



EXERCÍCIO DE 2016

PROCESSO LICITATÓRIO Nº: 003/2016

MODALIDADE: CONVITE Nº: 003/2016

RECURSO ORÇAMENTÁRIO: 01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-D26

SÍNTESE DO OBJETO: Prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal.

Legislando com Transparência!
AUTUAÇÃO

Aos 11 dias do mês de fevereiro de 2016, nesta Câmara, eu, Inêz Aparecida Leite, autuei a autorização e demais documentos que seguem.


Inêz Aparecida Leite

Presidente da Comissão de Licitação



PORTARIA Nº 003/2016

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

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

Art.1º Fica designada a Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, composta pelas servidoras Inêz Aparecida Leite e Vanilza Auxiliadora Souza Caldeira, e pelo servidor Frederico Augusto de Melo Camilo, sob a presidência da primeira.

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

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

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

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

Rio Piracicaba, 26 de janeiro de 2016.

TAYRONE ARCANJO GUIMARÃES

Presidente da Câmara

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 11 1021 16

Inêz Aparecida Leite
 Diretora Geral





AUTORIZAÇÃO

Estando cumpridas as formalidades previstas na Lei nº 8.666/93, AUTORIZO a abertura do procedimento licitatório para contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade 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, 11 de fevereiro de 2016.

Câmara Municipal
Rio Piracicaba


TAYRONE ARCANJO GUIMARÃES
Presidente da Câmara

Legistando com Transparência!



Confere com o Original e Dou Fe.

Rio Piracicaba

11/10/2016

Inez Aparecida Leite
Diretora Geral

Índice

Conceitos Básicos	6
• Publicidade/Propaganda	6
• Anunciante ou Cliente	6
• Agência de Publicidade ou Agência de Propaganda.....	6
• Custos Internos	6
• Refação	7
• Adaptação.....	7
• Custos Externos	8
• Honorários de Produção	8
• Procedimentos Éticos	8
Observações Gerais	9
Lista de Referência de Custos Internos.....	12
1 Planejamento.....	12
2 Serviços Especiais (por hora)	12
3 Criação de Campanhas	13
4 Marcas/Nomes	13
5 Papelaria.....	14
6 Jornal.....	14
6.1 Empregados Procurados.....	14
6.2 Publicações Legais.....	15
6.3 Gravação de Arquivos para veiculação ou Transmissão Via Rede ..	15
7 Revista.....	15
7.1 Gravação de Arquivos para veiculação ou Transmissão Via Rede ..	16
8 Mídia Exterior	16
9 Mídia Interior	16
10 Sinalização.....	16
10.1 Sinalização Externa - Fachada	16
10.2 Sinalização de Identificação.....	17
10.3 Sinalização de Orientação	17
10.4 Mobiliário.....	17
10.5 Ambientação Institucional (Branding Ambiental)	17
11 Produção Eletrônica.....	18
11.1 Criação e Texto – Roteiro.....	18
11.2 Gravação e Transmissão (via rede).....	19
12 Material Promocional.....	19
13 Material Impresso.....	20
14 Embalagens.....	21
15 Comunicação Digital	21
15.1 Banner e Pop-Ups/Lightbox	23
15.2 Redes Sociais.....	23
15.3 Links Patrocinados	24
15.4 SEO	24
15.5 Mobile	24
15.6 Serviços Especiais (por horas)	24
16 Editoração Eletrônica.....	25
16.1 Digitação de Texto	25
16.2 Tabelas, Gráficos e Mapas.....	25
16.3 Tratamento de Imagem.....	25
16.4 Cópia de CD/DVD.....	25
17 Print (por cópia)/Montagem de Boneca	25



[Handwritten signature]

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 6º do Decreto nº 57.690/66, empresa, entidade ou indivíduo que utilizam a propaganda.

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE OU AGÊNCIA DE PROPAGANDA

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

CUSTOS INTERNOS

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

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

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

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

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

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

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

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

REFAÇÃO

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

ADAPTAÇÃO

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

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba

11/10/21 16

Inez Aparecida Leite
Diretora Geral



CUSTOS EXTERNOS

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

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

HONORÁRIOS DE PRODUÇÃO

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

PROCEDIMENTOS ÉTICOS

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

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

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

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

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

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

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

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

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 11/10/2016

Inez Aparecida Leite
Diretora Geral



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 integralidade 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.....	10 dias
Peças avulsas.....	3 dias
Peças de oportunidade.....	1 dia

Elaboração de planos de mídia para:

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

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

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

Custos Externos:

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

Os honorários da Agência incidentes sobre os custos dos serviços de fornecedores/terceiros, devem seguir o estipulado nos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo 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 21/5/2014.

Belo Horizonte, 30 de junho de 2015.

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 11/02/16



Inez Aparecida Leite
Diretora Geral




Lista de Referência de Custos Internos

1) Planejamento	ADAPTAÇÃO 30%	criação
1a		R\$ 71.089,00
1b		R\$ 35.545,00
1c		R\$ 6.221,00
1d		R\$ 12.441,00
1e		R\$ 24.881,00
1f		R\$ 24.881,00
1g		R\$ 35.545,00
1h		R\$ 17.772,00
1i		R\$ 7.109,00
		50% do valor de criação
2) Serviços Especiais (por hora)	ADAPTAÇÃO 30%	criação
2a		R\$ 941,00
2b		R\$ 629,00
2c		R\$ 440,00
2d		R\$ 629,00
2e		R\$ 440,00

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

[Handwritten signature]

3) Criação de Campanhas		
3a	Criação de Tema/Conceito de Campanha	R\$ 16.395,00
3b	Mudança de Briefing	R\$ 8.197,00
4) Marcas/Nomes	ADAPTAÇÃO 30%	criação
4a	Marca/Logotipo da Empresa ou Produto	R\$ 4.125,00
4b	Marca do Projeto ou Selo Comemorativo	R\$ 3.047,00
4c	Manual de Identidade Visual/Identificação Corporativa (por lâmina)	R\$ 472,00
4d	Nome (Ação Promocional/Evento/ Imobiliário/Mascote/Personagem/ Selo Comemorativo/Projeto)	R\$ 2.138,00
4e	Nome da Empresa ou Produto	R\$ 5.026,00
4f	Slogan	R\$ 2.640,00
	Refação	50% do valor de criação
	Finalização	25% do valor de criação

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

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 11/02/16

[Handwritten signature]

Inez Aparecida Leite
Diretora Geral



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

6) Jornal (continuação)			
6.2) Publicações Legais			
Editais e Avisos			
6.2a	Até 1/4 de Página	R\$ 388,00	R\$ 1.228,00
6.2b	Acima de 1/4 de Página	R\$ 737,00	R\$ 2.456,00
6.3) Gravação de Arquivos para Veiculação ou Transmissão via Rede			
6.3a	Página Dupla		R\$ 552,00
6.3b	Página		R\$ 405,00
6.3c	Rouba Página		R\$ 340,00
6.3d	1/2 Página		R\$ 297,00
6.3e	1/3 Página		R\$ 275,00
6.3f	1/4 Página (ou mínimo)		R\$ 212,00
6.3g	Valor Mínimo		R\$ 150,00
7) Revista			
7a	Página Dupla	R\$ 1.571,00	R\$ 5.238,00
7b	Página	R\$ 1.203,00	R\$ 4.009,00
7c	2/3 Página	R\$ 993,00	R\$ 3.307,00
7d	1/2 Página	R\$ 818,00	R\$ 2.726,00
7e	1/3 Página	R\$ 688,00	R\$ 2.294,00
7f	1/4 Página	R\$ 580,00	R\$ 1.932,00
7g	Valor Mínimo	R\$ 485,00	R\$ 1.618,00
7h	Encarte (por página)	R\$ 1.210,00	R\$ 4.031,00
7i	Projeto Especial	R\$ 3.732,00	R\$ 12.442,00
7j	Balanço		50% do valor de criação
	Relação		50% do valor de criação
	Finalização		25% do valor de criação

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 11/10/21

Inez Aparecida Leite

Diretora Geral

[Assinatura]

7) Revista (continuação)	ADAPTAÇÃO 30%	CRIAÇÃO
7.1) Gravação de Arquivos para Veiculação ou Transmissão via Rodo		
7.1a		R\$ 552,00
7.1b		R\$ 405,00
7.1c		R\$ 297,00
7.1d		R\$ 275,00
7.1e		R\$ 212,00
7.1f		R\$ 150,00
8) Mídia Exterior		
8a	Barca de Jornal, Back ou Front Light, Busdoor/Traseira/Lateral de Ônibus, Cabine Telefônica, Empresa de Predio, Fachadas, Outdoor, Painel Externo de Metrô, Testeira/Painel Frontal ou Lateral de Ponto de Ônibus, Traseira de Taxi, Placa de Rua, Relógio, Sarcas, Telpume	R\$ 1.275,00
8b	Faixa (fona ou tecido)	R\$ 303,00
8c	Projeto Especial	R\$ 2.551,00
	Refação	50% do valor de criação
	Finalização	25% do valor de criação
9) Mídia Interior		
9a	Papel Bandeja, Jogo Americano	R\$ 1.275,00
	Refação	50% do valor de criação
	Finalização	25% do valor de criação
10) Sinalização		
10.1) Sinalização Externa - Fachada		
10.1a	Fachada Frontal	R\$ 7.020,00
10.1b	Fachada Lateral	R\$ 4.860,00
10.1c	Testeira	R\$ 3.132,00
10.1d	Parede de Vidro (até 8 m²)	R\$ 5.184,00

