



EXERCÍCIO DE 2016

PROCESSO LICITATÓRIO Nº: 001/2016

MODALIDADE: CONVITE Nº: 001/2016

RECURSO ORÇAMENTÁRIO: 01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-D26

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.

**AUTUAÇÃO**

Aos 13 dias do mês de janeiro de 2016, nesta Câmara, eu, Inêz Aparecida Leite, autuei a autorização e demais documentos que seguem.

  
**Inêz Aparecida Leite**

Presidente da Comissão de Licitação



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo

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



### PORTARIA Nº 001/2016

Designa os membros de Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Rio Piracicaba.

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 Inêz Aparecida Leite e Vanilza Auxiliadora Souza Caldeira, e pelo servidor Frederico Augusto de Melo Camilo, sob a presidência da primeira.

Art. 2º Fica designada como suplente de qualquer um dos membros desta Comissão a servidora Lúcia Aparecida dos Santos.

Art.3º A investidura dos membros da Comissão terá vigência a partir da data desta Portaria até o dia 31 de dezembro de 2016.

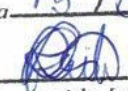
Art.4º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

Rio Piracicaba, 04 de janeiro de 2016.

  
LUIZ SÉRGIO DE OLIVEIRA  
Presidente da Câmara

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 13/01/16

  
Inêz Aparecida Leite  
Diretora Geral

Câmara Municipal  
Rio Piracicaba




**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 conforme solicitação em anexo 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, 13 de janeiro de 2016.

**Rio Piracicaba**

  
**LUIZ SÉRGIO DE OLIVEIRA**  
Presidente da Câmara

*Legistando com Transparência!*



Índice

Conceitos Básicos ..... 6

- Publicidade/Propaganda ..... 6
- Anunciante ou Cliente ..... 6
- Agência de Publicidade ou Agência de Propaganda..... 6
- Custos Internos ..... 6
- Refação ..... 7
- Adaptação..... 7
- Custos Externos ..... 8
- Honorários de Produção ..... 8
- Procedimentos Éticos ..... 8

Observações Gerais ..... 9

Lista de Referência de Custos Internos..... 12

- 1 Planejamento..... 12
- 2 Serviços Especiais (por hora) ..... 12
- 3 Criação de Campanhas ..... 13
- 4 Marcas/Nomes ..... 13
- 5 Papelaria ..... 14
- 6 Jornal..... 14
- 6.1 Empregados Procurados..... 14
- 6.2 Publicações Legais..... 15
- 6.3 Gravação de Arquivos para veiculação ou Transmissão Via Rede .. 15
- 7 Revista ..... 15
- 7.1 Gravação de Arquivos para veiculação ou Transmissão Via Rede... 16
- 8 Mídia Exterior ..... 16
- 9 Mídia Interior ..... 16

- 10 Sinalização..... 16
- 10.1 Diretora Geral ..... 16
- 10.2 Sinalização Externa - Fachada ..... 16
- 10.2 Sinalização de Identificação..... 17
- 10.3 Sinalização de Orientação ..... 17
- 10.4 Mobiliário..... 17
- 10.5 Ambientação Institucional (Branding Ambiental)..... 17
- 11 Produção Eletrônica..... 18
- 11.1 Criação e Texto – Roteiro ..... 18
- 11.2 Gravação e Transmissão (via rede)..... 19
- 12 Material Promocional..... 19
- 13 Material Impresso..... 20
- 14 Embalagens..... 21
- 15 Comunicação Digital ..... 21
- 15.1 Banner e Pop-Ups/Lightbox ..... 23
- 15.2 Redes Sociais..... 23
- 15.3 Links Patrocinados ..... 24
- 15.4 SEO ..... 24
- 15.5 Mobile ..... 24
- 15.6 Serviços Especiais (por horas) ..... 24
- 16 Editoração Eletrônica..... 25
- 16.1 Digitação de Texto ..... 25
- 16.2 Tabelas, Gráficos e Mapas ..... 25
- 16.3 Tratamento de Imagem..... 25
- 16.4 Cópia de CD/DVD..... 25
- 17 Print (por cópia)/Montagem de Boneca ..... 25

## Conceitos Básicos

### **PUBLICIDADE / PROPAGANDA**

É, nos termos do Artigo 2º do Decreto nº 57.690/66, qualquer forma remunerada de difusão de ideias, mercadorias, produtos ou serviços por parte de um anunciante identificado.

### **ANUNCIANTE OU CLIENTE**

São, nos termos do Artigo 8º do Decreto nº 57.690/66, empresa, entidade ou indivíduo que utilizam a propaganda.

### **AGÊNCIA DE PUBLICIDADE OU AGÊNCIA DE PROPAGANDA**

É, nos termos do Artigo 6º do Decreto nº 57.690/66, empresa criadora/produtora de conteúdos impressos e audiovisuais especializada nos métodos, na arte e na técnica publicitária, que, através de profissionais a seu serviço, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veículos de comunicação, por ordem e conta de clientes anunciantes, com os objetivos de promover a venda de mercadorias, produtos, serviços e imagem; difundir ideias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições a que servem.

### **CUSTOS INTERNOS**

Os custos internos são cobrados conforme previsto nos itens 3.6, 3.8 e 3.10 das Normas-Padrão do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão)

O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da base territorial onde a Agência estiver localizada e não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos.

Ao modificar ou cancelar serviços internos já aprovados, executados ou em execução, o Cliente deverá pagar à Agência o custo desses serviços.

Como alternativa à remuneração através do "desconto padrão de agência" é facultada a contratação de serviços de Agência de Publicidade mediante "fees" ou "honorários de valor fixo" a serem ajustados por escrito entre Anunciante e Agência, respeitado o disposto no item 2.9 dessas Normas-Padrão.

O "fee" poderá ser cumulativo ou alternativo à remuneração de Agência decorrente do "desconto padrão de agência"; de produção externa, de produção interna e de outros

trabalhos eventuais e excepcionais, tais como serviços de relações públicas, assessoria de imprensa, etc.

Em qualquer situação ou modalidade de aplicação do "fee", a Agência deverá ser remunerada em valor igual ou aproximado ao que ela receberia caso fosse remunerada na forma do item 2.5.1, sempre de comum acordo entre as partes, contanto que os serviços contratados por esse sistema sejam os abrangidos no item 3.1 e que sejam preservados os princípios definidos nos itens 2.7, 2.8, 2.9 e 3.4.

Para adequação dos valores de remuneração de Agência através de "fee", como forma de evitar a transferência ou concessão de benefícios ao Cliente/Anunciante pela Agência, contrariando as Normas-Padrão, bem como as normas legais aplicáveis à espécie, recomenda-se a revisão, a cada 6 (seis) meses, dos valores efetivamente aplicados pelo Cliente/Anunciante em publicidade, em comparação aos valores que foram orçados inicialmente ("budgets" de publicidade) e que tenham servido como parâmetro para a fixação dos valores do "fee".

### **REFAÇÃO**

Quando o trabalho já desenvolvido e apresentado ao cliente deve ser descartado em função de: falta de clareza/consistência do briefing fornecido pelo cliente ou mudança do briefing pelo cliente. Nesse caso, o departamento responsável precisa desenvolver uma nova proposta (de estratégia ou layout).

### **ADAPTAÇÃO**

São adaptações os ajustes de peças realizados dentro de um mesmo grupo de peças de uma mesma campanha, geralmente realizados pelo departamento de arte-final. Exemplo: de anúncio para anúncio da mesma campanha (troca de endereço, de telefone ou mudança do formato sem alteração da sua proporção). Não é considerada adaptação quando, por exemplo, de um outdoor é solicitado um anúncio, mesmo que dentro da mesma campanha, pois a construção e a função de cada uma dessas peças é diferente. No caso de adaptação de formato, a nova peça precisa manter a proporção da original (Ex.: transformar um anúncio de página dupla em página simples não é adaptação). Uma adaptação pode ocorrer no formato, layout ou texto, não necessitando dos serviços de direção de arte ou redação. Caso seja necessária a participação de um diretor de arte e/ou redator, o trabalho deverá ser considerado criação.

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 13/10/16

Inez Aparecida Leite

Diretora Geral



### CUSTOS EXTERNOS

Todos os demais serviços e suprimentos deverão ser adequadamente orçados e requererão prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução.

A modificação ou o cancelamento de serviços ou suprimentos externos observará as condições para tanto estabelecidas pelo Fornecedor ou Veículo e obrigará o Cliente tanto ao pagamento dos custos já efetivados como ao ressarcimento das obrigações irreatáveis.

### HONORÁRIOS DE PRODUÇÃO

Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados com fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. O Cliente deverá pagar à Agência honorários de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer fornecedores.

### PROCEDIMENTOS ÉTICOS

Todo trabalho profissional de propaganda faz jus ao pagamento respectivo nas bases combinadas, prevalecendo, na falta desses, o preço comum para trabalhos similares.

