



**EXERCÍCIO DE 2014**

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº: 003/2014**

**MODALIDADE: CONVITE Nº: 003/2014**

**RECURSO ORÇAMENTÁRIO: 01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-D0040**

**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.

*Somando Conquistas!*  
**AUTUAÇÃO**

Aos 03 dias do mês de fevereiro de 2014, 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 006/2014

Designa os membros de Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Rio Piracicaba no período de 02.01.2014 a 31.12.2014.

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, Camila Mayara Rodrigues Figueiredo e Vanilza Auxiliadora Souza Caldeira, sob a presidência da primeira.

Art.2º A investidura dos membros da Comissão terá vigência a partir da data desta Portaria até o dia 31 de dezembro de 2014.

Art.3º Esta Portaria entra em vigor na data de sua publicação.

Rio Piracicaba, 02 de janeiro de 2014.

**TAYRONE ARCANJO GUIMARÃES**

Presidente da Câmara

*Confere com o Original e Dou Fé.*

Rio Piracicaba 03 / 02 / 2014

Inêz Aparecida Leite  
Diretora Geral





# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## *Poder Legislativo*



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

### 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, 03 de fevereiro de 2014.

Câmara Municipal  
Rio Piracicaba

  
**TAYRONE ARCANJO GUIMARÃES**  
Presidente da Câmara

*Somando Conquistas!*



**ap**  
SINAPRO - MG  
MINAS GERAIS

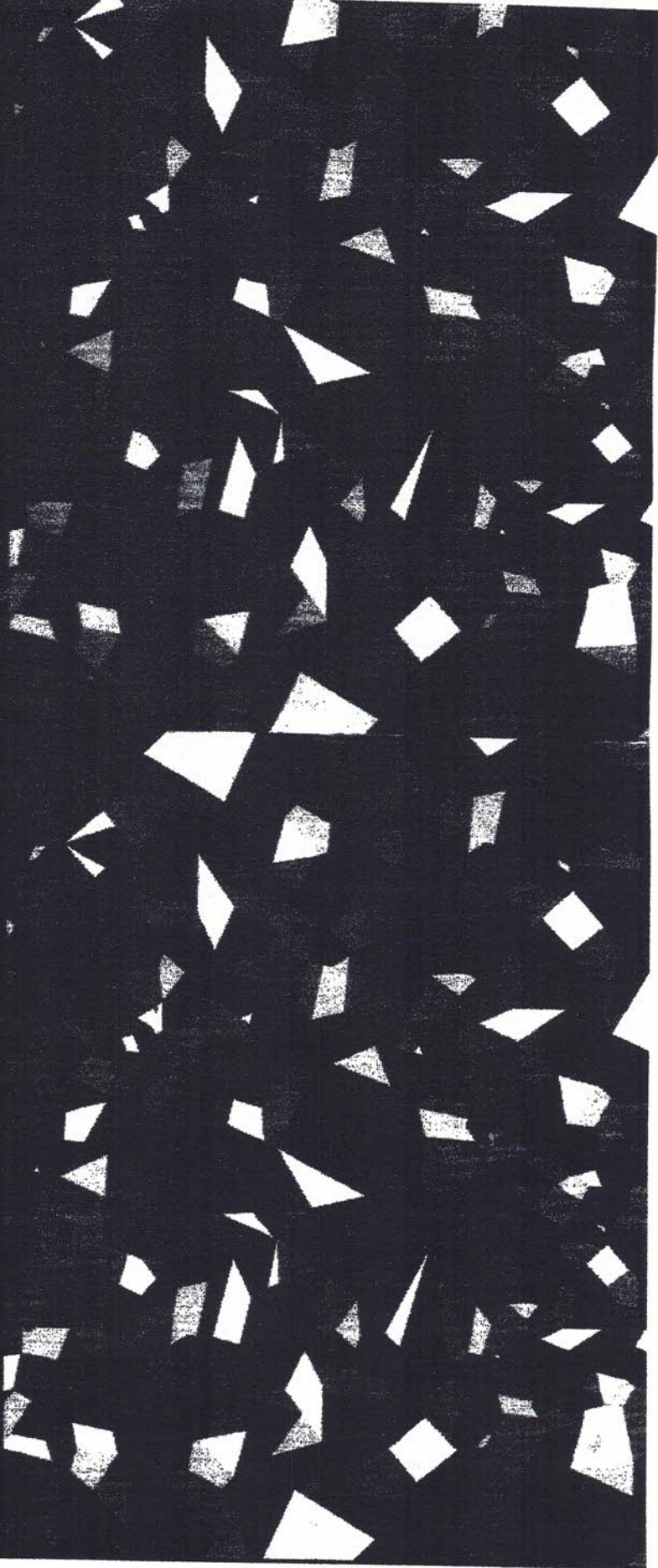
Rua Domingos Vieira, 587 • Conjunto 913  
CEP 30150 240 • Belo Horizonte • MG  
Fone/Fax: (31) 3241 7711  
sinapromg@sinapromg.com.br  
www.sinapromg.com.br

**ap**  
SINAPRO - MG  
MINAS GERAIS

EDIÇÃO 21.5.2013

Para uso exclusivo de Agências  
de Comunicação e Propaganda  
filiais ao Sinapro - MG

# LISTA DE REFERENCIA DE CUSTOS INTERNOS



**Lei nº 4.680/65 – Artigo 3º:** a Agência de Propaganda é pessoa jurídica e especializada na arte e técnica publicitárias, que, através de especialistas, estuda, concebe e distribui propaganda aos **Veículos de Divulgação**, por ordem e conta de **Clientes Anunciantes**, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir ideias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público.

