é de fácil acesso a toda população e que a sua participação na vida política da cidade é essencial para otimizar a atuação do Poder Legislativo e conseqüentemente promover o crescimento e desenvolvimento econômico da cidade. Assim, dentro desta linha de raciocínio foi proposto o tema:

“EXISTEM VÁRIAS FORMAS DE PARTICIPAR DO DIA A DIA DA CÂMARA.

Nossa cidade deve ser representada por todos os piracicabenses e a Câmara Municipal é o caminho para propor ideias e sugestões para melhorar a vida da população.

Mantenha-se engajado com os canais digitais oficiais do Legislativo e ajude a fazer de Rio Piracicaba uma cidade cada vez melhor.”

A abordagem utilizada para formular o tema relevou a necessidade de reavivar na população a importância de atuar junto à Câmara Municipal, apontando o engajamento nos canais digitais oficiais do Legislativo como uma forma assertiva para fortalecer a atuação dos edis em prol da cidade.

upad
Manoel
vi

B) FORMULAÇÃO DO TEMA ADOTADO PARA A LINHA DE ATUAÇÃO

A estratégia da comunicação promoverá o entendimento sobre a essencialidade de uma sociedade participativa, conhecedora e inteirada de seus direitos e deveres, reconhecendo que participar da vida do Legislativo é praticar a cidadania e promover a democracia no município.

A campanha será capaz de se comunicar com seus públicos através de uma linha de atuação com:

. **Transparência e ética:** a comunicação será pautada pela transparência e ética, exigidas pela Constituição Federal, para agregar credibilidade à imagem do Poder Legislativo e da cidade.

. **Permanência das mensagens:** a comunicação será cumulativa, com informações que serão acrescentadas aos conhecimentos da sociedade e do público alvo. A permanência da mensagem permitirá consolidar a imagem positiva da Câmara Municipal enquanto atuante na promoção da cidadania, da democracia e dos direitos fundamentais da população.

. **Informação como base da comunicação:** divulgará informações concretas em benefício ao público-alvo e ao propósito de divulgar e reforçar a cidadania e a democracia, incentivadas pelo poder Legislativo.

. **Foco nos resultados:** ampliação dos níveis de exposição da comunicação, focando nos resultados pretendidos de divulgação de forma sustentável e com participação da sociedade

A cumplicidade da população com o Poder Legislativo é um objetivo sempre almejado e a evolução das mídias digitais e o seu grande alcance com o público se tornam oportunidades para, junto com o planejamento de estratégias em meios tradicionais, criar um forte engajamento do piracicabense com a comunicação da Câmara Municipal.

O conceito da campanha abordará imagens de pessoas comuns acessando dispositivos ligados à internet para obter informações da Câmara Municipal. Essa abordagem provará à população a facilidade para desempenharem seu dever de participar da vida política da cidade através da obtenção de informações sobre o trabalho do Legislativo.

Simplificar o processo de participação é a linha de atuação que segmentará a estratégia. É sabido que poucos se interessam em ir de fato à Câmara Municipal para se inteirar dos assuntos do município, assim a comunicação provará que o piracicabense pode cumprir seu papel de casa, da rua, de onde estiver.

Será traçado um plano de divulgação que incluirá meios digitais e tradicionais de comunicação com foco em interceptar o receptor da mensagem em diversos locais, reforçando a comunicação e ampliando seu alcance e retorno.

1. MÍDIAS OFFLINE ou TRADICIONAL

Atualmente são chamadas de mídias offline, ou tradicionais, os meios televisão, revista, jornal, out-of-home, rádio, som volante, ônibus, entre outras. Esses meios geram credibilidade e confiabilidade da comunicação além de possuírem abrangência e alcance em regiões onde o público não tem acesso aos meios online diariamente.

Handwritten signatures and initials in blue ink.

-JORNAL, veiculação de anúncios em veículos de circulação local, direcionando assim a campanha ao público da cidade;

-OUTDOOR, mídia eminentemente local e que permite alta frequência de exposição por ter grande impacto visual e possibilita afixação da mensagem nos pontos estratégicos;

2. MÍDIAS DIGITAIS:

Veiculação em mídias digitais e contratação de propaganda no Facebook, Instagram, Youtube e Google, com abrangência e direcionamento ao público-alvo. Os benefícios principais desses canais incluem: baixo custo na execução das estratégias; possibilidade de mensuração de resultados tais como informações sobre visualizações, interações, compartilhamentos, horário, região, idade do público, etc.; segmentação da campanha para público definido podendo ser localização (regiões e cidades por exemplo), sexo, interesses, idade, etc.; ajustes no processo durante a campanha onde é possível alterar os canais, redefinir público, região e layouts.

-FACEBOOK/INSTAGRAM: utilização da página e perfil do Legislativo para divulgar informações e veicular a campanha através de postagens gratuitas e da contratação de publicidade direcionada exclusivamente à população local.

-YOUTUBE: utilização do canal do Legislativo, que já veicula as reuniões, para promover anúncios dos canais de comunicação da Câmara Municipal.

-GOOGLE DISPLAY: contratação de publicidade para divulgação da campanha exclusivamente à população de Rio Piracicaba.

-BANNER ON LINE: veiculação no portal oficial da Câmara Municipal e contratação de espaços em sites de notícias locais.

3. NÃO MÍDIA: para ampliar a comunicação com o público serão produzidas peças de não mídia:

-CARTAZES: considerando o decreto de fechamento de alguns segmentos, a exposição de cartazes na zona urbana e rural será nos estabelecimentos em funcionamento: repartições públicas, comércio e postos de saúde. Não há custos para veiculação dos cartazes, tornando-os uma peça atrativa, com custo reduzido e que amplia o período de exposição a campanha.

-BANNER: peça impressa que terá como conteúdo a divulgação dos endereços dos links digitais da Câmara Municipal e será instalada na sede física do legislativo.

A estratégia de comunicação proposta tem por objetivo fazer com que informações relevantes e pertinentes sobre o Legislativo se tornem acessíveis ao público em geral e estejam de acordo com a Constituição Federal (art. 37, § 1º), que estipula que essas informações devam relacionar-se aos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos e, sua publicidade, deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, além de cumprirem os preceitos das leis federais de Responsabilidade Fiscal (101/2000 e 131/2009) e de Acesso à Informação (12.527/2011).

Handwritten signatures and initials in blue ink.

6.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

Campanha: "EXISTEM VÁRIAS FORMAS DE PARTICIPAR DO DIA A DIA DA CÂMARA."

Público-alvo principal: População de Rio Piracicaba.

Públicos-alvo secundários: Profissionais liberais, prestadores de serviços, comércio, indústria e formadores de opinião

Abrangência: Rio Piracicaba – zona rural e urbana

Período proposto para a campanha específica: 30 dias

Verba proposta: R\$ 14.000,00

Mix de mídia: jornal + out of home + internet

Para desenvolvimento do plano, a agência considerou informações relevantes sobre a cidade de Rio Piracicaba, o prazo do contrato da presente e a verba total disponível de R\$ 170.000,00 para publicidade institucional.

HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA

A definição dos meios para execução da estratégia de comunicação baseou-se na análise dos índices de penetração divulgados pelo Mídia Dados Brasil 2021, mais completa publicação de mídia da indústria brasileira, com dados sobre mídia exterior, mobiliário urbano, meio digital incluindo mobile e APPs, TV aberta, TV por assinatura, Internet, cinema, jornal, revista, rádio e suas plataformas digitais. Os dados divulgados são de 50 fornecedores de pesquisa entre eles Kantar Ibope, Ibope Inteligência, Ipsos, Comscore, IVC e Anatec.

O setor público deve utilizar estratégias de comunicação, off-line e online, como instrumento essencial para fortalecer e popularizar o processo participativo, projetando uma sociedade informada e conhecedora de seus direitos e deveres. O crescimento da penetração dos meios digitais corresponde a 88%, e a agência criou uma estratégia validada e que alcançará o objetivo de influenciar o público na construção da campanha em curto prazo e longo prazo.

ESTRATÉGIA POR MEIO JORNAL: esse meio permitirá a inserção de um número maior de informações e um maior envolvimento e reflexão do público. A avaliação e definição dos veículos considerou sua credibilidade junto a região de circulação. Tática: Anúncios, policromia, distribuídos entre os veículos com circulação local durante 30 dias, sendo 1 anúncio para cada veículo. Veículos: Jornais Páginas e O Jequi

OUT OF HOME: OUTDOOR: Impacto e grande exposição são os pontos fortes deste meio, e sua utilização constitui uma mídia eficiente e oferece excelentes índices de recall. Tática 1: A veiculação de 2 placas por 2 bi semanas cada.

MEIO DIGITAL: A internet é um meio dinâmico, instantâneo, de alta interatividade e fácil distribuição, tornando-se uma oportunidade versátil de distribuição da mensagem e sua possibilidade de direcionamento para o público-alvo específico, o que eleva seu custo x benefício.

Handwritten signatures and initials in blue ink, including names like 'Alfonso' and 'Vici'.

BANNER ON LINE: Tática 1: veiculação no portal oficial da Câmara Municipal e também contratação de espaço publicitário durante 30 dias em sites de notícias com abrangência local e regional.

Tática 2: META ADS: Facebook e Instagram, publicação orgânica e também contratação de anúncios para veiculação diária durante o período de veiculação da campanha com direcionamento para os moradores de Rio Piracicaba.

Tática 3: GOOGLE ADS: contratação de anúncios diários, com direcionamento para moradores da cidade, pelo período total da campanha e que serão veiculados na Rede Display e no Youtube, que exibirá a publicidade em sites parceiros, no buscador e no Youtube, fazendo com que os anúncios sejam exibidos em outros sites de conteúdos pré-selecionados na programação do anúncio e que gerem credibilidade e visibilidade para a campanha.

NÃO MÍDIA: Para complementação das mídias/meios propostos, serão executadas as produções das seguintes peças: BANNER produção e instalação na sede do Legislativo. FILMAGENS E FOTOGRAFIAS das pessoas que irão participar da campanha. CARTAZES: veiculação em repartições públicas, postos de saúde, escolas, faculdades, comunidade rurais, etc.

A execução do plano utilizara os canais de comunicação de uso gratuito:

- Portal da Câmara: inserção de banner online da campanha;
- Quadros de Avisos: fixação de cartazes;
- Redes Sociais: Facebook, Instagram, Youtube e Google;
- Sede do Legislativo: exposição de banner impresso e cartaz.

A campanha foi estrutura com criatividade, conceituação moderna, sintonizada com a era digital, abrangência elevada e custos reduzidos.

li
Piracicaba
li

Planilha de distribuição de verba:

JORNAL	30 dias					Quantida de Total	R\$ Unitário	R\$ Total	%	
	1 a 7	8 a 14	16 a 21	22 a 28	29 a 30					
Jornal Páginas	1					1	3.600,00	3.600,00	51,56	
Publicação de veiculação mensal, colocação indeterminada de AD formato 1/4 página										
Jornal O Jequi	1					1	3.382,17	3.382,17	48,44	
Publicação de veiculação mensal, colocação indeterminada de AD formato 1/4 página										
Total							R\$	6.982,17	100,00	

OUT OF HOME	30 dias					Quantida de Total	R\$ Unitário	R\$ Total	%	
	1 a 7	8 a 14	16 a 21	22 a 28	29 a 30					
Outdoor		2		2		4	600,00	2.400,00	100,00	
Veiculação em 2 placas durante 2 bisemanas cada										
Total							R\$	2.400,00	100,00	

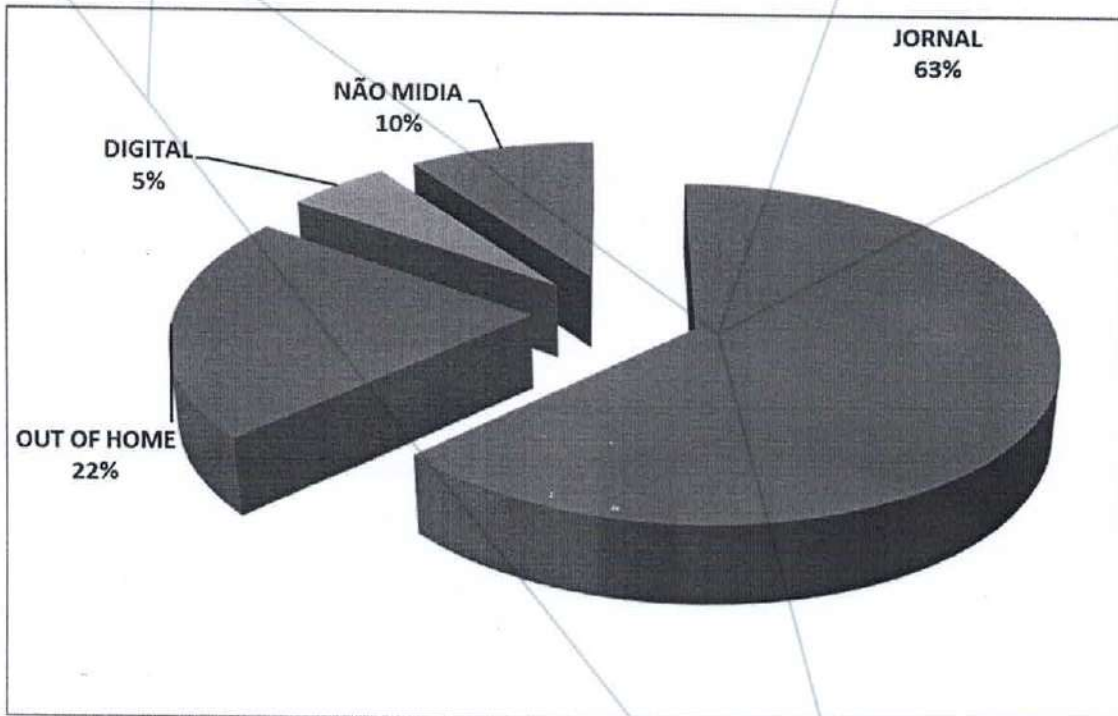
DIGITAL	30 dias					Quantida de Total	R\$ Unitário	R\$ Total	%	
	1 a 7	8 a 14	16 a 21	22 a 28	29 a 30					
Meta Business	7	7	7	7	2	30	20,00	600,00	100,00	
Descrição: impulsionamento da campanha com direcionamento para usuários de Rio Piracicaba nas plataformas Facebook e Instagram										
Google Ads	7	7	7	7	2	30	20,00	600,00	100,00	
Descrição: anúncio da campanha no Google e Youtube, direcionado para moradores de Rio Piracicaba.										
Portal da CMRP	7	7	7	7	2	30	-	-	-	
Descrição: divulgação de banner no portal da Câmara na primeira página como POP UP e banner										
Total							R\$	600,00	100,00	

NÃO MIDIA	30 dias					Quantida de Total	R\$ Unitário	R\$ Total	%	
	1 a 7	8 a 14	16 a 21	22 a 28	29 a 30					
Outdoor	2					2	250,00	500,00	45,45	
Impressão de papel de outdoor em policromia para instalação nas placas alugadas.										
Cartaz		50				50	8,00	400,00	36,36	
Produção cartazes formato 30x42 cm, 4x0 cores, papel couche										
Banner impresso	1					1	200,00	200,00	18,18	
Banner impresso 2x1 m para instalação na sede do legislativo										
Total							R\$	1.100,00	100,00	

empres
João Monlevade
Lui

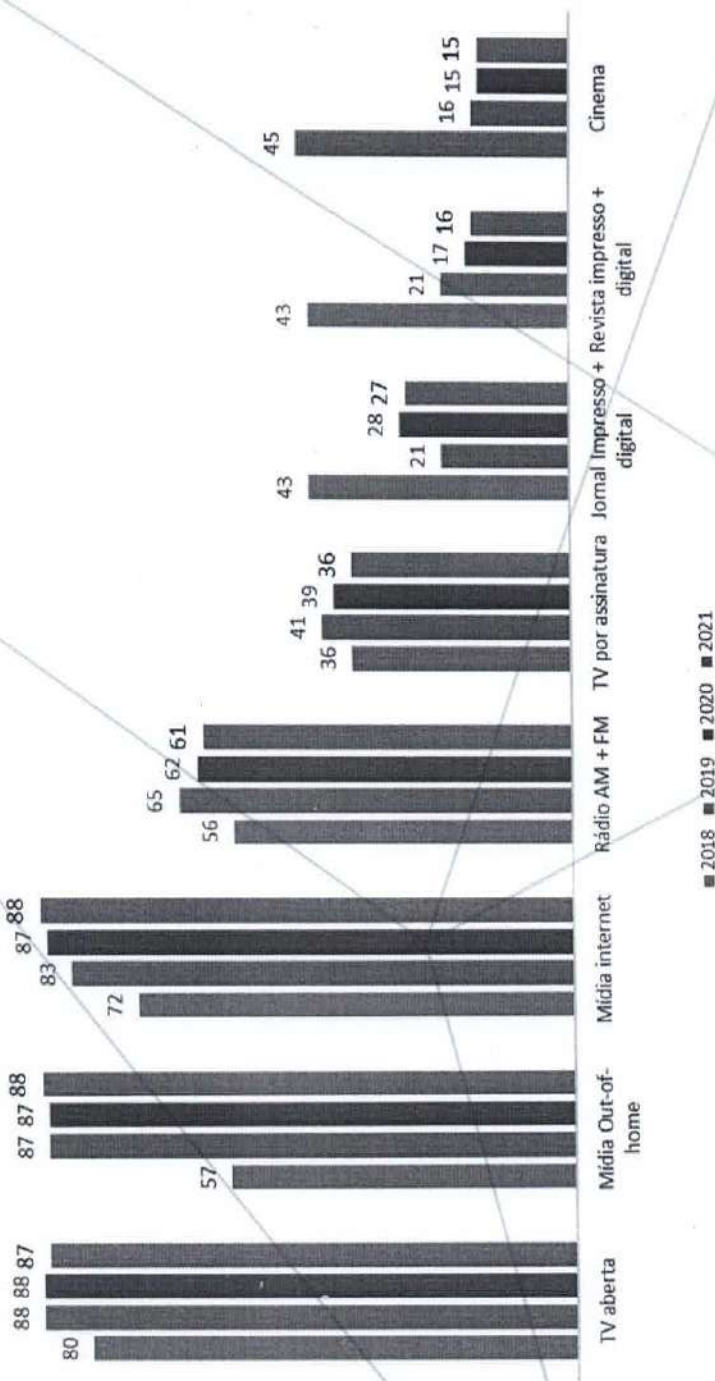
MÍDIA	Investimento	%
JORNAL	R\$ 6.982,17	63,00
OUT OF HOME	R\$ 2.400,00	21,66
DIGITAL	R\$ 600,00	5,41
NÃO MIDIA	R\$ 1.100,00	9,93
Total Mídia	R\$ 11.082,17	100,00

Descrição	Investimento	%
Mídia	R\$ 9.982,17	99,82
Não Mídia	R\$ 1.100,00	11,00
Total	R\$ 11.082,17	110,82
Verba disponível	R\$ 10.000,00	100,00
Verba remanescente	R\$ (1.082,17)	(10,82)



Handwritten signatures and initials in blue ink.