Constitui prática desleal a apresentação de trabalhos de qualquer natureza, em caráter especulativo, a Cliente de outra Agência, a não ser quando expressamente solicitados pelo Anunciante em concorrência para a escolha de Agência.

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

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 13.1.011.16



Inez Aparecida Leite  
Diretora Geral

### Observações Gerais

Toda Agência habilitada e certificada pelo CENP deve estar capacitada a prestar ao seu Cliente os serviços abaixo citados, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem do Cliente/Anunciante:

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

Os custos dos serviços internos, aqueles executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, foram baseados no somatório dos desdobramentos dos seguintes fatores:

**Criação:** custo diferenciado para cada tipo de peça referente ao serviço da síntese da estratégia de comunicação publicitária proposta pela Agência para a solução do problema específico de comunicação descrito em Briefing. É expressa sob a forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplo de peça que a corporifique objetivamente, sendo apresentada sob a forma de roteiro e textos, quando para mídia eletrônica, e, em forma de layout, para a peça gráfica e eletrônica.

**Criação Digital:** complexo convergente de mídias e dispositivos digitais situados no contexto da sociedade da informação.

**Finalização:** custo diferenciado para cada tipo de peça referente à montagem final da peça publicitária, seguindo as orientações do Layout. Nessa fase do trabalho, serão agrupados, em um único documento, seguindo as normas gráficas, todos os elementos que compõem a peça publicitária, tais como: fotografias, ilustrações, textos, títulos, logomarcas e qualquer outro elemento gráfico para que, depois de devidamente revisado e aprovado pelo Cliente, possa ser enviado para o Fornecedor ou Veículo.

**Editoração para Finalização:** custos referentes a uma série de outros serviços necessários à produção das peças publicitárias e ao seu fluxo na área gráfica, tendo como objetivo garantir a melhor qualidade de impressão, a segurança e integralidade das informações e a portabilidade dos arquivos referentes as peças publicitárias.

Os prazos mínimos (em dias úteis) necessários para execução de peças são os seguintes, a partir da aprovação do Briefing pelo Cliente:

<b>Criação de:</b>	
Campanhas .....	10 dias
Peças avulsas .....	3 dias
Peças de oportunidade .....	1 dia

**Elaboração de planos de mídia para:**

Campanhas .....	10 dias
Peças avulsas .....	2 dias

Sempre que os prazos não forem suficientes, o Anunciante pagará uma taxa de urgência à agência de 20% (vinte por cento) sobre o valor dos custos dos serviços internos para o ressarcimento dos custos adicionais, tais como: horas extras, lanches e transporte dos profissionais da agência.

As peças não especificadas nesta Tabela serão orçadas por avaliação e referência de peças similares, ou ainda de comum acordo entre Agência e Anunciante.

**Custos Externos:**

São todos os custos dos serviços contratados com fornecedores/terceiros para a execução dos trabalhos dos Clientes/Anunciantes e que são executados sob supervisão ou não da Agência.

Os honorários da Agência incidentes sobre os custos dos serviços de fornecedores/terceiros, devem seguir o estipulado nos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CFNP.

A remuneração da Agência de Propaganda, correspondente ao "desconto padrão de Agência", será devida pelo Veículo, sendo que o percentual de 20% (vinte por cento), correspondente aos citados honorários da Agência, incidirá sobre o valor da veiculação, conforme previsto no item 2.5.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

Serviços não previstos nesta Tabela são de livre acordo entre a Agência e o Anunciante.

Esta Lista de Referência de Custos Internos poderá ser alterada sem aviso prévio.

Esta Lista de Referência de Custos Internos cancela e substitui a anterior de 21/5/2014.

Belo Horizonte, 30 de junho de 2015.

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 13/06/16



Inez Aparecida Leite  
Diretora Geral



## Lista de Referência de Custos Internos

1) Planejamento		ADAPTAÇÃO 30%	criação
1a	Planejamento de Comunicação Integrada de Longo Prazo		R\$ 71.088,00
1b	Planejamento de Campanha		R\$ 35.545,00
	Planejamento de Mídia		
1c	Investimento até R\$ 500.000,00		R\$ 6.221,00
1d	Investimento entre R\$ 500.000,01 e R\$ 2.000.000,00		R\$ 12.441,00
1e	Investimento acima de R\$ 2.000.000,01		R\$ 24.881,00
1f	Planejamento de Ação Promocional		R\$ 24.881,00
1g	Planejamento de Convenção e Planejamento de Eventos/Feiras		R\$ 35.545,00
1h	Planejamento de Brindes		R\$ 17.772,00
1i	Planejamento de Brindes - Catálogo		R\$ 7.109,00
	Relação		50% do valor de criação
2) Serviços Especiais (por hora)		ADAPTAÇÃO 30%	criação
	Consultoria em Comunicação/ Trabalhos Especiais/Pesquisas		
2a	Diretor		R\$ 941,00
2b	Gerente/Supervisor		R\$ 629,00
2c	Analista/Assistente		R\$ 440,00
2d	Levantamento de Dados sobre o Cliente, Produtos e Concorrência e/ou Elaboração de Briefing (quando os dados não forem fornecidos pelo cliente)		R\$ 629,00
2e	Pesquisa em Bancos de Imagem/Video		R\$ 440,00

Pagamento pelo serviço da Agência de planejamento de uma campanha ou ação de comunicação isolada. A remuneração considera o valor do trabalho inicial da Agência com o planejamento e desenvolvimento da estratégia de comunicação, e ainda a sua apresentação.

3) Criação de Campanhas			
3a	Criação de Tema/Conceito de Campanha		R\$ 16.396,00
3b	Mudança de Briefing		R\$ 8.197,00
4) Marcas/Nomes		ADAPTAÇÃO 30%	criação
4a	Marca/Logotipo da Empresa ou Produto	R\$ 4.125,00	R\$ 13.747,00
4b	Marca do Projeto ou Selo Comemorativo	R\$ 3.047,00	R\$ 10.158,00
4c	Manual de Identidade Visual/Identificação Corporativa (por lâmina)	R\$ 472,00	R\$ 1.571,00
4d	Nome (Ação Promocional/Evento/ Imobiliário/Mascote/Personagem/ Selo Comemorativo/Projeto)	R\$ 2.138,00	R\$ 7.130,00
4e	Nome da Empresa ou Produto	R\$ 5.026,00	R\$ 16.753,00
4f	Slogan	R\$ 2.640,00	R\$ 8.798,00
	Refação		50% do valor de criação
	Finalização		25% do valor de criação

Pagamento pelo serviço da Agência de criação conceitual da campanha. A remuneração do valor do trabalho inicial da agência com a formulação de ideia criativa e ainda a apresentação da campanha. A remuneração da criação de tema/conceito da campanha deverá ser acrescida do valor de criação de cada peça criada.

A remuneração de serviço de criação de Tema/Conceito de campanha será feita independentemente de sua aprovação ou verba de mídia. Esse valor também serve de parâmetro para a realização de concorrência.

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 13/10/16

Inez Aparecida Leite

Diretora Geral





5) Papelaria			
5a	Bloco de Anotações	R\$ 741,00	R\$ 2.468,00
5b	Bloco de Orçamento	R\$ 525,00	R\$ 1.750,00
5c	Cartão de Visita	R\$ 525,00	R\$ 1.750,00
5d	Cartão de Agradecimento, Cartão Personalizado	R\$ 324,00	R\$ 1.080,00
5e	Envelope (por modelo)	R\$ 486,00	R\$ 1.620,00
5f	Papel (por modelo)	R\$ 324,00	R\$ 1.080,00
5g	Papel de Embrulho/Presente	R\$ 819,00	R\$ 2.729,00
5h	Pasta	R\$ 956,00	R\$ 3.187,00
	Relação		50% do valor de criação
	Finalização		25% do valor de criação
6) Jornal			
6a	Página Dupla	R\$ 1.876,00	R\$ 6.253,00
6b	Página	R\$ 1.442,00	R\$ 4.805,00
6c	Rouba Página	R\$ 1.137,00	R\$ 3.791,00
6d	1/2 Página	R\$ 1.086,00	R\$ 3.620,00
6e	1/3 Página	R\$ 1.014,00	R\$ 3.379,00
6f	1/4 Página	R\$ 920,00	R\$ 3.067,00
6g	1/8 Página	R\$ 825,00	R\$ 2.752,00
6h	Valor Mínimo	R\$ 774,00	R\$ 2.581,00
6i	Encarte (por página)	R\$ 1.137,00	R\$ 3.791,00
6j	Projeto Especial	R\$ 3.732,00	R\$ 12.442,00
6k	Balanco		50% do valor de criação
	Relação		50% do valor de criação
	Finalização		25% do valor de criação
6.1) Empregados Procurados			
6.1a	Por Centímetro Coluna		R\$ 86,00