# Índice

Conceitos Básicos .....	6
• Publicidade/Propaganda .....	6
• Anunciante ou Cliente .....	6
• Agência de Publicidade ou Agência de Propaganda .....	6
• Custos Internos .....	6
• Custos Externos .....	6
• Honorários de Produção .....	7
• Procedimentos Éticos .....	7
Observações Gerais .....	8
Lista de Referência de Custos Internos .....	10
1 Planejamento .....	10
2 Serviços Especiais (por hora) .....	11
3 Criação de Campanhas .....	11
4 Marcas/Nomes .....	12
5 Papelaria .....	12
6 Jornal .....	12
6.1 Empregados Procurados .....	13
6.2 Publicações Legais .....	13
6.3 Gravação de Arquivos para veiculação ou Transmissão Via Rede ..	13
6.4 Print (por cópia) .....	13
7 Revista .....	14
7.1 Gravação de Arquivos para veiculação ou Transmissão Via Rede ..	14
7.2 Print (por cópia) .....	14
8 Midia Exterior .....	15
9 Produção Eletrônica .....	15
9.1 Criação e Texto – Roteiro .....	15
9.2 Gravação e Transmissão (via rede) .....	16
10 Material Promocional .....	16
11 Material Impresso .....	17
12 Embalagens .....	18
13 Comunicação Digital .....	18
13.1 Banner e Pop-Ups/Lightbox .....	19
13.2 Redes Sociais .....	20
13.3 Links Patrocinados .....	20
13.4 SEO .....	21
13.5 Mobile .....	21
14 Editoração Eletrônica .....	21
14.1 Digitação de Texto .....	21
14.2 Tabelas, Gráficos e Mapas .....	21
14.3 Tratamento de Imagem .....	21

## 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)

### **CUSTOS EXTERNOS**

- Todos os demais serviços e suprimentos terão o seu custo pelo cliente, deverão ser adequadamente orçados e requererá prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução. 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. 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 irretornáveis.
- 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".

### **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 pertencem à Agência que os criou, observada a legislação sobre o direito autoral.

## 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 encontra 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 de três 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.

**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.

**Edição 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 integridade das informações e a portabilidade dos arquivos referentes às peças publicitárias.

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

### Criação de:

- Campanhas ..... 7 dias
- Peças avulsas ..... 3 dias
- Peças de oportunidade ..... 1 dia

### Elaboração de planos de mídia para:

- Campanhas ..... 7 dias
- Peças avulsas ..... 2 dias
- Produção de campanhas ..... 10 a 20 dias

Sempre que os prazos não forem suficientes, o Anunciante pagará uma taxa de emergência 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 CENP.

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 21/5/2012.

Belo Horizonte, 21 de maio de 2013.





## Lista de Referência de Custos Internos

1) Planejamento	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	TOTAL
			Valor em R\$
Planejamento de Comunicação Integrada de Longo Prazo			R\$ 56.771,00
Planejamento de Campanha			R\$ 29.385,00
Planejamento de Mídia			R\$ 5.143,00
Investimento até R\$ 500.000,00			R\$ 10.285,00
Investimento entre R\$ 500.000,01 e R\$ 2.000.000,00			R\$ 20.570,00
Investimento acima de R\$ 2.000.000,01			R\$ 20.570,00
Planejamento de Ação Promocional			R\$ 29.385,00
Planejamento de Cativeiro e Planejamento de Eventos			R\$ 14.663,00
Planejamento de Brindes			R\$ 29.385,00
Planejamento de Ação/Promoção/Web			R\$ 29.385,00
Planejamento de Ações em Redes Sociais			R\$ 29.385,00
Planejamento de Campanhas de Link Patrocinados/Redes Sociais (Setup e Acompanhamento - Não inclui Criação de Anúncios ou Posts)			R\$ 5.143,00
Investimento até R\$ 20.000,00			R\$ 6.900,00
Investimento entre R\$ 20.000,01 e R\$ 50.000,00			R\$ 11.300,00
Investimento acima de R\$ 50.000,01			30% do valor do item
Adaptação/Relação			

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.

2) Serviços Especiais (por hora)	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	Valor em R\$
Consultoria em Comunicação/ Trabalhos Especiais			
Diretor			R\$ 778,00
Gerente/Supervisor			R\$ 519,00
Analista/Assistente			R\$ 363,00
Levantamento de Dados sobre o Cliente, Produtos e Concorrência e/ou Elaboração de Briefing (quando os dados não forem fornecidos pelo cliente)			R\$ 519,00
Comunicação Digital			
Planejamento, Programação de Sistemas, Programação HTML, Motion Design			R\$ 218,00
Gerenciamento de Projetos			R\$ 519,00
Atendimento/Criação			R\$ 174,00
Analista SEO			R\$ 218,00
Arquiteto de Informação			R\$ 218,00
Analista de Redes Sociais			R\$ 218,00
3) Criação de Campanhas	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	Valor em R\$
Criação de Tema/Conceito de Campanha			R\$ 13.554,00
Mudança de Briefing			R\$ 6.777,00

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 de 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.

4) Marcas/Nomes	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	Valor em R\$
Marca/Logotipo da Empresa ou Produto	R\$ 8.524,00	R\$ 2.841,00	R\$ 11.365,00
Marca do Projeto ou Selo Comemorativo	R\$ 6.299,00	R\$ 2.100,00	R\$ 8.399,00
Manual de Identidade Visual/Identificação Corporativa (por lâmina)	R\$ 974,00	R\$ 325,00	R\$ 1.299,00
Nome (Ação Promocional/Evento/ Imobiliário/Mascote/Personagem/ Selo Comemorativo/Projeto)	R\$ 4.421,00	R\$ 1.474,00	R\$ 5.895,00
Nome da Empresa ou Produto	R\$ 10.388,00	R\$ 3.463,00	R\$ 13.851,00
Slogan	R\$ 5.455,00	R\$ 1.818,00	R\$ 7.273,00
Adaptação/Reflexão			30% do valor da peça
5) Papelaria	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	Valor em R\$
Bloco de Anotações	R\$ 261,00	R\$ 87,00	R\$ 348,00
Bloco de Orçamento	R\$ 1.085,00	R\$ 362,00	R\$ 1.447,00
Cartão de Agradecimento, Cartão de Visita, Cartão Personalizado	R\$ 209,00	R\$ 70,00	R\$ 279,00
Cartão de Visita - Alteração de Nome/Endereço	R\$ 106,00	R\$ 35,00	R\$ 141,00
Envelope (por modelo), Papel (por modelo)	R\$ 658,00	R\$ 219,00	R\$ 877,00
Papel de Embrulho/Presente	R\$ 1.692,00	R\$ 564,00	R\$ 2.256,00
Pasta	R\$ 1.976,00	R\$ 659,00	R\$ 2.635,00
Adaptação/Reflexão			30% do valor da peça
6) Jornal	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	Valor em R\$
Página Dupla	R\$ 3.878,00	R\$ 1.293,00	R\$ 5.171,00
Página	R\$ 2.979,00	R\$ 993,00	R\$ 3.972,00
Rouba Página	R\$ 2.351,00	R\$ 784,00	R\$ 3.135,00
1/2 Página	R\$ 2.245,00	R\$ 748,00	R\$ 2.993,00
1/3 Página	R\$ 2.096,00	R\$ 699,00	R\$ 2.795,00
1/4 Página	R\$ 1.902,00	R\$ 634,00	R\$ 2.536,00
1/8 Página	R\$ 1.706,00	R\$ 569,00	R\$ 2.275,00