10) Sinalização (continuação)	ADAPTAÇÃO 30%	CRIAÇÃO
10.2) Sinalização de Identificação		
10.2a	Diagnóstico e levantamento de informações: estudo do acesso aos locais a serem identificados, realizando a coleta de informações que serão sinalizadas e tragem da hierarquia da informação.	R\$ 4.752,00
10.2b	Criação de projeto conceitual de placas: desenvolvimento de "placa conceito" que apresenta identidade visual elaborada para o projeto e como a placa se comportará com as informações e aplicação no ambiente.	R\$ 5.616,00
10.2c	Desdobramento por placa	R\$ 886,00
10.3) Sinalização de Orientação		
10.3a	Diagnóstico e levantamento de informações: estudo do fluxo de pessoas no ambiente e análise dos lugares para a implementação da sinalização de orientação. Coleta de informações que serão sinalizadas e tragem da hierarquia da informação.	R\$ 6.912,00
10.3b	Criação de projeto conceitual de placas: desenvolvimento de "placa conceito" que apresenta ao cliente a identidade visual elaborada para o projeto e como a placa se comportará com as informações e aplicação no ambiente.	R\$ 5.616,00
10.3c	Desdobramento por placa	R\$ 1.026,00
10.4) Mobiliário		
10.4a	Jornal Mural	R\$ 6.912,00
10.4b	Panel	R\$ 4.968,00
10.4c	Adesivação Chão ou Teto	R\$ 4.752,00
10.5) Ambientação Institucional (Branding Ambiental)		
10.5a	Diagnóstico e levantamento de informações: estudo dos ambientes mais adequados para propor a ambientação para o local. Análise dos melhores lugares para a implementação da ambientação. Coleta de informações que serão sinalizadas e tragem da hierarquia da informação.	R\$ 6.912,00

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba - 11/02/16

Inez Aparecida Leite

Diretora Geral

12) Material Promocional (continuação)	ADAPTAÇÃO 30%	criação
12j) Uniforme/Uniforme Promocional (Feiras/Eventos)	R\$ 865,00	R\$ 2.895,00
12k) Tectem (projeto e desenvolvimento)	R\$ 1.148,00	R\$ 3.826,00
Relação		50% do valor de criação
Finalização		25% do valor de criação
13) Material Impresso		
13a) Agenda (projeto gráfico)	R\$ 2.419,00	R\$ 8.063,00
13b) Agenda (só capa)	R\$ 991,00	R\$ 3.305,00
13c) Agenda (por página)	R\$ 360,00	R\$ 1.198,00
13d) Agenda (por página, só troca de data)	R\$ 67,00	R\$ 222,00
Broadside (por página), Bolecha de CD, Capa de Caderno, Capa de Cartilha, Capa de Catálogo, Capa de CD, Calendário (por lâmina), Certificado, Corwife, Encarte de CD (por lâmina)	R\$ 579,00	R\$ 1.928,00
13e) Cartilha, Catálogo de Produtos, Folheto Institucional, Folheto Técnico e Cardápio (por página)	R\$ 458,00	R\$ 1.527,00
13g) Fôlder	R\$ 1.609,00	R\$ 5.364,00
13h) House Organ/Newsletter (projeto até 4 páginas)	R\$ 3.107,00	R\$ 10.356,00
13i) House Organ/Newsletter (projeto por página adicional)	R\$ 618,00	R\$ 2.061,00
13j) House Organ/Newsletter Diagramação (por página)	R\$ 417,00	R\$ 1.389,00
13k) Livro/Revista - Projeto Gráfico	R\$ 25.689,00	R\$ 85.631,00
13l) Livro/Revista - Diagramação (por página)	R\$ 417,00	R\$ 1.339,00
13m) Relatório de Diretoria - Projeto Gráfico	*R\$ 17.562,00	R\$ 58.539,00
13n) Relatório de Diretoria Diagramação (por página)	R\$ 575,00	R\$ 1.916,00
Relação		50% do valor de criação
Finalização		25% do valor de criação

Observação:

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



Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 11/02/16

Inez Aparecida Leite
Diretora Geral




14) Embalagens			
14a) Caixa Display de Produto	R\$ 5.286,00	R\$ 17.617,00	
14b) Cartela, Rótulo	R\$ 1.491,00	R\$ 4.972,00	
14c) Caixa de Embarque, Cartela com Saco, Embalagem Blister/Sampling, Embalagem (adaptação)	R\$ 2.065,00	R\$ 6.882,00	
14d) Embalagem para Relatório de Diretoria (luva, caixa, envelope especial)	R\$ 2.308,00	R\$ 7.695,00	
14e) Embalagem de Produto	R\$ 6.222,00	R\$ 20.739,00	
14f) Embalagem de Linha de Produtos (pacote de até 5 embalagens)	R\$ 24.893,00	R\$ 82.975,00	
14g) Embalagem Promocional, Mock-Ups (sem custo de terceiros)	R\$ 3.641,00	R\$ 12.135,00	50% do valor de criação
Relação			25% do valor de criação
Finalização			
15) Comunicação Digital			
15a) Planejamento de Ação/Promoção/Web		R\$ 35.545,00	
15b) Planejamento de Ações em Redes Sociais		R\$ 35.545,00	
Planejamento de Campanhas de Link Patrocinados/Redes Sociais (Setup e Acompanhamento - Não inclui Criação de Anúncios ou Posts)			
15c) Investimento até R\$ 20.000,00		R\$ 6.311,00	
15d) Investimento entre R\$ 20.000,01 e R\$ 50.000,00		R\$ 8.495,00	
15e) Investimento acima de R\$ 50.000,01		R\$ 13.526,00	
15f) Wireframe (por tela)			A definir em horas técnicas
15g) Arquitetura de Projeto			A definir em horas técnicas
15h) Tag Book			A definir em horas técnicas
15i) SEO Book			A definir em horas técnicas
15j) Gestão de Projeto			A definir em horas técnicas
15k) Apresentação multimídia (por slide)	R\$ 200,00	R\$ 666,00	

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

15) Comunicação Digital (continuação)	ADAPTAÇÃO 30%	CRIAÇÃO
15cc	R\$ 2.363,00	R\$ 7.876,00
15cd	R\$ 444,00	R\$ 1.480,00
15ce		R\$ 1.480,00
15cf		50% do valor de criação
15cg		25% do valor de criação
15.1) Banners e Pop-Ups/Lightbox		
15.1a	R\$ 411,00	R\$ 1.371,00
15.1b	R\$ 1.030,00	R\$ 3.434,00
15.1c	R\$ 2.209,00	R\$ 7.362,00
15.1d	R\$ 914,00	R\$ 3.047,00
15.1e	R\$ 1.780,00	R\$ 5.931,00
15.2) Redes Sociais		
15.2a		A partir de R\$ 12.560,00
15.2b		A partir de R\$ 15.576,00
15.2c		A partir de R\$ 35.553,00
15.2d		A partir de R\$ 4.665,00
15.2e		A definir em horas técnicas
15.2f		A definir em horas técnicas
15.2g		A partir de R\$ 4.554,00
15.2h		A partir de R\$ 9.653,00

conferir com o Original e Dou Fe.

Rio Piracicaba 11/02/16

Inez Aparecida Leite
Diretora Geral



[Handwritten signature]

15) Comunicação Digital (continuação)	ADAPTAÇÃO 30%	criação
15.6) Serviços Especiais (por hora) (continuação)		
15.6c		RS 440,00
15.6d		RS 264,00
16) Editoração Eletrônica		
16.1) Digitação de Texto		
16.1a		RS 212,00
16.1b		RS 318,00
16.2) Tabelas, Gráficos e Maps		
16.2a		RS 2.800,00
16.2b		RS 1.786,00
16.2c		RS 768,00
16.2d		RS 2.550,00
16.2e		RS 7.200,00
16.2f		RS 10.400,00
16.3) Tratamento de Imagem		
16.3a		RS 241,00
16.3b		RS 107,00
16.3c		RS 460,00
16.3d		RS 296,00
16.3e		RS 296,00
16.4) Cópia de CD/DVD		
16.4a		RS 108,00

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 11/02/16

Inez Aparecida Leite

Diretora Geral



15) Comunicação Digital (continuação)	ADAPTAÇÃO 30%	criação
15.2) Redes Sociais (continuação)		
15.2		60% do valor do Hotsite original
15.2	RS 456,00	RS 1.520,00
15.2a		A partir de RS 3.548,00
15.2b		A definir em horas técnicas
15.3) Links Patrocinados		
15.3a		A definir em horas técnicas
15.3b		A partir de RS 6.928,00
15.3c	RS 144,00	RS 480,00
15.4) SEO		
15.4a		A definir em horas técnicas
15.4b		A partir de RS 6.928,00
15.5) Mobile		
15.5a		A definir em horas técnicas
15.5b		A definir em horas técnicas
15.6) Serviços Especiais (por hora)		
15.6a		RS 440,00
15.6b		RS 629,00

17) Print (por cópia)/Montagem de Boneca	ADAPTAÇÃO 30%	CRIAÇÃO
17a Montagem de Boneca (Mínimo de 1 hora)		R\$ 2.14,00
Formato		
17b A3 - Cor		R\$ 10,00
17c A4 - Cor		R\$ 10,00
17d A3 - P&B		R\$ 4,00
17e A4 - P&B		R\$ 3,00

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 11 / Out / 16



Imêz Aparecida Leite
Diretora Geral





Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo



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

REQUISIÇÃO de: Execução de Serviço de publicidade		Sector Requisitante: Gabinete do Presidente/Secretaria/Contabilidade. Aplicação/Justificativa: Devido a necessidade de divulgação dos atos da Câmara Municipal de Rio Piracicaba.	
Item	Und.	Descrição do Objeto	Valor Total Estimado
01	Mensal	Prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse do Município.	R\$ 80.000,00
<p>Data: 11/02/2016 TAYRONE ARCANJO GUIMARÃES Presidente da Câmara Municipal</p>			
ESTIMATIVA DE CUSTOS			
<p>Objetivando a instrução do processo, informamos que foi estimado o montante até 31 de dezembro de 2016 em R\$ 80.000,00 (Oitenta mil reais) para o objeto desta licitação.</p>			
<p>Data: 11/02/2016 INÊZ APARECIDA LEITE Diretora Geral</p>			
PREVISÃO DE RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS			
<p>Informamos que existe previsão de recursos orçamentários à conta da dotação nº 01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-D26</p>			
<p>Data: 11/02/2016 LÚCIA APARECIDA DOS SANTOS Chefe da Divisão de Contabilidade e Pessoal</p>			



PROCESSO LICITATÓRIO Nº. 003/2016

CONVITE Nº. 003/2016

A Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, torna público para conhecimento dos interessados que fará realizar o Processo Licitatório nº 003/2016, Modalidade: Convite nº 003/2016, **Menor Preço e Técnica**, Forma de Execução Empreitada por Preço Global regida pelas Leis Federais nºs 8.666/1993, de 21 de junho de 1993 e suas alterações, nº 12.232/2010, de 29/04/2010, pelas normas que regem a atividade de publicidade e propaganda Lei nº 4.680/65, Decreto Federal nº 57.690/66 parcialmente alterado pelo Decreto Federal nº 4.563/02; o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, instituído pelo Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em 1957 e incorporado à mencionada Lei nº 4.680/65; o Código Brasileiro de Auto Regulamentação Publicitária, as normas padrão da atividade publicitária sob orientação do CENP – Conselho Executivo de Normas Padrão, e demais condições fixadas neste edital.