6) Jornal (continuação)			
6.2) Publicações Legais			
	Ediais e Avisos		
6.2a	Até 1/4 de Página	R\$ 368,00	R\$ 1.228,00
6.2b	Acima de 1/4 de Página	R\$ 737,00	R\$ 2.456,00
6.3) Gravação de Arquivos para Veiculação ou Transmissão via Rede			
6.3a	Página dupla		R\$ 552,00
6.3b	Página		R\$ 405,00
6.3c	Rouba Página		R\$ 340,00
6.3d	1/2 Página		R\$ 297,00
6.3e	1/3 Página		R\$ 275,00
6.3f	1/4 Página (ou mínimo)		R\$ 212,00
6.3g	Valor Mínimo		R\$ 150,00
7) Revista			
7a	Página Dupla	R\$ 1.571,00	R\$ 5.238,00
7b	Página	R\$ 1.203,00	R\$ 4.009,00
7c	2/3 Página	R\$ 993,00	R\$ 3.307,00
7d	1/2 Página	R\$ 818,00	R\$ 2.726,00
7e	1/3 Página	R\$ 688,00	R\$ 2.294,00
7f	1/4 Página	R\$ 580,00	R\$ 1.932,00
7g	Valor Mínimo	R\$ 485,00	R\$ 1.618,00
7h	Encarte (por página)	R\$ 1.210,00	R\$ 4.031,00
7i	Projeto Especial	R\$ 3.732,00	R\$ 12.442,00
7j	Balanco		50% do valor de criação
	Relação		50% do valor de criação
	Finalização		25% do valor de criação

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 13/10/16

*Inez Aparecida Leite*

Inez Aparecida Leite  
Diretora Geral



7) Revista (continuação)	ADAPTAÇÃO 30%	CRIAÇÃO
<b>7.1) Gravação de Arquivos para Veiculação ou Transmissão via Rede</b>		
7.1a		R\$ 552,00
7.1b		R\$ 405,00
7.1c		R\$ 297,00
7.1d		R\$ 275,00
7.1e		R\$ 212,00
7.1f		R\$ 150,00
<b>8) Mídia Exterior</b>		
8a	R\$ 1.275,00	R\$ 4.251,00
8b	R\$ 303,00	R\$ 1.013,00
8c	R\$ 2.551,00	R\$ 8.502,00
		50% do valor de criação
		25% do valor de criação
<b>9) Mídia Interior</b>		
9a	R\$ 1.275,00	R\$ 4.251,00
		50% do valor de criação
		25% do valor de criação
<b>10) Sinalização</b>		
<b>10.1) Sinalização Externa - Fachada</b>		
10.1a		R\$ 7.020,00
10.1b		R\$ 4.860,00
10.1c		R\$ 3.132,00
10.1d		R\$ 5.184,00

10) Sinalização (continuação)	ADAPTAÇÃO 30%	CHIAÇÃO
<b>10.2) Sinalização de Identificação</b>		
10.2a		R\$ 4.752,00
10.2b		R\$ 5.616,00
10.2c		R\$ 886,00
<b>10.3) Sinalização de Orientação</b>		
10.3a		R\$ 6.912,00
10.3b		R\$ 5.616,00
10.3c		R\$ 1.026,00
<b>10.4) Mobiliário</b>		
10.4a		R\$ 6.912,00
10.4b		R\$ 4.968,00
10.4c		R\$ 4.752,00
<b>10.6) Ambientação Institucional (Branding Ambiental)</b>		
10.6a		R\$ 6.912,00

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 13/10/16

Inez Aparecida Leite  
Diretora Geral



10) Sinalização (continuação)	ADAPTAÇÃO 30%	criação
<b>10.5) Ambientação Institucional (Branding Ambiental) (continuação)</b>		
10.5b Criação de projetos, desenvolvimento de propostas para a ambientação, Apresentação das "peças conceituais" 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\$ 9.504,00
10.5c Desenvolvimento em estruturas: desenvolvimento de peças, seguindo os mesmos moldes aprovados no projeto, para a aplicação nos ambientes diagnosticados.		R\$ 1.458,00
<b>11) Produção Eletrônica</b>		
<b>11.1) Criação e Texto - Roteiro</b>		
11.1a SMS/Disparo Telefônico		R\$ 798,00
11.1b Audiovisual/Documentário/Video - até 5'		R\$ 17.602,00
11.1c Audiovisual/Documentário/Video - por minuto excedente até 10'		R\$ 2.800,00
11.1d Audiovisual/Documentário/Video - por minuto excedente acima de 10'		R\$ 2.103,00
11.1e Assinatura/Vinhetas Eletrônica		R\$ 7.314,00
11.1f Filme/VT até 60"		R\$ 11.712,00
11.1g Filme/VT acima de 60"		R\$ 17.566,00
11.1h Jingle/Trilha até 60"		R\$ 5.291,00
11.1i Jingle/Trilha acima de 60"		R\$ 7.936,00
11.1j Locução de Cabine até 60"/Testemunhal		R\$ 2.100,00
11.1k Locução de Cabine acima de 60"/Testemunhal		R\$ 3.149,00
11.1l Letreiro/Cartela para TV		R\$ 292,00
11.1m Spot até 60"	R\$ 790,00	R\$ 2.632,00
11.1n Spot acima de 60"	R\$ 1.184,00	R\$ 3.948,00
11.1o Novelinha até 5'	R\$ 3.514,00	R\$ 11.712,00
11.1p Novelinha - por minuto excedente	R\$ 565,00	R\$ 1.884,00

11) Produção Eletrônica (continuação)	ADAPTAÇÃO 30%	criação
<b>11.1) Criação e Texto - Roteiro (continuação)</b>		
11.1q Storyboard (por quadro)	R\$ 65,00	R\$ 215,00
Relação		50% do valor de criação
<b>11.2) Gravação e Transmissão (via rede)</b>		
(Necessária a autorização do estúdio de gravação de som no ato do orçamento para essa transmissão)		
11.2a Spot		R\$ 255,00
11.2b Jingle/Trilha		R\$ 255,00
11.2c Letreiros/Assinatura para TV		R\$ 296,00
<b>12) Material Promocional</b>		
12a Adesivo, Adesivo de Chão, Camiseta, Display de Balcão, Display de Mesa, Faixa de Gondola/Stopper, Infilável, Sacola/Bolsa, Santinho, Troféu e Tag	R\$ 846,00	R\$ 2.820,00
12b Bandeirola (por modelo), Boné, Bólton, Caneta, Cartão PVC (tipo cartão de crédito), Chaveiro, Chinelo, Cinta, Cinzeiro, Copo, Craquê, Cupom, Ficha de Inscrição, Flâmula, Forração de Gondola/Bandô, Forro de Bandeja, Lápis, Leque, Lixocar, Marcador de Página, Medalha, Mouse Pad, Nécessaire, Porta-Lápis, Porta-Relatos, Porta-Documents, Porta-Cartão, Régua, Squeeze, Testeira para Cartão e Viseira	R\$ 528,00	R\$ 1.761,00
12c Balcão para Degustação, Display de Ponta de Gondola, Display de Vitrine	R\$ 2.786,00	R\$ 9.220,00
12d Programação Visual de Estande para Feiras, Eventos, de Vendas	R\$ 3.320,00	R\$ 11.065,00
12e Cartão de Natal, Cartão de Aniversário, Banner, Cartão-Postal, Cartaz, Cartazete e Pôster	R\$ 1.037,00	R\$ 3.456,00
12f Bula, Diploma, Flyer, Lâmina e Volante	R\$ 829,00	R\$ 2.764,00
12g Mala Direta	R\$ 1.292,00	R\$ 4.307,00
12h Mobiliário, Portico para Loja	R\$ 912,00	R\$ 3.038,00
12i Placa/Painel/Backdrop (interna ou externa)	R\$ 765,00	R\$ 2.550,00

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 13/01/16

Inez Aparecida Leite

Diretora Geral



12) Material Promocional (continuação)	ADAPTAÇÃO 30%	criação
12j Uniforme/Uniforme Promocional (Feiras/Eventos)	R\$ 865,00	R\$ 2.885,00
12k Tótem (projeto e desenvolvimento)	R\$ 1.148,00	R\$ 3.826,00
Relação		50% do valor de criação
Finalização		25% do valor de criação
<b>13) Material Impresso</b>		
13a Agenda (projeto gráfico)	R\$ 2.419,00	R\$ 8.063,00
13b Agenda (só capa)	R\$ 991,00	R\$ 3.305,00
13c Agenda (por página)	R\$ 360,00	R\$ 1.198,00
13d Agenda (por página, só troca de data)	R\$ 67,00	R\$ 222,00
13e Broadside (por página), Bolacha de CD, Capa de Caderno, Capa de Cartilha, Capa de Catálogo, Capa de CD, Calendário (por lâmina), Certificado, Convite, Encarte de CD (por lâmina)	R\$ 579,00	R\$ 1.928,00
13f Cartilha, Catálogo de Produtos, Folheto Institucional, Folheto Técnico e Cardápio (por página)	R\$ 458,00	R\$ 1.527,00
13g Fôlder	R\$ 1.609,00	R\$ 5.364,00
13h House Organ/Newsletter (projeto até 4 páginas)	R\$ 3.107,00	R\$ 10.356,00
13i House Organ/Newsletter (projeto por página adicional)	R\$ 618,00	R\$ 2.061,00
13j House Organ/Newsletter Diagramação (por página)	R\$ 417,00	R\$ 1.389,00
13k Livro/Revista - Projeto Gráfico	R\$ 25.689,00	R\$ 85.631,00
13l Livro/Revista - Diagramação (por página)	R\$ 417,00	R\$ 1.339,00
13m Relatório de Diretoria - Projeto Gráfico	*R\$ 17.562,00	R\$ 58.539,00
13n Relatório de Diretoria Diagramação (por página)	R\$ 575,00	R\$ 1.916,00
Relação		50% do valor de criação
Finalização		25% do valor de criação