6) Jornal (continuação)	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	Valor em R\$
Valor Mínimo	R\$ 1.801,00	R\$ 534,00	R\$ 2.135,00
Encarte (por página)	R\$ 2.351,00	R\$ 784,00	R\$ 3.135,00
Balanço			50% do valor da peça
Adaptação/Reflexão			30% do valor da peça
6.1) Empregados Procurados			R\$ 72,0
Por Centímetro Coluna			
6.2) Publicações Legais			
Ediais e Avisos			
Até 1/4 de Página	R\$ 761,00	R\$ 254,00	R\$ 1.015,0
Acima de 1/4 de Página	R\$ 1.521,00	R\$ 507,00	R\$ 2.028,0
6.3) Gravação de Arquivos para Veiculação ou Transmissão via Rede			
Página dupla			R\$ 457,0
Página			R\$ 334,0
Rouba Página			R\$ 282,0
1/2 Página			R\$ 245,0
1/3 Página			R\$ 228,0
1/4 Página (ou mínimo)			R\$ 175,0
Valor Mínimo			R\$ 124,0
6.4) Print (por cópia)			
Formato			
A3 - Cor			R\$ 8,0
A4 - Cor			R\$ 3,0
A3 - P&B			R\$ 3,0
A4 - P&B			R\$ 2,0

7) Revista	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	Valor em R\$
Página Dupla	R\$ 3.248,00	R\$ 1.083,00	R\$ 4.331,00
Página	R\$ 2.486,00	R\$ 829,00	R\$ 3.315,00
2/3 Página	R\$ 2.051,00	R\$ 684,00	R\$ 2.735,00
1/2 Página	R\$ 1.691,00	R\$ 564,00	R\$ 2.255,00
1/3 Página	R\$ 1.422,00	R\$ 474,00	R\$ 1.896,00
1/4 Página	R\$ 1.198,00	R\$ 398,00	R\$ 1.597,00
Valor Mínimo	R\$ 1.004,00	R\$ 335,00	R\$ 1.339,00
Encarte (por página)	R\$ 2.499,00	R\$ 833,00	R\$ 3.332,00
Balanço			50% do valor da peça
Adaptação/Relação			30% do valor da peça
<b>7.1) Gravação de Arquivos para Veiculação ou Transmissão via Rede</b>			
Página dupla			R\$ 457,00
Página			R\$ 228,00
1/2 Página			R\$ 175,00
1/3 Página			R\$ 157,00
1/4 Página (ou mínimo)			R\$ 124,00
<b>7.2) Print (por cópia)</b>			
Formato			
A3 - Cor			R\$ 8,00
A4 - Cor			R\$ 3,00
A3 - P&B			R\$ 3,00
A4 - P&B			R\$ 2,00

8) Midia Exterior	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	Valor em R\$
Banca de Jornal, Back ou Front Light, Busdoor/Traseira/Lateral de Ônibus, Cabine Telefônica, Empresa de Prédio, Fachadas, Outdoor, Painel Externo de Metrô, Testeira/Painel Frontal ou Lateral de Ponto de Ônibus, Traseira de Taxi, Placa de Rua, Relógio, Sâncua, Painel Digital	R\$ 2.636,00	R\$ 879,00	R\$ 3.515,00
Faixa (lona ou tecido)	R\$ 628,00	R\$ 209,00	R\$ 837,00
Adaptação/Refação			30% do valor da peça
<b>9) Produção Eletrônica</b>			
<b>9.1) Criação e Texto - Rotativo</b>			
SMS/Disparo Telefônico			R\$ 652,00
Audiovisual/Documentário/Vídeo - até 5'			R\$ 14.552,00
Audiovisual/Documentário/Vídeo - por minuto excedente até 10'			R\$ 2.316,00
Audiovisual/Documentário/Vídeo - por minuto excedente acima de 10'			R\$ 1.738,00
Assinatura/Vineta Eletrônica			R\$ 6.047,00
Filme/VT até 60"			R\$ 9.882,00
Filme/VT acima de 60"			R\$ 14.523,00
Jingle/Trilha até 60"			R\$ 4.374,00
Jingle/Trilha acima de 60"			R\$ 6.561,00
Locução de Cabine até 60"			R\$ 1.736,00
Locução de Cabine acima de 60"			R\$ 2.604,00
Letreiro/Cartela para TV			R\$ 241,00
Spot até 60"			R\$ 2.176,00
Spot acima de 60"			R\$ 3.264,00
Novelinha até 5'			R\$ 9.682,00

9) Produção Eletrônica (continuação)	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	Valor em R\$
Novelinha - por minuto excedente			R\$ 1.557,00
Storyboard (por quadro)			R\$ 178,00
Refação, Adaptação, Reutilização em Outros Meios			30% do valor da peça
<b>9.2) Gravação e Transmissão (via rede)</b> (Necessária a autorização do estudo de gravação de som no ato do orçamento para essa transmissão)			
Spot			R\$ 211,00
Jingle/Trilha			R\$ 211,00
Letreiros/Assinatura para TV			R\$ 245,00
10) Material Promocional	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	Valor em R\$
Adesivo, Adesivo de Chão, Camiseta, Display de Balcão, Display de Mesa, Faixa de Gondola/Stopper, Inflável, Sacola/Bolsa, Santirinho, Troféu e Tag	R\$ 1.748,00	R\$ 583,00	R\$ 2.331,00
Bandeira (por modelo), Boné, Bóton, Caneta, Cartão PVC (tipo cartão de crédito), Chaveiro, Chinelo, Cinta, Cmszeiro, Copo, Crachá, Cupom, Ficha de inscrição, Flâmula, Forração de Gondola/Bandó, Forro de Bandeira, Lapis, Leque, Livocar, Marcador de Página, Medalha, Mouse Pad, Nécessaire, Porta-Lápis, Porta-Retratos, Porta-Documents, Porta-Cartão, Régua, Squeeze, Testeira para Cartaz e Viseria	R\$ 1.092,00	R\$ 364,00	R\$ 1.456,00
Balcão para Degustação, Display de Ponta de Gondola, Display de Vitrine	R\$ 5.717,00	R\$ 1.906,00	R\$ 7.623,00
Programação Visual de Estande para Feiras, Eventos, de Vendas	R\$ 6.861,00	R\$ 2.287,00	R\$ 9.148,00
Banner, Bula, Cartão de Natal, Cartão-Postal, Cartaz, Cartazete, Diploma, Flyer, Lâmina, Pôster e Volante	R\$ 1.714,00	R\$ 571,00	R\$ 2.285,00
Malá Direta	R\$ 2.671,00	R\$ 890,00	R\$ 3.561,00
Mobile, Portico para Loja	R\$ 1.883,00	R\$ 628,00	R\$ 2.511,00
Piaca/Painel (interna ou externa)	R\$ 1.581,00	R\$ 527,00	R\$ 2.108,00