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

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

LOCAL: Câmara Municipal de Rio Piracicaba
DATA: 23/02/2016
HORÁRIO: 09 horas

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

1.2. Fazem parte integrante deste Edital:

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

II - DO OBJETO

2.1 A presente licitação tem por objeto a contratação de agência de publicidade para a prestação de serviços de publicidade, considerados estes o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a previsão de execução externa e a distribuição de publicidade



Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo



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

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 003/2016
CONVITE Nº 003/2016
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

ENVELOPE Nº 02 – “PROPOSTA TÉCNICA II”
CONTEÚDO: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA IDENTIFICADA
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016
CONVITE Nº 003/2016
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA



ENVELOPE Nº 03 – “PROPOSTA TÉCNICA III”
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA
VIA SEM IDENTIFICAÇÃO - PADRONIZADO
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016
CONVITE Nº 003/2016
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA
VIA SEM IDENTIFICAÇÃO – SEM LOGOMARCA – SEM ETIQUETA

ENVELOPE Nº 04 – “PROPOSTA COMERCIAL”
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016
CONVITE Nº 003/2016
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

ENVELOPE Nº 05 – “DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO”
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016
CONVITE Nº 003/2016
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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



IV. DA PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO

4.1. Somente poderão participar desta licitação as empresas qualificadas como "agência de propaganda" nos termos do disposto no art. 3º da Lei Federal nº. 4.680/65, legalmente constituídas e que comprovarem sua habilitação, conforme disposto neste Edital.

4.2. Não poderá participar desta Licitação:

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

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

V. DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

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

VI. PROPOSTA TÉCNICA

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



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

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

- a) Folha A4;
- b) Fonte tipográfica: arial;
- c) Tamanho 12;
- d) Espaçamento de parágrafos: simples;
- e) Quantidade de peças: especificado nas exigências da proposta;
- f) Exemplos de peças: especificado nas exigências da proposta;
- g) Sem qualquer recuo de parágrafo e apenas um espaço entre um parágrafo e outro;
- h) Margens superior, inferior, esquerda e direita: 3,0 cm.
- i) Alinhamento justificado

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

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

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

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

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



Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo

especificação do período de atendimento de cada um deles;
d) Estrutura e organização da agência.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

6.3.3. **Ideia 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 **ideia criativa**, a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução para o problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com o raciocínio básico e com a estratégia de comunicação publicitária. Os exemplos de peças só podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout, storyboard impresso ou "monstro" de spot de rádio, com ou sem música, limitados



a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação proposto pela licitante.

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

6.3.5. A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, **sem os exemplos de peças referentes à idéia criativa,** conforme art. 9º, §2º da Lei 12.232/2010.

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

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

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

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

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

VII. PROPOSTA COMERCIAL

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

- a) Modalidade e número da licitação;
- b) Razão Social, CNPJ, inscrição estadual e municipal e endereço completo da proponente e qualificação do representante legal da empresa;



- c) Desconto a ser concedido à Câmara Municipal em relação aos custos internos de produção (índice percentual (%)) sobre a tabela de “Referência de Custos”, publicada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais – SINAPRO, não sendo, contudo, admitidos descontos superiores a 90% (noventa por cento) sobre a criação das peças, sob pena de desclassificação da licitante;
- d) Informar o percentual de honorários incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedidos pelos veículos de divulgação, onde não será admitido honorário superior a 15% (quinze por cento).
- e) Informar percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência limitar-se exclusivamente a contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, onde não serão admitidos honorários superiores a 10% (dez por cento).
- f) Prazo de pagamento das faturas que envolvam serviços/custos internos de produção da própria agência;
- g) Prazo de validade da proposta não inferior e sessenta dias contados da data de abertura dos envelopes respectivos;
- h) Declaração de que todos os tributos e demais encargos legais, fiscais, trabalhistas, previdenciários, comerciais e quaisquer outros que incidam ou venham a incidir sobre os serviços objeto desta licitação serão de responsabilidade do licitante/contratado.

7.2. Será desclassificada a proposta que exija faturamento mínimo.

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

VIII. DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO

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

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

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



8.3.1. Habilitação Jurídica:

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

8.3.2. Regularidade Fiscal:

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

8.3.3. Qualificação Técnica

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

8.3.4. Qualificação Econômico-Financeira:

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

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

IX. DOS PROCEDIMENTOS PARA JULGAMENTO



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

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

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

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

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

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



manifestante se retire da sala de reuniões.

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

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

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

X. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

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

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

XI. DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

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

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

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

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

capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando a quantidade e a qualificação dos profissionais colocados à disposição da linha de



atuação nos diferentes setores da agência licitante: **4,0 (quatro) pontos**;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

11.4.1. Não atenderem as disposições contidas neste Edital;

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

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

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

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

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



XII. DA PROPOSTA COMERCIAL

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

12.2. Serão desclassificadas as propostas comerciais que:

12.2.1. Não atenderem as disposições contidas neste Edital;

12.2.2. Apresentarem valor simbólico, irrisório ou valor zero;

12.2.3. Apresentarem vantagens baseadas nas ofertas dos demais licitantes;

12.2.4. Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado;

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

XIII. DA PROPOSTA VENCEDORA

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

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

XIV. DO JULGAMENTO DA HABILITAÇÃO

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

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

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

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

14.5. No caso de inabilitação de todos os interessados, a Comissão de Licitação



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

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

XV. DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

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

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

XVI. DO RECEBIMENTO DO OBJETO CONTRATUAL

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

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

XVII. DO PAGAMENTO DOS SERVIÇOS E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

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

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

17.2. Na ocorrência de necessidade de providências complementares por parte da contratada, o decurso do prazo para pagamento será interrompido, reiniciando a contagem a partir da data em que estas forem cumpridas.

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

Dotação: **01.031.0001.4005.3.3.90.39.00-D0040**

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



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

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

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

XVII. DO CONTRATO E PRAZOS

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

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

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

18.3. Na ocorrência da hipótese prevista no item 17.2 anterior, o fato em si constituirá inadimplência, podendo o objeto da licitação ser adjudicado à segunda colocada, a exclusivo critério da Câmara e desde que esta aceite as mesmas condições propostas pela primeira colocada, inclusive quanto aos preços, sujeitando-se a empresa faltosa, ainda, às sanções previstas neste Edital e na legislação pertinente.

18.4. O presente contrato terá sua vigência até 31/12/2016,

XIX. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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



19.1.1. Advertência

19.1.2. Multa, nos seguintes percentuais:

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

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

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

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

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

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

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

XX. DO DIREITO DE PETIÇÃO

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

20.1.1. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL no prazo de até dois dias úteis anteriores à data da primeira sessão de abertura de envelopes, em face de vícios ou irregularidades porventura nele existentes.

20.1.2. Decairá do direito a impugnar os termos deste Edital perante a Câmara, o



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 ou por comunicação direta mediante comprovação de recebimento.

XXI. DISPOSIÇÕES GERAIS

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



Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo



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

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

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

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

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

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

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

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

Rio Piracicaba, 11 de fevereiro de 2016.


Inês Aparecida Leite

Presidente da Comissão de Licitação



ANEXO I

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016 CONVITE Nº 003/2016

BRIEFING

I - ENTIDADE PROPONENTE: Câmara Municipal de Rio Piracicaba.

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

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

3.1. Constituem serviços específicos a serem prestados pela contratada:

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

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

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

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

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

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



Demonstração do valor devido ao veículo de comunicação;
Tabela de preços do veículo de comunicação;
Demonstração do pedido de inserção da publicação.

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

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

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

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

a) Padrão de qualidade, prazos e custos fixados;

b) Prática de preços em conformidade com os praticados no mercado, e, no caso de subcontratação, deverá ser realizada a tomada de minimamente 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, exceto nos de serviços realizados pela imprensa falada e escrita;

c) Obedecer às normas da legislação pertinente em vigor, em especial o Código de Ética, do CONAR, e a Lei Federal nº 12.232/10.

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

IV - HISTÓRICO E CONTEXTUALIZAÇÃO

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

O arraial de São Miguel de Rio Piracicaba, hoje Rio Piracicaba, teria sido fundado



Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo



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

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

- 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, 11 de fevereiro de 2016.

Legistando com Transparência!


Inêz Aparecida Leite

Diretora da Câmara



ANEXO II

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016
CONVITE Nº 003/2016

MODELO DE CREDENCIAMENTO

Mediante o presente, credenciamos o(a) Sr.(a), portador (a) da Cédula de Identidade nº e CPF nº, a participar da licitação instaurada pela Câmara Municipal de Rio Piracicaba, na modalidade CONVITE Nº 003/2016, na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, outorgando-lhe plenos poderes para pronunciar-se em nome da empresa, CNPJ nº, bem como formular propostas, dar lances verbais e praticar todos os demais atos inerentes ao certame, inclusive assinar contratos.