**Observação:**

- Para alterações, será cobrado o valor da hora, sendo o mínimo de 1 hora
- A classificação por tipos refere-se ao formato e complexidade de produção por peça. Para outros tipos de banners, definir os valores de acordo com estas características

14) Embalagens			
14a Caixa Display de Produto	R\$ 5.286,00		R\$ 17.617,00
14b Cartela, Rótulo	R\$ 1.491,00		R\$ 4.972,00
14c Caixa de Embarque, Cartela com Saco, Embalagem Bister/Sampling, Embalagem (adaptação)	R\$ 2.065,00		R\$ 6.882,00
14d Embalagem para Relatório de Diretoria (luva, caixa, envelope especial)	R\$ 2.309,00		R\$ 7.695,00
14e Embalagem de Produto	R\$ 6.222,00		R\$ 20.739,00
14f Embalagem de Linha de Produtos (pacote de até 5 embalagens)	R\$ 24.893,00		R\$ 82.875,00
14g Embalagem Promocional, Mock-Ups (sem custo de terceiros)	R\$ 3.641,00		R\$ 12.135,00
Relação			50% do valor de criação
Finalização			25% do valor de criação
<b>15) Comunicação Digital</b>			
15a Planejamento de Ação/Promoção/Web			R\$ 35.545,00
15b Planejamento de Ações em Redes Sociais			R\$ 35.545,00
15c Planejamento de Campanhas de Link Patrocinados/Redes Sociais (Setup e Acompanhamento - Não inclui Criação de Anúncios ou Posts)			
15d Investimento até R\$ 20.000,00			R\$ 6.331,00
15e Investimento entre R\$ 20.000,01 e R\$ 50.000,00			R\$ 8.495,00
15f Investimento acima de R\$ 50.000,01			R\$ 13.526,00
15g Wireframe (por tela)			A definir em horas técnicas
15h Arquitetura de Projeto			A definir em horas técnicas
15i Tag Book			A definir em horas técnicas
15j SEO Book			A definir em horas técnicas
15k Gestão de Projeto			A definir em horas técnicas
15l Apresentação multimídia (por slide)	R\$ 200,00		R\$ 666,00

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 13/01/16

Inez Aparecida Leite  
Diretora Geral



15) Comunicação Digital (continuação)	ADAPTAÇÃO 30%	criação
15i		A definir em horas técnicas de acordo com o escopo
15m	R\$ 2.363,00	R\$ 7.876,00
15n	R\$ 694,00	R\$ 2.313,00
15o	R\$ 1.157,00	R\$ 3.855,00
15p	R\$ 1.094,00	R\$ 3.645,00
15q		A definir em horas técnicas
15r		A partir de R\$ 10.703,00
15s		A partir de R\$ 15.374,00
15t		A partir de R\$ 24.773,00
15u		A partir de R\$ 35.993,00
15v		A partir de R\$ 66.528,00
15w		Entre 30% e 50% do valor do site principal
15x		A definir em horas técnicas
15y		A definir em horas técnicas
15z		A definir em horas técnicas
15aa		A partir de R\$ 3.387,00
15bb	R\$ 1.542,00	R\$ 5.140,00

15) Comunicação Digital (continuação)	ADAPTAÇÃO 30%	criação
15cc	R\$ 2.363,00	R\$ 7.876,00
15dd	R\$ 444,00	R\$ 1.480,00
15ee		R\$ 1.480,00
		50% do valor de criação
		25% do valor de criação
<b>15.1) Banners e Pop-Ups/Lightbox</b>		
15.1a	R\$ 411,00	R\$ 1.371,00
15.1b	R\$ 1.030,00	R\$ 3.434,00
15.1c	R\$ 2.209,00	R\$ 7.362,00
15.1d	R\$ 914,00	R\$ 3.047,00
15.1e	R\$ 1.780,00	R\$ 5.931,00
<b>15.2) Redes Sociais</b>		
15.2a		A partir de R\$ 12.560,00
15.2b		A partir de R\$ 15.576,00
15.2c		A partir de R\$ 35.553,00
15.2d		A partir de R\$ 4.665,00
15.2e		A definir em horas técnicas
15.2f		A definir em horas técnicas
15.2g		A partir de R\$ 4.564,00
15.2h		A partir de R\$ 9.653,00

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 13/01/16

Inez Aparecida Leite

Diretora Geral



15) Comunicação Digital (continuação)	ADAPTAÇÃO 30%	CRIAÇÃO
<b>15.6) Serviços Especiais (por hora) (continuação)</b>		
156c		R\$ 440,00
156d		R\$ 264,00
<b>16) Editoração Eletrônica</b>		
<b>16.1) Digitação de Texto</b>		
16.1a	Por Linha até 1.200 Toques	R\$ 212,00
16.1b	Outros Idiomas	R\$ 318,00
<b>16.2) Tabelas, Gráficos e Mapas</b>		
16.2a	Mapa de Localização (ilustrado)	R\$ 840,00
16.2b	Mapa de Localização (simples)	R\$ 536,00
16.2c	Tabela/Gráfico (mínimo)	R\$ 230,00
16.2d	Tabela/Gráfico (máximo)	R\$ 766,00
16.2e	Infográfico em extensão .jpg + HTML Estático	R\$ 2.550,00
16.2f	Infográfico em extensão .swf ou HTML5	R\$ 2.160,00
	Finalização	R\$ 10.400,00
		25% do valor de criação
<b>16.3) Tratamento de Imagem</b>		
16.3a	Gravação de Arquivo (cópia - tempo de gravação + mídia)	R\$ 241,00
16.3b	Scanner de Imagem	R\$ 107,00
16.3c	Tratamento de Imagem - por hora	R\$ 460,00
16.3d	Vetorização de Logotipos - por hora	R\$ 296,00
16.3e	Vetorização de Tabela - por hora	R\$ 296,00
<b>16.4) Cópia de CD/DVD</b>		
16.4a	Cópia (unidade)	R\$ 108,00

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba

13/01/16

*Inês Aparecida Leite*

Inês Aparecida Leite  
Diretora Geral

15) Comunicação Digital (continuação)	ADAPTAÇÃO 30%	CRIAÇÃO
<b>15.2) Redes Sociais (continuação)</b>		
152a	Adaptação de hotsite para aba do Facebook	60% do valor do Hotsite original
152b	Post em blog (texto e imagem)	R\$ 1.520,00
152c	Criação de imagem para post nas redes sociais (jpg)	A partir de R\$ 3.548,00
152d	Criação de aplicativo: estimar valor por hora de acordo com o escopo.	A definir em horas técnicas
<b>15.3) Links Patrocinados</b>		
153a	Gestão de campanhas: execução do planejamento, ajustes e otimização, acompanhamento de resultado	A definir em horas técnicas
153b	Relatório de campanha	A partir de R\$ 6.928,00
153c	Anúncio de texto (link patrocinado)	R\$ 144,00
<b>15.4) SEO</b>		
154a	Planejamento, execução e acompanhamento	A definir em horas técnicas
154b	Relatório de campanha	A partir de R\$ 6.928,00
<b>15.5) Mobile</b>		
155a	Planejamento, criação e produção de aplicativos	A definir em horas técnicas
155b	Apresentação/catalogos	A definir em horas técnicas
<b>15.6) Serviços Especiais (por hora)</b>		
156a	Planejamento, Programação de Sistemas, Programação HTML, Motion Design, Análise de Métrica	R\$ 440,00
156b	Gerenciamento de Projetos/ Atendimento	R\$ 629,00

17) Print (por cópia)/Montagem de Boneca	ADAPTAÇÃO 30%	CRIAÇÃO
17a Montagem de Boneca (Mínimo de 1 hora)		R\$ 214,00
Formato		
17b A3 - Cor		R\$ 10,00
17c A4 - Cor		R\$ 10,00
17d A3 - P&B		R\$ 4,00
17e A4 - P&B		R\$ 3,00