10) Material Promocional (continuação)	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	Valor em R\$
Uniforme/Uniforme Promocional (Feiras/Eventos)	R\$ 1.789,00	R\$ 586,00	R\$ 2.385,00
Totem (projeto e desenvolvimento)	R\$ 2.373,00	R\$ 791,00	R\$ 3.164,00
Adaptação/Refação			30% do valor da peça
11) Material Impresso	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	Valor em R\$
Agenda (projeto gráfico)	R\$ 5.000,00	R\$ 1.567,00	R\$ 6.667,00
Agenda (só capa)	R\$ 2.049,00	R\$ 683,00	R\$ 2.732,00
Agenda (por página)	R\$ 743,00	R\$ 248,00	R\$ 991,00
Agenda (por página, só troca de data)	R\$ 138,00	R\$ 46,00	R\$ 184,00
Broadside (por página), Capa de Caderno, Capa de Cartilha, Capa de Catálogo, Capa de CD, Calendário (por lâmina), Certificado, Convite, Encarta de CD (por lâmina)	R\$ 1.196,00	R\$ 399,00	R\$ 1.595,00
Cartilha, Catálogo de Produtos, Fôlhetto Institucional e Fôlhetto Técnico (por página)	R\$ 847,00	R\$ 316,00	R\$ 1.263,00
Embalagem para Relatório de Diretoria (luva, caixa, envelope especial)	R\$ 4.771,00	R\$ 1.590,00	R\$ 6.361,00
Fôlder	R\$ 3.326,00	R\$ 1.109,00	R\$ 4.435,00
House Organ/Newsletter (projeto até 4 páginas)	R\$ 6.421,00	R\$ 2.140,00	R\$ 8.561,00
House Organ/Newsletter (projeto por página adicional)	R\$ 1.278,00	R\$ 426,00	R\$ 1.704,00
House Organ/Newsletter Diagramação (por página)		R\$ 1.148,00	R\$ 1.148,00
Livro/Revista - Projeto Gráfico	R\$ 53.095,00	R\$ 17.698,00	R\$ 70.793,00
Livro/Revista - Diagramação (por página)		R\$ 1.148,00	R\$ 1.148,00
Relatório de Diretoria - Projeto Gráfico	R\$ 36.297,00	R\$ 12.089,00	R\$ 48.386,00
Relatório de Diretoria Diagramação (por página)		R\$ 1.584,00	R\$ 1.584,00
Adaptação/Refação			30% do valor da peça

12) Embalagens	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	Valor em R\$
Berço	R\$ 5.441,00	R\$ 1.314,00	R\$ 7.255,00
Caixa Display de Produto	R\$ 10.923,00	R\$ 3.641,00	R\$ 14.564,00
Carteira, Retulo	R\$ 3.083,00	R\$ 1.028,00	R\$ 4.111,00
Caixa de Embarque, Carteira com Saco, Embalagem Blister/Sampling, Embalagem (adaptação)	R\$ 4.267,00	R\$ 1.422,00	R\$ 5.689,00
Embalagem de Produto	R\$ 12.860,00	R\$ 4.287,00	R\$ 17.147,00
Embalagem de Linha de Produtos (pacote de até 5 embalagens)	R\$ 51.448,00	R\$ 17.149,00	R\$ 68.597,00
Embalagem Promocional, Mock-Ups (sem custo de terceiros)	R\$ 7.524,00	R\$ 2.508,00	R\$ 10.032,00
Adaptação/Refação			30% do valor da peça
13) Comunicação Digital	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	Valor em R\$
Apresentação multimídia (por slide)	R\$ 413,00	R\$ 138,00	R\$ 551,00
Apresentação multimídia navegável			A definir em horas técnicas de acordo com o escopo
Cartão virtual animado - Motion design	R\$ 4.884,00	R\$ 1.628,00	R\$ 6.512,00
Email mkt/Newsletter	R\$ 2.390,00	R\$ 797,00	R\$ 3.187,00
Template para newsletter	R\$ 2.260,00	R\$ 763,00	R\$ 3.013,00
Landing Page			A partir de R\$ 8.848,00
HotSite - nível de complexidade baixa (até 4 páginas)			A partir de R\$ 12.710,00
HotSite - nível de complexidade média (até 8 páginas e com recurso interativo - joguinho/cartão virtual ou enquete)			A partir de R\$ 20.480,00
HotSite - nível de complexidade alta (até 12 páginas - linha de tempo, recursos sonoros, filmes)			A partir de R\$ 29.756,00