Câmara Municipal
..... de de

Rio Piracicaba

Assinatura do Dirigente da Empresa

Legistando com Transparência!



ANEXO III

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016
CONVITE Nº 003/2016

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

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

Rio Piracicaba

..... de de 2016.

Legistando com Transparência!

.....
Nome e Assinatura da Licitante



ANEXO IV

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016
CONVITE Nº 003/2016

DECLARAÇÃO DE FATO IMPEDITIVO

_____, CNPJ _____
_____, sediada _____

, por intermédio de seu representante legal, infra-assinado, e para os fins do CONVITE nº 003/2016, DECLARA expressamente que até a presente data, inexistem fatos supervenientes impeditivos para sua habilitação no presente processo licitatório, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores, em cumprimento ao que determina o subitem 8.1.1 do Edital.

Câmara Municipal de _____ de _____
Rio Piracicaba

Assinatura do Representante Legal e carimbo da Licitante

Legistando com Transparência!

Câmara Municipal
Rio Piracicaba

Legistando com Transparência!



ANEXO V AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016 - CONVITE Nº 003/2016

PROPOSTA COMERCIAL (PAPEL TIMBRADO DA PROPONENTE)

Declaramos que, nos termos desta licitação, **CARTA CONVITE Nº003/2016**, adotaremos a seguinte política de preços:

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

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

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

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

Caso nos seja adjudicado o objeto da presente licitação, nos comprometemos a fornecer no prazo determinado os documentos de convocação, indicando para esse fim o Sr. _____, Carteira de Identidade nº. _____ expedida em ___/___/___, Órgão Expedidor _____ e CPF nº _____, como representante legal desta empresa.

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

Atenciosamente,

.....
FIRMA PROPONENTE / CNPJ

.....
REPRESENTANTE LEGAL / CPF



ANEXO VI AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº003/2016, CONVITE Nº 003/2016.

**MINUTA DE CONTRATO REFERENTE A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE
PUBLICIDADE, CONFORME PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016,
CONVITE 003/2016.**

A **CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA**, CNPJ Nº.23.943.467/0001-70, com sede na Avenida Dom Joaquim Silvério, 174 – Bairro Praia, deste município, a seguir denominado **CONTRATANTE**, neste ato representado por seu Presidente, Sr. _____; brasileiro, residente e domiciliado nesta cidade, portador da CI: _____ e do CPF: _____ e a _____, CNPJ Nº _____ com _____ sede na _____, a seguir denominada **CONTRATADA**, neste ato representado (a) pelo Sr (a). _____, CPF _____, C.I. _____, resolvem firmar o presente contrato, em conformidade com o Processo Licitatório nº 003/2016, na modalidade Convite 003/2016, do tipo Menor Preço e Técnica, regida pela Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações e pela lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1- O objeto da contratação é a prestação de serviços de publicidade. Considerado este o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a informação de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir idéias. Enfim, a publicidade dos atos da Câmara Municipal de Rio Piracicaba.

1.1. Constituem serviços específicos a serem prestados pela contratada:

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



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

CLÁUSULA SEGUNDA – DO PREÇO E DA FORMA DE PAGAMENTO

2.1. – O preço total do presente contrato é estimado em R\$ ----- (-----
-----).

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

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

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

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

2.6. A CONTRATANTE efetuará o pagamento pelos serviços objeto deste contrato, desde que previamente autorizados e depois de comprovada a sua efetiva realização, até o 5º (quinto) dia útil posterior à apresentação dos respectivos documentos legais de cobrança.

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

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

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



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

2.8.2. – O faturamento deverá vir acompanhado:

- Comprovante da prestação de serviços;
- Nota Fiscal/Fatura do fornecedor com a discriminação obrigatória do período da prestação de serviços;
- Autorização devidamente assinada pelo servidor responsável;
- Termo de Aceitação de Serviço assinado pelo servidor responsável.

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

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

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

CLÁUSULA TERCEIRA - DA ALTERAÇÃO DO CONTRATO

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

3.1.1. Unilateralmente, pela CONTRATANTE, quando necessária a modificação do valor contratual em decorrência de acréscimo ou diminuição quantitativa de seu objeto, nos limites permitidos pela Lei.

3.1.2. Por acordo das partes:

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

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

3.1.2.3. Para restabelecer a relação que as partes pactuaram inicialmente entre os encargos do contratado e a retribuição da administração para a justa remuneração dos serviços, objetivando a manutenção do equilíbrio econômico



financeiro inicial do contrato, na hipótese de sobrevirem fatos imprevisíveis ou previsíveis, porém de consequência incalculável, retardadores ou impeditivos da execução do ajustado, ou, ainda, em caso de força maior, caso fortuito ou fato do príncipe, configurando área econômica extraordinária e extraordinária.

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

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

CLÁUSULA QUARTA - DA DOTAÇÃO

4.1.- As despesas decorrentes do presente contrato correrão à conta da dotação orçamentária nº **01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-D26**

CLÁUSULA QUINTA - DA VIGÊNCIA

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

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

CLÁUSULA SEXTA - DA NOVAÇÃO

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

CLÁUSULA SÉTIMA - DA FISCALIZAÇÃO

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

CLÁUSULA OITAVA – DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

São obrigações das partes:

8.1 – DO CONTRATANTE:

a) Prestar ao Contratado todos os esclarecimentos necessários à execução do Contrato.



b) Acompanhar e fiscalizar o cumprimento do objeto do contrato.

c) Efetuar o pagamento na forma e prazo previstos na Cláusula 2ª deste instrumento.

8.2 – DA CONTRATADA:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

8.2.23 Divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste



contrato, que envolva o nome do **CONTRATANTE**, somente mediante sua prévia e expressa autorização;

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

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

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

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

CLÁUSULA NONA – DA RESCISÃO

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

10.1.1. Advertência

10.1.2. Multa, nos seguintes percentuais:

- a) Multa no importe de 0,5% (cinco décimos por cento) do valor devido sobre o serviço ou parte dele, por dia de atraso na entrega do serviço ou bem;



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

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

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

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

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA PUBLICAÇÃO

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DO FORO

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

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

Rio Piracicaba/MG, _____ de _____ de 2016.



Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo



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

CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA/MG

CONTRATADA

Testemunhas: _____ CPF nº: _____ CPF nº: _____

Câmara Municipal
Rio Piracicaba

Legistando com Transparência!



Av. Dom Joaquim Silvério, 174 - Centro - Rio Piracicaba - MG
Fone: 31-3854-1353 - CEP: 35940-000



ANEXO VII

DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS
EDITAL DE LICITAÇÃO – CONVITE Nº 003/2016

Rio Piracicaba, de de 2016

À
Câmara Municipal de Rio Piracicaba

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

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



Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo



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

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

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

Atenciosamente,

(Assinatura do representante legal da empresa)

Câmara Municipal
Rio Piracicaba

Legislando com Transparência!

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

**CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA
PARECER Nº 08/2016**

Origem: Comissão Permanente de Licitação
Assunto: Edital - PROCESSO LICITATÓRIO Nº: 003/2016

Chega a esta Assessoria, solicitação da Presidente da Comissão Permanente de Licitação referente ao Processo Licitatório nº 04/2016, Convite nº 003/2016, para fins de parecer, na forma art. 38 da Lei Nº 8666/93, parágrafo único.

Trata-se de licitação de 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 Legislativo Municipal.

Analisa-se.

No mérito

Após promoções internas, verificou-se disponibilidade orçamentária, conforme recurso orçamentário: 01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-D26, sendo viabilizada a confecção de edital para publicidade do ato.

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

Esse é o nosso parecer.

Belo Horizonte, 11 de fevereiro de 2016.


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



AVISO DE LICITAÇÃO

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

Processo Licitatório nº: 003/2016

Modalidade de Licitação: Convite nº 003/2016

Síntese do objeto: Prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal.

Tipo de Licitação: Menor Preço e Técnica

Critério de Julgamento: Menor Preço e Técnica

Entrega de envelopes: 23/02/2016 às 9 horas

Local para informações e obtenção do Edital e anexos: Câmara Municipal de Rio Piracicaba, à Av. Dom Joaquim Silvério, 174- Centro, de 8 às 11 horas e de 13 às 17 horas ou pelo telefone: (31) 3854-1353.

Rio Piracicaba, 11 de fevereiro de 2016.

Inês Aparecida Leite
Presidente da Comissão de Licitação





**PROTOCOLO DE ENTREGA DO CONVITE RELATIVO AO PROCESSO
LICITATÓRIO 003/2016, MODALIDADE CONVITE Nº 003/2016**

Recebi da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, o Convite relativo ao Processo Licitatório nº 003/2016 e Modalidade Convite nº 003/2016.

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

Ipatinga, 12 de *Janeiro* de 2016.

Rio Piracicaba
Da Paes
(Assinatura e Carimbo da Empresa)

Legislando com Transparência!

Da Paes

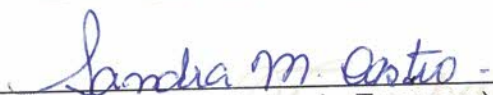


**PROTOCOLO DE ENTREGA DO CONVITE RELATIVO AO PROCESSO
LICITATÓRIO 003/2016, MODALIDADE CONVITE Nº 003/2016**

Recebi da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, o Convite relativo ao Processo Licitatório nº 003/2016 e Modalidade Convite nº 003/2016.