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 13/01/16



Inez Aparecida Leite  
Diretora Geral



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

<b>REQUISIÇÃO de:</b> Execução de Serviço de publicidade		<b>Setor Requisitante:</b> Gabinete do Presidente/Secretaria/Contabilidade.	<b>Aplicação/Justificativa:</b> Devido a necessidade de divulgação dos atos da Câmara Municipal de Rio Piracicaba.
Item	Und.	Descrição do Objeto	Valor Total Estimado
01	Mensal	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 do Município.	R\$ 80.000,00
Data: 13/01/2016 <b>LUIZ SÉRGIO DE OLIVEIRA</b> Presidente da Câmara Municipal			
<b>ESTIMATIVA DE CUSTOS</b>			
Objetivando a instrução do processo, informamos que foi estimado o montante até 31 de dezembro de 2016 em R\$ 80.000,00 (Oitenta mil reais) para o objeto desta licitação.			
Data: 13/01/2016 <b>INÊZ APARECIDA LEITE</b> Diretora Geral			
<b>PREVISÃO DE RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS</b>			
Informamos que existe previsão de recursos orçamentários à conta da dotação nº <b>01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-D26</b>			
Data: 13/01/2016 <b>LÚCIA APARECIDA DOS SANTOS</b> Chefe da Divisão de Contabilidade e Pessoal			





### PROCESSO LICITATÓRIO Nº. 001/2016

### CONVITE Nº. 001/2016

A Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, torna público para conhecimento dos interessados que fará realizar o Processo Licitatório nº 001/2016, Modalidade: Convite nº 001/2016, **Menor Preço e Técnica**, 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: 27/01/2016  
HORÁRIO: 09 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, 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



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo

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 – 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 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.

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 orientação social ou 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, após aprovação da Direção Geral 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 001/2016**  
**CONVITE Nº 001/2016**  
**COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO**  
**CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA**

**ENVELOPE Nº 02 – “PROPOSTA TÉCNICA II”**  
**CONTEÚDO: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA IDENTIFICADA**  
**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 001/2016**  
**CONVITE Nº 001/2016**  
**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 001/2016  
CONVITE Nº 001/2016  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA  
VIA SEM IDENTIFICAÇÃO – SEM LOGOMARCA – SEM ETIQUETA

ENVELOPE Nº 04 – “PROPOSTA COMERCIAL”  
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 001/2016  
CONVITE Nº 001/2016  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

ENVELOPE Nº 05 – “DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO”  
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 001/2016  
CONVITE Nº 001/2016  
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. **(sob pena de desclassificação)**

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 conterà 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. Para comprovar a representação legal da licitante, a pessoa indicada entregará, juntamente com seu documento de identificação de fé pública:

- a) Se procurador, procuração por instrumento público ou particular;
- b) Se representante legal, contrato social, estatuto ou ata de eleição do dirigente da licitante.



#### 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.

#### 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 êmdas, 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 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, não sendo, contudo, admitidos descontos superiores a 90% (noventa por cento) sobre a criação das peças, 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) Prazo de pagamento das faturas que envolvam serviços/custos internos de produção da própria agência;
- g) Prazo de validade da proposta não inferior e sessenta dias contados da data de abertura dos envelopes respectivos;
- h) 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:

- Registro comercial, arquivado na Junta Comercial respectiva, no caso de empresa individual;
- 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.
- Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício.
- 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.

### 8.3.2. Regularidade Fiscal:

- Prova de regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede da licitante;
- Certificado de regularidade do FGTS, em plena validade;
- Certificado de regularidade com o INSS, em plena validade;
- Certidão de regularidade trabalhista, em plena validade;
- Declaração, sob as penas da lei, de inexistência de fatos impeditivos à participação na licitação – Conforme Anexo IV;
- Declaração de cumprimento ao disposto no inciso XXXIII, artigo 7º da Constituição Federal – Conforme Anexo III.

### 8.3.3. Qualificação Técnica

- 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).
- 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 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. Obterem 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:

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

### 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: **01.031.0001.4005.3.3.90.39.00-D0040**

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 afixação 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 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 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 31/12/2016,

### 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 de até dois dias úteis anteriores à data da primeira sessão de abertura de envelopes, 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



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

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 (05) cinco dias úteis contatos 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".

20.3. REPRESENTAÇÃO, no prazo de (05) 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](http://www.camararp.mg.gov.br) ou por comunicação direta mediante comprovação de recebimento.

### XXI. 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.



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

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, 13 de janeiro de 2016.

  
**Inez Aparecida Leite**

Presidente da Comissão de Licitação



### ANEXO I

#### PROCESSO LICITATÓRIO Nº 001/2016 CONVITE Nº 001/2016

#### 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 idéias, 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 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.

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 orientação social ou 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, 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



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo

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.

Rio Piracicaba, segundo a língua Tupi/Guarani, quer dizer rio sem peixe ou peixe lustroso e negro (Cascudo) ou "corredeiras em que pára o peixe". Rio Piracicaba, importante pela sua riqueza mineral, foi elevada a 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 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, 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:

- Realização do concurso público, com oportunidade de novos empregos;
- Promulgação da Lei Orgânica Municipal, que até hoje vem recebendo emendas para a sua atualização e adequação, com vistas à eficácia de sua aplicação;
- Concepção do site do Legislativo;
- Atualização do Regimento Interno;
- Implantação da Internet Popular, promovendo expressiva inclusão digital no Município;
- Criação e realização da Semana Cultural;
- 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

- Instituição do Encontro de Pais e Educadores do Município;
- 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 graus no serviço público municipal para cargos comissionados;
- Criação do Diploma do “Operário Padrão”;
- Implantação do Projeto “Câmara nas Escolas”.

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.

Rio Piracicaba, 13 de janeiro de 2016.

*Legistando com Transparência!*  
  
**Inêz Aparecida Leite**

Diretora da Câmara



ANEXO II

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 001/2016  
CONVITE Nº 001/2016

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 001/2016, 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.

*Câmara Municipal*  
..... de ..... de .....

# Rio Piracicaba

Assinatura do Dirigente da Empresa

*Legistando com Transparência!*



ANEXO III

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 001/2016  
CONVITE Nº 001/2016

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 2016.

*Legislando com Transparência!*

.....  
Nome e Assinatura da Licitante





ANEXO IV

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 001/2016  
CONVITE Nº 001/2016

DECLARAÇÃO DE FATO IMPEDITIVO

\_\_\_\_\_, CNPJ \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_, sediada \_\_\_\_\_  
, por intermédio de seu representante legal, infra-assinado, e para os fins do CONVITE nº 001/2016, 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

*Legislando com Transparência!*



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo

ANEXO V AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 001/2016 - CONVITE Nº 001/2016

### PROPOSTA COMERCIAL (PAPEL TIMBRADO DA PROPONENTE)

Declaramos que, nos termos desta licitação, **CARTA CONVITE Nº001/2016**, 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) Que 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 esse fim o Sr. \_\_\_\_\_,  
Carteira de Identidade nº. \_\_\_\_\_ expedida em \_\_/\_\_/\_\_\_\_,  
Órgão Expedidor \_\_\_\_\_ e CPF nº \_\_\_\_\_, 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



ANEXO VI AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº001/2016, CONVITE Nº 001/2016.

### MINUTA DE CONTRATO REFERENTE A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, CONFORME PROCESSO LICITATÓRIO Nº 001/2016, CONVITE 001/2016.

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 001/2016, na modalidade Convite 001/2016, 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. Considerado este o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e 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:

- 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;
- Realizar diretamente ou através de subcontratações de meios de comunicação adequados, a veiculação de publicidade de caráter social, educativo ou informativo;
- 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 do presente contrato é estimado em R\$ ----- (-----).

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

2.6. 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.

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

2.7. 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.

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



2.8.1. – 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.

2.8.2. – 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 servidor responsável;
- Termo de Aceitação de Serviço assinado pelo servidor responsável.

2.9. 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.

2.10. 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.

2.11. 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 **01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-D26**

### CLÁUSULA QUINTA - DA VIGÊNCIA

5.1. - O presente contrato entrará em vigor na data de sua assinatura e encerrar-se-á em **31/12/2016**.

5.2. - A prorrogação do prazo contratual poderá ocorrer, a critério do Contratante, nos termos da Lei nº. 8.666/93.

### 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 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 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.

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](http://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 2016.



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## *Poder Legislativo*



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

\_\_\_\_\_  
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA/MG

\_\_\_\_\_  
CONTRATADA

Testemunhas: \_\_\_\_\_

CPF nº: \_\_\_\_\_

CPF nº: \_\_\_\_\_

*Câmara Municipal*  
**Rio Piracicaba**

*Legistando com Transparência!*



**ANEXO VII**

**DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS**  
**EDITAL DE LICITAÇÃO – CONVITE Nº 001/2016**

Rio Piracicaba, ..... de ..... de 2016

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**

*Legistando com Transparência!*





*Prof. Mário Lúcio Quintão Soares*  
& A D V O G A D O S A S S O C I A D O S

**PARECER Nº 02/2016**

Origem: Comissão Permanente de Licitação  
Assunto: Parecer (Edital)

Chega a esta Assessoria e Consultoria promoção da Presidente da Comissão Permanente de Licitação referente ao Processo Licitatório nº 01/2016, Convite nº 01/2016, para fins de parecer na forma do parágrafo único do art. 38 da Lei Nº 8666/93.