13) Comunicação Digital (continuação)	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	Valor em R\$
Site básico: arquitetura de informação; redação de texto; design de telas; programação HTML. Áreas: institucional; Contato (formulário e maps); Serviços e/ou produtos. OBS: conteúdos interativos e áreas restritas devem ser orçadas à parte em horas técnicas			A partir de R\$ 55.000,00
Versão site para outros idiomas			Entre 30% e 50% do valor do site principal
Portal			A definir em horas técnicas
Aplicativo mobile/tablet			A definir em horas técnicas
Jogos			A definir em horas técnicas
Página HTML Avulsa			A partir de R\$ 2.800,00
Screensaver	R\$ 3.187,00	R\$ 1.062,00	R\$ 4.249,00
Vinhetas dinâmicas (até 20")	R\$ 4.884,00	R\$ 1.628,00	R\$ 6.512,00
Wallpaper	R\$ 1.770,00	R\$ 590,00	R\$ 2.360,00
Assinatura de e-mail			R\$ 1.223,00
Refação			30% do valor da peça
Adaptação de criação			50% do valor da peça
13.1) Banners e Pop-Ups/Lightbox			
Banner Estático	R\$ 850,00	R\$ 283,00	R\$ 1.133,00
Banner animado	R\$ 2.129,00	R\$ 710,00	R\$ 2.839,00
Banner rich media	R\$ 4.565,00	R\$ 1.522,00	R\$ 6.087,00
Pop-up/Lightbox	R\$ 1.889,00	R\$ 630,00	R\$ 2.519,00
Banner + Pop-up/Lightbox	R\$ 3.678,00	R\$ 1.226,00	R\$ 4.904,00
Adaptação para outros formatos			30% do valor da peça

13) Comunicação Digital (continuação)	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	Valor em R\$
<b>13.2) Redes Sociais</b>			
Diagnóstico da presença; levantamento de dados, análise e elaboração de relatório			A partir de R\$ 10.384,00
Planejamento para setup: canais, tipos de conteúdo, projeto editorial, identidade visual, estratégia para ativação			A partir de R\$ 12.877,00
Planejamento de ação/promoção; planejamento, criação, design e ativação			R\$ 29.385,00
Personalização dos canais: imagem do topo, avatar e texto de apresentação ("Sobre") - valor por canal			A partir de R\$ 3.856,00
Monitoramento de redes sociais com relatório mensal e relatórios avisos			A definir em horas técnicas
Gestão de presença - monitoramento, relacionamento, produção e postagem de conteúdo e relatório mensal			A definir em horas técnicas
Criação de aba simples para o Facebook (layout estatico ou com a inclusão do player de vídeo do YouTube/link externo/ sem interatividade ou cadastro em banco de dados)			A partir de R\$ 3.785,00
Criação de abas para Facebook com interatividade simples (formulário simples para cadastro)			A partir de R\$ 7.980,00
Adaptação de hotsite para aba do Facebook			60% do valor do hotsite original
Criação de imagem para post nas redes sociais (jpg)			R\$ 2.993,00
Criação de aplicativo; estimar valor por hora de acordo com o escopo.			A definir em horas técnicas
<b>13.3) Links Patrocinados</b>			
Gestão de campanhas: execução do planejamento, ajustes e otimização, acompanhamento de resultado			A definir em horas técnicas
Relatório de campanha			A partir de R\$ 5.728,00

13) Comunicação Digital (continuação)	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	Valor em R\$
<b>13.4) SEO</b>			
Planejamento, execução e acompanhamento			A definir em horas técnicas
Relatório de campanha			A partir de R\$ 5.728,00
<b>13.5) Mobile</b>			
Planejamento, criação e produção de aplicativos			A definir em horas técnicas
Apresentação/catalogos			A definir em horas técnicas

**Observação:**

- Para alterações, será cobrado o valor da hora, sendo o mínimo de 1 hora
- Para adaptações de campanha reduzir 30% do valor da tabela
- 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) Editoração Eletrônica	CRIAÇÃO 75%	FINALIZAÇÃO 25%	Valor em R\$
<b>14.1) Digitação de Texto</b>			
Por Lauda até 1.200 Toques			R\$ 175,00
Outros Idiomas			Acréscimo de 50%
<b>14.2) Tabelas, Gráficos e Mapas</b>			
Mapa de Localização (ilustrado)	R\$ 1.736,00	R\$ 579,00	R\$ 2.315,00
Mapa de Localização (simples)	R\$ 1.108,00	R\$ 369,00	R\$ 1.477,00
Tabela/Gráfico (mínimo)	R\$ 476,00	R\$ 159,00	R\$ 635,00
Tabela/Gráfico (máximo)	R\$ 1.581,00	R\$ 527,00	R\$ 2.108,00
<b>14.3) Tratamento de Imagem</b>			
Gravação de Arquivo (cópia - tempo de gravação + mídia)			R\$ 199,00
Scanner de Imagem			R\$ 86,00
Tratamento de Imagem - por hora			R\$ 380,00
Velocização de Logotipos - por hora			R\$ 245,00



# 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\$ 70.000,00
Data: 03/02/2014 <b>TAYRONE ARCANJO GUIMARÃES</b> Presidente da Câmara Municipal			
<b>ESTIMATIVA DE CUSTOS</b>			
Objetivando a instrução do processo, informamos que foi realizada pesquisa sobre os preços praticados para o objeto desta Licitação, estimando-se o montante até 31 de dezembro de 2014 em R\$ 70.000,00 (Setenta mil reais).			
Data: 03/02/2014 <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-D0040</b>			
Data: 03/02/2014 <b>LÚCIA APARECIDA DOS SANTOS</b> Chefe da Divisão de Contabilidade e Pessoal			



**PROCESSO LICITATÓRIO Nº. 003/2014**

**CONVITE Nº. 003/2014**

A Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, torna público para conhecimento dos interessados que fará realizar o Processo Licitatório nº 003/2014, Modalidade: Convite nº 003/2014, **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: 17/02/2014

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 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 003/2014  
CONVITE Nº 003/2014  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA**

**ENVELOPE Nº 02 – “PROPOSTA TÉCNICA II”  
CONTEÚDO: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA IDENTIFICADA  
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2014  
CONVITE Nº 003/2014  
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 003/2014  
CONVITE Nº 003/2014  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA  
VIA SEM IDENTIFICAÇÃO – SEM LOGOMARCA – SEM ETIQUETA

ENVELOPE Nº 04 – “PROPOSTA COMERCIAL”  
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2014  
CONVITE Nº 003/2014  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

ENVELOPE Nº 05 – “DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO”  
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2014  
CONVITE Nº 003/2014  
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.



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

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

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

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

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

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

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

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

3.14. 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.



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo

#### 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 emendas, rasuras, acréscimos e entrelinhas, em linguagem clara e que não dificulte a exata compreensão de seu conteúdo, datadas do dia de sua entrega nesta Câmara e conterão a descrição detalhada do bem ofertado, prazos e demais informações conforme disposto nesse Edital.