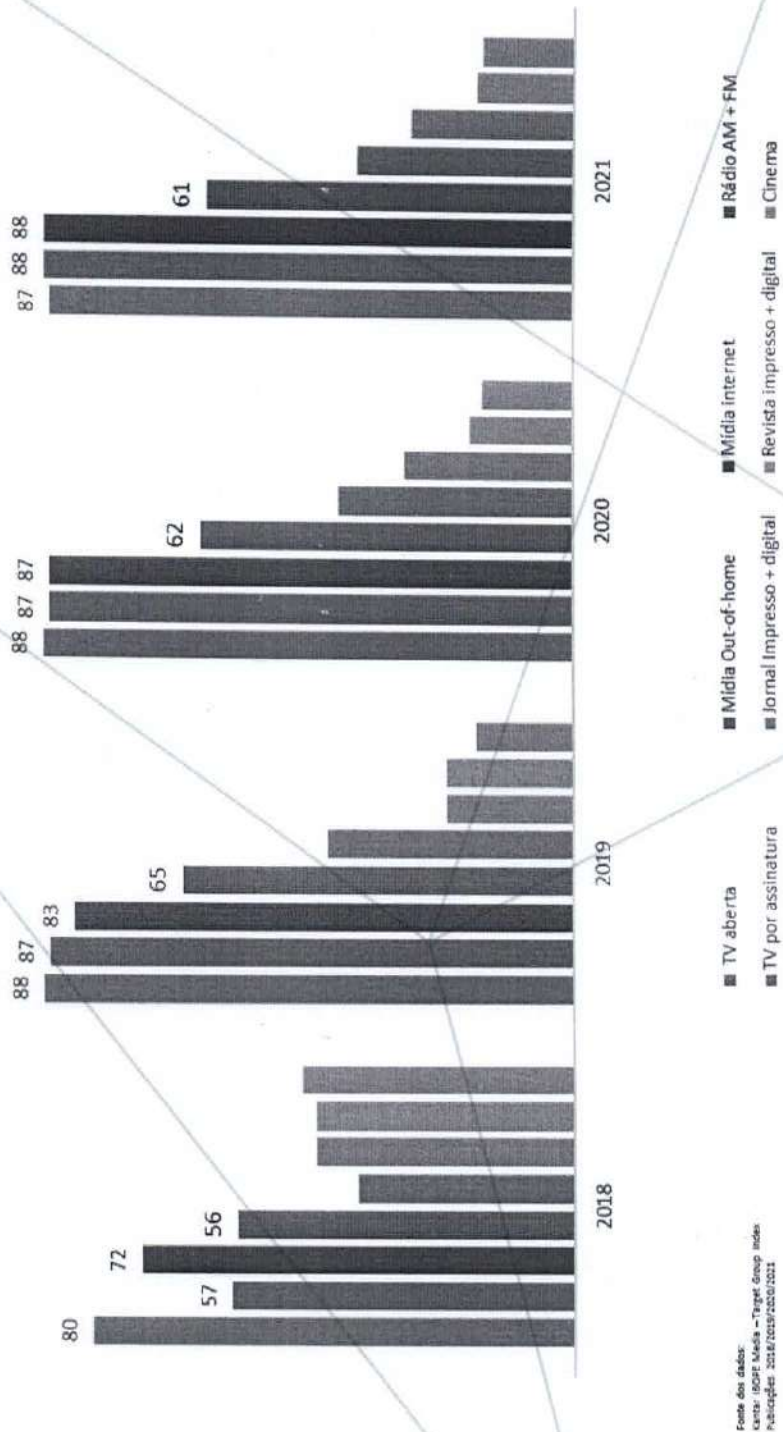
Penetração do meio no total da população Comparativo 2018-2019-2020-2021



Fonte dos dados:
Ibope Mídia - Target Group Index
Publicações 2018/2019/2020/2021

Handwritten signatures and notes in blue ink.

Penetração do meio no total da população Comparativo por meio



Handwritten signatures and initials in blue ink.

JORNAL



Perfil dos consumidores (jornal impresso + digital)

Viewers profile (Printed + digital newspaper)

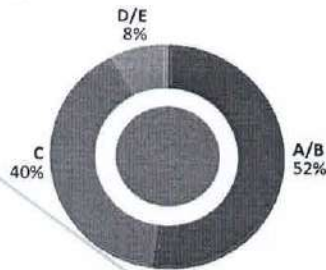
Sexo

Sex



Classe econômica

Economic class



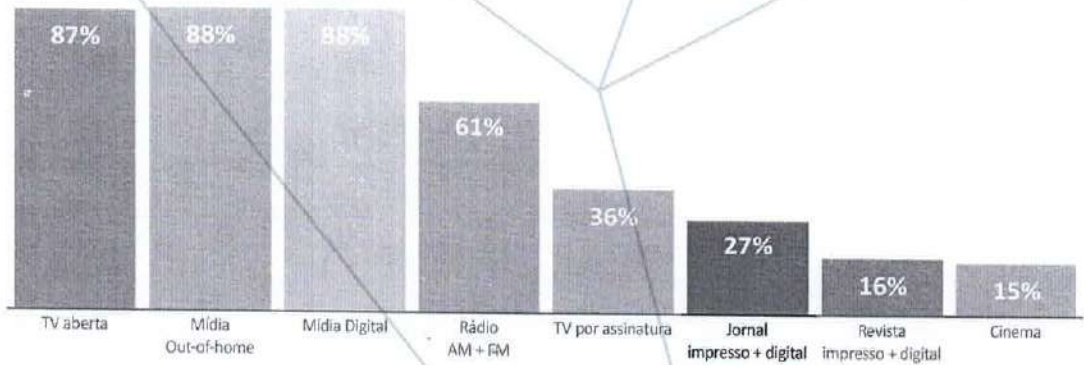
Faixa etária

Age group



Penetração do meio no total da população – 30 dias

Penetration of the medium in the population – 30 days



Fonte / Source
Kantar IBOPE Media – Target Group Index – BR TG 2020 I – janeiro/19-dezembro/19 – 14 mercados
Filtro: total população 12 a 75 anos – Amostra: – 23.808 entrevistas | Universo: 89.430.000 pessoas
Filtro: leu jornal impresso + digital – 30 dias – Universo: 24.231.000 pessoas



Handwritten notes and signatures in blue ink, including the name 'Danilo' and other illegible signatures.

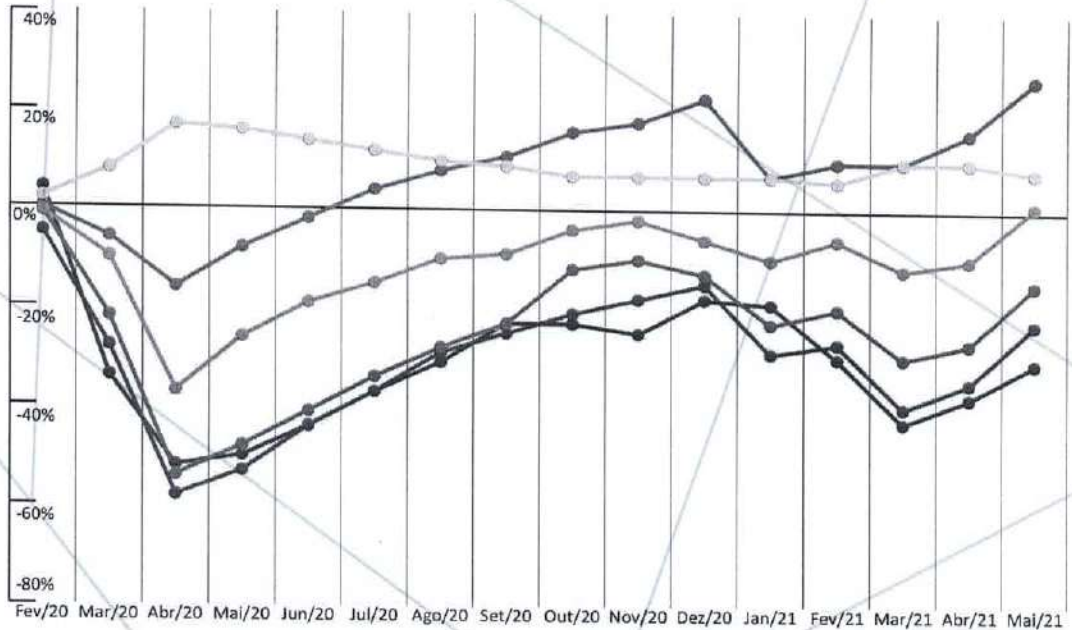
MÍDIA OUT-OF-HOME



Brasil – Mobilidade Urbana

Brazil - Urban Mobility

Gráfico de movimentação



Como ler esse relatório?

Cada conjunto de dados deste relatório apresenta um gráfico com percentual de popularidade categorizado por regiões/locais/segmentos. Estes relatórios mostram como as visitas e o tempo de permanência em locais diferentes mudam em comparação com um valor-base. Calculamos essas alterações com o mesmo tipo de dados agregados e anônimos que são usados para mostrar horári-

os de pico no Google Maps e Location History. O valor-base (0% = normal) é a mediana do dia da semana correspondente, durante o período de cinco semanas entre 3 de janeiro e 6 de fevereiro de 2020. Coletamos esses dados através de uma integração com Google Location History e Google Maps. Os percentuais da legenda representam o último dado coletado por região e categoria. Fonte: Google Mobility Report 15 Feb 20 - 15 Mai 21

Legenda

- Residencial
- Locais de Trabalho
- Estações de transporte público
- Varejo e Lazer
- Mercados e Farmácias
- Parques

- Popularidade em áreas residenciais
- Popularidade em locais de trabalho
- Popularidade em lugares como terminais de transporte público, por exemplo, estações de metrô, ônibus e trem
- Popularidade em lugares como restaurantes, cafés, shopping centers, parques temáticos, museus, bibliotecas e cinemas
- Popularidade em lugares como mercados, armazéns de alimentos, feiras, lojas de alimentos gourmet, drogarias e farmácias
- Popularidade em lugares como parques nacionais, praias públicas, marinas, parques para cães, praças e jardins públicos

Fonte / Source: rdtbtec | É possível ver o gráfico de forma interativa e por estado no link: <https://rdtbtec.com/city.php?zone=brasil>



Handwritten notes and signatures in blue ink, including 'sh', 'Almanes', and 'sh'.

Perfil dos consumidores – Viram nos últimos 30 dias

Viewers Profile – watched the last 30 days

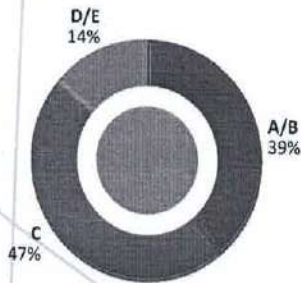
Sexo

Sex



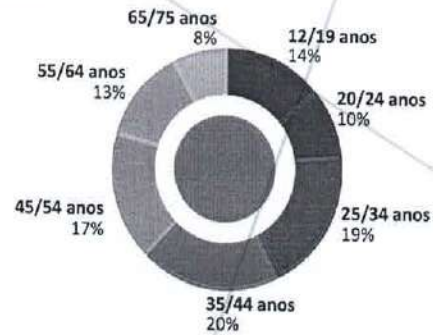
Classe econômica

Economic class



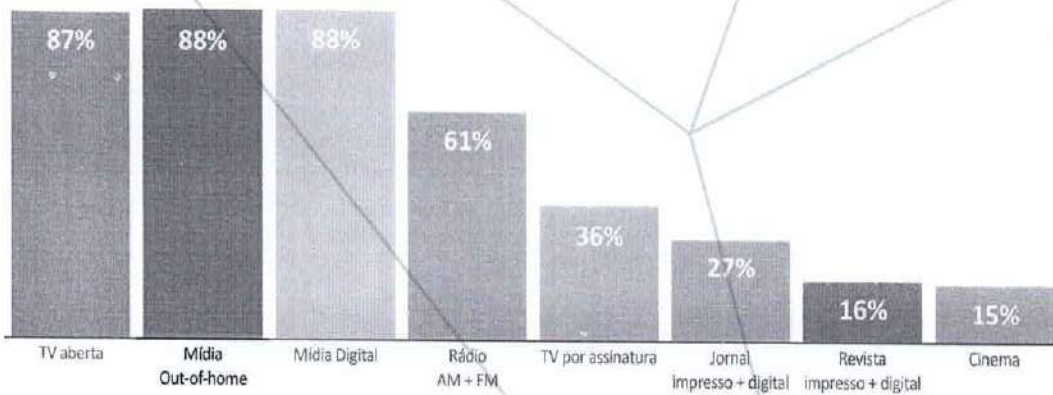
Faixa etária

Age group



Penetração do meio no total da população – 30 dias

Penetration of the medium in the population – 30 days



Fonte / Source
 Kantar IBOPE Media – Target Group Index – BR TG 2020 I – janeiro/19-dezembro/19 – 14 mercados
 Filtro: total população 12 a 75 anos – Amostra: – 23.808 entrevistas | Universo: 89.430.000 pessoas
 Universo Total: Brasília (DF) (2.360.000); São Paulo (17.622.000); Goiânia (2.149.000); Curitiba (2.786.000); São Paulo Interior (total) (14.629.000); Sul/Sudeste – Interior (exceto Interior SP) (21.453.000);
 Campinas (1.963.000); Baixada Santista (1.515.000); Porto Alegre (3.441.000); Rio de Janeiro (10.519.000); Belo Horizonte (4.815.000); Salvador (3.222.000); Recife (3.277.000); Fortaleza (3.157.000);
 São Paulo – Interior (exceto RM Campinas e Baixada Santista) (11.151.00)

237

Handwritten signatures and notes in blue ink.

MÍDIA DIGITAL

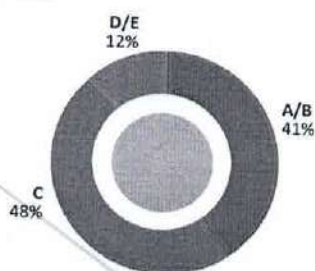


Perfil do internauta brasileiro – Acessou à internet nos últimos 30 dias
Profile of Brazilian Internet users – Accessed the internet in the last 30 days

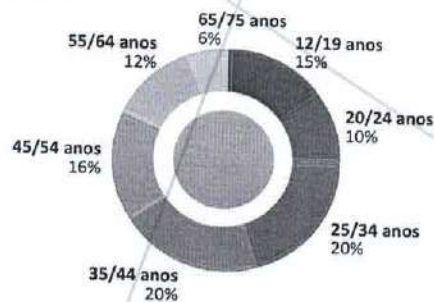
Sexo
Sex



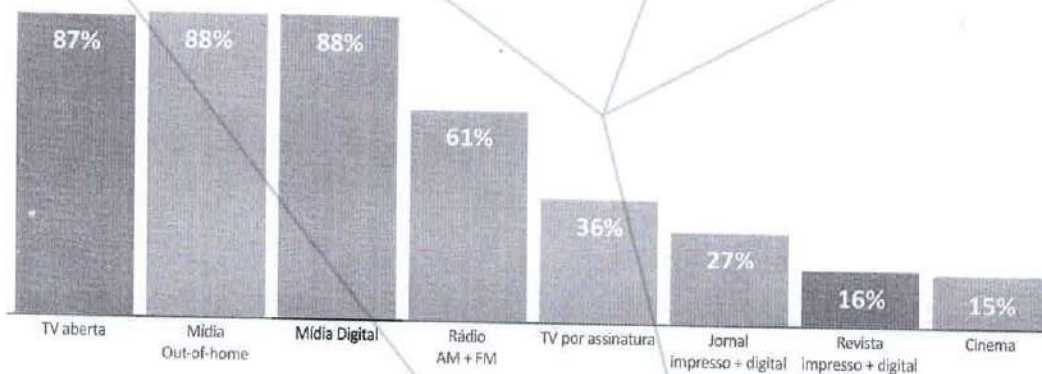
Classe econômica
Economic class



Faixa etária
Age group



Penetração do meio no total da população – 30 dias
Penetration of the medium in the population – 30 days



Fonte / Source
Kantar IBOPE Media – Target Group Index – BR IG 2020 I – janeiro/19-dezembro/19 – 14 mercados
Filtro: total população 12 a 75 anos – Amostra: – 23.808 entrevistas | Universo: 89.430.000 pessoas
Filtro: acessou à internet nos últimos 30 dias – Universo: 78.442.000 pessoas

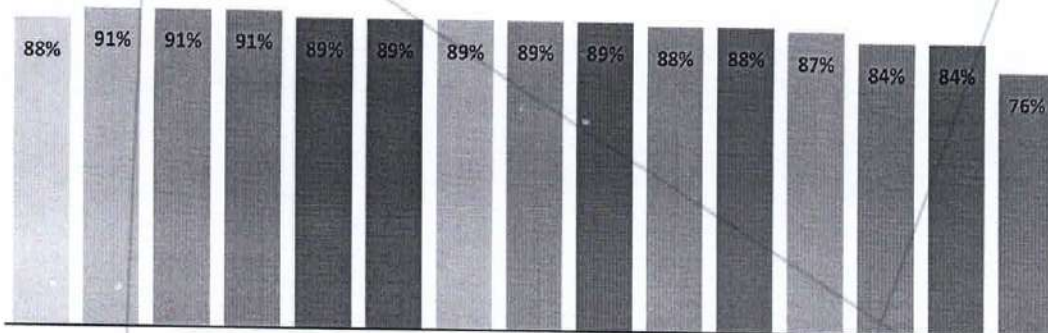
Handwritten signatures and notes in blue ink.

Penetração de internet por mercado – 2020

Internet penetration per market – 2020

Acessou à internet nos últimos 30 dias

Internet access last thirty days



- 14 mercados
- Baixada Santista
- Brasília (DF)
- RM Curitiba
- RM São Paulo
- RM Belo Horizonte
- RM Goiânia
- Sul/Sudeste – Interior (exceto SP interior)
- RM Campinas
- RM Porto Alegre
- São Paulo – Interior (Total)
- RM Rio de Janeiro
- RM Salvador
- RM Recife
- RM Fortaleza

Device que usa para acessar à internet

Device used to access the Internet

Acessou à internet nos últimos 30 dias

Internet access last thirty days

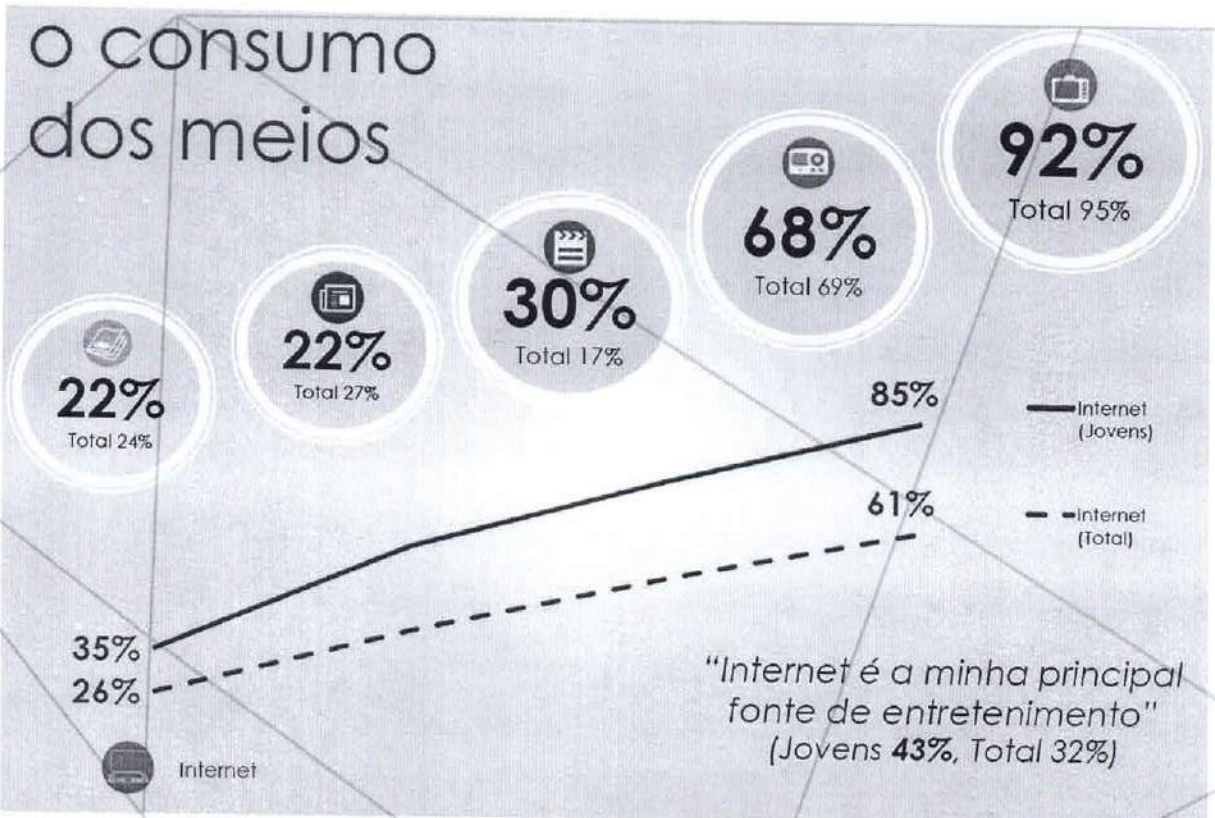


- Smartphone
- Notebook/Laptop
- Desktop
- Aparelho de TV com acesso à internet
- Telefone celular convencional, com acesso à internet (não é smartphone)
- Tablets
- Console de videogames
- Outro aparelho