Analisa-se.

Após promoções internas, verificou-se disponibilidade orçamentária, sendo viabilizada a confecção de edital para publicidade do ato.

Em análise jurídica da minuta, concluímos por sua regularidade e procedência.

Esse é o Parecer.

Belo Horizonte, 13 de janeiro de 2016.

**Prof. Dr. Mário Lúcio Quintão Soares**  
OAB/MG 30.856



### 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:** 001/2016

**Modalidade de Licitação:** Convite nº 001/2016

**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.

**Tipo de Licitação:** Menor Preço e Técnica

**Critério de Julgamento:** Menor Preço e Técnica

**Entrega de envelopes:** 27/01/2016 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 11 horas e de 13 às 17 horas ou pelo telefone: (31) 3854-1353.

Rio Piracicaba, 13 de janeiro de 2016.

  
**Inéz Aparecida Leite**  
Presidente da Comissão de Licitação





**PROTOCOLO DE ENTREGA DO CONVITE RELATIVO AO PROCESSO  
LICITATÓRIO 001/2016, MODALIDADE CONVITE Nº 001/2016**

Recebi da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, o Convite relativo ao Processo Licitatório nº 001/2016 e Modalidade Convite nº 001/2016.

Firma: **TEN – COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**  
Endereço: Rua Visconde de Mauá, 50 – Cidade Nobre  
Ipatinga/MG - CEP: 35.162-391

\_\_\_\_\_ de 13 de Janeiro de 2016.

*Gustavo Feroz Silva*  
\_\_\_\_\_  
(Assinatura e Carimbo da Empresa)  
**TEN - COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA**

*Legislando com Transparência!*



**PROTOCOLO DE ENTREGA DO CONVITE RELATIVO AO PROCESSO  
LICITATÓRIO 001/2016, MODALIDADE CONVITE Nº 001/2016**

Recebi da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, o Convite relativo ao  
Processo Licitatório nº 001/2016 e Modalidade Convite nº 001/2016.

Empresa: **SHINE-ON LTDA.**  
Endereço: Av. Wilson Alvarenga, 1047- Sala 801 - Carneirinhos  
35.930-480 – João Monlevade - MG

*Câmara Municipal*  
**Rio Piracicaba**  
\_\_\_\_\_, 13 de Janeiro de 2016.

*Shine-on*

(Assinatura e Carimbo da Empresa)

02 367 995 / 0001 - 59

SHINE ON LTDA. - ME

AV. WILSON ALVARENGA, Nº 1047 - SALA 801  
CARNEIRINHOS - CEP 35930-480  
JOÃO MONLEVADE - MG



**PROTOCOLO DE ENTREGA DO CONVITE RELATIVO AO PROCESSO LICITATÓRIO 001/2016, MODALIDADE CONVITE Nº 001/2016**

Recebi da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, o Convite relativo ao Processo Licitatório nº 001/2016 e Modalidade Convite nº 001/2016.

Empresa: **ALGI COMUNICAÇÃO VISUAL**  
Endereço: Av. Wilson Alvarenga, 1.732 Sala 16 – Carneirinhos  
João Monlevade/MG Cep: 35.930-001

*Câmara Municipal*  
**Rio Piracicaba**

13 de Janeiro de 2016.

\_\_\_\_\_  
(Assinatura e Carimbo da Empresa)

**12 185 325 / 0001 - 75**  
**ALGI COMUNICAÇÃO VISUAL**  
**AV WILSON ALVARENGA, Nº 1732 SALA 16**  
**CARNEIRINHOS - CEP 35930-001**  
**JOÃO MONLEVADE MG**



### PROTOCOLO DE ENTREGA DO CONVITE RELATIVO AO PROCESSO LICITATÓRIO 001/2016, MODALIDADE CONVITE Nº 001/2016

Recebi da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, o Convite relativo ao Processo Licitatório nº 001/2016 e Modalidade Convite nº 001/2016.

Firma: **ORIGAMI AGÊNCIA DE IDÉIAS**  
Endereço: Av. Carlos Drummond de Andrade, 209 – Salas 04 e 05  
Itabira/MG.

*Câmara Municipal*  
**Rio Piracicaba**

Itabira, 15 de Janeiro de 2016.

11.164.292-00-000171  
Adelmo Orlando de Melo  
(Assinatura e Carimbo da Empresa)  
ORIGAMI AGÊNCIA DE IDÉIAS LTDA  
CARLOS DRUMMOND DE ANDRADE,  
Nº 209 - SALA 04 - CENTRO  
CEP.:35900-025  
ITABIRA - MG



**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 001/2016, Convite nº 001/2016.

Rio Piracicaba, 25 de janeiro de 2016.

*Ana Luisa Magalhães Bueno Taveira*  
SHINEON LTDA  
Ana Luisa Magalhães Bueno Taveira  
CPF: 071.765.156-89

*Legislando com Transparência!*



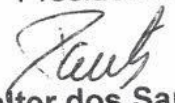
**TERMO DE POSSE DA MESA DIRETORA DA CÂMARA MUNICIPAL  
DE RIO PIRACICABA.**

Aos vinte e cinco dias do mês de janeiro de 2016, no Auditorio da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, após renúncia do cargo de presidente pelo vereador Luiz Sérgio de Oliveira, reuniu-se os vereadores desta casa, a fim de darem posse a nova Mesa Diretora da Câmara Municipal. Nos termos do artigo 34 do Regimento Interno, e após eleição do 2º secretário ficou assim definida a nova composição da Mesa Diretora para o período de 25 de janeiro à 31 de dezembro de 2016: Tayrone Arcanjo Guimarães – Presidente; Walter dos Santos – Vice-Presidente; Sidinei Ivan Batista – 1º Secretário e Inácio Linhares - 2º Secretário, os quais após a proclamação pelo Senhor Presidente assumiram o compromisso de fielmente exercerem os cargos e suas atribuições previstas na legislação vigente, especialmente no Regimento Interno da Casa. E para constar, lavrou-se o presente.


Rio Piracicaba, 25 de janeiro de 2016.

  
**Tayrone Arcanjo Guimarães**

Presidente

  
**Walter dos Santos**

Vice-Presidente

  
**Sidinei Ivan Batista**


1º secretário

  
**Inácio Linhares**

2º secretário

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba, 25 101 / 16

  
Inez Aparecida Leite  
Diretora Geral





**PORTARIA Nº 003/2016**

**Designa os membros de Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Rio Piracicaba.**

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 Inêz Aparecida Leite e Vanilza Auxiliadora Souza Caldeira, e pelo servidor Frederico Augusto de Melo Camilo, sob a presidência da primeira.

**Art. 2º** Fica designada como suplente de qualquer um dos membros desta Comissão a servidora Lúcia Aparecida dos Santos.

**Art.3º** A investidura dos membros da Comissão terá vigência a partir da data desta Portaria até o dia 31 de dezembro de 2016.


**Art.4º** Fica revogada a Portaria 001, de 04 de janeiro de 2016.

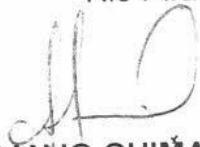
**Art.5º** Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

Rio Piracicaba, 26 de janeiro de 2016.

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 26/01/16

  
Inêz Aparecida Leite  
Diretora Geral

  
TAYRONE ARCANJO GUIMARÃES  
Presidente da Câmara

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 001/2016

CONVITE Nº 001/2016

CREDENCIAMENTO

Mediante o presente, credenciamos a Sra. Ana Luísa Magalhães Bueno Taveira, Cédula de Identidade nº MG 13.177.514 e CPF nº 071.765.156-89, a participar da licitação instaurada pela Câmara Municipal de Rio Piracicaba, na modalidade CONVITE Nº 001/2015, na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, outorgando-lhe plenos poderes para pronunciar-se em nome da empresa Shine On Ltda, CNPJ nº 02.367.995/0001-59, bem como formular propostas, dar lances verbais e praticar todos os demais atos inerentes ao certame, inclusive assinar contratos.

A licitação Carta/Convite será no dia 27 de janeiro de 2016.

Rio Piracicaba, 26 de janeiro de 2016.