Firma: **PROMOCIONAL PROPAGANDA LTDA**
Rua dos Cravos, 530 A - São Pedro
Itabira/MG CEP: 35.900.125

_____, 12 de fevereiro de 2016.



(Assinatura e Carimbo da Empresa)

Promocional Propaganda Ltda.
CNPJ: 21.612.387/0001-07
Rua dos Cravos, 530A - São Pedro
Itabira - MG - Cep: 35900-125

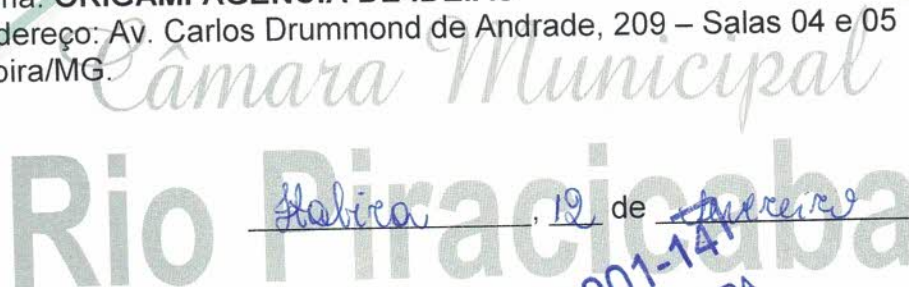




PROTOCOLO DE ENTREGA DO CONVITE RELATIVO AO PROCESSO LICITATÓRIO 003/2016, MODALIDADE CONVITE Nº 003/2016

Recebi da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, o Convite relativo ao Processo Licitatório nº 003/2016 e Modalidade Convite nº 003/2016.

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



Itabira, 19 de março de 2016.

64.292/0001-14
 (Assinatura e Carimbo da Empresa)
ORIGAMI AGÊNCIA DE IDEIAS LTDA
 AV. CARLOS DRUMMOND DE ANDRADE,
 Nº 209 - SALA 04 - CENTRO
 CEP: 35900-025
ITABIRA - MG



Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo



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

PROTOCOLO DE ENTREGA DO CONVITE RELATIVO AO PROCESSO LICITATÓRIO 003/2016, MODALIDADE CONVITE Nº 003/2016

Recebi da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, o Convite relativo ao Processo Licitatório nº 003/2016 e Modalidade Convite nº 003/2016.

Firma: **CPA PROPAGANDA LTDA EPP**
Endereço: Av. João Soares da Silva, nº 29 - Bairro: Penha Itabira/MG.

Câmara Municipal
Rio Piracicaba

_____, 12 de fevereiro de 2016.

Patúcia Moura
CPA Propaganda Ltda - EPP
22.115.117/0001-53

(Assinatura e Carimbo da Empresa)

Legislando com Transparência!



**PROTOCOLO DE ENTREGA DO CONVITE RELATIVO AO PROCESSO
LICITATÓRIO 003/2016, MODALIDADE CONVITE Nº 003/2016**

Recebi da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, o Convite relativo ao
Processo Licitatório nº 003/2016 e Modalidade Convite nº 003/2016.

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

Câmara Municipal
Rio Piracicaba

, 12 de FEVEREIRO de 2016.

Manoel Heleno Alves
(Assinatura e Carimbo da Empresa) 12/02/2016



PROTOCOLO DE ENTREGA DO CONVITE RELATIVO AO PROCESSO LICITATÓRIO 003/2016, MODALIDADE CONVITE Nº 003/2016

Recebi da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, o Convite relativo ao Processo Licitatório nº 003/2016 e Modalidade Convite nº 003/2016.

Empresa: **SHINE-ON LTDA.**

Endereço: Av. Wilson Alvarenga, 1047- Sala 801 - Carneirinhos
35.930-480 – João Monlevade - MG

Câmara Municipal
Rio Piracicaba

12 de Junho de 2016.


(Assinatura e Carimbo da Empresa)

02 367 995 / 0001 - 59

SHINE ON LTDA. - ME

AV. WILSON ALVARENGA, Nº 1047 - SALA 801

CARNEIRINHOS - CEP 35930-480

JOÃO MONLEVADE - MG





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 003/2016, Convite nº 003/2016.

Rio Piracicaba, 19 de fevereiro de 2016.

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

Legistando com Transparência!



PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016
CONVITE Nº 003/2016

CREDENCIAMENTO

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

A licitação Carta/Convite será no dia 23 de fevereiro de 2016.

Rio Piracicaba, 22 de fevereiro de 2016.

Cartório do 2º Ofício

Douglas Antônio Araújo Cota
Representante Legal
Shineon Ltda
CNPJ: 02.367.995/0001-59

02 367 995 / 0001 - 59

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

Segundo Ofício de Notas de João Monlevade
Av. Wilson Alvarenga, 1.047 - Loja 01 - Carneirinhos - João Monlevade - MG - CEP 35930-001
E-mail: cartorio2oficiojm@hotmail.com - Tel./Fax: 31 3852-3606 / 3851-7539

Reconheço por semelhança a(s) seguinte(s) de:

DOUGLAS ANTONIO ARAUJO COTA

João Monlevade Data/Hora de utilização: 22/02/2016 16:01:34

Dou Fé. Tabelião - ENILDA BRAGANÇA DE MENDONÇA ANDRADE

EMOL: R\$ 4,20 REC-0,25 TF-J: R\$ 1,38 Total: R\$ 5,83



Handwritten signatures and initials.

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DAS CIDADES
DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRÂNSITO
CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO

INTERPRINT LTDA

VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL
973266241

PROIBIDO PLASTIFICAR
973266241

NOME: ANA LUISA MAGALHAES BUENO TAVEIRA

DOC. IDENTIDADE / ORG. EMISSOR UF: MG13177514 SSP MG

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

FILIAÇÃO: ORLANDO DE FATIMA TAVEIRA, INES MAGALHAES BUENO TAVEIRA

PERMISSÃO: ACC: CATEG: AB

Nº REGISTRO: 03496957255 VALIDADE: 15/07/2019 1ª HABILITAÇÃO: 27/01/2005

OBSERVAÇÕES

ASSINATURA DO PORTADOR: *Amblavira*

LOCAL: JOAO MONLEVADE, MG DATA EMISSÃO: 17/07/2014

ASSINATURA DO EMISSOR: *Anderson Alcântara Silva Mello* Diretor Detran / MG 60043837170 MG455917906

DETRAN - MG (MINAS GERAIS)

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 23/02/16

[Assinatura]
Inêz Aparecida Leite
Diretora Geral

[Assinaturas]



Handwritten signature and initials in blue ink.

capacidade de atendimento

EQUIPE PROFISSIONAL

A shineOn está devidamente certificada pelo Cerp como full service, possui aptidão técnica e tem estrutura funcional para realizar o pleno atendimento à Câmara Municipal, desempenhando integralmente o conjunto de atividades que tenham por objeto o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos Veículos de Comunicação e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a oferta de bens e serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral, conforme estabelece as normas-padrão do Cerp.

A equipe da agência é composta por profissionais com graduação, pós graduação e MBA em diversas áreas: marketing, publicidade e propaganda, jornalismo, design gráfico, administração, sistema de informação, letras e comunicação pública, e são responsáveis pela execução dos serviços de:

- Planejamento estratégico publicitário;
- Plano de mídia e produção;
- Criação e design;
- Redação publicitária;
- Projetos de web e mídias sociais;
- Comunicação interna;
- Consultoria e assessoria publicitária;
- Estudos de pesquisa de mercado.

NOSSA EQUIPE É: DIFERENTE, CRIATIVA E INTEGRADA!

Profissionais com formação superior e especialização na área (MBA, Pós, Cursos de Especialização)

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

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

Abaixo a quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação da Câmara Municipal.:

Atendimento/Planejamento	
Douglas Cota	Diretor Executivo Atendimento - Exp: 19a. (nível sênior)
Simone Soares	Diretora de Planejamento - Exp: 18a. (nível sênior)
Gizele Pinho	Gerente de Atendimento - Exp: 10a. (nível sênior)
Érico Porto	Gerente de Planejamento - Exp: 15a. (nível sênior)
Ana Luísa Bueno	Produção, Mídia e RTVC - Exp: 6 a. (nível sênior)
Fabiana Diniz	Produção, Mídia e RTVC - Exp: 11a. (nível sênior)
Criação	
Ícaro Costa	Redação - Exp: 15 a.
Ana Luísa Cota	Diretora Criação - Exp: 17 a.
Diego Higino	Diretor Criação - Exp: 09 a.
Talles Viana	Diretor de Arte - Exp: 05 a.
Leonardo Sathler	Diretor de Arte - Exp: 12 a.
Administrativo	
Elinete Souza	Auxiliar de Atendimento - Exp: 17a.

ENVELOPE 2

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016
CONVITE 003/2016

Razão Social: ShineOnLtda
CNPJ: 02.367.995/0001-59
Inscrição Municipal: 4630-2
Data de ativação: 02/01/1998
E-mail: shineon@shineoncomunicacao.com.br
Internet: www.shineoncomunicacao.com.br

Av. Wilson Alvarenga, 1047
Bairro Carneirinhos - João Monlevade - MG - Cep: 35.930-001
Tele-fax: 31-3852-1634

SÓCIOS

Douglas Antônio Araújo Cota Cotas: 98,9 %
Cléria Araújo Cota Cotas: 1,1 %

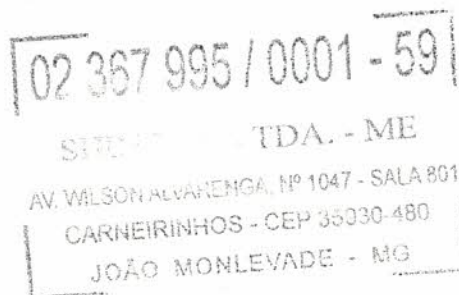
REPRESENTANTE LEGAL

Douglas Antônio Araújo Cota
39 anos, casado.

Rio Piracicaba, 23 de fevereiro de 2016.

P/ Jora Rosa Magalhães Bueno Lacerda

Douglas Antônio Araújo Cota.



[Handwritten signatures]

6.3.1. RACIOCÍNIO BÁSICO

A - CONHECIMENTO DAS CARACTERÍSTICAS GERAIS DO CLIENTE:

Fundada pelo paulista João dos Reis Cabral, o antigo arraial de São Miguel de Rio Piracicaba teve sua origem na época do ouro, entre o fim do século XVII e início do XVIII. Foi elevado a município pela Lei Estadual nº 556, de 30 de agosto de 1911.