Fonte / Source
Kantar: IBOPE Media – Target Group Index – BR TG 2020 I – janeiro/19-dezembro/19 – 14 mercados
Filtro: acessou à internet nos últimos 30 dias – Universo 78.442.000 – Brasília (DF) (2.151.000); São Paulo (15.757.000); Goiânia (1.912.000); Curitiba (2.521.000); São Paulo Interior (total) (12.799.000); Sul/Sudeste – Interior (Exceto SP Interior) (19.029.000); Campinas (1.740.000); Porto Alegre (3.028.000); Rio de Janeiro (9.097.000); Belo Horizonte (4.298.000); Salvador (2.701.000); Recife (2.745.000); Fortaleza (2.403.000); Baixada Santista (1.383.000)

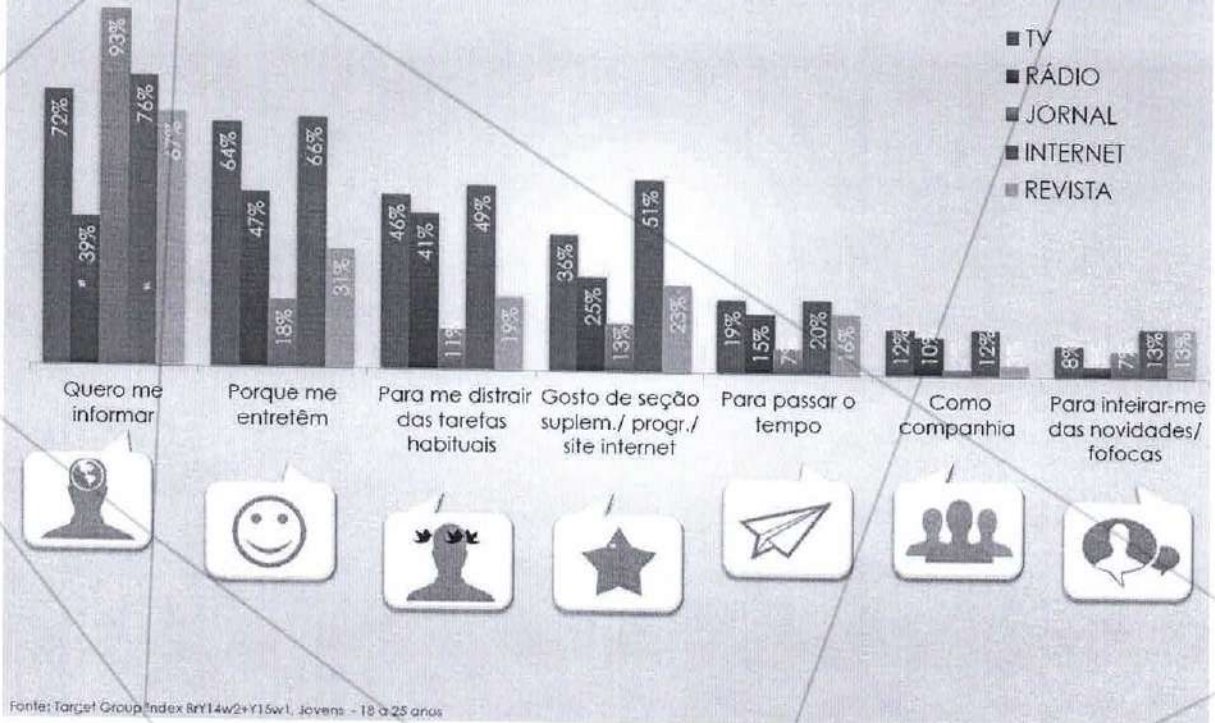
147

Handwritten signatures and notes in blue ink.



Handwritten notes in blue ink:
 212
 Mariana
 hi

O jovem em busca significados. Razões para consumir os meios



Handwritten signatures and notes in blue ink.

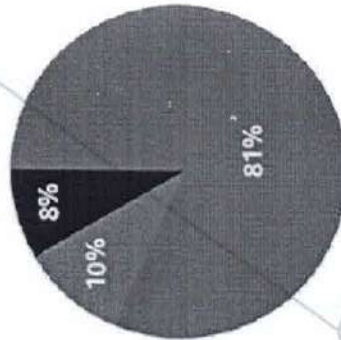
2022 – Expectativa de crescimento do investimento total em publicidade digital

O IAB Brasil perguntou para sua base de associados e cadastrados quais são as expectativas de investimento em 2022.

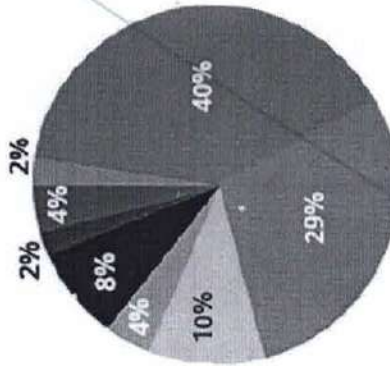
Perfil dos respondentes



Previsão para os investimentos em publicidade digital para 2022, em comparação ao ano anterior



Percentual de crescimento esperado para 2022 entre os 81% que declaram previsão de aumento



Pesquisa realizada com a base de associados e cadastrados do IAB Brasil em junho de 2022 (59 respondentes)

KANTAR IBOPE MEDIA

iab
Brasil

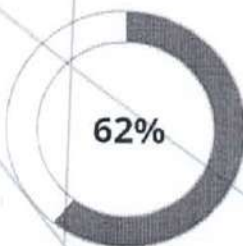
Handwritten signatures and notes in blue ink.



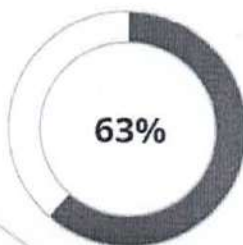
Share de Digital no Investimento Publicitário Geral 2021



Adm Pública
11%

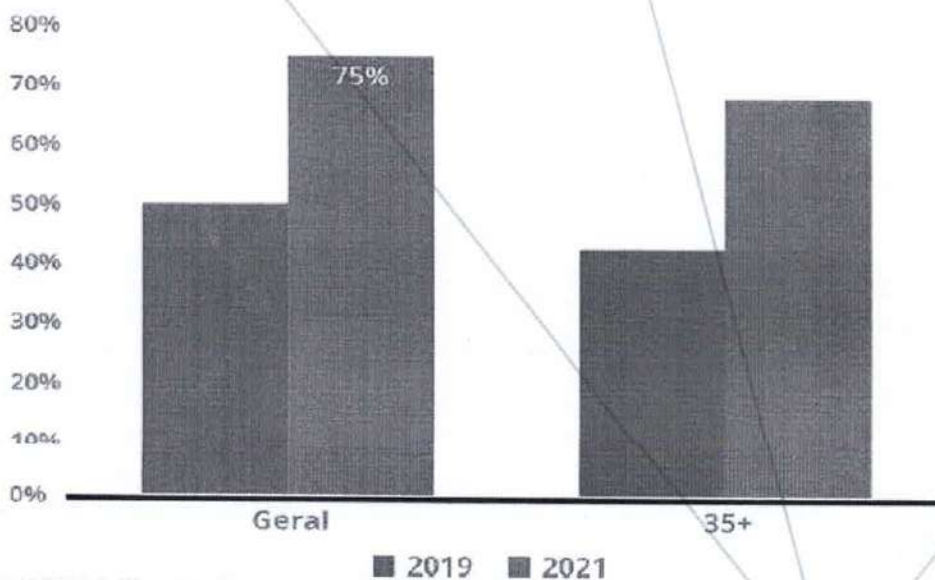


"Eu me sentiria perdido sem conseguir acessar à internet"



"Os apps facilitam minha rotina diária"

Quando preciso de informações, o 1º lugar que eu busco é na internet



Kantar IBOPE Média | Target Group Index

Handwritten signatures and notes in blue ink.

TERMO DE ENCERRAMENTO

PROCESSO LICITATÓRIO Nº. 009/2023
CONVITE Nº. 002/2023

Contém este conjunto, os documentos do envelope bi semanas 2 – Plano de Comunicação Via Identificada apresentados com mesmo teor e na mesma forma do Envelope 3 – Plano de Comunicação Via Não Identificada.

Rio Piracicaba, 27 de março de 2023


02 367 995 / 0001 - 59

SHINE ON LTDA. - ME

AV. WILSON ALVARENGA, Nº 1047 - SALA 601

CARNEIRINHOS - CEP 35930-480

JOÃO MONLEVADÉ - MG



Douglas Antônio Araújo Cota
Razão social: ShineOn Ltda
Av. Wilson Alvarenga, 1047
Bairro Carneirinhos - João Monlevade – MG - Cep: 35.930-001
Telefone: 31-3852-1634
CNPJ: 02.367.995/0001-59



Shi



Handwritten signatures in blue ink.

@agenciashineOn      

ENVELOPE
"PROPOSTA TÉCNICA
PLANO DE CONSERVAÇÃO
VIA IDENTIFICAÇÃO
PROCESSO LICITATÓRIO Nº
CONVITE Nº
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE RUY BARBOSA
PROPONENTE: S



inven
tivi
dade



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo



www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br

ATA DA REUNIÃO RELATIVA AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023, MODALIDADE CONVITE Nº 002/2023, REFERENTE A IDENTIFICAÇÃO DO

“ENVELOPE PROPOSTA TÉCNICA III”

Aos 30 dias do mês de março do ano de 2023, às 13h30min, com observância às disposições contidas no instrumento convocatório e na Lei de Licitações e Contratos, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitação desta Câmara Municipal e a empresa **SHINE ON LTDA**, que se fez presente através de sua representante, Sra. Pedrete Araújo de Castro Fernandes, com a finalidade de comparar a Proposta Técnica não Identificada e nomear as pontuações distribuídas pela Comissão de Licitação.


Foi constatado que a Proposta Técnica não identificada, nomeada como empresa “A” é referente a proposta apresentada pela empresa SHINE ON LTDA.


Assim sendo, a comissão resolve dá andamento ao processo em epigrafe e passa para a próxima fase de abertura do envelope “Proposta Comercial”.

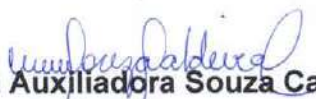
Os presentes que assinam a ata, não têm qualquer objeção a respeito do cumprimento das formalidades legais durante a licitação, nada tendo a reclamar com relação à publicidade, especificações, informações sobre o assunto e imparcialidade da Comissão de licitação, tanto que renunciaram ao direito de recorrer da decisão proferida pela Comissão Permanente de licitação e assinam a presente Ata como prova da renúncia.

Nada mais havendo a tratar, lavrou-se a presente ATA, que depois de lida e aprovada, foi por todos assinada.

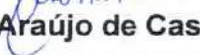
Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 30 de março de 2023.


Adriele Adilaine Costa
Presidente da Comissão


Inéz Aparecida Leite
Membro


Vanilza Auxiliadora Souza Caldeira
Membro

Proponente:


Pedrete Araújo de Castro Fernandes
SHINE ON LTDA

PROPOSTA COMERCIAL

PROCESSO LICITATÓRIO Nº. 009/2023
CONVITE Nº. 002/2023

Razão Social: ShineOnLtda
CNPJ: 02.367.995/0001-59
Inscrição Municipal: 4630-2
Data de ativação: 02/01/1998
E-mail: shineon@shineon.com.br
Internet: www.shineon.com.br

Av. Wilson Alvarenga, 1047
Bairro Carneirinhos - João Monlevade - MG - Cep: 35.930-001
Telefone: 0 xx 31 3852-1634

SÓCIOS

Douglas Antônio Araújo Cota	Cotas: 98,9 %
Cléria Araújo Cota	Cotas: 1,1 %

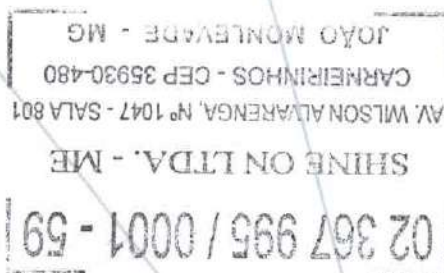
REPRESENTANTE LEGAL

Douglas Antônio Araújo Cota

Rio Piracicaba, 27 de março de 2023

Por *Douglas*

Douglas Antônio Araújo Cota



1
Almeida
Almeida

OBJETO

A presente licitação tem por objeto a contratação de agência de publicidade para a prestação de serviços de publicidade, considerados estes o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a previsão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a informação de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias, enfim, a publicidade dos atos da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, em conformidade com as especificações definidas no Termo de Referência – Anexo I deste edital.

Rio Piracicaba, 27 de março de 2023

Por: *Edson*

Douglas Antônio Araújo Cota

02 367 995 / 0001 - 59
SHINE ON LTDA. - ME
AV. WILSON ALVARENGA, Nº 1047 - SALA 801
CARMEIRINHOS - CEP 35930-480
JOÃO MONLEVADE - MG

Shi
Edson
2

PROPOSTA COMERCIAL

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023
CONVITE Nº 002/2023

Declaramos que, nos termos desta licitação, **CARTA CONVITE Nº 002/2023**, adotaremos a seguinte política de preços:

- a) Em atendimento ao item 7.1, alínea "c" do edital, informamos que o desconto a ser concedido a Câmara Municipal de Rio Piracicaba sobre os custos internos baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências do Estado de Minas Gerais, será de: 90% (noventa por cento).
- b) Em atendimento ao item 7.1, alínea "d" do edital, informamos que os honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, será de: 10% (dez por cento).
- c) Em atendimento ao item 7.1 alínea "e" do edital, informamos que os honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, será de: 10% (dez por cento).
- d) Em atendimento ao item 7.1 alínea "f" do edital, informamos que o desconto padrão sobre o valor dos negócios que serão encaminhados ao veículo por ordem e conta da Câmara Municipal (Comissão da agência) será de 20% (vinte por cento), sobre o valor bruto da tabela do veículo.

Ressaltamos que a nossa proposta tem validade de 60 (sessenta) dias contados da data limite prevista para entrega dos envelopes; e que os tributos e todos os demais encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato relativamente aos serviços prestados serão de nossa responsabilidade.

Em atendimento ao item 7.1, alínea "g" do edital, informamos que Prazo de pagamento das faturas que envolvam serviços/custos internos de produção da própria agência, será de **30 (trinta) dias**.

Que nossa proposta tem validade de **160 (cento e sessenta) dias** contados a partir da data limite prevista para entrega dos envelopes; e que os tributos e todos os demais encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato relativamente aos serviços prestados serão de nossa responsabilidade.

Declaramos de que todos os tributos e demais encargos legais, fiscais, trabalhistas, previdenciários, comerciais e quaisquer outros que incidam ou venham a incidir sobre os serviços objeto desta licitação serão de responsabilidade da Shine On Ltda.

Caso nos seja adjudicado o objeto da presente licitação, nos comprometemos a fornecer no prazo determinado os documentos de convocação, indicando para esse fim o Sr. Douglas Antônio Araújo Cota, carteira de identidade nº MG 7576952 e CPF 029.953.326-32, como representante legal desta empresa.

Finalizando, declaramos que estamos de pleno acordo com todas as condições estabelecidas no Edital da licitação e seus anexos.

Rio Piracicaba, 27 de março de 2023

Shi
Douglas Antônio Araújo Cota
Razão social: ShineOnLtda
Av. Wilson Alvarenga, 1047
Bairro Carneirinhos - João Monlevade - MG - Cep: 35.930-001
Telefone: 0 xx 31 3852-1634
CNPJ: 02.367.995/0001-59



DECLARO PARA OS DEVIDOS FINS QUE:

- ✓ A licença, despesas trabalhistas e previdenciários, impostos, taxas, emolumentos, tributos e quaisquer outras despesas necessárias à sua correta execução de modo a que nenhuma outra remuneração seja devida à **CONTRATADA** além do preço proposto;
- ✓ **VALIDADE DA PROPOSTA: 160** dias contados a partir da data da proposta;
- ✓ Declaramos conhecer e nos submetemos integralmente a todas as demais cláusulas e condições deste processo.
- ✓ Providenciar a imediata correção das deficiências e/ou irregularidades apontadas pela Câmara Municipal;
- ✓ O prazo de pagamento para as faturas que envolvam serviços/custos internos de produção será de 30 dias após a entrega das mesmas.

Por ser verdade assino a presente declaração.

Rio Piracicaba, 27 de março de 2023

Por: *Douglas*

Douglas Antônio Araújo Cota

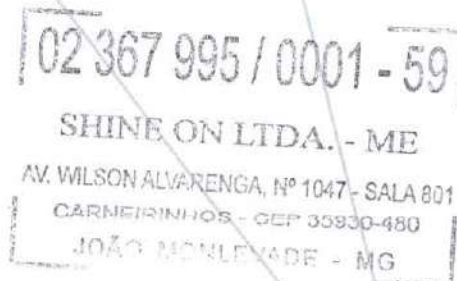
Razão social: ShineOnLtda

Av. Wilson Alvarenga, 1047

Bairro Carneirinhos - João Monlevade - MG - Cep: 35.930-001

Telefone: 0 xx 31 3852-1634

CNPJ: 02.367.995/0001-59



DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS (anexo VII)

EDITAL DE LICITAÇÃO – CONVITE Nº 008/2019

Rio Piracicaba, 27 de março de 2023

À

Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Prezados Senhores,

A empresa ShineOnLtda, CNPJ: 02.367.995/0001-59, Inscrição Municipal: 4630-2, por meio de seu representante legal, senhor (a) Douglas Antônio Araújo Cota, carteira de identidade nº MG 7576952 e CPF 029.953.326-32, em relação a questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, declara que:

- a) para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, artefinalização e assemelhados) ou conexos, a inteira e exclusiva responsabilidade (por si ou por terceiros), garantimos a Câmara Municipal de Rio Piracicaba a cessão total dos direitos de uso, por tempo ilimitado inclusive diante da possibilidade de reclamações futuras, nos termos da Lei 9.610/98;
- b) para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de utilização do material, pela Câmara Municipal de Rio Piracicaba com a definição de percentual do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso (percentual máximo de 50%);
- c) adotaremos o compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos;

Handwritten signatures and initials in blue ink.

- d) o compromisso de que em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros - solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a Câmara escolha uma das opções;
- e) que nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, condicionará a contratação de serviços com terceiros pelo período indicado pela Câmara Municipal de Rio Piracicaba e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;
- f) o compromisso, quando a Câmara optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, de fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços.

Rio Piracicaba, 27 de março de 2023

Por: *Douglas*

Douglas Antônio Araújo Cota

Razão social: ShineOnLtda

Av. Wilson Alvarenga, 1047

Bairro Carneirinhos - João Monlevade - MG - Cep: 35.930-001

Telefone: 0 xx 31 3852-1634

CNPJ: 02.367.995/0001-59

02 367 995 / 0001 - 59

SHINE ON LTDA. - ME

AV. WILSON ALVARENGA, Nº 1047 - SALA 801

CARNEIRINHOS - CEP 35930-480

JOÃO MONLEVADÉ - MG

Av. Wilson Alvarenga, 1047

8º andar, Carneirinhos

João Monlevade - MG.

Cep: 35.930-001

31 3852-1634

Shi
Douglas
Douta

TERMO DE ENCERRAMENTO

Contém este conjunto de documentos 08 folhas numeradas eletronicamente de 1 a 08, e serviu de **ENVELOPE 4**, para o PROCESSO LICITATÓRIO Nº. 009/2023 CONVITE Nº. 002/2023, apresentados pela empresa ShineOn Ltda.

Conforme o edital "os documentos deverão ser apresentados em processo de cópia autenticada por tabelião de notas, admitindo-se a autenticação dos mesmos, mediante apresentação dos originais, por um dos membros da Comissão Especial de Licitação".

Rio Piracicaba, 27 de março de 2023

por: *Douglas*

Douglas Antônio Araújo Cota

Razão social: ShineOnLtda

Av. Wilson Alvarenga, 1047

Bairro Carneirinhos - João Monlevade - MG - Cep: 35.930-001

Telefone: 31-3852-1634

CNPJ: 02.367.995/0001-59

02 367 995 / 0001 - 59

SHINE ON LTDA. - ME

AV. WILSON ALVARENGA, Nº 1047 - SALA 801

CARNEIRINHOS - CEP 35930-480

JOÃO MONLEVADE - MG

Av. Wilson Alvarenga, 1047

8º andar, Carneirinhos

João Monlevade - MG.