Segundo Ofício de Notas de João Monlevade  
Av. Wilson Alvarenga, 1.047 - Loja 01 - Carneirinhos - João Monlevade - MG - CEP 35930-001  
E-mail: joao@oficiojm@hotmail.com - Telefone: (31) 3852-5606 / 3851-7559

Reconhecimento por semelhança a(s) firma(s) de:

DOUGLAS ANTONIO ARAUJO COTA

João Monlevade Data/Hora da utilização: 26/01/2016 14:55:19

EMOL: R\$4,20 REC-B:25 TF-J: R\$1,38 Total: R\$5,83



Cartório de Ofício  
*[Handwritten signature]*

Douglas Antônio Araújo Cota  
Representante Legal  
Shineon Ltda  
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

*[Handwritten signatures]*



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL  
ESTADO DE MINAS GERAIS - COMARCA DE JOÃO MONLEVADE

**CARTÓRIO DO 2º OFÍCIO DE NOTAS**

Avenida Wilson Alvarenga, 1.047, Loja 01, Carneirinhos, CEP: 35930-001  
Fones: (31) 3852-5606 - (31) 3851-7559

Tabeliã - Enilda Bragança de Mendonça Andrade  
Substituto - Felipe Adolfo Mendonça de Andrade  
Escrevente - Monia Bicalho da Silva Mendonça de Andrade

**TRASLADO**

PROCURAÇÃO

Procuração que faz **SHINE ON LTDA-ME**, conforme segue;

Saibam quantos que este público instrumento de procuração virem, no ano de dois mil e quatorze, aos vinte dias do mês de março, neste Cartório do Segundo Ofício de Notas, situado na avenida Wilson Alvarenga, 1.047, loja 01, bairro Carneirinhos, João Monlevade, Estado de Minas Gerais, CEP 35930-001, compareceu como outorgante, **SHINE ON LTDA-ME**, empresa com sede na avenida Wilson Alvarenga, 1.047, sala 801, bairro Carneirinhos, nesta cidade de João Monlevade, CEP 35930-001, inscrita no CNPJ/MF sob o n.º 02.367.995/0001-59, representada neste ato pelos poderes da cláusula 8ª (oitava) da Consolidação do Contrato Social constante da 12ª (décima segunda) Alteração Contratual registrada na JUCEMG- Junta Comercial do Estado de Minas Gerais sob o n.º 5234365, e Certidão Simplificada Digital expedida pela Junta Comercial do Estado de Minas Gerais, datada aos 07/03/2014 (sete de março de dois mil e quatorze), por seu sócio, **DOUGLAS ANTÔNIO ARAÚJO COTA**, brasileiro, empresário, portador da carteira de identidade MG-7.576.952 da SSP/MG, inscrito no CPF/MF sob o n.º 029 953 326 32, casado com Simone Cristina Soares, desde 13/02/2004 (treze de fevereiro de dois mil e quatro) sob o regime comunhão parcial de bens, residente e domiciliado na rua Alberto Scharle, 443, apartamento 601, bairro Carneirinhos, nesta cidade de João Monlevade, reconhecido como o próprio de mim, Tabeliã, do que dou fé. E, pela outorgante, por seu representante, me foi dito que por este público instrumento de procuração nomeava e constituía suas procuradoras, podendo agirem em conjunto ou separadamente, **I- ALICE MARIA REIS CAMPOLINA**, brasileira, solteira, maior, publicitária, portadora da carteira de identidade MG-13.358.717 da SSP/MG, inscrita no CPF/MF sob o n.º 059 588 436 99, residente e domiciliada na rua Doutor Mascarenhas, 293, bairro Novo Horizonte, nesta cidade de João Monlevade, **II- ANA LUISA MAGALHAES BUENO TAVEIRA**, brasileira, divorciada, gerente financeira, portadora da carteira de identidade MG-13.177.514 da SSP/MG, inscrita no CPF/MF sob o n.º 071 765 156 89, residente e domiciliada na rua Salônica, 73, bairro Aclimação, nesta cidade de João Monlevade, **III- ELINETE APARECIDA DE SOUZA SANTOS**, brasileira, casada, auxiliar administrativo, portadora da carteira de identidade MG-11.075.006 da SSP/MG, inscrita no CPF/MF sob o n.º 049 823 666 83, residente e domiciliada na rua Santa Rita, 225, bairro Novo Horizonte, nesta cidade de João Monlevade, **IV- JULIANA DE OLIVEIRA CEZAR**, brasileira, solteira, maior, auxiliar administrativa, portadora da carteira de identidade MG-15.992.263 da SSP/MG, inscrita no CPF/MF sob o n.º 103 650 486 74, residente e domiciliada na rua Viçosa, 121, bairro Belmonte, nesta cidade de João Monlevade, **V- SIMONE CRISTINA SOARES**, brasileira, casada, administradora, portadora

Confere com Original e Dou Fé.  
Rio Piracicaba 21/03/16  
Inêz Aparecida Leite  
Diretora Geral

**CARTÓRIO DO 2º OFÍCIO**  
Av. Wilson Alvarenga, 1047 - Lj. 01  
João Monlevade - MG

**CARTÓRIO DO 2º OFÍCIO**  
Av. Wilson Alvarenga, 1047 - Lj. 01 - Carneirinhos  
Confere com o original que me foi apresentado.  
Dou fé. Emol. R\$ 2,90; 271,85 1,21 - Total R\$ 5,11  
AUTENTICADO EM 21 MAR 2016 João Monlevade - MG  
 Enilda Bragança de Mendonça Andrade - Tabeliã  
 Felipe Adolfo Mendonça de Andrade - Substituto  
 Monia Bicalho S. Mendonça de Andrade - Escrevente

**Selo de Fiscalização**  
AUTENTICAÇÃO  
CEP: 31023

*[Handwritten signatures and initials]*

da carteira de identidade MG-10.319.117 da SSP/MG, inscrita no CPF/MF sob o n.º 037 314 786 41, residente e domiciliada na rua Alberto Scharle, 443, apartamento 601, bairro Carneirinhos, nesta cidade de João Monlevade; a quem confere poderes especiais, amplos e gerais para representá-la junto a órgãos públicos e privados, federais, estaduais e municipais, com a finalidade de participar de processos licitatórios, podendo assinar cartas de credenciamento, atas, oferecer novos lances verbais, transigir, renunciar a recursos, requerer, assinar, enfim, praticar todos os atos referente ao certame inclusive assinatura dos conteúdos das proposta técnicas, planos de comunicação, proposta de preço e documentação para habilitação em nome da outorgante, enfim, praticar todos os atos relativos ao desempenho deste mandato, comprometendo-se a outorgante, por seu representante, a dar tudo por bom, firme e valioso. Tudo feito sob minuta apresentada pela outorgante, por sua representante. Os dados ou elementos contidos neste instrumento foram fornecidos pela outorgante, por seu representante, que por eles se responsabiliza. Este Cartório se reserva o direito de não modificar o conteúdo da presente procuração. Assim o disse do que dou fé. Pela procuração: Emolumentos R\$75,72; Taxa de Fiscalização [REDACTED] Emolumentos: 11 (onze) arquivamentos, sendo cada arquivamento, Emolumentos R\$ 4,66, Taxa de Fiscalização Judiciária R\$1,46, Valor Total R\$6,12. A pedido, lavrei esta procuração que lida e achada conforme assina comigo, Tabelaia, que a subscrevo. Eu, a) **Enilda Bragança de Mendonça Andrade**, Tabelaia, a subscrevi e assino. João Monlevade, 20 de março de 2014. aa) **Douglas Antônio Araújo Cota, Enilda Bragança de Mendonça Andrade**. Traslado do original. Confere. Dou fé, assinando em público e rasado.

Em test. da verdade.

*Enilda Bragança de Mendonça Andrade*  
Enilda Bragança de Mendonça Andrade  
Tabelaia

CARTÓRIO DO 2º OFÍCIO  
Av. Wilson Alvarenga, 1947 - Lj. 01  
João Monlevade - MG

Selo de Fiscalização  
1017 - Lj. 01  
CND 08349  
João Monlevade - MG

CARTÓRIO DO 2º OFÍCIO  
Av. Wilson Alvarenga, 1947 - Lj. 01  
João Monlevade - MG

CARTÓRIO DO 2º OFÍCIO  
Av. Wilson Alvarenga, 1947 - Lj. 01 - Carneirinhos  
Confere com o original que me foi apresentado.  
Dou fé Emol. R\$ 75,72 + Taxa R\$ 1,46 = Total R\$ 77,18

AUTENTICADO EM 21 MAR 2014

João Monlevade - MG

Enilda Bragança de Mendonça Andrade - Tabelaia  
 Felipe Tabelaia Bragança de Mendonça Andrade - Subscrevi  
 Douglas Antônio Araújo Cota - Lante

Selo de Fiscalização  
AUTENTICAÇÃO  
CEP 31025

ESPACIO EM BRANCO

Confere com o Original e Dou Fé.  
Rio Piracicaba 27/10/16  
Inez Aparecida Leite  
Diretora Geral

*AL*  
*DP*  
*AL*  
*unifund*

REPUBLICA FEDERATIVA DO BRASIL  
MINISTERIO DAS CIDADES  
DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRANSITO  
CARTEIRA NACIONAL DE HABILITACAO