A primeira Câmara Municipal da cidade foi instalada em junho de 1912 e teve como presidente o Sr. Antônio Saturnino, que também seria o primeiro prefeito da cidade. Essa data marca a emancipação político administrativa do município, com a promulgação da Lei Nº 01 – criando os “Estatutos Municipais”.

Atualmente, Rio Piracicaba tem sua economia baseada na extração de minério de ferro, agricultura de subsistência e pecuária leiteira. Sua população estimada para 2015 foi de 14.602 habitantes (IBGE, 2016), sendo 80% residente na zona urbana e 20% na zona rural.

Na área da cultura, o município mantém eventos tradicionais como a festa do Jubileu do Senhor Bom Jesus, que reúne milhares de fiéis todos os anos, e a Festa do Congado, uma das mais antigas do estado, com mais de 250 anos. Rio Piracicaba ainda promove tradicionalmente as Cavalgadas e a Semana Cultural do Legislativo, realizada no aniversário da fundação da cidade.

Em três séculos de história, Rio Piracicaba ainda mantém um grande potencial de crescimento, desenvolvimento e progresso e o Poder Legislativo Municipal é efetivo em seus trabalhos em prol dos cidadãos, exercendo seu papel ativamente e com transparência.

B - CONHECIMENTO GENÉRICO DOS SERVIÇOS PRESTADOS PELA CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

A partir da Constituição Federal de 1988 foi restaurada a autonomia municipal brasileira que descentralizou os poderes, passando os municípios a terem autonomia política, administrativa e financeira, e possibilitando a aproximação do povo de seus representantes locais.

A aproximação dos representantes políticos com a população é um grande benefício para a sociedade, pois permite a descoberta das vocações econômicas do município e de suas necessidades peculiares.

A democracia participativa tornou-se uma realidade nos municípios após a Constituição de 88, pois os cidadãos tornaram-se ativos para a formulação de políticas públicas através de consultas populares, orçamento participativo, conselhos gestores e fiscalização de políticas e ouvidorias.



O município de Rio Piracicaba tem seu Poder Legislativo representado por 9 (nove) vereadores, eleitos através do voto direto e que exercem suas funções básicas de:

- legislar: elaborando projetos e outras proposições que são votadas durante as sessões ordinárias e/ou extraordinárias;
- fiscalizar: controlando e fiscalizando os atos do Executivo, de forma individual ou através das comissões permanentes ou especiais;
- sugerir: indicando e alertando o Executivo sobre determinada necessidade da população, estimulando assim as providências cabíveis;
- representar: sendo o “porta voz da população”, do partido que representa e de movimentos organizados de um modo em geral, organizando e conscientizando a população.

O estreitamento do laço entre a Câmara de Rio Piracicaba e os piracicabenses é caracterizado pelo estímulo da participação popular e pelo envolvimento do cidadão nas causas comuns, exercendo assim democraticamente seus direitos e deveres em prol do bem estar da comunidade.

C - ACUIDADE DE COMPREENSÃO EM RELAÇÃO ÀS NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO DA LINHA DE ATUAÇÃO SUGERIDA

Amparado pela Constituição Federal (art. 37, § 1º), que orienta que a publicidade do setor público deve ser relacionada aos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos e sua publicidade deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, e pela necessidade de cumprimento dos preceitos das leis federais de Responsabilidade Fiscal (101/2000 e 131/2009) e de Acesso à Informação (12.527/2011), o plano de comunicação desenvolvido pela agência para a Câmara Municipal de Rio Piracicaba priorizará a função representativa do Poder Legislativo, objetivando assim ampliar a prática da cidadania pela comunidade.

O Câmara Municipal tem o dever e o direito de dar publicidade aos seus atos, mantendo assim uma legislação pautada pela transparência das informações, assegurando o acesso e disseminação dessas informações e incentivando a prática da cidadania pela população. A cidadania, segundo conclusão do Prof. José Afonso da Silva, consiste na consciência de pertinência à sociedade estatal como titular dos direitos fundamentais, da dignidade como pessoa humana, da integração participativa no processo do poder, com a igual consciência de que essa situação subjetiva envolve também deveres de respeito à dignidade do outro e de contribuir para o aperfeiçoamento de todos.

A publicidade para o poder público faz parte portanto de um amplo e complexo processo de comunicação, onde o órgão público tem como obrigação de popularizar as ações realizadas, informando seu público de forma clara, coerente e conceitual sobre todo o processo da legislação municipal e a população tem como direito ter acesso a essas informações.



A comunicação para o Poder Legislativo de Rio Piracicaba terá então o caráter de cumprir o direito da população ao acesso as informações e irá orientar e esclarecer a sociedade sobre o entendimento do papel e função da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, contribuindo assim para a formação de uma consciência cidadã nos moradores e para a prática da cidadania.

A estratégia adotada pela agência será a de mostrar uma Câmara Municipal atuante e empenhada em gerar um futuro de oportunidades para que a população piracicabense possa construir seu futuro em Rio Piracicaba, vivendo, trabalhando e constituindo sua família.

D - ACUIDADE DE COMPREENSÃO DEMONSTRADA EM RELAÇÃO ÀS NECESSIDADES DE COMUNICAÇÃO

A Câmara Municipal de Rio Piracicaba realiza diversas ações fundamentais e importantes que contribuem para o desenvolvimento e crescimento da cidade: implantação de comissões que atuam em diversas áreas, realização de concursos públicos, implantação internet popular, realização semana cultural, Medalha Mérito Legislativo, Condecoração do Mérito Escolar, Criação do Espaço Cultural Professor Paulo Neves de Carvalho, Diploma Operário Padrão, Projeto Câmara nas Escolas, além das atividades relacionadas à aprovação de leis.

Deparamos com um Casa Legislativa ativa e empenhada em favor da comunidade, todavia se faz necessária a criação de uma estratégia de comunicação cujo objetivo central seja desenvolver uma sociedade cidadã e democrática, onde as diferenças - vereador x cidadão - sejam reduzidas e o pensamento coletivo seja ampliado, incentivando assim que a população assuma uma atitude cada vez mais presente e participativa junto a seus representantes políticos.

Para cumprir essa premissa, faz-se necessário comunicar a toda a população piracicabense acerca do trabalho contínuo dos parlamentares, conscientizando-a sobre qual é o real papel do vereador e do cidadão, elevando assim o grau de confiança depositado no Poder Legislativo de Rio Piracicaba.

Handwritten signatures and initials in blue ink.

6.3.2. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

A) FORMULAÇÃO DO CONCEITO DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

A comunicação pública é um instrumento essencial para fortalecer e popularizar o processo participativo entre o povo e o poder legislativo. O fortalecimento do processo participativo se dá através da criação de uma sociedade informada e conhecedora de seus direitos e deveres, incentivando a população a se tornar mais atuante e praticante de uma cidadania ativa, refletindo assim no desenvolvimento do município.

A necessidade de comunicação é a de apresentar uma Câmara Municipal atuante no desenvolvimento da cidade e aberta à população. Para suprir essa necessidade, a estratégia da agência será a desenvolver um plano de comunicação que reforce a imagem positiva do Legislativo, agregando valores primordiais para o entendimento do público de que a Câmara Municipal de Rio Piracicaba realiza um trabalho sério e comprometido e anseia pela participação popular para melhorar os trabalhos que já vem sendo realizados no município.

O público alvo para a campanha será dividido em:

- Público-alvo primário - Moradores e trabalhadores: população local em geral, abrangendo todas as classes sociais e faixa etária.
- Público-alvo secundário - Formadores de opinião: imprensa, lideranças locais e associações de bairros que irão disseminar a campanha em seu meio de atuação.

Para atingir este público, a agência desenvolveu um conceito para a campanha fundamentado nos seguintes pontos relevantes:

- a) a comunicação deve ter um propósito claro e de fácil compreensão e ser abrangente em toda a sociedade;
- b) a abordagem deve possuir um chamado relevante, que faça com que o público-alvo se identifique, se sensibilize e se envolva com a comunicação;
- c) a linguagem precisa ser simples e clara para se tornar compreensível por todo o público;
- d) a comunicação precisa divulgar informações necessárias e estratégicas para garantir a compreensão correta do público, gerando lembrança e resposta à campanha;

Seguindo esta linha de raciocínio, a agência desenvolveu o seguinte tema:
"Fazendo hoje um amanhã melhor para todos".

B) FORMULAÇÃO DO TEMA DA COMUNICAÇÃO ADOTADO PARA A LINHA DE ATUAÇÃO

Com o intuito de propor uma campanha capaz de se comunicar a mensagem de maneira clara e correta com o receptor, a agência prevê que a cobertura de divulgação da campanha será massiva, envolvente e que atinja toda a

Handwritten signatures and initials in blue ink.

comunidade, sendo que a linha de atuação estratégica contemplará as seguintes vertentes da comunicação:

1–Vertente institucional: reafirmar a imagem positiva do Legislativo Municipal enquanto instituição promotora do desenvolvimento do município, fazendo com o público reconheça o trabalho que vem sendo realizado.

2–Vertente informativa: apresentar todas as informações necessárias para que a população entenda a importância das ações do Legislativo e da participação popular, fazendo com que a campanha alcance a aceitação do público e reflita em confiança no atual Legislativo Municipal.

3–Vertente emocional: demonstrar que a Câmara Municipal realiza um trabalho sério, honesto e preocupado com o desenvolvimento do município, fortalecendo assim os vínculos emotivos da sociedade para com o atual Legislativo.

Para cobertura de todo o público, a tática de execução da campanha consistirá nas seguintes estratégias:

RÁDIO: veiculação de spot na rádio local

CARTAZES: veiculação de cartazes da campanha em todas as repartições públicas, escolas, comércio da zona rural, postos de saúde e comércio da zona urbana.

BANNER ON LINE: veiculação de banner no site oficial da Câmara Municipal e sites de notícias da cidade.