#### VI. PROPOSTA TÉCNICA

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



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo

- 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;



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo

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



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo

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 –





# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## *Poder Legislativo*

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:

a) Registro comercial, arquivado na Junta Comercial respectiva, no caso de empresa individual;



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo

- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e no caso de sociedade por ações, acompanhado de documento de eleição dos seus administradores.
- c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício.
- d) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e o ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim exigir.

### 8.3.2. Regularidade Fiscal:

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

### 8.3.3. Qualificação Técnica

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

### 8.3.4. Qualificação Econômico-Financeira:

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

8.3.5. Além da documentação exigida neste Título VIII, a licitante deverá incluir no envelope DOCUMENTAÇÃO, a **TABELA ATUALIZADA PUBLICADA PELO SINAPRO** – Sindicato das Agências de Publicidade do Estado de Minas Gerais.

## IX. DOS PROCEDIMENTOS PARA JULGAMENTO

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



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

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,



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

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



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

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**.



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

### pontos.

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

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

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

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

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

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

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

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

11.4.1. Não atenderem as disposições contidas neste Edital;

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

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

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

11.6. A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas da Comissão Permanente de Licitação pela análise técnica e será calculada com 01 (uma) casa decimal após vírgula.

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

## XII. DA PROPOSTA COMERCIAL

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



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

a 01 (um) ponto. Exemplo: 10% de desconto = 10 pontos.

### 12.2. Serão desclassificadas as propostas comerciais que:

12.2.1. Não atenderem as disposições contidas neste Edital;

12.2.2. Apresentarem valor simbólico, irrisório ou valor zero;

12.2.3. Apresentarem vantagens baseadas nas ofertas dos demais licitantes;

12.2.4. Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado;

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

### XIII. DA PROPOSTA VENCEDORA

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

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

### XIV. DO JULGAMENTO DA HABILITAÇÃO

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

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

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

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

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

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



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

### 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: **01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-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 aposição de faixas, shows em eventos e apoios para seminários, confecção de outdoor, 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 31/12/2014,

### 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 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.

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, 03 de fevereiro de 2014.

*Câmara Municipal*  
**Inéz Aparecida Leite**  
Presidente da Comissão de Licitação  
**Rio Piracicaba**

*Somando Conquistas!*



### ANEXO I

#### PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2014 CONVITE Nº 003/2014

#### 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;



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

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



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 grau 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

Rio Piracicaba, 03 de fevereiro de 2014.

*Somando Conquistas!*

  
**Inêz Aparecida Leite**  
Diretora da Câmara







# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

### ANEXO II

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2014**  
**CONVITE Nº 003/2014**

### 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 003/2014, na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, outorgando-lhe plenos poderes para pronunciar-se em nome da empresa ....., CNPJ nº ....., bem como formular propostas, dar lances verbais e praticar todos os demais atos inerentes ao certame, inclusive assinar contratos.

..... de ..... de .....

*Câmara Municipal*  
**Rio Piracicaba**

Assinatura do Dirigente da Empresa

*Somando Conquistas!*





# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

### ANEXO III

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2014  
CONVITE Nº 003/2014

### 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.

*Câmara Municipal*  
**Rio Piracicaba**

..... de ..... de 2014.

*Somando Conquistas!*

.....  
Nome e Assinatura da Licitante





# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

### ANEXO IV

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2014  
CONVITE Nº 003/2014

### DECLARAÇÃO DE FATO IMPEDITIVO

\_\_\_\_\_, CNPJ \_\_\_\_\_, sediada \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal, infra-assinado, e para os fins do CONVITE nº 003/2014, 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.

\_\_\_\_\_, de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

*Câmara Municipal*  
**Rio Piracicaba**

Assinatura do Representante Legal e carimbo da Licitante

*Somando Conquistas!*





# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

### ANEXO V AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2014 - CONVITE Nº 003/2014

#### PROPOSTA COMERCIAL (PAPEL TIMBRADO DA PROPONENTE)

Declaramos que, nos termos desta licitação, **CARTA CONVITE Nº003/2014**, 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 Nº003/2014, CONVITE Nº 003/2014.

#### MINUTA DE CONTRATO REFERENTE A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, CONFORME PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2014, CONVITE 003/2014.

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 003/2014, na modalidade Convite 003/2014, 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:

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



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

### CLÁUSULA SEGUNDA – DO PREÇO E DA FORMA DE PAGAMENTO

2.1. – O preço total 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



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo

conseqüência 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-D0040

### CLÁUSULA QUINTA - DA VIGÊNCIA

5.1. - O presente contrato entrará em vigor na data de sua assinatura e encerrar-se-á em 31/12/2014.

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:







# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo

### 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 2014.



# 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: \_\_\_\_\_





**ANEXO VII**

**DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS**  
**EDITAL DE LICITAÇÃO – CONVITE Nº 003/2014**

Rio Piracicaba, ..... de .....de 2014

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 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;

- e) 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**

*Somando Conquistas!*

*Prof. Mário Lúcio Quintão Soares*  
& ADVOGADOS ASSOCIADOS

**PARECER Nº 05/2014**

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 03/2014, Convite nº 03/2014, 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, 03 de fevereiro de 2014.

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





# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo

### 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:** 003/2014

**Modalidade de Licitação:** Convite nº 003/2014

**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:** 17/02/2014 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 8:00 às 11:00 e 13:00 às 17:00 horas ou pelo telefone: (31) 3854-1353.

Rio Piracicaba, 03 de fevereiro de 2014.