ANA LOISA MAGALHÃES BUENO TAVIERA

DOC. IDENTIDADE / OUTRO DOCUMENTO Nº: MG13177514 SSP MO

CPF: 071.765.156-89 DATA NASCIMENTO: 19/01/1985

PERIÇÃO: ORLANDO DE FATIMA TAVIERA INEZ MAGALHÃES BUENO TAVIERA

SEXO: F ACC: AD CENSO: AD

RENOVACAO: 15/07/2019 VIGENCIA: 27/01/2005

03486957255

VALIDA EM TODOS OS TERRITORIOS NACIONAIS 973266241

PROIBIDO PLASTIFICAR 973266241

ASSINATURA DO PORTADOR: *Almblano*

DATA: 17/07/2014

LOCAL: JONO NORLEVADE, MS

Assessoria Administrativa: 60042837170  
Diretoria de Habilitação: 30455917906

DETRAN-MG (MINAS GERAIS)

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 27/10/16

*[Signature]*  
Inez Aparecida Leite  
Diretora Geral

*[Handwritten notes and signatures]*



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 - MF JOAO MONLEVADE  
 14/266.899-1

CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA  
 Folha 69  
 1/4

NIRE (e a 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 FCN/REMP



J143495687233

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

Representante Legal da Empresa / Agente Auxiliar do Comércio:

**JOAO MONLEVADE**  
Local

Nome: **Douglas Antonio Araujo Costa**  
 Assinatura: *[Handwritten Signature]*  
 Telefone de Contato: **38221634**

**22 Julho 2014**  
Data

*[Handwritten Signature]*

**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 arquite-se.  
 Processo indeferido. Publique-se.

2ª Exigência  3ª Exigência  4ª Exigência  5ª Exigência   
 Data **09/09/2014** Responsável *[Handwritten Signature]*

**DECISÃO COLEGIADA**

Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)  
 Processo deferido. Publique-se e arquite-se.  
 Processo indeferido. Publique-se.

2ª Exigência  3ª Exigência  4ª Exigência  5ª Exigência

\_\_\_\_\_  
Data Vogal

**JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS**  
 CERTIFICO O REGISTRO SOB O NRO: 5369602  
 EM 09/09/2014  
 SHINE ON LTDA - EPP  
 PROTOCOLO: 14/266.899-1

**JUCEMG**

OBSERVAÇÕES

**AH1366018**

Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
 Conferido na Internet

Data **27/10/14**

*[Handwritten Signature]*

*[Handwritten Signature]*

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.

## 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:

I – DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA.....	494.500 QUOTAS = R\$ 494.500,00
I – CLÉRIA ARAÚJO COTA.....	5.500 QUOTAS = R\$ 5.500,00
<b>TOTAL .....</b>	<b>500.000 QUOTAS = R\$ 500.000,00</b>

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

Câmara Municipal de Rio Pratiense  
Conferido na Internet  
Data 28/10/16  
Presidente da Comissão de Licitação

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](http://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.

**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 á 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, 1064, 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 da 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 TEREIRA - Uso da denominação social**

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

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

Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
Conferido na Internet  
Data 27/10/16  
Presidente da Comissão

*Arthuso*  
*[Handwritten signatures]*



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.

*[Handwritten signature]*  
Douglas Antonio Araújo Cota  
*[Handwritten signature]*  
Cléria Araújo Cota

Segundo Ofício - Notas de João Monlevade  
R. Wilson Abranches, 1197 - Loja 04 - F. Aranhos - João Monlevade - MG - CEP 359 24001  
E-mail: carthuso@carthuso.com.br - tel/fax: (31) 3852-5006 / 3851-7550

Reconheço por semelhança as firma(s) de:  
CLERIA ARAUJO COTA  
DOUGLAS ANTONIO ARAUJO COTA

Tabella - EMILIA BRAGANÇA DE MENDONÇA ANDRADE  
João Monlevade 08/09/2014  
2º Tabelionato de Notas de João Monlevade  
EMOL: R\$ 7,35 RECOMPE: R\$ 0,44 FISC.: R\$ 2,42 Total: R\$ 10,22

Cartório de Registro  
Reconhecimento de Firma  
1047 - 00BRN 42308  
Reconhecimento de Firma  
00BRN 42309

Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
Conferido na Internet  
Data 27/10/16  
Presidente da Comissão de Licitação

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
CERTIFICO O REGISTRO SOB O NRO: 5369602  
EM 09/09/2014  
SHINE ON LTDA - EPP  
PROTOKOLO: 14/266.899-1  
AH1366017

JUCEMG

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: N° 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.



# CERTIFICADO

O Conselho Executivo das Normas-Padrão outorga à

**SHINE ON LTDA - ME**

02.367.995/0001-59

Grupo Técnico 5

este Certificado de Qualificação Técnica, por cumprimento das metas de qualidade e compromisso com as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, estabelecidas em dezesseis de dezembro de mil novecentos e noventa e oito.

São Paulo, 16 de Janeiro de 2013



**Caio Barsotti**

Presidente

Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
Conferido na Internet  
Data 27/01/16.  
Presidente da Comissão de Licitação

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/pr](http://www.cenp.com.br/pr) por 90 dias, contados da data de sua emissão, indicada no rodapé abaixo.

Entidades Fundadoras:



Entidades Associadas:



Emitido no dia 26/01/2016 às 16:10:53 - Códigos de Controle do Certificado: S05305163 - Atenção: qualquer rasura ou emenda invalidará este documento. Dúvidas serão esclarecidas pelo telefone (11)2172-2387, nos dias úteis, das 9h às 18h.





**RECIBO**

Recebi da Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, devidamente lacrados, os "Envelopes Proposta Técnica I, II e III e Proposta Comercial", referente ao Processo Licitatório nº 001/2016, Modalidade Convite nº 001/2016.

Rio Piracicaba, 27 de janeiro de 2016.

*Câmara Municipal*  
**Rio Piracicaba**

*AmBstaveira*

**Ana Luisa Magalhães Bueno Taveira**

SHINEON LTDA

*Legistando com Transparência!*



# 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 001/2016, MODALIDADE CONVITE Nº 001/2016.

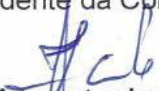
Aos vinte e sete dias do mês de janeiro de 2016, às 9 horas, com observância às disposições contidas no instrumento convocatório e na Lei de Licitações e Contratos, reuniu-se a Comissão de Licitação desta Câmara Municipal, com a finalidade de analisar os documentos apresentados, referentes ao processo em epígrafe. Aberta a sessão, foi constatado que foram convidadas as empresas: **SHINE ON LTDA, TEN – COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, ALGI COMUNICAÇÃO VISUAL E ORIGAMI AGÊNCIA DE IDÉIAS**. 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 Ana Luisa Magalhães Bueno Taveira.

Ocorrências: Considerando que houve apenas uma licitante interessada em participar do certame, a Comissão Permanente de Licitação decidiu encerrar o presente para que seja feito novo Processo licitatório. Sendo assim, foi devolvido devidamente lacrado os “Envelopes Proposta Técnica I, II e III e Proposta Comercial”, a representante da licitante.

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 janeiro de 2016.

  
**Inez Aparecida Leite**  
Presidente da Comissão

  
**Frederico Augusto de Melo Camilo**  
Membro

  
**Vanilza Auxiliadora Souza Caldeira**  
Membro

Proponente:

  
**Ana Luisa Magalhães Bueno Taveira**  
SHINEON LTDA



**DESPACHO DE RATIFICAÇÃO RELATIVA  
AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 001/2016,  
MODALIDADE CONVITE Nº 001/2016**

Reconheço e RATIFICO a decisão da Comissão Permanente de Licitação que DECIDIU pela renovação do Convite tendo em vista, que não foi possível a obtenção do número mínimo de licitantes, conforme reza o artigo 22, § 7º da Lei 8.666/93.

Rio Piracicaba, 27 de Janeiro de 2016.

*Câmara Municipal*  
**Rio Piracicaba**

  
**TAYRONE ARCANJO GUIMARÃES**

Presidente da Câmara Municipal

*Prof. Mário Lúcio Quintão Soares*  
& A D V O G A D O S A S S O C I A D O S

**PARECER Nº 09/2016**

Origem: Comissão Permanente de Licitação.  
Assunto: Licitação Fracassada.

Chega a esta Assessoria e Consultoria promoção do Presidente da Comissão Permanente de Licitação referente ao Processo Licitatório nº 01/2016, Carta Convite nº 01/2016, para fins de parecer.

Aduz que o referido processo teve por objeto a contratação de agência para prestação de serviços de publicidade e propaganda, de acordo com as especificações do edital, sendo que iniciada a reunião, os membros da Comissão Permanente de Licitação verificaram que apenas um licitante compareceu e apresentou os envelopes contendo proposta técnica e proposta comercial.

Esse é o relatório. Analisa-se.

**Senhor Presidente,**

No caso em comento, tendo em vista a existência de apenas um licitante habilitado, é o caso de licitação fracassada.

Sendo assim, deverá a Comissão Permanente de Licitação providenciar "Ato" declarando que a licitação foi fracassada, que ficará acostado aos autos do presente processo, de modo a justificar a realização de novo certame.

Esse é o Parecer.

Belo Horizonte, 29 de Janeiro de 2016.

**Prof. Dr. Mário Lúcio Quintão Soares**  
OAB/MG: 30.856