Cep: 35.930-001

31 3852-1634

Handwritten signatures and initials



Handwritten signatures in blue ink at the top of the page.

@agenciashineOn

ENVELOPE
PROPOSTA
PROCESSO LICITATÓRIO
CONVITE Nº 001/2018
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO DE JANEIRO
PROPONENTE:



inovatividade



ATA DA REUNIÃO DE ABERTURA DO ENVELOPE RELATIVO AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023, MODALIDADE CONVITE Nº 002/2023.

“ENVELOPE Nº 4 PROPOSTA COMERCIAL”

Aos trinta dias do mês de março de 2023, às 13h50min, com observância às disposições contidas no instrumento convocatório e na Lei de Licitações e Contratos, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, com a finalidade de analisar a Proposta Comercial, referente ao processo em epígrafe. Aberta a sessão, foi examinada a Proposta Comercial apresentada pela empresa **SHINE ON LTDA.** Constatada sua regularidade, de acordo com o que preceitua a Lei nº 8.666/93, a Comissão de Licitação deliberou:

1 - Habilitada a seguinte licitante, por apresentar a Proposta Comercial, atendendo o disposto no item VII do edital:

Nº	PROPONENTE	CUSTOS INTERNOS	HONORÁRIOS EXTERNOS	HONORÁRIOS EXCLUSIVOS APENAS A CONTRATAÇÃO OU PAGAMENTO DOS SERVIÇOS	COMISSÃO DA AGÊNCIA SOBRE O VALOR DA TABELA DO VEÍCULO
01	SHINE ON LTDA.	90%	10%	10%	20%

2 – Nos termos do inciso XIII, segue a pontuação final obtida pela licitante:

$$PAE = (\text{Pontuação técnica} \times 80\%) + (\text{Pontuação Preço} \times 20\%)$$

$$72 \times 80\% = 57,6 + 90 \times 20\% = 18,00$$

Pontuação obtida: 75,6 pontos.

3 - Ocorrências: Não houve.

4 – A Comissão decidiu pelo prazo de 01 (um) dia útil para a licitante SHINE ON LTDA, apresentar o Envelope nº 05, referente a “DOCUMENTAÇÃO, conforme dispõe o item XIV do edital. Ficando assim marcado para o dia 03 de abril de 2023 às 15 horas a nova sessão.

Os presentes que assinam a ata, não têm qualquer objeção a respeito do cumprimento das formalidades legais durante a licitação, nada tendo a reclamar com relação à



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo




www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br

publicidade, especificações, informações sobre o assunto e imparcialidade da Comissão de licitação, tanto que renunciaram ao direito de recorrer da decisão proferida pela Comissão Permanente de licitação e assinam a presente Ata como prova da renúncia.

Nada mais havendo a tratar, lavrou-se a presente ATA, que depois de lida e aprovada, foi por todos assinada.

Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 30 de março de 2023.


Adriele Adilaine Costa
Presidente da Comissão


Inêz Aparecida Leite
Membro


Vanilza Auxiliadora Souza Caldeira
Membro


Proponente: **Pedrete Araújo de Castro Fernandes**
SHINEON LTDA



HABILITAÇÃO

PROCESSO LICITATÓRIO Nº. 009/2023
CONVITE Nº. 002/2023

Razão Social: ShineOnLtda
CNPJ: 02.367.995/0001-59
Inscrição Municipal: 4630-2
Data de ativação: 02/01/1998
E-mail: shineon@shineon.com.br
Internet: www.shineon.com.br

Av. Wilson Alvarenga, 1047
Bairro Carneirinhos - João Monlevade – MG - Cep: 35.930-001
Telefone: 0 xx 31 3852-1634

SÓCIOS

Douglas Antônio Araújo Cota	Cotas: 98,9 %
Cléria Araújo Cota	Cotas: 1,1 %

REPRESENTANTE LEGAL

Douglas Antônio Araújo Cota

Rio Piracicaba, 03 de ABRIL de 2023

Douglas Antônio Araújo Cota



Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República
 Secretaria de Racionalização e Simplificação
 Departamento de Registro Empresarial e Integração
 Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais

Nº DO PROTOCOLO (Uso da Junta Comercial)
JUCEMG - UD99
 UD99 - NF JOAO MONLEVADE

 14/266.899-1

NIRE (à sede ou filial, quando a sede for em outra UF)
31205352851

Código da Natureza Jurídica
2062

Nº de Matrícula do Agente Auxiliar do Comércio

1 - REQUERIMENTO
ILMO(A). SR(A). PRESIDENTE DA JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS

NOME: **SHINE ON LTDA - EPP**
 (da Empresa ou do Agente Auxiliar do Comércio)
 requer a V.Sª o deferimento do seguinte ato:

Nº DE VIAS	CÓDIGO DO ATO	CÓDIGO DO EVENTO	QTDE	DESCRIÇÃO DO ATO / EVENTO
1	002	-	-	ALTERAÇÃO
		025	1	EXTINÇÃO DE FILIAL NA UF DA SEDE

Nº FCN/REMP

 J143495687233

Representante Legal da Empresa / Agente Auxiliar do Comércio:
JOAO MONLEVADE
 Local
 22 Julho 2014
 Data

Nome: **Douglas Antonio Araújo Costa**
 Assinatura:
 Telefone de Contato: **38521639**
Arakeno

2 - USO DA JUNTA COMERCIAL

DECISÃO SINGULAR DECISÃO COLEGIADA

Nome(s) Empresarial(ais) Igual(ais) ou semelhante(s):

SIM SIM

NÃO NÃO

Data Responsável Data Responsável

Processo em Ordem À decisão

 Data

 Responsável

DECISÃO SINGULAR

Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)

Processo deferido. Publique-se e archive-se.

Processo indeferido. Publique-se.

2ª Exigência 3ª Exigência 4ª Exigência 5ª Exigência

09/09/2014
 Data Responsável

DECISÃO COLEGIADA

Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)

Processo deferido. Publique-se e archive-se.

Processo indeferido. Publique-se.

2ª Exigência 3ª Exigência 4ª Exigência 5ª Exigência

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS
 CERTIFICADO DE REGISTRO SOB O NRO: 5369602
 EM 09/09/2014
 SHINE ON LTDA - EPP

OBSERVAÇÕES

RH1366018

Câmara Municipal de Rio Piracicaba
 Conferido na Internet
 Data 03/10/2014
Agente de Contratação / Pregoeiro

Narcia

Certifico que este documento da empresa SHINE ON LTDA - EPP, Nire: 31205352851, foi deferido e arquivado na Junta Comercial do Estado de Minas Gerais, sob o nº 5369602 em 09/09/2014. Para validar este documento, acesse www.jucemg.mg.gov.br e informe: Nº do protocolo 14/266.899-1 e o código de segurança 7amX. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 11/09/2014 por Marinely de Paula Bomfim - Secretária Geral.



Contabilidade Arthuso Ltda
Carlos Augusto Arthuso / Bacharel em Ciências Contábeis
Contabilidade- assessoria - consultoria - pericia judicial

Página 1
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
Conferido na Internet
Data 03/04/2023
Agente de Contratação / Pregoeiro

SHINE ON LTDA - ME DÉCIMA TERCEIRA ALTERAÇÃO CONTRATUAL

DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA, brasileiro, casado com comunhão parcial de bens, empresário, residente e domiciliado Rua Alberto Scharlê, 443 Apto 601, Bairro Novo Horizonte, João Monlevade, Minas Gerais, CEP 35.930 - 022, natural de João Monlevade, Minas Gerais, nascido aos 18/12/76, portador da cédula de identidade MG. 7.756.952 expedida pela SSP/MG, inscrito no CPF/MF sob o nº. 02995332632 e **CLÉRIA ARAÚJO COTA**, brasileira, casada com comunhão parcial de bens, empresária, residente e domiciliada na Rua Beira Rio, nº. 21, Bairro Centro Industrial, João Monlevade, Minas Gerais, CEP 35930-460, natural de Rio Piracicaba, Minas Gerais, nascida aos 03/01/57, portadora da cédula de identidade nº. M-2. 786.693 expedida pela SSP/MG, inscrita no CPF/MF sob o nº. 372.199.016-15, únicos sócios da empresa **SHINE ON LTDA - ME**, com atos constitutivos arquivados na JUCEMG sob o nº. 31205352851 em 12/01/1998, inscrita no CNPJ sob o nº. 02.367.995/0001-59, resolvem alterar o contrato social que passa a vigorar mediante cláusulas e condições a seguir:

DAS ALTERAÇÕES

a) Neste ato fica baixada a filial com endereço na Rua Januária, 28, sala 05, Centro, São Gonçalo do Rio Abaixo, Minas Gerais, CEP - 35.935-970, NIRE 31902345252, inscrita no CNPJ sob o nº. 02.367.995/0002-30.

b) Diante das alterações ora efetuadas, os sócios acima qualificados resolvem consolidar o seu contrato social que passa a vigorar mediante cláusulas e condições a seguir:

CONTRATO SOCIAL CONSOLIDADO

PRIMEIRA - denominação social. (art. 997 .II, CC/2002)

A sociedade gira sob a denominação social de **SHINE ON LTDA - EPP**, e tem sua sede e domicílio na Avenida Wilson Alvarenga, 1047, Sala 801, Bairro Carneirinhos, João Monlevade, Minas Gerais, CEP- 35.930-001.

SEGUNDA - Capital Social. (art. 997, III, CC/2002) (art. 1.055, CC/2002).

O capital social é de R\$500.000,00 (quinhentos mil reais) dividido em 500.000 (quinhentas mil) quotas no valor unitário de R\$1,00 (um real) distribuído o seguinte modo:

1 - DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA.....	494.500 QUOTAS = R\$ 494.500,00
1 - CLÉRIA ARAÚJO COTA.....	5.500 QUOTAS = R\$ 5.500,00
TOTAL	500.000 QUOTAS = R\$ 500.000,00

João Monlevade/MG - Rua Fernão Dias, 271 - Salas 01, 02 e 03 - Rosário - Fone: (31)3852-3113 Fax: (31)3 852-3208 CEP: 35930-180 - carthuso@gmail.com - www.contabilidadearthuso.com.br

Handwritten signatures and initials.

Certifico que este documento da empresa SHINE ON LTDA - EPP, Nire: 3120535285-1, foi deferido e arquivado na Junta Comercial do Estado de Minas Gerais, sob o nº 5369802 em 09/09/2014. Para validar este documento, acesse www.jucemg.mg.gov.br e informe: Nº do protocolo 14/266.899-1 e o código de segurança 7amX. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 11/09/2014 por Marinely de Paula Bomfim - Secretária Geral.

3
Handwritten signatures and initials.

Página 2
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
Conferido na Internet
Data 03/04/2023
Agente de Contratação / Pregoeiro

TERCEIRA - Objeto

O objetivo social é PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADES E PROPAGANDAS (AGENCIAS DE PUBLICIDADES)

QUARTA - Prazo de duração (art. 997, II, CC/2002).

A sociedade tem seu prazo de duração por tempo indeterminado.

QUINTA - Cessão de quotas - (art. 1.058, art. 1.057, CC/2002).

As quotas são indivisíveis e não podem ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do outro sócio, a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

SÉXTA - Responsabilidade dos sócios - (art. 1.052, CC/2002).

A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social.

SÉTIMA - Administração - (artigos 997, VI; 1.013, 1.015, 1.064, CC/2002).

A administração da sociedade cabe ao sócio Douglas Antonio Araújo Cota, com os poderes e atribuições de administrar a sociedade de acordo com o interesse social vedado, no entanto assumir obrigações estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros.

OITAVA - Prestação de contas - (art. 1.065, CC/2002).

Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perda apurados.

NONA - Deliberação dos sócios (art. 1.071 e 1.072, § 2º e art. 1.078, CC/2002).

Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administrador quando for o caso.

DÉCIMA - abertura de filiais

A sociedade pode a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

DÉCIMA PRIMEIRA - Retirada pró-labore

Os sócios podem, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "pro labore", observadas as disposições regulamentares pertinentes.

DÉCIMA TERCEIRA - Falecimento ou interdição - (art. 1.028 e art. 1.031, CC/2002).

Falecendo ou interdito qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou dos sócios remanescente, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo único - O mesmo procedimento será adotado em outros casos em que a sociedade se resolva em relação a sócio.

DÉCIMA SEGUNDA - Impedimentos - (art. 1.011, § 1º, CC/2002).

O administrador declara, sob as penas da lei, de que não está impedido de exercer a administração da sociedade, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública, ou a propriedade.

DÉCIMA TERCEIRA - Uso da denominação social

O uso da denominação social é exercido pelo sócio administrador, ficando

João Monievade/MG - Rua Fernão Dias, 271 - Salas 01, 02 e 03 - Rosário - Fone: (31)3852-3113 Fax: (31)3 852-3208 CEP: 35930-180 - carthuso@gmail.com - www.contabilidadearthuso.com.br

Carta de João

Certifico que este documento da empresa SHINE ON LTDA - EPP, Nire: 3120535285-1, foi deferido e arquivado na Junta Comercial do Estado de Minas Gerais, sob o nº 5389802 em 09/09/2014. Para validar este documento, acesse www.jucemg.mg.gov.br e informe: Nº do protocolo 14/266.899-1 e o código de segurança 7amX. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 11/09/2014 por Marinely de Paula Bomfim - Secretária Geral.

Handwritten signatures and initials

20 de Julho
Arthuso
1-1
Arthuso

expressamente proibido o uso da denominação social em documentos que não sejam inerentes aos interesses sociais, especialmente em fianças, abonos, endossos e avais em favor de terceiros.

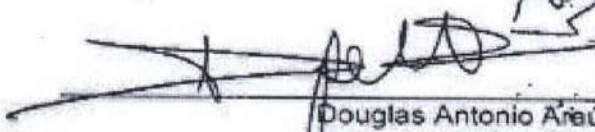
Parágrafo único - Todos os atos praticados pelo sócio administrador inobservando estas disposições tornar-se-ão nulos e sem nenhum efeito.

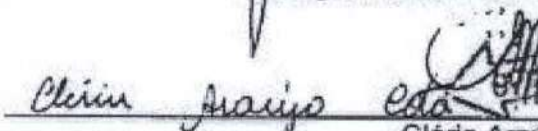
DÉCIMA QUARTA - Foro

Fica eleito o foro de João Monlevade para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E pôr assim estarem justos e contratados, assinam o presente instrumento, em 03 (três) vias de igual forma e teor.

João Monlevade, 22 de julho de 2014.


Douglas Antonio Araújo Cota


Cléria Araújo Cota

Reconheço por semelhança (na firma) de:
CLERIA ARAUJO COTA
DOUGLAS ANTONIO ARAUJO COTA
Tabela - EMILY DINORAGANÇA DE MENDONÇA ANDRADE
João Monlevade 08/09/2014
2º Tabelionato de Notas de João Monlevade
EMOL: R\$ 7,00 RECONHEC: R\$ 0,00 FISCAL: R\$ 2,42 Total: R\$ 9,42



Câmara Municipal de Rio Piracicaba
Conferido na Internet
Data 03/04/2023
Agente de Contratação / Pregoeiro

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS
CERTIFICADO O REGISTRO SOB O NRO: 5369602
EM 09/09/2014
SHINE ON LTDA - EPP
PROTOCOLO: 14/266.899-1
AN1366017

João Monlevade/MG - Rua Fernão Dias, 271 - Salas 01, 02 e 03 - Rosário - Fone: (31) 3852-3113 Fax: (31) 3 852-3208 CEP: 35930-180 - carthuso@gmail.com - www.contabilidadearthuso.com.br

Certifico que este documento da empresa SHINE ON LTDA - EPP, Nire: 3120535285-1, foi deferido e arquivado na Junta Comercial do Estado de Minas Gerais, sob o nº 5369602 em 09/09/2014. Para validar este documento, acesse www.jucemg.mg.gov.br e Informe: Nº do protocolo 14/266.899-1 e o código de segurança 7amX. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 11/09/2014 por Marinely de Paula Bomfim - Secretária Geral.



Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral

ção,

confira os dados de Identificação da Pessoa Jurídica e, se houver qualquer divergência, providencie junto à RFB a sua atualização cadastral.

informação sobre o porte que consta neste comprovante é a declarada pelo contribuinte.

 REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA			
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 02.367.995/0001-59 MATF	COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL		DATA DE ABERTURA 12/01/1998
NOME EMPRESARIAL SHINE ON LTDA			
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) *****			PORTE EPP
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 73.11-4-00 - Agências de publicidade			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDARIAS Não informada			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 206-2 - Sociedade Empresária Limitada			
LOGRADOURO AV WILSON ALVARENGA	NÚMERO 1047	COMPLEMENTO SALA: 801;	
CEP 35.930-001	BAIRRO/DISTRITO CARNEIRINHOS	MUNICÍPIO JOAO MONLEVADE	UF MG
ENDEREÇO ELETRÔNICO ZEZE.CARTHUSO@GMAIL.COM		TELEFONE (31) 3852-3113/ (31) 3852-0108	
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****			
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIV.	DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 03/11/2005		
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL			
SITUAÇÃO ESPECIAL *****	DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****		

aprovado pela Instrução Normativa RFB nº 1.863, de 27 de dezembro de 2018.

Emitido no dia **30/03/2023** às **15:10:30** (data e hora de Brasília).

Página: 1/1

 CONSULTAR QSA

 VOLTAR

 IMPRIMIR

A RFB agradece a sua visita. Para informações sobre política de privacidade e uso, [clique aqui](#).

Handwritten signatures and notes in blue ink.



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria da Receita Federal do Brasil
Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional

**CERTIDÃO POSITIVA COM EFEITOS DE NEGATIVA DE DÉBITOS RELATIVOS AOS TRIBUTOS
FEDERAIS E À DÍVIDA ATIVA DA UNIÃO**

Nome: SHINE ON LTDA
CNPJ: 02.367.995/0001-59

Ressalvado o direito de a Fazenda Nacional cobrar e inscrever quaisquer dívidas de responsabilidade do sujeito passivo acima identificado que vierem a ser apuradas, é certificado que:

1. constam débitos administrados pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) com exigibilidade suspensa nos termos do art. 151 da Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966 - Código Tributário Nacional (CTN), ou objeto de decisão judicial que determina sua desconsideração para fins de certificação da regularidade fiscal, ou ainda não vencidos; e
2. constam nos sistemas da Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN) débitos inscritos em Dívida Ativa da União (DAU) com exigibilidade suspensa nos termos do art. 151 do CTN, ou garantidos mediante bens ou direitos, ou com embargos da Fazenda Pública em processos de execução fiscal, ou objeto de decisão judicial que determina sua desconsideração para fins de certificação da regularidade fiscal.

Conforme disposto nos arts. 205 e 206 do CTN, este documento tem os mesmos efeitos da certidão negativa.

Esta certidão é válida para o estabelecimento matriz e suas filiais e, no caso de ente federativo, para todos os órgãos e fundos públicos da administração direta a ele vinculados. Refere-se à situação do sujeito passivo no âmbito da RFB e da PGFN e abrange inclusive as contribuições sociais previstas nas alíneas 'a' a 'd' do parágrafo único do art. 11 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991.

A aceitação desta certidão está condicionada à verificação de sua autenticidade na Internet, nos endereços <<http://rfb.gov.br>> ou <<http://www.pgfn.gov.br>>.

Certidão emitida gratuitamente com base na Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751, de 2/10/2014.
Emitida às 08:31:22 do dia 30/03/2023 <hora e data de Brasília>.
Válida até 26/09/2023.

Código de controle da certidão: **2607.BAE4.65F5.9FCF**
Qualquer rasura ou emenda invalidará este documento.