ANÚNCIO JORNAL: envio de anúncios aos veículos de circulação local, ampliando assim a comunicação da campanha.

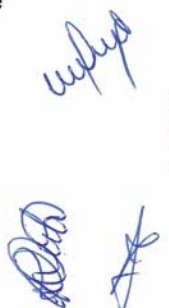
OUTDOOR: veiculação em placas localizadas em pontos centrais da cidade.

IMÃ DE GELADEIRA: entregues à população com calendário das reuniões e endereço do site da Câmara Municipal.

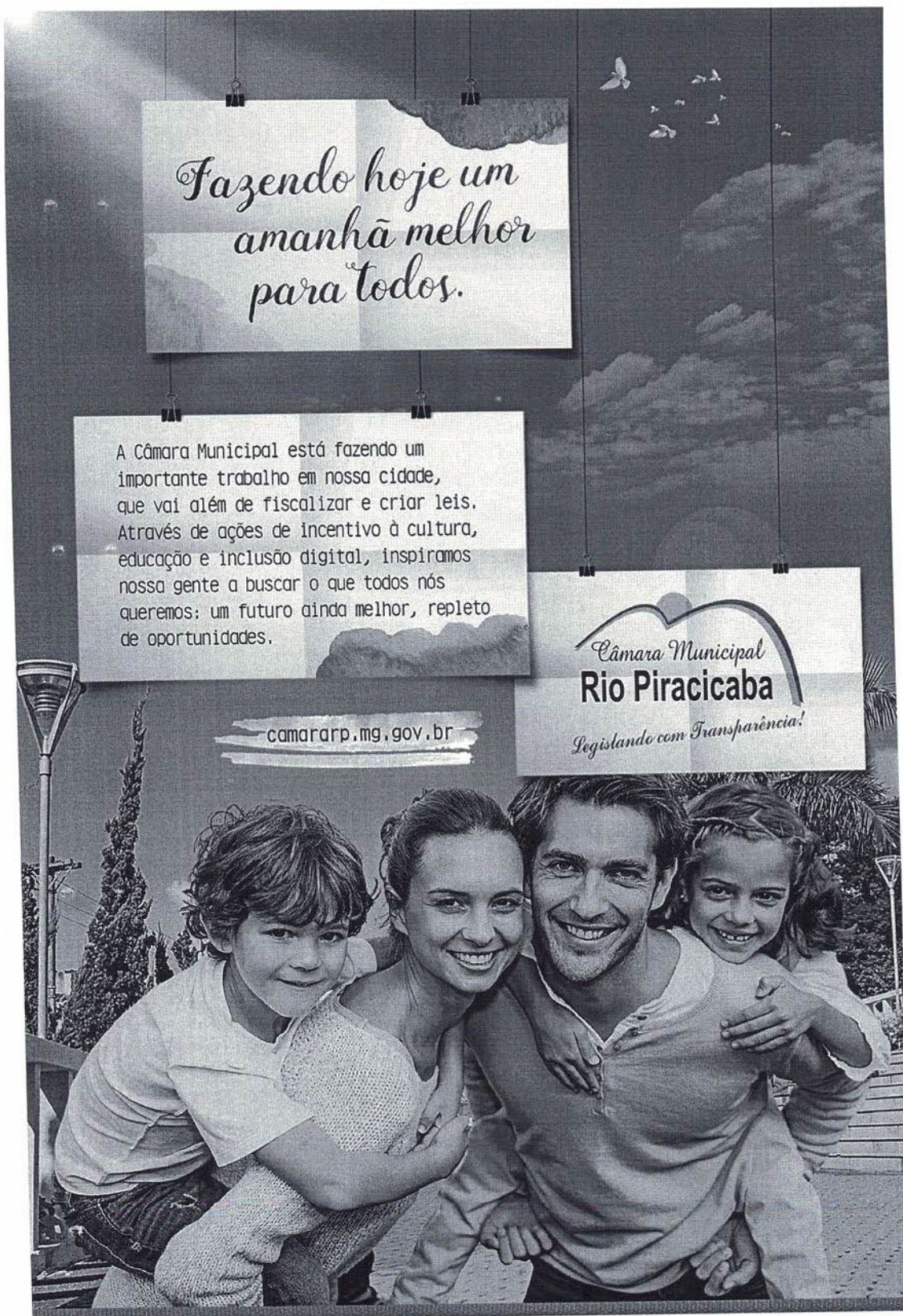
VÍDEO: vídeo viral para veiculação através do whatsapp, facebook, site da câmara e outros meios online, divulgação a importância da Câmara Municipal para o futuro da cidade.

A estratégia para compor a ideia criativa foi desenvolvida com o objetivo de demonstrar para a população que a Câmara Municipal de Rio Piracicaba trabalha para promover e desenvolver a cidade. Uma instituição que, além de criar e fiscalizar leis, realiza ações de cunho cultural, educacional e de inclusão digital, dando oportunidades para que o piracicabense possa ter um futuro melhor em sua própria cidade.

Para tornar a comunicação mais acessível e atingir todos os públicos, a imagem principal da campanha traz uma família e como plano de fundo a cidade, simbolizando assim as oportunidades que Rio Piracicaba proporciona a seus munícipes. Isso faz com que a mensagem seja facilmente assimilada pela população, demonstrando que o Legislativo trabalha para que o piracicabense fique em Rio Piracicaba, pois aqui terá um futuro.



6.3.3. IDEIA CRIATIVA - CARTAZ



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

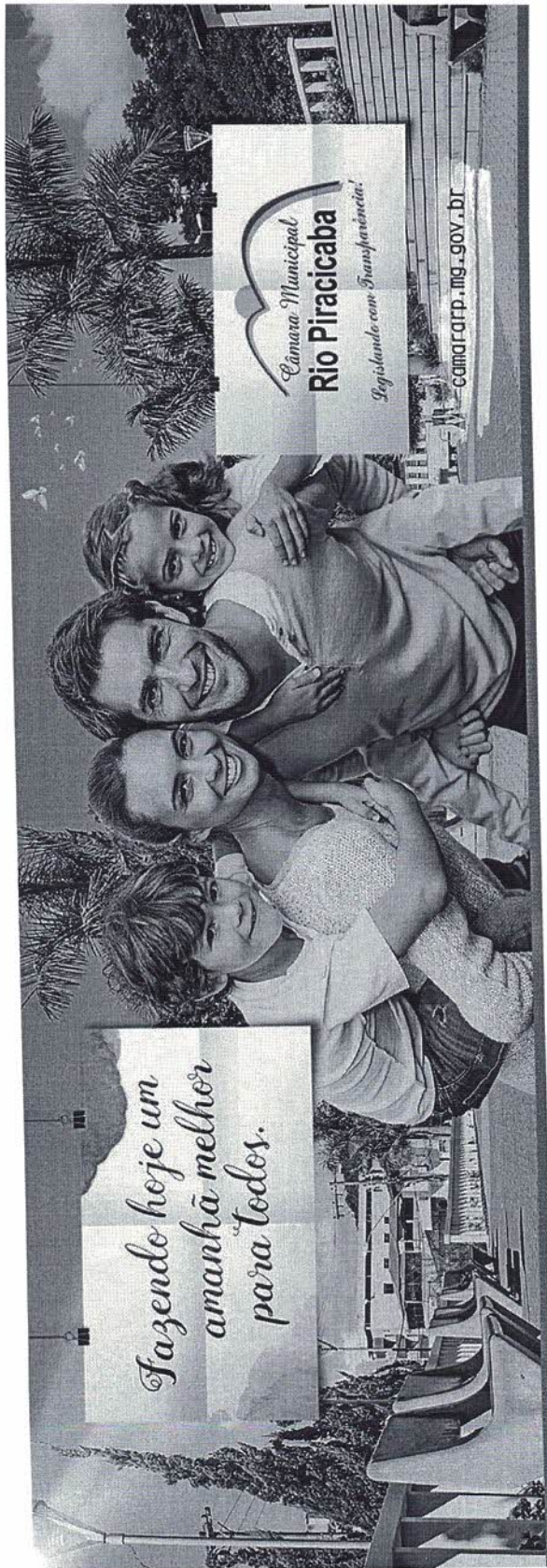
[Handwritten signature]

6.3.3. IDEIA CRIATIVA - AD JORNAL



DEP
K
K

6.3.3. IDEIA CRIATIVA - OUTDOOR



Depto
enclavo

6.3.3. IDEIA CRIATIVA - BANNER ONLINE ROTATIVO



unifup
R.P.
10

6.3.3. IDEIA CRIATIVA - SPOT

BG - trilha instrumental

Locução - voz feminina entonação suave

Tempo - 30"

A Câmara Municipal de Rio Piracicaba
faz um importante trabalho para nossa cidade,
fiscalizando o executivo,
criando leis,
e realizando ações de incentivo
à cultura, educação e inclusão digital.

A Câmara de Piracicaba
inspira nossa gente a buscar um futuro melhor.

Conheça e saiba mais, acesse o site:
camararp.mg.gov.br

Câmara Municipal de Rio Piracicaba
Fazendo hoje um amanhã melhor para todos.



Handwritten signature and initials in blue ink.

6.3.3. IDEIA CRIATIVA - IMÁ DE GELADEIRA

CALENDÁRIO DE REUNIÕES 2016

MÊS	DATA
Fevereiro	03 e 17
Março	09 e 23
Abr11	13 e 27
Maió	11 e 25
Junho	15 e 29
Julho	13 e 27
Agosto	10 e 24
Setembro	14 e 28
Outubro	05 e 19
Novembro	09 e 23
Dezembro	07

SEMPRE ÀS QUARTAS-FEIRAS | 19 HORAS.

Câmara Municipal
Rio Piracicaba
Legislando com Transparência!