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





PREENCHER COM LETRA DE FORMA

AR

DESTINATÁRIO DO OBJETO / DESTINATAIRE

NO	IRE
EN	
CEI	PAÍS / PAYS

**NAVE PUBLICIDADE LTDA**  
 Rua Lúcio dos Santos, 353 – Barreiro  
 Belo Horizonte/MG – CEP: 30.640-150

DECLARAÇÃO DE CONTEÚDO (SUJEITO À VERIFICAÇÃO) / DISCRIMINATION	NATUREZA DO ENVIO / NATURE DE L'ENVOI
	<input type="checkbox"/> PRIORITÁRIA / PRIORITAIRE
	<input type="checkbox"/> EMS
	<input type="checkbox"/> SEGURADO / VALEUR DÉCLARÉ

ASSINATURA DO RECEBEDOR / SIGNATURE DU RÉCEPTEUR <i>Thales Lacerda</i>	DATA DE RECEBIMENTO / DATE DE LIVRACION 05/02/14	CARIMBO DE ENTREGA / UNIDADE DE DESTINO / BUREAU DE DESTINATION
---	---	---

NOME LEGÍVEL DO RECEBEDOR / NOM LISIBLE DU RÉCEPTEUR	
--	--

Nº DOCUMENTO DE IDENTIFICAÇÃO DO RECEBEDOR / ÓRGÃO EXPEDIDOR	RUBRICA E MAT. DO EMPREGADO / SIGNATURE DE L'AGENTE <i>ABULINSON LUIZ PINTO FILH</i> MAT.: 8.414.340-1 BARREIRO II
--	---

ENDEREÇO PARA DEVOLUÇÃO NO VERSO / ADRESSE DE RETOUR DANS LE VERS

75240203-0 FC0463 / 16 114 x 186 mm

rp.mg.gov.br  
 ararn.mg.gov.br  
 CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA  
 Folha 58  
 P



esso

\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2014.

Câmara Municipal  
 Rio Piracicaba

(Assinatura e Carimbo da Empresa)

Somando Conquistas!



DESTINATÁRIO DO OBJETO / DESTINATAIRE		
NC	IRE	
EM	<b>TEN - COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA</b> Rua Visconde de Mauá, 50 - Cidade Nobre Ipatinga/MG - CEP: 35.162-391	
CE	PAÍS / PAYS	
DECLARAÇÃO DE CONTEÚDO (SUJEITO À VERIFICAÇÃO) / DISCRIMINATION		NATUREZA DO ENVIO / NATURE DE L'ENVOI <input type="checkbox"/> PRIORITÁRIA / PRIORITAIRE <input type="checkbox"/> EMS <input type="checkbox"/> SEGURADO / VALEUR DÉCLARÉ
ASSINATURA DO RECEBEDOR / SIGNATURE DU RÉCEPTEUR	DATA DE RECEBIMENTO / DATE DE LIVRATION	CARIMBO DE ENTREGA / UNIDADE DE DESTINO / BUREAU DE DESTINATION
<i>Ruizinha Galvão</i>	05/02/14	
NOME LEGÍVEL DO RECEBEDOR / NOM LISIBLE DU RÉCEPTEUR		
Nº DOCUMENTO DE IDENTIFICAÇÃO DO RECEBEDOR / ÓRGÃO EXPEDIDOR	RUBRICA E MAT. DO EMPREGADO / SIGNATURE DE L'AGENTE	
	<i>DBH 10056-5</i>	
ENDEREÇO PARA DEVOUÇÃO NO VERSO / ADRESSE DE RETOUR DANS LE VERSO		

75240203-0

FC0463 / 16

114 x 186 mm

...mg.gov.br  
...arp.mg.gov.br



SSO

\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2014.

*Câmara Municipal*  
**Rio Piracicaba**  
*Somando Conquistas!*

(Assinatura e Carimbo da Empresa)





PREENCHER COM LETRA DE FORMA

AR

DESTINATÁRIO DO OBJETO / DESTINATAIRE

NO	RE
SHINE ON LTDA	
Av. Wilson Alvarenga, 1047- Sala. 801 - Carneirinhos	
João Monlevade/MG – CEP: 35.930-480	
EN	PAÍS / PAYS
CE	

DECLARAÇÃO DE CONTEÚDO (SUJEITO À VERIFICAÇÃO) / DISCRIMINACION	NATUREZA DO ENVIO / NATURE DE L'ENVOI
	<input type="checkbox"/> PRIORITÁRIA / PRIORITAIRE
	<input type="checkbox"/> EMS
	<input type="checkbox"/> SEGURADO / VALEUR DÉCLARÉ

ASSINATURA DO RECEBEDOR / SIGNATURE DU RÉCEPTEUR	DATA DE RECEBIMENTO / DATE DE LIVRACION	CARIMBO DE ENTREGA / UNIDADE DE DESTINO / BUREAU DE DESTINATION
X	04/02/14	04 FEB 2014
NOME LEGÍVEL DO RECEBEDOR / NOM LISIBLE DU RÉCEPTEUR	RUBRICA E MAT. DO EMPREGADO / SIGNATURE DE L'AGENT	MG
X <i>Reyane Nova de M. Silva</i>	<i>Reyane 84197095</i>	
Nº DOCUMENTO DE IDENTIFICAÇÃO DO RECEBEDOR / ORGÃO EXPEDIDOR	ENDEREÇO PARA DEVOLUÇÃO NO VERSO / ADRESSE DE RETOUR DANS LE VERS	

75240203-0

FC0463 / 16

114 x 186 mm

arp.mg.gov.br  
ararp.mg.gov.br



SO

o ao

Câmara Municipal \_\_\_\_\_ de 2014.

**Rio Piracicaba**

(Assinatura e Carimbo da Empresa)

*Somando Conquistas!*



**DESTINATÁRIO DO OBJETO / DESTINATAIRE**

NO	RE
EN	
CEI	PAÍS / PAYS

**ALGI COMUNICAÇÃO VISUAL**

Av. Wilson Alvarenga, 1.732 Sala 16 - Carneirinhos  
João Monlevade/MG – CEP: 35.930-001

DECLARAÇÃO DE CONTEÚDO (SUJEITO À VERIFICAÇÃO) / DISCRIMINATION	NATUREZA DO ENVIO / NATURE DE L'ENVOI
	<input type="checkbox"/> PRIORITÁRIA / PRIORITAIRE <input type="checkbox"/> EMS <input type="checkbox"/> SEGURADO / VALEUR DÉCLARÉ

ASSINATURA DO RECEBEDOR / SIGNATURE DU RÉCEPTEUR	DATA DE RECEBIMENTO / DATE DE LIVRACION	CARIMBO DE ENTREGA / UNIDADE DE DESTINO / BUREAU DE DESTINATION
<i>Alberto Henrique Soares Aprile</i>	04/02/14	

NOME LEGÍVEL DO RECEBEDOR / NOM LISIBLE DU RÉCEPTEUR	RUBRICA E MAT. DO EMPREGADO / SIGNATURE DE L'AGENT
<i>Alberto Henrique Soares Aprile</i>	<i>Keyane 84187085</i>

ENDEREÇO PARA DEVOLUÇÃO NO VERSO / ADRESSE DE RETOUR DANS LE VERSO

75240203-0

FC0463 / 16

114 x 186 mm

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

*Câmara Municipal*  
**Rio Piracicaba**

\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2014.