Chi

Chi
Almeida



CERTIDÃO DE DÉBITOS TRIBUTÁRIOS

Negativa

CERTIDÃO EMITIDA EM:
30/03/2023CERTIDÃO VALIDA ATÉ:
28/06/2023

NOME: SHINE ON LTDA

CNPJ/CPF: 02.367.995/0001-59

LOGRADOURO: AVENIDA WILSON ALVARENGA

NÚMERO:

COMPLEMENTO:

BAIRRO: CARNEIRINHOS

CEP: 35930001

DISTRITO/POVOADO:

MUNICÍPIO: JOAO MONLEVADE

UF: MG

Ressalvado o direito de a Fazenda Pública Estadual cobrar e inscrever quaisquer dívidas de responsabilidade do sujeito passivo acima identificado que vierem a ser apuradas, é certificado que:

1. Não constam débitos relativos a tributos administrados pela Fazenda Pública Estadual e/ou Advocacia Geral do Estado;

2. No caso de utilização para lavratura de escritura pública ou registro de formal de partilha, de carta de adjudicação expedida em autos de inventário ou de arrolamento, de sentença em ação de separação judicial, divórcio, ou de partilha de bens na união estável e de escritura pública de doação de bens imóveis, esta certidão somente terá validade se acompanhada da Certidão de Pagamento / Desoneração do ITCD, prevista no artigo 39 do Decreto 43.981/2005.

Certidão válida para todos os estabelecimentos da empresa, alcançando débitos tributários do sujeito passivo em Fase Administrativa ou inscritos em Dívida Ativa.

IDENTIFICAÇÃO

NÚMERO DO PTA


DESCRIÇÃO

A autenticidade desta certidão deverá ser confirmada através de aplicativo disponibilizado pela Secretaria de Estado de Fazenda de Minas Gerais, na internet: <http://www.fazenda.mg.gov.br>
=> Empresas => Certificação da Autenticidade de Documentos.

CÓDIGO DE CONTROLE DE CERTIDÃO:2023000633986538

Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Conferido na Internet

Data 03 / 04 / 2023

Agente de Contratação / Pregoeiro






PREFEITURA MUNICIPAL DE
JOAO MONLEVADE

MINAS GERAIS



Certidão Positiva com Efeito Negativa de Débitos Municipais

Nº 0001393 / 2023

DADOS

NOME/RAZÃO SOCIAL: SHINE ON LTDA -ME

CNPJ nº: 02.367.995/0001-59

INSC. ESTADUAL: ISENTO

INSC. MUNICIPAL: 0000046302

ENDEREÇO

AV. WILSON ALVARENGA, Nº 1047 - SALA : 801 - Carneirinhos - João
Monlevade - MG - CEP:

Ressalvando o direito da Secretaria Municipal de Fazenda cobrar quaisquer dívidas de responsabilidade do contribuinte acima que vierem a ser apuradas e certificado que o mesmo possui débitos de tributos municipais, regularmente negociados e parcelados, estando o mesmo, rigorosamente em dia com pagamento das parcelas devidas.

FINALIDADE DA CERTIDÃO:

Confere com o Original e Dou Fé

OBSERVAÇÃO

Rio Piracaba 03/04/2023

[Signature]
Diretor (a) Geral

JOAO MONLEVADE (MG), 17 de Março de 2023

Juliana Aparecida dos Santos

Juliana Aparecida dos Santos

Matrícula 6437

Adm. de Tributos Mobiliários

Município de João Monlevade

Qualquer rasura invalida a certidão.

O PRESENTE TERA O PRAZO DE VALIDADE DE 30 DIAS.

[Handwritten signatures and initials]

Voltar

Imprimir



CAIXA
CAIXA ECONÔMICA FEDERAL

**Certificado de Regularidade do
FGTS - CRF**

Inscrição: 02.367.995/0001-59
Razão Social: SHINE ON LTDA EPP
Endereço: AV WILSON ALVARENGA 1047 SALA 801 / CARNEIRINHOS / JOAO MONLEVADE / MG / 35930-001

A Caixa Econômica Federal, no uso da atribuição que lhe confere o Art. 7, da Lei 8.036, de 11 de maio de 1990, certifica que, nesta data, a empresa acima identificada encontra-se em situação regular perante o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS.

O presente Certificado não servirá de prova contra cobrança de quaisquer débitos referentes a contribuições e/ou encargos devidos, decorrentes das obrigações com o FGTS.

Validade: 12/03/2023 a 10/04/2023

Certificação Número: 2023031204415571356090

Informação obtida em 30/03/2023 15:18:56

A utilização deste Certificado para os fins previstos em Lei esta condicionada a verificação de autenticidade no site da Caixa: www.caixa.gov.br

Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Conferido na Internet

Data 03 / 04 / 2023

Vi
Agente de Contratação / Pregoeiro

unifed
Shi
Edmans
10



PODER JUDICIÁRIO
JUSTIÇA DO TRABALHO

CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITOS TRABALHISTAS

Nome: SHINE ON LTDA (MATRIZ E FILIAIS)

CNPJ: 02.367.995/0001-59

Certidão n°: 13462677/2023

Expedição: 30/03/2023, às 15:20:29

Validade: 26/09/2023 - 180 (cento e oitenta) dias, contados da data de sua expedição.

Certifica-se que **SHINE ON LTDA (MATRIZ E FILIAIS)**, inscrito(a) no CNPJ sob o n° **02.367.995/0001-59**, **NÃO CONSTA** como inadimplente no Banco Nacional de Devedores Trabalhistas.

Certidão emitida com base nos arts. 642-A e 883-A da Consolidação das Leis do Trabalho, acrescentados pelas Leis ns.º 12.440/2011 e 13.467/2017, e no Ato 01/2022 da CGJT, de 21 de janeiro de 2022. Os dados constantes desta Certidão são de responsabilidade dos Tribunais do Trabalho.

No caso de pessoa jurídica, a Certidão atesta a empresa em relação a todos os seus estabelecimentos, agências ou filiais.

A aceitação desta certidão condiciona-se à verificação de sua autenticidade no portal do Tribunal Superior do Trabalho na Internet (<http://www.tst.jus.br>).

Certidão emitida gratuitamente.

INFORMAÇÃO IMPORTANTE

Do Banco Nacional de Devedores Trabalhistas constam os dados necessários à identificação das pessoas naturais e jurídicas inadimplentes perante a Justiça do Trabalho quanto às obrigações estabelecidas em sentença condenatória transitada em julgado ou em acordos judiciais trabalhistas, inclusive no concernente aos recolhimentos previdenciários, a honorários, a custas, a emolumentos ou a recolhimentos determinados em lei; ou decorrentes de execução de acordos firmados perante o Ministério Público do Trabalho, Comissão de Conciliação Prévia ou demais títulos que, por disposição legal, contiver força executiva.

Câmara Municipal de Rio Piracicaba
Conferido na Internet
Data <u>03 / 04 / 2023</u>
<i>[Assinatura]</i>
Agente de Contratação / Pregoeiro

[Assinaturas manuscritas]



PROCESSO LICITATÓRIO Nº. 009/2023

CONVITE Nº. 002/2023

Rio Piracicaba 03 de abril de 2023

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE

Declaro, sob as penas da Lei, que a empresa ShineOn Ltda, CNPJ 02.367.995/0001-59 não possui superveniência de fato impeditivo da habilitação, bem como de que a empresa não se acha declarada inidônea para licitar e contratar com a Administração Pública ou suspensão do direito de licitar e contratar, e que nos quadros da empresa não figura o nome de nenhum servidor público ou que exerça cargo ou função pública, como sócio, diretor ou empregado.

Douglas Antônio Araújo Cota.



Razão Social: ShineOnLtda
CNPJ: 02.367.995/0001-59
Av. Wilson Alvarenga, 1047, 8º andar
Bairro Carneirinhos - João Monlevade – MG - CEP: 35.930-001
Telefone fixo: 31-3852-1634



PROCESSO LICITATÓRIO Nº. 009/2023

CONVITE Nº. 002/2023

Rio Piracicaba 03 de abril de 2023

DECLARAÇÃO

Inciso XXXIII, do artigo 7º da Constituição Federal consoante ao que se estabeleceu no artigo 27, inciso V, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993,

Declaro que a empresa ShineOnLtda, inscrita no CNPJ: 02.367.995/0001-59, Inscrição Municipal: 4630-2, sediada à Av. Wilson Alvarenga, 1047, 8º andar, Bairro Carneirinhos, município de João Monlevade, estado de Minas Gerais, representada pelo seu sócio/diretos Douglas Antônio Araújo Cota, declara, sob as penas da Lei, para os fins requeridos no inciso XXXIII, do artigo 7º da Constituição Federal, consoante o que se estabeleceu no artigo 27, inciso V, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, que não tem, em seu quadro de empregados, menores de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, bem como em qualquer trabalho menores de 16 anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos.

Douglas Antônio Araújo Cota.



Razão Social: ShineOnLtda
CNPJ: 02.367.995/0001-59
Av. Wilson Alvarenga, 1047, 8º andar
Bairro Carneirinhos - João Monlevade - MG - CEP: 35.930-001
Telefone fixo: 31-3852-1634



CERTIFICADO DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

Por cumprimento das metas de qualidade e compromisso com as Normas-Padrão de Atividade Publicitária, estabelecidas em 16/12/1998, o Cenp outorga este Certificado de Qualificação Técnica à:

SHINE ON LTDA EPP

02.367.995/0001-59 | Grupo Técnico 8 | MG.0604.7469.8

São Paulo, 27 de Janeiro de 2023

Luiz Lara
Presidente

Emissão no dia 30/01/2023 - 08:39:05 - Códigos de Controle do Certificado: S023679950079

O prazo de vigência do Certificado de Qualidade Técnica está condicionado à manutenção dos compromissos técnicos de certificação da Agência, o que deve ser confirmado em www.cenp.com.br. Este documento tem validade de 90 dias, contados da data de sua emissão, indicada no rodapé abaixo.
Atenção: qualquer rasura ou emenda invalidará este documento.

Câmara Municipal de Rio Piracicaba
Conferido na Internet
Data 03/04/2023
Chi
Agente de Contratação / Pregoeiro

Chi
Chi
Rita
Manans

DECLARAÇÃO

Declaro para os devidos fins que se fizerem necessários, que a agência de publicidade Shine On Ltda, inscrita no CNPJ número 02.367.995/0001-59, com matriz situada à Avenida Wilson Alvarenga, 1047 – Bairro Carneirinhos - João Monlevade-MG, seus representantes legais e empregados, estão aptos a desenvolver serviços na área de comunicação social: marketing, propaganda e publicidade, criação, produção e veiculação de peças de caráter legal e institucional, com qualidade, bom atendimento e cumprimento dos prazos de entrega, oferecendo provas dos serviços prestados, para que possam ser analisadas e, se preciso alteradas para que estejam em conformidade com o que necessitamos.


A Shine On Ltda tem prestado satisfatórios serviços para nossa empresa relativo à:

- RTVC: concepção e acompanhamento de produção e veiculação de mídia em Rádio, Jornal e TV;
- PUBLICIDADE: seleção de mídia, criação e acompanhamento de produção gráfica (folder, jornal, panfleto, mala direta, outdoor, ônibus, totens, tele-marketing);
- PROMOÇÃO: concepção de campanha promocional, seleção de mídia, criação e acompanhamento de produção.

Atesto ainda que, a agência Shine On Ltda tem prestado os serviços anteriormente discriminados de forma contínua para a ArcelorMittal Usina Monlevade desde 1998.


Por ser verdade firmo o presente

João Monlevade, 13 de abril de 2021


Lucas B. M. Vilela
GERHA/Comunicação
Lucas de Barros Machado Vilela
Analista de Comunicação
Gerência de Recursos Humanos / Business Partner
ArcelorMittal Monlevade
17.469.701/0066-12

Confere com o Original e Dou Fé

Rio Piracicaba 03, 04, 2023


Diretor (a) Geral


15
Vilela
Mont



CÂMARA MUNICIPAL DE JOÃO MONLEVADE



DECLARAÇÃO

Declaro para os devidos fins para participação em concorrência pública, que a agência Shine On Ltda, situada à Avenida Wilson Alvarenga, 1047 - João Monlevade-MG, seus representantes legais e empregados, estão aptos a desenvolver serviços na área de comunicação social: marketing, propaganda e publicidade, criação, produção e veiculação de peças de caráter legal e institucional, com qualidade, bom atendimento e cumprimento dos prazos de entrega, oferecendo provas dos serviços prestados, para que possam ser analisadas e, se preciso alteradas para que estejam em conformidade com o que necessitamos.

A Shine On Ltda tem prestado satisfatórios serviços para relativo à:


- RTVC: concepção e acompanhamento de produção e veiculação de mídia
- PUBLICIDADE: seleção de mídia, criação e acompanhamento de produção gráfica
- PROMOÇÃO: concepção de campanha promocional, seleção de mídia, criação e acompanhamento de produção

Atesto ainda que, a agência Shine On Ltda é agência vencedora do último certame de licitação de publicidade na Câmara Municipal de João Monlevade tendo assinado contrato em fevereiro de 2017.

João Monlevade, 03 de julho de 2017

Confere com o Original e Dou Fé

Rio Piracicaba 03/04/2023


Diretor (a) Geral


Cíntia Araújo Silva
Assessora de Comunicação e Relações Públicas
Telefone: (31) 3852 3524 / 98312 1343
Avenida Dona Nenela, 146, Bairro JK - João Monlevade - MG
Telefax: (31) 3852-3524
Site: www.camarajm.mg.gov.br





Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais

JOÃO MONLEVADE

CERTIDÃO CÍVEL DE FALÊNCIA E CONCORDATA NEGATIVA



CERTIFICO que, revendo os registros de distribuição de ação de NATUREZA CÍVEL nesta comarca, até a presente data, nas ações específicas de Concordata Preventiva / Suspensiva, Falência de Empresários, Sociedades Empresariais, Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, Recuperação Extrajudicial, Recuperação Judicial, NADA CONSTA em tramitação contra:

Nome: SHINE ON
CNPJ: 02.367.995/0001-59

Observações:

- Certidão expedida gratuitamente através da internet, nos termos do caput do art. 8º da Resolução 121/2010 do Conselho Nacional de Justiça;
- a informação do número do CPF/CNPJ é de responsabilidade do solicitante da certidão, sendo pesquisados o nome e o CPF/CNPJ exatamente como digitados;
- ao destinatário cabe conferir o nome e a titularidade do número do CPF/CNPJ informado, podendo confirmar a autenticidade da Certidão no portal do Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais (<http://www.tjmg.jus.br>), pelo prazo de 3 (três) meses após a sua expedição;
- esta Certidão inclui os processos físicos e eletrônicos, onde houver sido implantado o Processo Judicial Eletrônico - PJe, o Sistema CNJ (Ex-Projudi) e o SEEU - Sistema Eletrônico de Execução Unificada, tendo a mesma validade da certidão emitida diretamente no Fórum e abrange os processos da Justiça Comum, do Juizado Especial e da Turma Recursal apenas da comarca pesquisada, com exceção do SEEU, cujo sistema unificado abrange todas as comarcas do Estado;
- A presente certidão não faz referência a período de anos, uma vez que somente se refere à existência de feitos judiciais em andamento (processos ativos) contra o nome pesquisado, conforme Provimento 355/2018 da Corregedoria Geral de Justiça.

A presente certidão NÃO EXCLUI a possibilidade da existência de outras ações de natureza diversa daquelas aqui mencionadas.

Certidão solicitada em 03 de Abril de 2023 às 13:45



JOÃO MONLEVADE, 03 de Abril de 2023 às 13:45

Código de Autenticação: 2304-0313-4515-0506-4385

Para validar esta certidão, acesse o sítio do TJMG (www.tjmg.jus.br) em Certidão Judicial/AUTENTICIDADE DA CERTIDÃO /AUTENTICAÇÃO 2 informando o código.

ATENÇÃO: Documento composto de 1 folhas(s). Documento emitido por processamento eletrônico. Qualquer emenda ou rasura gera sua invalidade e será considerada como indicio de possível adulteração ou tentativa de fraude.

Handwritten signatures and initials in blue ink, including 'eufep' and 'Dato'.

PALESTRA
249
CICLO
Vila

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA

Sinapro

MINAS GERAIS

LISTA DE REFERÊNCIA DE CUSTOS INTERNOS

Confere com o Original e Dou Fé

Rio Piracicaba 03/04/23

Vila
Diretor (a) Geral

Edição 2021

Uso exclusivo das Agências
de Comunicação e Propaganda
Associadas ao Sinapro-MG

confere

18 Vila
com


1) Planejamento

1.1) Planejamento de comunicação integrada de longo prazo		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO (25%)
1.1a	Investimento até R\$ 1.000.000,00	R\$ 22.642	R\$ 6.792	R\$ 11.321	
1.1b	Investimento entre R\$ 1.000.001,00 e R\$ 3.000.000,00	R\$ 45.284	R\$ 13.585	R\$ 22.642	
1.1c	Investimento acima de R\$ 3.000.000,01	R\$ 90.568	R\$ 27.170	R\$ 45.284	

1.2) Planejamento de Campanha		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO (25%)
1.2a	Investimento até R\$ 500.000,00	R\$ 11.321	R\$ 3.396	R\$ 5.660	
1.2b	Investimento entre R\$ 500.000,01 e R\$ 2.000.000,00	R\$ 22.642	R\$ 6.792	R\$ 11.321	
1.2c	Investimento acima de R\$ 2.000.000,01	R\$ 45.284	R\$ 13.585	R\$ 22.642	

1.3) Planejamento de Mídia / Merchandising		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO (25%)
1.3a	Investimento até R\$ 500.000,00	R\$ 7.926	R\$ 2.378	R\$ 3.963	
1.3b	Investimento entre R\$ 500.000,01 e R\$ 2.000.000,00	R\$ 15.850	R\$ 4.755	R\$ 7.925	
1.3c	Investimento acima de R\$ 2.000.000,01	R\$ 31.698	R\$ 9.509	R\$ 15.849	
1.3d	Planejamento de Ação Promocional	R\$ 31.698	R\$ 9.509	R\$ 15.849	
1.3e	Planejamento de Convenção e Planejamento de Eventos/Feiras	R\$ 45.283	R\$ 13.585	R\$ 22.642	
1.3f	Planejamento de Brindes	R\$ 22.641	R\$ 6.792	R\$ 11.321	
1.3g	Planejamento de Brindes – Catálogo	R\$ 9.057	R\$ 2.717	R\$ 4.529	

Confere com o Original e Dou Fé

Rio Piracicaba 03/04/23

Diretor (a) Geral



 19

2) Serviços Especiais (por hora) Consultoria em Comunicação / Trabalhos Especiais / Pesquisas		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
	Consultoria em Comunicação/Trabalhos Especiais/Pesquisas				
2a	Diretor	R\$ 1.199			
2b	Gerente/Supervisor	R\$ 801			
2c	Analista/Assistente	R\$ 560			
2d	Levantamento de Dados sobre o Cliente, Produtos e Concorrência e/ou Elaboração de Briefing (quando os dados não forem fornecidos pelo Cliente)	R\$ 801			
2e	Pesquisa em Bancos de Imagem/Vídeo	R\$ 600			

3) Criação de Campanhas		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
3a	Criação de Tema / Conceito de Campanha	R\$ 20.888		R\$ 10.444	

4) Marcas / Nomes		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
4a	Marca/Logotipo da Empresa ou Produto	R\$ 17.514	R\$ 5.254	R\$ 8.757	R\$ 4.379
4b	Marca do Projeto ou Selo Comemorativo	R\$ 12.941	R\$ 3.882	R\$ 6.471	R\$ 3.235
4c	Manual de Identidade Visual / Identificação Corporativa (por lâmina)	R\$ 2.002	R\$ 601	R\$ 1.001	R\$ 501
4d	Nome (Ação Promocional / Evento/ Mascote / Personagem / Selo Comemorativo / Projeto)	R\$ 9.085		R\$ 4.543	
4e	Nome da Empresa ou Produto	R\$ 21.344		R\$ 10.672	
4f	Slogan	R\$ 11.208	R\$ 3.362	R\$ 5.604	
4g	Projeto de Branding	R\$ 90.568	R\$ 27.170	R\$ 45.284	

Confere com o Original e Dou Fé

Rio Piracicaba 03/04/23

 Diretor (a) Geral

20
 Li...
 ...




Lista de Referência de Custos Internos

26

5) Papelaria		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
5a	Bloco de Anotações	R\$ 3.145	R\$ 944	R\$ 1.573	R\$ 786
5b	Bloco de Orçamento	R\$ 2.230	R\$ 669	R\$ 1.115	R\$ 558
5c	Cartão de Visita	R\$ 2.230	R\$ 669	R\$ 1.115	R\$ 558
5d	Cartão de Agradecimento, Cartão Personalizado	R\$ 1.376	R\$ 413	R\$ 688	R\$ 344
5e	Envelope (por modelo)	R\$ 2.064	R\$ 619	R\$ 1.032	R\$ 516
5f	Papel (por modelo)	R\$ 1.375	R\$ 413	R\$ 688	R\$ 344
5g	Papel de Embrulho/Presente	R\$ 3.109	R\$ 933	R\$ 1.555	R\$ 777
5h	Pasta	R\$ 4.060	R\$ 1.218	R\$ 2.030	R\$ 1.015

Confere com o Original e Dou Fe

Rio Piracicaba 03/04/23


Diretor (a) Geral






6) Jornal		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
6a	Página Dupla	R\$ 7.966	R\$ 2.390	R\$ 3.983	R\$ 1.992
6b	Página	R\$ 6.123	R\$ 1.837	R\$ 3.062	R\$ 1.531
6c	Rouba Página	R\$ 4.829	R\$ 1.449	R\$ 2.415	R\$ 1.207
6d	1/2 Página	R\$ 4.830	R\$ 1.449	R\$ 2.415	R\$ 1.208
6e	1/3 Página	R\$ 4.305	R\$ 1.292	R\$ 2.153	R\$ 1.076
6f	1/4 Página	R\$ 3.907	R\$ 1.172	R\$ 1.954	R\$ 977
6g	1/8 Página	R\$ 3.506	R\$ 1.052	R\$ 1.753	R\$ 877
6h	Valor Mínimo	R\$ 3.288	R\$ 986	R\$ 1.644	R\$ 822
6i	Encarte (por página)	R\$ 4.830	R\$ 1.449	R\$ 2.415	R\$ 1.208
6j	Projeto Especial	R\$ 15.851	R\$ 4.755	R\$ 7.926	R\$ 3.963
6k	Balanço	50% do valor de criação			

Lista de Referência de Custos Internos

6.1) Empregados Procurados		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
6.1a	Por Centímetro Coluna	R\$ 110	R\$ 33	R\$ 55	R\$ 28

Confere com o Original e Dou

Rio Piracicaba 03, 04, 23


Diretor (a) Geral





6.2) Publicações Legais		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
Editais e Avisos					
6.2a	Até 1/4 de Página	R\$ 1.565	R\$ 470	R\$ 783	R\$ 391
6.2b	Acima de 1/4 de Página	R\$ 3.129	R\$ 939	R\$ 1.565	R\$ 782

6.3) Gravação de Arquivos para Veiculação ou Transmissão via Rede		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
6.3a	Página dupla	R\$ 703			
6.3b	Página	R\$ 517			
6.3c	Rouba Página	R\$ 432			
6.3d	1/2 Página	R\$ 378			
6.3e	1/3 Página	R\$ 351			
6.3f	1/4 Página	R\$ 271			
6.3g	Valor Mínimo	R\$ 191			

Confere com o Original e Dou Fé

Rio Piracaba 03/04/23

Chi
Diretor (a) Geral

suplente
Chi
Edmundo



7) Revista		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
7a	Página Dupla	R\$ 6.674	R\$ 2.002	R\$ 3.337	R\$ 1.669
7b	Página	R\$ 5.108	R\$ 1.532	R\$ 2.554	R\$ 1.277
7c	2/3 Página	R\$ 4.213	R\$ 1.264	R\$ 2.107	R\$ 1.053
7d	1/2 Página	R\$ 3.474	R\$ 1.042	R\$ 1.737	R\$ 869
7e	1/3 Página	R\$ 2.923	R\$ 877	R\$ 1.462	R\$ 731
7f	1/4 Página	R\$ 2.462	R\$ 739	R\$ 1.231	R\$ 616
7g	Valor Mínimo	R\$ 2.062	R\$ 619	R\$ 1.031	R\$ 516
7h	Encarte (por página)	R\$ 5.136	R\$ 1.541	R\$ 2.568	R\$ 1.284
7i	Projeto Especial	R\$ 15.851	R\$ 4.755	R\$ 7.926	R\$ 3.963
7j	Balanço	50% do valor de criação			

Lista de Referência de Custos-Interno

7.1) Gravação de Arquivos para Veiculação ou Transmissão via Rede		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
7.1a	Página dupla	R\$ 703			
7.1b	Página	R\$ 517			
7.1c	1/2 Página	R\$ 378			
7.1d	1/3 Página	R\$ 351			
7.1e	1/4 Página	R\$ 271			
7.1f	Valor Mínimo	R\$ 191			

Confere com o Original e Dou Fé

Rio Piracaba 03/04/23

Lu
Diretor (a) Geral

emp
Lu
24
Almanor



Lista de Referência de Custos Internos


30



8) Mídia Exterior		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
8a	Banca de Jornal, Back ou Front Light, Busdoor/Traseira/Lateral de Ônibus, Cabine Telefônica, Empena de Prédio, Fachadas, Outdoor, Painel Externo de Metrô, Testeira/Painel Frontal ou Lateral de Ponto de Ônibus, Traseira de Táxi, Placa de Rua, Relógio, Sanca, Tapume	R\$ 5.417	R\$ 1.625	R\$ 2.709	R\$ 1.354
8b	Faixa (lona ou tecido)	R\$ 1.291	R\$ 387	R\$ 646	R\$ 323
8c	Projeto Especial	R\$ 10.832	R\$ 3.250	R\$ 5.416	R\$ 2.708

9) Mídia Interior		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
9a	Papel Bandeja, Jogo Americano	R\$ 5.417	R\$ 1.625	R\$ 2.709	R\$ 1.354

Confere com o Original e Dou Fé

Rio Piracicaba 03/04/23


Diretor (a) Geral


25




10) Sinalização

10.1) Sinalização Externa – Fachada		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
10.1a	Fachada Frontal	R\$ 8.943	R\$ 2.683	R\$ 4.472	R\$ 2.236
10.1b	Fachada Lateral	R\$ 6.193	R\$ 1.858	R\$ 3.097	R\$ 1.548
10.1c	Testeira	R\$ 3.991	R\$ 1.197	R\$ 1.996	R\$ 998
10.1d	Parede de Vidro (até 8 m²)	R\$ 6.606	R\$ 1.982	R\$ 3.303	R\$ 1.652

10.2) Sinalização de Identificação		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
10.2a	Diagnóstico e levantamento de informações: estudo do acesso aos locais a serem identificados realizando a coleta de informações que serão sinalizadas e triagem da hierarquia da informação.	R\$ 6.055		R\$ 3.028	
10.2b	Criação de projeto conceitual de placas: desenvolvimento de "placa conceito" que apresenta identidade visual elaborada para o projeto e como a placa se comportará com as informações e aplicação no ambiente.	R\$ 7.155	R\$ 2.147	R\$ 3.578	
10.2c	Desdobramento por placa	R\$ 1.129	R\$ 339	R\$ 565	
10.2d	Adesivação de veículos e aeronaves - por modelo				
10.2d1	Pequeno - carros, motos, bicicletas	R\$ 11.285	R\$ 3.386	R\$ 5.643	R\$ 2.821
10.2d2	Médio - camionetes, utilitários, SUVs	R\$ 16.925	R\$ 5.078	R\$ 8.463	R\$ 4.231
10.2d3	Grande - caminhões, ônibus, barcos, aviões	R\$ 22.569	R\$ 6.771	R\$ 11.285	R\$ 5.642

Lista de Referência de Custos Internos

Confere com o Original e Dou Fé

Rio Pracicaba 03/04/23

Diretor (a) Geral

Handwritten notes and signatures in the bottom right corner, including the name 'Adriano' and the number '26'.



10.3) Sinalização de Orientação		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
10.3a	Diagnóstico e levantamento de informações: estudo do fluxo de pessoas no ambiente e análise dos lugares para a implementação da sinalização de orientação. Coleta de informações que serão sinalizadas e triagem da hierarquia da informação.	R\$ 8.805		R\$ 4.403	
10.3b	Criação de projeto conceitual de placas: desenvolvimento de "placa conceito" que apresenta ao cliente a identidade visual elaborada para o projeto e como a placa se comportará com as informações e aplicação no ambiente.	R\$ 7.155	R\$ 2.147	R\$ 3.578	
10.3c	Desdobramento por placa	R\$ 1.307	R\$ 392	R\$ 654	R\$ 327

10.4) Mobiliário		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
10.4a	Jornal Mural	R\$ 8.805	R\$ 2.642	R\$ 4.403	R\$ 2.201
10.4b	Painel	R\$ 6.331	R\$ 1.899	R\$ 3.166	R\$ 1.583
10.4c	Adesivação Chão ou Teto	R\$ 6.055	R\$ 1.817	R\$ 3.028	R\$ 1.514

10.5) Ambientação Institucional (Branding Ambiental)		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
10.5a	Diagnóstico e levantamento de informações: estudo dos ambientes mais adequados para propor a ambientação para o local. Análise dos melhores lugares para a implementação da ambientação. Coleta de informações que serão sinalizadas e triagem da hierarquia da informação.	R\$ 8.805		R\$ 4.403	
10.5b	Criação de projetos: desenvolvimento de propostas para a ambientação. Apresentação das "peças conceito" da Ambientação Institucional, que apresenta ao cliente uma identidade visual elaborada para o projeto e como a ambientação se comportará com as informações e aplicação no ambiente.	R\$ 12.109		R\$ 6.055	
10.5c	Desdobramento em estruturas: desenvolvimento de peças, seguindo os mesmos moldes aprovados no projeto, para a aplicação nos ambientes diagnosticados.	R\$ 1.858	R\$ 557	R\$ 929	R\$ 465

Confere com o Original e Dou Fe

Rio Piracicaba

03/04/23

Diretor (a) Geral

emphep

24

Vilma Duarte
Edmar



11) Produção Eletrônica

11.1) Criação e Texto – Roteiro		criação	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
11.1a	SMS/Disparo Telefônico	R\$ 1.005	R\$ 302	R\$ 503	
11.1b	Audiovisual/Documentário/ Vídeo – até 5'	R\$ 22.425	R\$ 6.728	R\$ 11.213	
11.1c	Audiovisual/Documentário/ Vídeo – por minuto excedente até 10'	R\$ 3.568	R\$ 1.070	R\$ 1.784	
11.1d	Audiovisual/Documentário/Vídeo – por minuto excedente acima de 10'	R\$ 2.679	R\$ 804	R\$ 1.340	
11.1e	Assinatura/Vinheta Eletrônica	R\$ 9.318	R\$ 2.795	R\$ 4.659	
11.1f	Filme/VT até 60"	R\$ 14.921	R\$ 4.476	R\$ 7.461	
11.1g	Filme/VT acima de 60"	R\$ 22.379	R\$ 6.714	R\$ 11.190	
11.1h	Jingle/Trilha até 60"	R\$ 6.741	R\$ 2.022	R\$ 3.371	
11.1i	Jingle/Trilha acima de 60"	R\$ 10.111	R\$ 3.033	R\$ 5.056	
11.1j	Locução de Cabine até 60"/Testemunhal	R\$ 2.676	R\$ 803	R\$ 1.338	
11.1k	Locução de Cabine acima de 60"/ Testemunhal	R\$ 4.013	R\$ 1.204	R\$ 2.007	
11.1l	Letreiro/Cartela para TV	R\$ 373	R\$ 112	R\$ 187	
11.1m	Spot até 60"	R\$ 3.354	R\$ 1.006	R\$ 1.677	
11.1n	Spot acima de 60"	R\$ 5.030	R\$ 1.509	R\$ 2.515	
11.1o	Novelinha até 5'	R\$ 14.921	R\$ 4.476	R\$ 7.461	
11.1p	Novelinha – por minuto excedente	R\$ 2.402	R\$ 721	R\$ 1.201	
11.1q	Storyboard (por quadro)	R\$ 275	R\$ 83	R\$ 138	
11.1r	Citação	R\$ 2.676			
11.1s	Merchandising para TV/Rádio até 60"	R\$ 14.921	R\$ 4.476	R\$ 7.461	

Lista de Referência de Custos Internos

Confere com o Original e Dou Fe

Rio Piracicaba 03.04.23
[Signature]
Diretor (a) Geral

[Handwritten notes and signatures]
28
[Signature]
[Signature]




11.2) Gravação e Transmissão (via rede)		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
11.2a	Spot	R\$ 325	R\$ 98	R\$ 163	
11.2b	Jingle/Trilha	R\$ 325	R\$ 98	R\$ 163	
11.2c	Leteiros/Assinatura para TV	R\$ 378	R\$ 113	R\$ 189	R\$ 95

12) Material Promocional		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
12a	Adesivo, Adesivo de Chão, Camiseta, Display de Balcão, Display de Mesa, Faixa de Gôndola/Stopper, Inflável, Sacola/Bolsa, Santinho, Troféu e Tag	R\$ 3.594	R\$ 1.078	R\$ 1.797	R\$ 899
12b	Bandeirola (por modelo), Boné, Bottom, Caneta, Cartão PVC (tipo cartão de crédito), Chaveiro, Chinelo, Cinta, Cinzeiro, Copo, Crachá, Cupom, Etiqueta, Ficha de Inscrição, Flâmula, Forração de Gôndola/Bandô, Forro de Bandeja, Lápis, Leque, Lixocar, Marcador de Página, Medalha, Mouse Pad, Nécessaire, Porta-Lápis, Porta-Retratos, Porta-Documents, Porta-Cartão, Régua, Squeeze, Testeira para Cartaz e viseira	R\$ 2.243	R\$ 673	R\$ 1.122	R\$ 561
12c	Balcão para Degustação, Display de Ponta de Gôndola, Display de Vitrine	R\$ 11.745	R\$ 3.524	R\$ 5.873	R\$ 2.936
12d	Programação Visual de Estande para Feiras, Eventos, de Vendas	R\$ 14.098	R\$ 4.229	R\$ 7.049	R\$ 3.525
12e	Cartão de Natal, Cartão de Aniversário, Banner, Cartão-Postal, Cartaz, Cartazete e Pôster	R\$ 4.404	R\$ 1.321	R\$ 2.202	R\$ 1.101
12f	Bula, Diploma, Flyer, Lâmina e Volante	R\$ 3.523	R\$ 1.057	R\$ 1.762	R\$ 881
12g	Mala Direta	R\$ 5.488	R\$ 1.646	R\$ 2.744	R\$ 1.372
12h	Móbil, Pórtico para Loja	R\$ 3.871	R\$ 1.161	R\$ 1.936	R\$ 968
12i	Placa/Painel/Backdrop (interna ou externa)	R\$ 3.249	R\$ 975	R\$ 1.625	R\$ 812
12j	Uniforme/Uniforme Promocional (Feiras/Eventos)	R\$ 3.675	R\$ 1.103	R\$ 1.838	R\$ 919
12k	Totem (projeto e desenvolvimento)	R\$ 4.874	R\$ 1.462	R\$ 2.437	R\$ 1.219

Confere com o Original e Dou Fe

Rio Piracicaba 03/04/23


Diretor (a) Geral

Handwritten notes and signatures:
 29
 li
 Duto
 Admar



13) Material Impresso		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
13a	Agenda (projeto gráfico)	R\$ 10.272	R\$ 3.082	R\$ 5.136	R\$ 2.568
13b	Agenda (só capa)	R\$ 4.211	R\$ 1.263	R\$ 2.106	R\$ 1.053
13c	Agenda (por página)	R\$ 1.526	R\$ 458	R\$ 763	R\$ 382
13d	Agenda (por página, só troca de data)	R\$ 283	R\$ 85	R\$ 142	R\$ 71
13e	Broadside (por página), Bolacha de CD, Capa de Caderno, Capa de Cartilha, Capa de Carnê, Capa de Catálogo, Capa de CD, Calendário (por lâmina), Certificado, Convite, Encarte de CD (por lâmina)	R\$ 2.457	R\$ 737	R\$ 1.229	R\$ 614
13f	Cartilha, Catálogo de Produtos, Folheto Institucional, Folheto Técnico, Presentation e Cardápio (por página)	R\$ 1.946	R\$ 584	R\$ 973	R\$ 487
13g	Fôlder	R\$ 6.833	R\$ 2.050	R\$ 3.417	R\$ 1.708
13h	House Organ/Newsletter (projeto até 4 páginas)	R\$ 13.194	R\$ 3.958	R\$ 6.597	R\$ 3.299
13i	House Organ/Newsletter (projeto por página adicional)	R\$ 2.626	R\$ 788	R\$ 1.313	R\$ 657
13j	House Organ/Newsletter Diagramação (por página)	R\$ 1.771	R\$ 531	R\$ 886	R\$ 443
13k	Livro/Revista – Projeto Gráfico	R\$ 109.095	R\$ 32.729	R\$ 54.548	R\$ 27.274
13l	Livro/Revista – Diagramação (por página)	R\$ 1.706	R\$ 512	R\$ 853	R\$ 427
13m	Relatório de Diretoria – Projeto Gráfico	R\$ 74.579	R\$ 22.374	R\$ 37.290	R\$ 18.645
13n	Relatório de Diretoria - Diagramação (por página)	R\$ 2.441	R\$ 732	R\$ 1.221	R\$ 610

Lista de Referência de Custos Internos

Confere com o Original e Dev

Rio Piracicaba 03/04/23
[Signature]
Diretor (a) Geral

30 *[Signature]*
[Signature]




Lista de Referência de Custos Internos
36


14) Embalagens		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)
14a	Caixa Display de Produto	R\$ 22.445	R\$ 6.734	R\$ 11.223	R\$ 5.611
14b	Cartela, Rótulo	R\$ 6.335	R\$ 1.901	R\$ 3.168	R\$ 1.584
14c	Caixa de Embarque, Cartela com Saco, Embalagem Blister/Sampling, Embalagem (adaptação)	R\$ 8.767	R\$ 2.630	R\$ 4.384	R\$ 2.192
14d	Embalagem para Relatório de Diretoria (luva, caixa, envelope especial)	R\$ 9.804	R\$ 2.941	R\$ 4.902	R\$ 2.451
14e	Embalagem de Produto	R\$ 26.422	R\$ 7.927	R\$ 13.211	R\$ 6.606
14f	Embalagem de Linha de Produtos (pacote de até 5 embalagens)	R\$ 105.711	R\$ 31.713	R\$ 52.856	R\$ 26.428
14g	Embalagem Promocional, Mock-Ups (sem custo de terceiros)	R\$ 15.460	R\$ 4.638	R\$ 7.730	R\$ 3.865

Confere com o Original e Dou Fe

Rio Piracicaba 03/04/23


Diretor (a) Geral

31 





15) Comunicação Digital

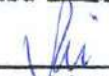
15.1) Planejamento de Ação / Promoção / Mídia Web / Remarketing / Display		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
15.1a	Investimento até R\$ 100.000,00	R\$ 11.321	R\$ 3.396	R\$ 5.660	
15.1b	Investimento entre R\$ 100.000,01 e R\$ 300.000,00	R\$ 22.642	R\$ 6.792	R\$ 11.321	
15.1c	Investimento a partir de R\$ 300.000,01	R\$ 45.284	R\$ 13.585	R\$ 22.642	

15.2) Planejamento de Campanhas para Redes Sociais		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
15.2a	Investimento até R\$ 20.000,00	R\$ 8.066	R\$ 2.420	R\$ 4.033	
15.2b	Investimento entre R\$ 20.000,01 e R\$50.000,00	R\$ 10.823	R\$ 3.247	R\$ 5.412	
15.2c	Investimento a partir de R\$ 50.000,01	R\$ 17.232	R\$ 5.170	R\$ 8.616	

15.3) Comunicação Digital / Diversos		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
15.3a	Wireframe (por tela)	R\$ 842	R\$ 253	R\$ 421	
15.3b	Arquitetura de informação - por hora de trabalho	R\$ 674			
15.3c	Gestão de Projeto - Cobrado mensalmente enquanto durar o projeto	R\$ 8.108			
15.3d	Apresentação multimídia (por slide)	R\$ 849	R\$ 255	R\$ 425	R\$ 212
15.3e	Cartão virtual animado - Motion design	R\$ 10.033	R\$ 3.010	R\$ 5.017	R\$ 2.508
15.3f	Email mkt/newsletter - HTML	R\$ 4.912	R\$ 1.474	R\$ 2.456	R\$ 1.228