(Assinatura e Carimbo da Empresa)

*Somando Conquistas!*

mg.gov.br  
arp.mg.gov.br



O

ao



À Comissão Permanente de Licitação

Venho solicitar cópia do Edital referente ao Processo Licitatório nº 003/2014, Modalidade Convite nº 003/2014, para fins de participação no referido certame.

Rio Piracicaba, 05 de fevereiro de 2014.

Nestes termos,

Pede deferimento

*Moyara Nair Domingues Ataíde*  
Oriente Comunicação  
Moyara Nair Domingues Ataíde

Requerimento nº	<u>007/2014</u>
Deferido	<input checked="" type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO
Presidente	<i>[Assinatura]</i>
Secretário	



**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 003/2014, Convite nº 003/2014.

Rio Piracicaba, 17 de fevereiro de 2014.

*Shineon*  
Câmara Municipal  
**SHINEON LTDA**  
Ana Luisa Magalhães Bueno Taveira  
CPF: 071.765.156-89  
Rio Piracicaba

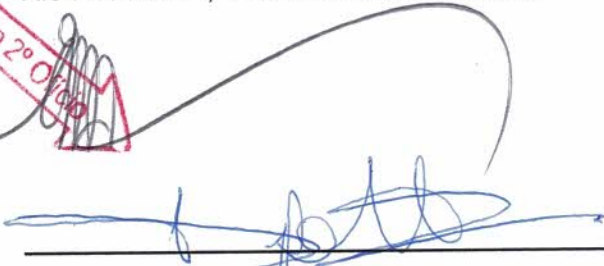
*Somando Conquistas!*

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2014  
CONVITE Nº 003/2014

CRENCIAMENTO

Mediante o presente, credenciamos a Sra. Ana Luisa 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 003/2014, 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.

Rio Piracicaba, 11 de fevereiro de 2014.

  
Douglas Antônio Araújo Cota  
Representante Legal

Segundo Ofício de Notas de João Monlevade  
Av. Wilson Alvarenga, 1.047 - 1º e 01 - Carneirinhos - João Monlevade - MG - CEP 35030-001  
E-mail: cartorio2oficiojoao@hotmail.com - Tel./fax: 31 3852-5006 / 3851-7559

Reconhecimento por SEMELHANÇA a(s) firma(s) de  
DOUGLAS ANTONIO ARAUJO COTA\*\*\*\*\* OFÍCIO DE NOT  
João Monlevade, 11/02/2014, 17:00:28. 000163#0  
Cada selo: Emol. R\$3,00; Taxa: R\$1,21; Valor Total R\$5,11.  
Em testemunho da verdade

ENILDA BRAGANÇA DE MENDONÇA ANDRADE



*Handwritten signatures and notes:*  
Dulce  
Ambracia  
Luz





VALIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL.

REGISTRO GERAL MG-13.177.514 DATA DE EXPEDICAO 21/08/2000

NOME ANA LUISA MAGALHAES BUENO TAVEIRA

FILIAÇÃO ORLANDO DE FATIMA TAVEIRA INES MAGALHAES BUENO TAVEIRA

NATURALIDADE RIO PIRACICABA-MG

DOC. ORIGEM NASC. LV-2A FL-74V DATA DE NASCIMENTO 19/11/1985

PADRE PINTO-MG

CPF

PII-1344

ASSINATURA DO DIRETOR 1. VIA

LEI Nº 7.116 DE 29/09/83

BOA DOR NÃO PRECISAMOS

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

ESTADO DE MINAS GERAIS SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA INSTITUTO DE IDENTIFICAÇÃO

POLEGAR DIREITO

ASSINATURA DO TITULAR Ana Luísa Magalhães Bueno Taveira

CARTEIRA DE IDENTIDADE

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 18 1021 14

*[Handwritten Signature]*

Inêz Aparecida Leite  
Diretora Geral

*Matreia*  
*unifunf*  
*DUPF*

*[Handwritten Signature]*



**ATA DA REUNIÃO RELATIVA AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2014, MODALIDADE CONVITE Nº 003/2014.**

Aos dezessete dias do mês de fevereiro de 2014, 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, NAVE PUBLICIDADE LTDA, TEN – COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA E ALGI COMUNICAÇÃO VISUAL**. 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, 17 de fevereiro de 2014.

*Inez Aparecida Leite*  
Inez Aparecida Leite  
Presidente da Comissão

*Camila Mayara Rodrigues Figueiredo*  
Camila Mayara Rodrigues Figueiredo  
Membro

*Vanilza Auxiliadora Souza Caldeira*  
Vanilza Auxiliadora Souza Caldeira  
Membro

Proponente:

*Ana Luisa Magalhães Bueno Taveira*  
Ana Luisa Magalhães Bueno Taveira  
SHINEON LTDA



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

### RECIBO

Recebi da Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, devidamente lacrados, os "Envelopes Proposta Técnica I, II e III e Proposta Comercial", referente ao Processo Licitatório nº 003/2014, Modalidade Convite nº 003/2014.

Rio Piracicaba, 17 de fevereiro de 2014.

*Câmara Municipal*  
**Rio Piracicaba**

*Ana Luisa*  
**Ana Luisa Magalhães Bueno Taveira**

SHINEON LTDA

*Somando Conquistas!*



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## *Poder Legislativo*



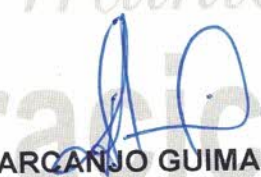
www.camararp.mg.gov.br  
camararp@camararp.mg.gov.br

### DESPACHO DE RATIFICAÇÃO RELATIVA AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2014, MODALIDADE CONVITE Nº 003/2014

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, § 3º da Lei 8.666/93.

Rio Piracicaba, 17 de fevereiro de 2014.

*Câmara Municipal*  
**Rio Piracicaba**

  
**TAYRONE ARCANJO GUIMARÃES**  
Presidente da Câmara Municipal

*Somando Conquistas!*