Confere com o Original e Dou Fe

Rio Piracicaba 03/04/23



Diretor (a) Geral

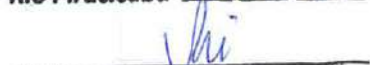
*30 Chi Dantas
Adriano*



15.3) Comunicação Digital - Diversos		criação	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
15.3g	Template para newsletter - HTML	R\$ 4.645	R\$ 1.394	R\$ 2.323	R\$ 1.161
15.3h	Setup e disparo de email mkt/ newsletter - até 1.000 disparos	R\$ 2.548			
15.3i	Setup e disparo de email mkt/ newsletter - de 1.001 a 5.000 disparos	R\$ 5.213			
15.3j	Setup e disparo de email mkt/ newsletter - acima de 5.000 disparos	R\$ 12.161			
15.3k	Landing Page	R\$ 13.636	R\$ 4.091	R\$ 6.818	R\$ 3.409
15.3l	Hotsite - nível de complexidade baixa (até 4 páginas)	R\$ 19.587	R\$ 5.876	R\$ 9.793	R\$ 4.897
15.3m	Hotsite - nível de complexidade média (até 8 páginas e com recurso interativo - joguinho/cartão virtual ou enquete)	R\$ 31.560	R\$ 9.468	R\$ 15.780	R\$ 7.890
15.3n	Hotsite - nível de complexidade alta (até 12 páginas - linha do tempo, recursos sonoros, filmes)	R\$ 45.856	R\$ 13.757	R\$ 22.928	R\$ 11.464
15.3o	Página HTML Avulsa	R\$ 4.315	R\$ 1.294	R\$ 2.157	R\$ 1.079
15.3p	Screensaver	R\$ 6.549	R\$ 1.965	R\$ 3.275	R\$ 1.637
15.3q	Vinheta Eletrônica (até 20")	R\$ 10.033	R\$ 3.010	R\$ 5.017	R\$ 2.508
15.3r	Wallpaper	R\$ 1.886	R\$ 566	R\$ 943	R\$ 472
15.3s	Assinatura de e-mail	R\$ 1.886	R\$ 566	R\$ 943	R\$ 472
15.3t	Monitoramento e Relatório Mensal	R\$ 5.097	R\$ 1.529	R\$ 2.549	
15.3u	Desenvolvimento de Manuais de Orientação	R\$ 6.833	R\$ 2.050	R\$ 3.417	R\$ 1.708

Confere com o Original e Dou Fe

Rio Piracicaba 03/04/23


Diretor (a) Geral
33

15.4) Banners e Pop-Ups / Lightbox		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
15.4a	Banner Estático	R\$ 1.748	R\$ 524	R\$ 874	R\$ 437
15.4b	Banner Animado	R\$ 4.375	R\$ 1.313	R\$ 2.188	R\$ 1.094
15.4c	Banner Rich Media	R\$ 9.379	R\$ 2.814	R\$ 4.690	R\$ 2.345
15.4d	Pop-up/Lightbox	R\$ 3.883	R\$ 1.165	R\$ 1.942	R\$ 971
15.4e	Banner + Pop-up/Lightbox	R\$ 7.558	R\$ 2.267	R\$ 3.779	R\$ 1.890
15.4f	Peça para WPP	R\$ 1.748	R\$ 524	R\$ 874	R\$ 437

15.5) Advergames		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
15.5a	Planejamento Criação de game design document, descrevendo jogabilidade, plataforma de interação com a marca.	R\$ 10.200	R\$ 3.060	R\$ 5.100	R\$ 2.550
15.5b	Game Online Standard Jogos pré-prontos que são apenas apenas customizados para a marca ou produto (não necessita de planejamento).	R\$ 12.240	R\$ 3.672	R\$ 6.120	R\$ 3.060
15.5c	Mobile Jogos feitos para plataformas mobile, em que o valor do desenvolvimento depende da quantidade de adaptação para marcas / modelos de aparelhos escolhidos.	R\$ 30.600	R\$ 9.180	R\$ 15.300	R\$ 7.650
15.5d	Game Online Original Jogos feitos sob demanda para uma marca ou produto, contendo jogabilidade exclusiva para determinadas ações (a partir de)	R\$ 35.700	R\$ 10.710	R\$ 17.850	R\$ 8.925
15.5e	Social Games (jogos para redes sociais) Jogos feitos sob demanda para uma marca ou produto que contam com recursos e funcionalidade de socialização.	R\$ 30.600,00	R\$ 9.180	R\$ 15.300	R\$ 7.650,00
15.5f	Planejamento de Advertising in Game Planejamento para compra de mídia ou ações especiais dentro de um jogo já desenvolvido e estabelecido no mercado	R\$ 15.300	R\$ 4.590	R\$ 7.650	R\$ 3.825

Confere com o Original e Dou Fe

Rio Piracicaba 03/04/23

Chi
Diretor (a) Geral

Confere
39 *Chi*
Amarelo

15.6) Redes Sociais e Aplicativos de Mensagens Instantâneas		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
15.6a	Construção de Brand Persona	R\$ 10.090	R\$ 3.027	R\$ 5.045	R\$ 2.522,50
15.6b	Construção de byer persona - por persona	R\$ 5.213	R\$ 1.564	R\$ 2.607	R\$ 1.303,25
15.6c	Setup de monitoramento	R\$ 4.076	R\$ 1.223	R\$ 2.038	R\$ 1.019
15.6d	Diagnóstico da presença: levantamento de dados, análise e elaboração de relatório	R\$ 16.002	R\$ 4.801	R\$ 8.001	R\$ 4.000,50
15.6e	Planejamento para setup: canais, tipos de conteúdo, projeto editorial, identidade visual, estratégia para ativação	R\$ 19.845	R\$ 5.954	R\$ 9.923	R\$ 4.961,25
15.6f	Planejamento de ação/promoção: planejamento, criação, design e ativação	R\$ 45.295	R\$ 13.589	R\$ 22.648	R\$ 11.323,75
15.6g	Personalização dos canais: avatar, capa de redes, texto de apresentação (sobre) - valor por imagem	R\$ 5.944	R\$ 1.783	R\$ 2.972	R\$ 1.486
15.6h	Monitoramento de redes sociais com relatório mensal e relatórios avulsos	R\$ 5.097	R\$ 1.529	R\$ 2.549	R\$ 1.274,25
15.6i	Gestão de presença - monitoramento, relacionamento, produção e postagem de conteúdo e relatório mensal	R\$ 12.740	R\$ 3.822	R\$ 6.370	R\$ 3.185
15.6j	Planejamento para captação de leads - Facebook	R\$ 3.568	R\$ 1.070	R\$ 1.784	R\$ 892
15.6k	Produção de Instant Articles - Facebook	R\$ 10.192	R\$ 3.058	R\$ 5.096	R\$ 2.548
15.6l	Produção de Canvas - Facebook	R\$ 10.192	R\$ 3.058	R\$ 5.096	R\$ 2.548
15.6m	Criação de abas para Facebook com interatividade simples (formulário simples para cadastro)	R\$ 12.298	R\$ 3.689	R\$ 6.149	R\$ 3.075
15.6n	Criação de Post para blog (texto e imagem)	R\$ 5.044	R\$ 1.513	R\$ 2.522	R\$ 1.261
15.6o	Criação de Post (texto e imagem)	R\$ 3.363	R\$ 1.009	R\$ 1.682	R\$ 841

Confere com o Original e Dou Fe

Rio Piracicaba 03/04/23

[Signature]
Diretor (a) Geral

[Handwritten notes and signatures]
35

15.6) Redes Sociais e Aplicativos de Mensagens Instantâneas		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
15.6p	Criação de imagem/Carrossel/ Multiprodutos/Anúncios patrocinados - textos e imagens/Canvas/Dark Post/ Rede de Display/ Sponsored/Bumper/ Stories	R\$ 4.520	R\$ 1.356	R\$ 2.260	R\$ 1.130
15.6q	Roteiro para vídeo até 60"	R\$ 14.921	R\$ 4.476	R\$ 7.461	
15.6r	Roteiro para vídeo acima de 60"	R\$ 22.379	R\$ 6.714	R\$ 11.190	
15.6s	Criação de thumbnail para vídeo de rede social (GIF)	R\$ 3.363	R\$ 1.009	R\$ 1.682	R\$ 841
15.6t	Criação de figurinhas (stickers) estáticas aplicativos de mensagens instantâneas	R\$ 3.363	R\$ 1.009	R\$ 1.682	R\$ 841
15.6u	Criação de figurinhas (stickers) animadas aplicativos de mensagens instantâneas	R\$ 12.750	R\$ 3.825	R\$ 6.375	R\$ 3.187,50
15.6v	Gestão de relacionamento em grupos de redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas com relatório mensal	R\$ 12.740	R\$ 3.822	R\$ 6.370	R\$ 3.185

15.7) Links Patrocinados		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
15.7a	Planejamento de Campanhas de Link Patrocinado/Redes Sociais (Setup e Acompanhamento - Não inclui Criação de Anúncios ou Posts) - Investimento até R\$ 100.000,00	R\$ 5.213			
15.7b	Planejamento de Campanhas de Link Patrocinado/Redes Sociais (Setup e Acompanhamento - Não inclui Criação de Anúncios ou Posts) - Investimento entre R\$ 100.000,01 e R\$ 300.000,00	R\$ 12.161			
15.7c	Planejamento de Campanhas de Link Patrocinado/Redes Sociais (Setup e Acompanhamento - Não inclui Criação de Anúncios ou Posts) - Investimento acima de R\$ 300.000,01	R\$ 26.639			
15.7d	Relatório de campanha	R\$ 8.827			
15.7e	Banner Texto - Google Search	R\$ 1.121			

Confere com o Original e Dou Fé

Rio Piracicaba 03/04/23

Shi
Diretor (a) Geral

Confere
36 *Shi* *Quito*
Edmar




15.8) SEO		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
15.8a	Planejamento de SEO - cobrado por hora	R\$ 337			
15.8b	Relatório de campanha	R\$ 8.827			

15.9) Mobile / APP		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
15.9a	Planejamento, criação e produção de aplicativos - custo por hora	A definir em horas técnicas			
15.9b	Apresentação/catálogos - custo por hora	A definir em horas técnicas			

15.10) Inbound Marketing - Marketing de Conteúdo		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
15.10a	Diagnóstico de cenário inicial	R\$ 12.332			
15.10b	Construção de Brand Persona	R\$ 10.090	R\$ 3.027	R\$ 5.045	R\$ 2.523
15.10c	Construção de byer persona - por persona	R\$ 5.213	R\$ 1.564	R\$ 2.607	R\$ 1.303
15.10d	Planejamento de conteúdo - funil de vendas	R\$ 10.090	R\$ 3.027	R\$ 5.045	
15.10e	Criar Calendário de Publicações	R\$ 6.726	R\$ 2.018	R\$ 3.363	
15.10f	Setup inicial (Fluxo de automação - Listas de segmentação)	R\$ 8.969	R\$ 2.691	R\$ 4.485	
15.10g	Atuação e monitoramento em Inbound Marketing - cobrados mensalmente (fee mensal)	R\$ 10.192	R\$ 3.058	R\$ 5.096	

Confere com o Original e Dou Fé

Rio Piracicaba 03/04/23


Diretor (a) Geral
37

15.11) Serviços Especiais (por hora)		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
15.11a	Planejamento, Programação de Sistemas, Programação HTML, Motion Design	R\$ 561			
15.11b	Web analytics - Implementação de tags e configuração de conta	R\$ 829			
15.11c	Gerenciamento de Projetos/Atendimento	R\$ 801			
15.11d	Criação	R\$ 561			
15.11e	Analista SEO/Arquiteto de Informação/Analista de Redes Sociais	R\$ 337			


16) Editoração Eletrônica

16.1) Banco de Imagem		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
16.1a	Cópia (unidade)	R\$ 211			

16.2) Digitação de Texto		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
16.2a	Por Lauda até 1.200 Toques	R\$ 271			
16.2b	Outros Idiomas	R\$ 406			
16.2c	Revisão de Texto	R\$ 540			

Confere com o Original e Dou Fe

Rio Piracicaba, 03/04/23


Diretor (a) Geral



16) Editoração Eletrônica

16.3) Tabelas, Gráficos e Mapas		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
16.3a	Mapa de Localização (ilustrado)	R\$ 3.568	R\$ 1.070	R\$ 1.784	R\$ 892
16.3b	Mapa de Localização (simples)	R\$ 2.275	R\$ 683	R\$ 1.138	R\$ 569
16.3c	Tabela/Gráfico (mínimo)	R\$ 979	R\$ 294	R\$ 490	R\$ 245
16.3d	Tabela/Gráfico (máximo)	R\$ 3.249	R\$ 975	R\$ 1.625	R\$ 812
16.3e	Infográfico em extensão .jpg + HTML Estático	R\$ 9.173	R\$ 2.752	R\$ 4.587	R\$ 2.293
16.3f	Infográfico em extensão .swf ou HTML5	R\$ 13.249	R\$ 3.975	R\$ 6.625	R\$ 3.312

16.4) Tratamento de Imagem		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
16.4a	Gravação de Arquivo (cópia – tempo de gravação + mídia)	R\$ 308			
16.4b	Scanner de Imagem	R\$ 137			
16.4c	Tratamento de Imagem – por imagem	R\$ 586			
16.4d	Vetorização de Logotipos – por logotipo	R\$ 378			
16.4e	Vetorização de Tabela – por tabela	R\$ 378			

16.5) Cópia de CD / DVD		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
16.5a	Cópia (unidade)	R\$ 138			

Confere com o Original e Dou Fe

Rio Piracicaba 03/04/23

[Signature]
Diretor (a) Geral

[Handwritten notes and signatures]
39

17) Print (por cópia) / Montagem de Boneca		CRIAÇÃO	ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	SOMENTE FINALIZAÇÃO 25%
17a	Montagem de Boneca (Mínimo de 1 hora)	R\$ 274			
	Formato				
17b	A3 - Cor	R\$ 14			
17c	A4 - Cor	R\$ 14			
17d	A3 - P&B	R\$ 7			
17e	A4 - P&B	R\$ 6			

Lista de Referência de Custos Internos
▲
45



Rua Domingos Vieira, 587
Conjunto 913 • CEP 30150-240
Belo Horizonte • MG
sinapromg@sinapromg.com.br

www.sinapromg.com.br
(31) 3241-7711
(31) 99312-7274

Confere com o Original e Dou Fe
Rio Piracicaba 03/04/23

Diretor (a) Geral

Siga-nos nas redes sociais

unifep
40 ki -
Douto
Almanas



TERMO DE ENCERRAMENTO

Conforme o edital "os documentos deverão ser apresentados em processo de cópia autenticada por tabelião de notas, admitindo-se a autenticação dos mesmos, mediante apresentação dos originais, por um dos membros da Comissão Especial de Licitação".

Rio Piracicaba, 03 de ABRIL de 2023

Douglas Antônio Araújo Cota

Razão social: ShineOnLtda

Av. Wilson Alvarenga, 1047

Bairro Carneirinhos - João Monlevade – MG - Cep: 35.930-001

Telefone: 31-3852-1634

CNPJ: 02.367.995/0001-59

Handwritten notes and signatures in the bottom right corner, including the number 41 and 2, and a signature.

ENVELOPE Nº 05 CONTEÚDO:
DOCUMENTAÇÃO
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023
CONVITE Nº 002/2023
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA
PROPONENTE: SHINE ON LTDA

@agenciash

inven
tivi
dade





**ATA DA REUNIÃO RELATIVA AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023,
MODALIDADE CONVITE Nº 002/2023.
ENVELOPE Nº 5 "DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO"**


Aos três dias do mês de abril do ano de 2023, às 15 horas, com observância às disposições contidas no instrumento convocatório e na Lei de Licitações e Contratos, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitação desta Câmara Municipal e a empresa **SHINE ON LTDA**, que se fez presente através de sua representante, Senhora Pedrete Araújo de Castro Fernandes, com a finalidade de analisar a documentação apresentada pela empresa.

Analisada a documentação requerida através do item VIII do edital e constatada a sua regularidade a comissão deliberou vencedora a empresa SHINE ON LTDA.


Os presentes que assinam a ata, não têm qualquer objeção a respeito do cumprimento das formalidades legais durante a licitação, nada tendo a reclamar com relação à publicidade, especificações, informações sobre o assunto e imparcialidade da Comissão de licitação, tanto que renunciaram ao direito de recorrer da decisão proferida pela Comissão Permanente de licitação e assinam a presente Ata como prova da renúncia.

Nada mais havendo a tratar, lavrou-se a presente ATA, que depois de lida e aprovada, foi por todos assinada e será encaminhada ao Sr. Presidente da Câmara para fins de homologação e adjudicação.

Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 03 de abril de 2023.


Adriele Adilaine Costa
Presidente da Comissão


Inez Aparecida Leite
Membro


Vanilza A. Souza Caldeira
Membro

Proponente:


Pedrete Araujo de Castro Fernandes
SHINE ON LTDA

PARECER JURÍDICO

EMENTA. Administrativo. Licitações. Cumprimento das Exigências Legais. Publicidade, Competitividade e Igualdade. Propostas de Conformidade com o Edital. Obtenção da Proposta mais Vantajosa. Regularidade do Procedimento. Aprovação do Resultado.

1. Trata-se do **Processo Licitatório 009/2023 – Convite 002/2023**, com vistas à contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de publicidade à Câmara Municipal de Rio Piracicaba no exercício de 2023, em conformidade com as especificações constantes do edital do certame e de seus respectivos anexos.

2. Ressalte-se que regem-se os atos praticados pela Administração pelos princípios da *legalidade*, da *impessoalidade* e da *publicidade*, da *moralidade* e da *eficiência*, conforme disposição do **art. 37, caput** da **Constituição Federal**, em consonância com outros princípios e normas do ordenamento jurídico pátrio, como o da *imprescindibilidade* de se realizarem **procedimentos licitatórios** prévios para as contratações públicas.

Via de regra, as diversas aquisições e contratações efetuadas pela Administração **devem ser precedidas do devido procedimento licitatório**, com garantia da *“igualdade de condições de participação no certame”* e com vistas à *obtenção da “proposta mais vantajosa para a Administração”*, tal como determinado no **art. 37 / inc. XXI** da Carta Magna e no **art. 2º, caput**, da **Lei Federal 8.666/93** (*Lei aplicada no processo licitatório ora analisado*), salvo as hipóteses previstas em lei.

Entre as hipóteses legais, estão os casos de **dispensa** ou de **inexigibilidade** de licitação, regulamentados **numerus clausus** pelos **arts. 24 e 25** da **Lei Federal 8.666/93** (*Lei aplicada no processo licitatório ora analisado*). O instituto da *inexigibilidade* caracteriza-se pela impossibilidade de se estabelecer o procedimento

li

seletivo, enquanto a *dispensa* é um permissivo para a contratação direta, em razão das necessidades da Administração, da natureza do contratado ou do objeto.

3. A **licitação** formalizada através do processo licitatório ora analisado se orienta pelas disposições da **Lei 8.666/93**.

No caso, tem-se o diligente cumprimento da regra geral da realização do devido **procedimento licitatório** e na modalidade própria, de conformidade com as exigências aplicáveis aos instrumentos da espécie, para contratação da despesa em tela.

Foi o Edital e seus anexos analisados e aprovados, consoante Parecer Jurídico datado de 16/03/2023, que se acha encartado aos autos, e foram cumpridas as demais formalidades que visam à publicidade e garantia de participação de interessados no certame, que resultou na seleção da melhor proposta, conforme constam nas atas de reuniões realizadas pela Comissão Permanente de Licitação.

4. Assim, cumpridas as formalidades legais e obtida a proposta mais vantajosa para a Administração, salvo melhor juízo, somos pela **APROVAÇÃO** do procedimento licitatório e do seu resultado, devendo o processo subir para a homologação da Autoridade.

Em havendo celebração de contrato, cuide-se da publicação do seu extrato.

É o parecer, em caráter meramente opinativo e não vinculativo, à apreciação da Autoridade Superior.

Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 13 de abril de 2023.


MARCO ANTONIO COUTO MENDES

OAB/MG 117.215



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo



www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br


DESPACHO DE ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

O Presidente da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, no uso de suas atribuições legais, de conformidade com a Lei Federal nº 8.666/93, ADJUDICA o Processo Licitatório nº **009/2023**, Modalidade Convite nº **002/2023**, e, em consequência HOMOLOGA, o seu objeto na forma que segue:

Nº ITENS	PROPONENTE	PERCENTUAIS OFERTADOS			
		Custos Internos, sobre a tabela do Sinapro.	Honorários Externos	Honorários exclusivos apenas a contratação ou pagamento dos serviços	Comissão da agência sobre o valor da tabela do veículo
01	SHINE ON LTDA	90% de desconto	10%	10%	20%

Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 14 de abril de 2023.

Transparência e Legalidade!


SEBASTIÃO RÔMULO LINHARES
Presidente da Câmara



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo

www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br



RESULTADO DO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023 MODALIDADE CONVITE Nº 002/2023.

A Câmara Municipal de Rio Piracicaba, através da Comissão Permanente de Licitação, torna público o resultado do Processo Licitatório nº **009/2023**, Modalidade Convite nº 002/2023, na forma que segue:

Nº ITENS	PROPONENTE	PERCENTUAIS OFERTADOS			
		Custos Internos, sobre a tabela do Sinapro	Honorários Externos	Honorários exclusivos apenas a contratação ou pagamento dos serviços	Comissão da agência sobre o valor da tabela do veículo
01	SHINE ON LTDA	90% de desconto	10%	10%	20%

Homologação: Presidente da Câmara

Condições: Conforme ata de julgamento

Publicado em 14/04/2023

Adrielle
ADRIELE ADILAINE COSTA
Presidente da Comissão

Inez
INEZ AP. LEITE
Membro

Vanilza
VANILZA A. SOUZA CALDEIRA
Membro



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo

www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br



CONTRATO N° 018/2023

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS QUE ENTRE SI CELEBRAM A CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA E A EMPRESA SHINE ON LTDA.

A CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA, inscrita no CNPJ n° 23.943.467/0001-70, com sede à Avenida Dom Joaquim Silvério, 174 – Bairro Praia, deste município, a seguir denominada **CONTRATANTE**, neste ato representada por seu Presidente, **Sr. SEBASTIÃO RÔMULO LINHARES**, inscrito no CPF sob o n° 977.315.956-68 e RG n° MG 7.122.707, brasileiro, solteiro, residente e domiciliado à Avenida Padre Joaquim Saturnino de Freitas, n.º 668 – Bairro de Fátima, Rio Piracicaba/MG, e de outro lado, como **CONTRATADA**, a empresa **SHINE ON LTDA**, inscrita no CNPJ n° 02.367.995/0001-59, com sede à Avenida Wilson Alvarenga, n° 1.047, Sala 801, Carneirinhos, João Monlevade/MG, neste ato representada pelo **Sr. DOUGLAS ANTÔNIO ARAÚJO COTA**, inscrito no CPF sob o n° 029.953.326-32, e RG n° MG-7.576.952, resolvem firmar o presente contrato, em conformidade com o Processo Licitatório n° 009/2023, na modalidade Convite 002/2023, do tipo Menor Preço e Técnica, regida pela Lei Federal n° 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações e pela Lei n° 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1- O objeto da contratação é a prestação de serviços de publicidade no exercício de 2023, considerado este o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a informação de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias. Enfim, a publicidade dos atos da Câmara Municipal de Rio Piracicaba.

1.1. Constituem serviços específicos a serem prestados pela contratada:

- a) Promover a publicação de todos os atos e/ou instrumentos repassados pela Câmara Municipal de Rio Piracicaba, no prazo especificado no contrato de prestação de serviços;
- b) Realizar diretamente ou através de subcontratações de meios de comunicação adequados, a veiculação de publicidade de caráter social, educativo ou informativo;
- c) Realizar diretamente ou por meio de subcontratação de fornecedores de bens ou serviços previamente solicitados pela presidência da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, a criação de artes, diagramação, concepção, elaboração de folders, panfletos, cartazes, out doors e outros serviços de publicidade não vedados pela

Confere com o Original e Dou Fé

Rio Piracicaba 17.04.23

Av. Dom Joaquim Silvério, 174 - Centro - Rio Piracicaba
Fone: 31-3854-1353 - CEP: 35940-000 **Diretor (a) Geral**

[Handwritten signatures and stamps]
Câmara Municipal
Rio Piracicaba
Instituição e Regatidade

Lei Federal nº 12.232/2010. Todas as contratações devem ser precedidas de minimamente três coletas de preços.

1.2. Além dos serviços acima mencionados, incluem-se, ainda: a execução de serviços de pesquisas de avaliação, a produção e a execução técnica de peças e projetos publicitários criados e a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, todos estes em conformidade com as necessidades da Câmara Municipal;

CLÁUSULA SEGUNDA – DO PREÇO E DA FORMA DE PAGAMENTO

2.1. – O preço total estimado do presente contrato é de R\$ 170.000,00 (Cento e setenta mil reais).

2.2. O valor a ser pago, será apurado calculando-se o desconto de: 90% (Noventa por cento) sobre os custos de produção da empresa, apurados em relação à tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais – SINAPRO.

2.3. O valor a ser pago pelos honorários incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, será de: 10% (Dez por cento).

2.4. O valor a ser pago pelos honorários incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, será de: 10% (Dez por cento).

2.5. O desconto padrão sobre o valor dos negócios que serão encaminhados ao veículo por ordem e conta da Câmara Municipal (Comissão da agência) será de 20% (Vinte por cento), sobre o valor bruto da tabela do veículo.

2.6. O pagamento das faturas seguirá a estrita ordem cronológica das datas de suas exigibilidades.

2.7. A CONTRATANTE efetuará o pagamento pelos serviços objeto deste contrato, desde que previamente autorizados e depois de comprovada a sua efetiva realização, até o 5º (quinto) dia útil posterior à apresentação dos respectivos documentos legais de cobrança.

2.8. Será lavrado Termo de Aceitação de Serviço, assinado pelo responsável designado pela CONTRATANTE para a fiscalização do contrato.

2.9. A Nota Fiscal/Fatura de quaisquer fornecedores será emitida em nome da Câmara Municipal de Rio Piracicaba e entregue aos cuidados da CONTRATADA para faturamento.

Confere com o Original e Dou Fe

Rio Piracicaba 17.04.23

Av. Dom Joaquim Silvério, 174 - Centro - Rio Piracicaba - MG
Fone: 31-3854-1353 - CEP: 35940-000 **Diretor (a) Geral**

Handwritten signature
Câmara Municipal
Rio Piracicaba
Transparência e Responsabilidade



2.10. A Nota Fiscal/Fatura deverá ser emitida em moeda corrente do país, isenta de erros.

2.11. – A CONTRATADA deverá discriminar em sua Nota Fiscal/Fatura o nome e o número da Nota Fiscal/Fatura do fornecedor, bem como a discriminação dos serviços prestados.

2.12. – O faturamento deverá vir acompanhado:

- Comprovante da prestação de serviços;
- Nota Fiscal/Fatura do fornecedor com a discriminação obrigatória do período da prestação de serviços;
- Autorização devidamente assinada pelo responsável;
- Aprovação do Serviço mediante assinatura do responsável.

2.13. No caso dos serviços não estarem de acordo com as especificações técnicas e demais exigências da CONTRATANTE, fica ela desde já autorizada a reter o respectivo pagamento, até que sejam processadas as alterações e retificações determinadas.

2.14. Os documentos de cobrança deverão ser corretamente emitidos e no caso de incorreção, serão devolvidos, e o prazo para pagamento contar-se-á da data de reapresentação da fatura/nota fiscal.

2.15. Dos pagamentos devidos ao contratado, serão descontados os valores de multa ou eventuais débitos daquela para com a administração, referentes a qualquer contrato entre as mesmas partes, sem obrigatoriedade de prévio aviso.

CLÁUSULA TERCEIRA - DA ALTERAÇÃO DO CONTRATO

3.1. Este instrumento poderá ser alterado, com as devidas justificativas, nos seguintes casos:

3.1.1. Unilateralmente, pela CONTRATANTE, quando necessária a modificação do valor contratual em decorrência de acréscimo ou diminuição quantitativa de seu objeto, nos limites permitidos pela Lei.

3.1.2. Por acordo das partes:

3.1.2.1. Quando necessária a modificação do modo de fornecimento, em face de verificação técnica da inaplicabilidade dos termos contratuais originários;

3.1.2.2. Quando necessária a modificação da forma de pagamento, por imposição de circunstâncias supervenientes, mantido o valor inicial atualizado, vedada a antecipação do pagamento sem o correspondente prestação dos serviços

Confere com o Original e Dou Fé

Rio Piracicaba 17/04/23



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo

www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br



contratados;

3.1.2.3. Para restabelecer a relação que as partes pactuaram inicialmente entre os encargos do contratado e a retribuição da administração para a justa remuneração dos serviços, objetivando a manutenção do equilíbrio econômico-financeiro inicial do contrato, na hipótese de sobrevirem fatos imprevisíveis ou previsíveis, porém de consequência incalculável, retardadores ou impeditivos da execução do ajustado, ou, ainda, em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe, configurando área econômica extraordinária e extraordinária.

3.2. O contratado fica obrigado a aceitar, nas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem nas compras, até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

3.3. Havendo alteração unilateral do contrato, que aumente os encargos do contratado, a Administração deverá restabelecer, por aditamento, o equilíbrio econômico-financeiro inicial.

CLÁUSULA QUARTA - DA DOTAÇÃO

4.1.- As despesas decorrentes do presente contrato correrão à conta da dotação orçamentária nº 01.031.0001.4003.3.3.90.39.00-D0025

CLÁUSULA QUINTA - DA VIGÊNCIA

5.1. - O presente contrato entrará em vigor na data de sua assinatura e encerrar-se-á em 31/12/2023, podendo ser prorrogado, a critério do Contratante e mediante a anuência da Contratada, por meio de termos aditivos, obedecido o período admitido na legislação em vigor, conforme dispõe o art. 57, II, da Lei nº 8.666/93, conforme nova redação que lhe deu a Lei nº 9.648/98.

5.2. - À prorrogação do prazo contratual poderá ocorrer, a critério do Contratante, nos termos da Lei nº 8.666/93, ou outra que vier a substituí-la.

CLÁUSULA SEXTA - DA NOVAÇÃO

6.1. - Toda e qualquer tolerância por parte do Contratante na exigência do cumprimento do presente contrato, não constituirá novação, nem muito menos a extinção da respectiva obrigação, podendo a mesma ser exigida a qualquer tempo.

CLÁUSULA SÉTIMA - DA FISCALIZAÇÃO

7.1.- Não obstante o fato de o Contratado ser o único e exclusivo responsável pelo fornecimento do objeto deste, a Câmara, através de sua própria equipe, sem

Confere com o Original e Dou Fé

Rio Piracicaba 17, 04, 23

Av. Dom Joaquim Silvério, 174 - Centro - Rio Piracicaba - MG
Fone: 31-3854-1353 - CEP: 35940-000

[Assinatura]
Diretor (a) Geral

[Assinatura]
Câmara Municipal
Rio Piracicaba

Transparência e Regulatório



restringir a plenitude dessa responsabilidade, exercerá a mais ampla e completa fiscalização no recebimento do objeto, em condições especificadas no presente.

CLÁUSULA OITAVA – DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

Confere com o Original e Dou Fe

São obrigações das partes:

Rio Piracicaba 17,04,23

8.1 – DO CONTRATANTE:

a) Prestar ao Contratado todos os esclarecimentos necessários à execução do Contrato.

Ju
Direção Geral

b) Acompanhar e fiscalizar o cumprimento do objeto do contrato.

c) Efetuar o pagamento na forma e prazo previstos na Cláusula 2ª deste instrumento.

8.2 – DA CONTRATADA:

8.2.1 – Apresentar em local, dia e hora, para a execução dos serviços, objeto da presente licitação, sempre que solicitada pelo CONTRATANTE e entregar as peças e/ou serviços publicitários dentro dos prazos estabelecidos pela mesma.

8.2.2 - Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

8.2.3. – Responsabilizar-se por todos os serviços especificados neste contrato, de modo a garantir sua plena execução, utilizando equipamentos adequados e pessoal técnico qualificado.

8.2.4. Responder por danos dolosos ou culposos causados aos bens da Câmara Municipal, à sua imagem ou de terceiros, por seus funcionários e/ou terceiros que estejam trabalhando sob sua orientação.

8.2.5. Reparar, às suas expensas, os serviços rejeitados pelo Câmara, efetuados em discordância prévia com o estabelecido pela Presidência da Câmara Municipal.

8.2.6 – Manter as condições de habilitação durante a vigência do contrato.

8.2.7– O serviço só será realizado após aprovação da Direção Geral da Câmara Municipal.

8.2.8 – Apresentar, sempre que solicitada pelo CONTRATANTE e entregar as peças e/ou serviços publicitários dentro dos prazos estabelecidos pela mesma.

8.2.9– Responsabilizar-se pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo

www.camararp.mg
camararp@camararp.mg



Confere com o Original e Dou Fe

comerciais decorrentes da execução dos serviços. Rio Piracicaba 17/04/23

8.2.10 Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica do Convite que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo **CONTRATANTE**;

8.2.11 Envidar todos os esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e transferir, integralmente, ao **CONTRATANTE**, todas e quaisquer vantagens referentes à produção e veiculação;

8.2.12 Repassar ao **CONTRATANTE** todos os descontos e favorecimentos financeiros obtidos no desenvolvimento de seu trabalho, reconhecendo que sobre estes valores não incidirá a Comissão da **CONTRATADA**;

8.2.13 Solicitar prévia autorização ao **CONTRATANTE**, quando houver necessidade de contratação de pessoas (artistas, técnicos, etc.) não pertencentes ao seu quadro de colaboradores;

8.2.14 Solicitar prévia autorização ao **CONTRATANTE** quando, no desenvolvimento dos trabalhos aqui contratados, for necessária a realização de quaisquer despesas extraordinárias;

8.2.15 Efetuar e apresentar, antes das subcontratações, cotações de preços para aquisição de suprimentos, com pelo menos 03 (três) fornecedores, remetendo ao **CONTRATANTE** para prévio exame e aprovação.

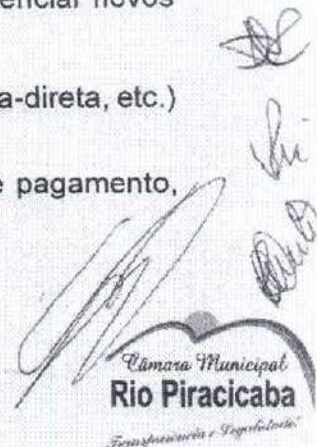
8.2.16 Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, 03 (três) propostas, observando sempre que, se não houver possibilidade de obter 03 (três) propostas, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

8.2.17 Obter a aprovação prévia e expressa do **CONTRATANTE** para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato;

8.2.18 Submeter à subcontratação de terceiros, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do **CONTRATANTE**; e nos casos em que o **CONTRATANTE** proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos do mercado e rejeitá-los, providenciar novos fornecedores;

8.2.19 Orientar a produção das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pelo **CONTRATANTE**;

8.2.20 Transferir ao **CONTRATANTE** o desconto de antecipação de pagamento, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado;





8.2.21 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do **CONTRATANTE**, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da **CONTRATADA** pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria **CONTRATADA** ou por terceiros por ela contratados;

8.2.22 Prestar esclarecimentos ao **CONTRATANTE** sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a **CONTRATADA**, independentemente de solicitação;

8.2.23 Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome do **CONTRATANTE**, somente mediante sua prévia e expressa autorização;

8.2.24 Responder perante o **CONTRATANTE** e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato;

8.2.25 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o **CONTRATANTE**;

8.2.26 Comunicar ao **CONTRATANTE** e obter sua aprovação, quando da contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a **CONTRATADA** ou seus empregados tenham, direta ou indiretamente participação societária, ou qualquer vínculo comercial;

8.2.27. Efetuar os pagamentos aos prestadores de serviços em até o 3º (terceiro) dia útil, após recebimento da contratante.

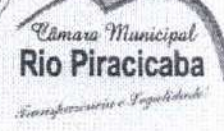
CLÁUSULA NONA – DA RESCISÃO

9.1. - A Contratante poderá rescindir o Contrato, independente de interpelação judicial ou extrajudicial e de qualquer indenização, nos seguintes casos:

- a) O não cumprimento ou o cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações ou prazos, por parte da **CONTRATADA**;
- b) A decretação de falência ou a instauração de insolvência civil da **CONTRATADA**;
- c) Razões de interesse público ou na ocorrência das hipóteses do art. 78 do Estatuto das Licitações;
- d) A ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada,

Confere com o Original e Dou Fé

Rio Piracicaba 17, 04, 23



Handwritten signatures and initials



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo

www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br



impeditiva da execução do Contrato.

Confere com o Original e Dou Fe

CLÁUSULA DÉCIMA - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Rio Piracicaba 17/04/23

10.1. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas caracterizada a inadimplência da adjudicatária /contratada, sujeitando-a as seguintes penalidades:

li
Diretor(a) Geral

10.1.1. Advertência

10.1.2. Multa, nos seguintes percentuais:

- a) Multa no importe de 0,5% (cinco décimos por cento) do valor devido sobre o serviço ou parte dele, por dia de atraso na entrega do serviço ou bem;
- b) Multa no importe de 1% (um por cento) do valor do contrato, no caso de não publicação de qualquer matéria legal ou publicação fora do prazo solicitado pelo contratante, podendo ocorrer rescisão contratual e aplicação das demais penalidades previstas neste título;
- c) Multa de 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato, no caso da contratada injustificadamente desistir da contratação podendo ser ainda aplicadas demais penalidades previstas neste título;

10.1.3. Suspensão temporária do direito de licitar e contratar com a Administração Municipal de Rio Piracicaba;

10.1.4. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade.

10.2. A penalidade de advertência será aplicada pela Presidência da Câmara Municipal, de ofício ou mediante provocação de terceiros.

10.3. A multa prevista no subitem 10.1.2 será aplicada pela Presidência da Câmara Municipal.

10.4. A aplicação das penalidades e declaração de inidoneidade são de competência do Presidente da Câmara Municipal, facultada a defesa do contratado no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias contados da abertura de vista.

10.5. Na aplicação das penalidades previstas nos subitens 10.1.1 a 10.1.4 será facultada a defesa do interessado no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA PUBLICAÇÃO

11.1. - O extrato do presente contrato será publicado no órgão de divulgação oficial

CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA
Poder Legislativo

www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br



da Câmara Municipal que é quadro de avisos da Câmara e o site www.camararp.mg.gov.br.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DO FORO

12.1. - Fica eleito o foro da comarca de Rio Piracicaba/MG, para solucionar quaisquer dúvidas quanto à execução do presente contrato.

E, por estarem justas, as partes firmam o presente instrumento em 02 (duas) vias de igual teor e forma, na presença das testemunhas abaixo.

Rio Piracicaba/MG, 17 de abril de 2023.

CONTRATANTE:

SEBASTIÃO RÔMULO LINHARES

CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA/MG

CONTRATADA:

DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA

SHINE ON LTDA

TESTEMUNHAS:

Adriele Adilaine Costa

CPF Nº: 097.143.106-01

Inêz Aparecida Leite

CPF Nº: 096.717.456-28

Confere com o Original e Dou Fe

Rio Piracicaba 17/04/23

li
Diretor (a) Geral



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

Poder Legislativo



www.camararp.mg.gov.br
camararp@camararp.mg.gov.br

EXTRATO DO CONTRATO Nº 018/2023, RELATIVO AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2023, MODALIDADE CONVITE Nº 002/2023.

CONTRATANTE: CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

CONTRATADA: SHINE ON LTDA

OBJETO: PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA, ENVOLVENDO O ESTUDO, CONCEPÇÃO, PESQUISA, PRODUÇÃO, EXECUÇÃO, VEICULAÇÃO, BEM COMO A DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAIS, PEÇAS E CAMPANHAS DE INTERESSE DA CÂMARA MUNICIPAL, NO EXERCÍCIO DE 2023.


MODALIDADE DA LICITAÇÃO: CONVITE

RECURSO ORÇAMENTÁRIO: 01.031.0001.4003.3.3.90.39.00-D0025

VALOR TOTAL ESTIMADO DO CONTRATO: R\$ 170.000,00 (Cento e setenta mil reais)

VIGÊNCIA: 17/04/2023 a 31/12/2023

PUBLICADO EM: 17/04/2023


ADRIELE ADILAINE COSTA
Presidente da Comissão