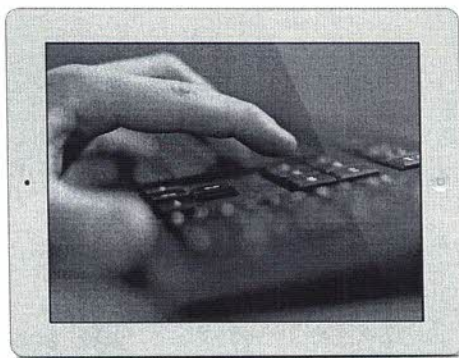
camararp.mg.gov.br

unfufuf
[Signature]
12

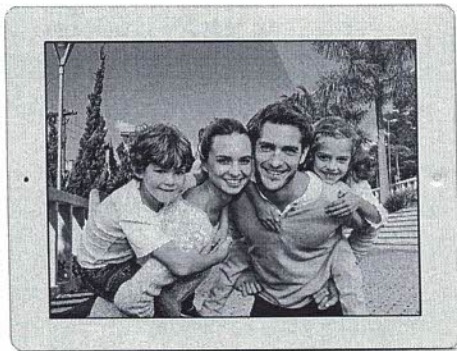
6.3.3. IDEIA CRIATIVA - VÍDEO



— A Câmara Municipal está fazendo um importante trabalho em nossa cidade, que vai além de fiscalizar e criar leis.



— Através de ações de incentivo à cultura, educação e inclusão digital, inspiramos nossa gente a buscar o que todos nós queremos: um futuro ainda melhor, repleto de oportunidades.



— Saiba mais sobre nossos projetos.
Acesse: www.camararp.mg.gov.br



— Câmara Municipal de Rio Piracicaba.
Fazendo hoje um amanhã melhor para todos.

[Handwritten signatures and initials]
33

6.3.4. ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Público: População de Rio Piracicaba

Abrangência: Município de Rio Piracicaba/MG.

Verba estimada para a campanha: R\$ 10.000,00

Período proposto para execução da campanha: 30 dias

Campanha: ""Fazendo hoje um amanhã melhor para todos".

Público-alvo principal: população local (todos os sexos e classes sociais)

Público-alvo secundários: formadores de opinião

Abrangência: Rio Piracicaba

DEFESA DAS MÍDIAS PROPOSTAS:

A escolha dos meios foi embasada utilizando estudos do Target Group Index (TGI), Ipsos Marplan e do Instituto de Pesquisa Ibope, sendo os resultados destes estudos inclusos nos anexos de tabelas, gráficos, planilhas e quadros.

OBJETIVO DAS MÍDIAS E NÃO MÍDIAS PROPOSTAS:

A estratégia utilizará meios de apresentação impessoal e de promoção de idéias, bens, serviços e/ou ações, e seus objetivos podem ser classificados em função de seu propósito: informar (comunicar aos piracicabenses sobre ações que estão sendo executadas e descrever os serviços disponíveis), persuadir (desenvolver preferência pela cidade e uma imagem positiva do Poder Legislativo) e lembrar (lembrar o público-alvo do papel do Poder Legislativo para o município e da importância da participação popular para o crescimento da cidade).

ESTRATÉGIA:

A definição das mídias, a cobertura, a freqüência, o impacto, os veículos a serem contratados, o tempo de veiculação e alocação geográfica da mídia e demais informações apresentados neste plano foram definidos com o principal objetivo de desenvolver uma estratégia eficiente e eficaz para o município, considerando também a excelência no custo x benefício.

DEFINIÇÃO DAS MÍDIAS E NÃO MÍDIAS:

A partir de estudo do mercado de Rio Piracicaba e embasados em pesquisas disponibilizadas por institutos renomados, definimos previamente as seguintes peças para a divulgação da campanha:

JORNAL - Este meio oferece grande credibilidade, transmite confiança na mensagem, permite adequação editorial em virtude da diversidade de cadernos, segmentação geográfica e demográfica. A divulgação em jornal permite também inserção de um número maior de informações sobre a campanha, gerando maior envolvimento e reflexão do receptor/leitor.

Tática: Veiculação nos jornais de circulação local Jornal Páginas, Gente de Minas e Jornal O Jequi

RÁDIO - Pesquisas apontam que este meio está presente para 99% da população, que tem acesso em seus ambientes domésticos, profissionais,

Handwritten signatures and initials:
DPA
reflex
H
54

carros e dispositivos móveis (rádios portáteis, celulares, etc). Tem como característica forte apelo popular; alcance regional e localizado; penetração em diferentes públicos, segmentos e regiões (zona urbana e rural) além de auto índice de fidelidade.

Tática: Veiculação na rádio Comunitária de Rio Piracicaba.

OUTDOOR – “Mídia Exterior” ou “Mídia Externa”, agrupa várias formas de veiculação de anúncios como, por exemplo, cartazes, faixas, muros, painéis etc. Impacto e grande exposição são os pontos fortes dos meios, além do direcionamento ao público-alvo. Pode ser visto involuntariamente pelos transeuntes, fixando, mesmo que de forma inconsciente a mensagem publicitária e possibilitando fixação da marca e da mensagem.

Tática: Veiculação em placas localizadas no centro da cidade.

INTERNET – É dinâmica, instantânea e de fácil visualização. Permite feedback com o público e melhor mensuração dos resultados. Também permite que a Câmara interaja com seus públicos, aplique pesquisas, crie maiores vínculos, entre outros, com custo relativamente baixo. O portal oficial pode ser utilizado para manter a divulgação das ações e realizações do legislativo municipal.

Tática 1: Veiculação de banner no Portal da Câmara e nos sites de notícias locais Portal Aldeia Minas, Gente de Minas e Rio Pira.

Tática 2 - Facebook: Divulgar peças da campanha (vídeo, spot, post) no facebook através da criação de uma fanpage para a Câmara Municipal..

Tática 3 - Vídeo: divulgação do vídeo institucional nas redes sociais e no site da Câmara Municipal, como também no whatsapp.

Tática 4 - Mala Direta Digital: Envio semanal de peça da campanha para o banco de dados da Comunicação da Câmara.

NÃO MÍDIA – As peças aqui definidas são de abrangência municipal, o que auxiliará na conquista e informação da população, e também na divulgação de uma imagem positiva da Câmara Municipal de Rio Piracicaba.


Tática 1: Imãs de Geladeira para distribuição com as datas de reuniões da Câmara Municipal. Este canal de comunicação será importante para reforçar na lembrança da população que é fundamental sua participação junto ao Legislativo.

Tática 2: Banner/Cartazes, para instalação nos quadros de avisos das repartições públicas e nos comércios da zona urbana e rural. Seu conteúdo divulgará o calendário de reunião, a campanha e convidará a participação da população no dia a dia da Câmara.

O plano de divulgação foi edificado por um composto estrategicamente combinado de meios de comunicação para alcançar o público-alvo em distintas

Handwritten signatures and initials in blue ink.

situações e em diversos momentos, fazendo com que a campanha alcance os resultados esperados. Assim, foram propostas mídias de massa combinadas com mídias segmentadas, digitais, interativas e extensivas para projetar a mensagem com eficiência e de forma envolvente para todo o público alvo. Portanto, os meios selecionados são os que apresentam resultados de alta performance considerando a penetração, o consumo pelo target e o melhor custo/benefício dentro da verba estipulada para a campanha.


unif
56

GRÁFICOS - Dados sobre a cidade de Rio Piracicaba

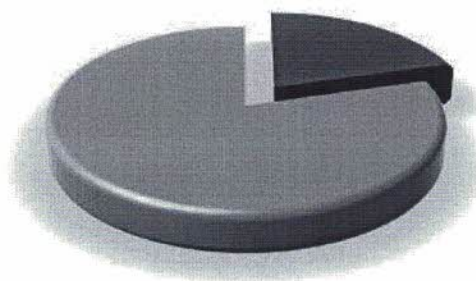
População urbana e rural



20% População residente rural



80% População residente urbana



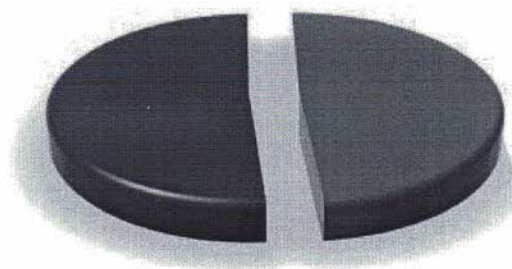
Gênero da população



49% Homens



51% Mulheres

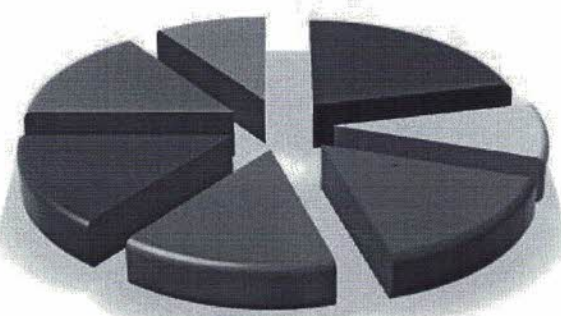


Fonte dos dados: IBGE 2016

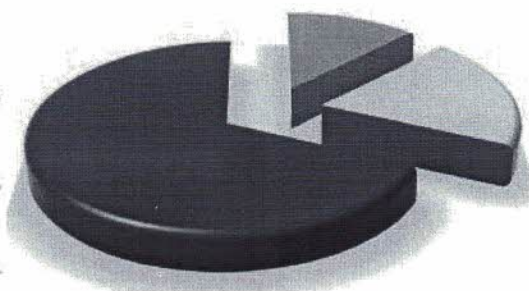
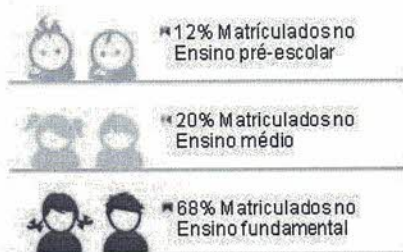
Handwritten signatures and marks:
A large signature at the top right.
Below it, the word "emprego" is written.
At the bottom right, there are initials and the number "57".

GRÁFICOS - Dados sobre a cidade de Rio Piracicaba

Gênero da população



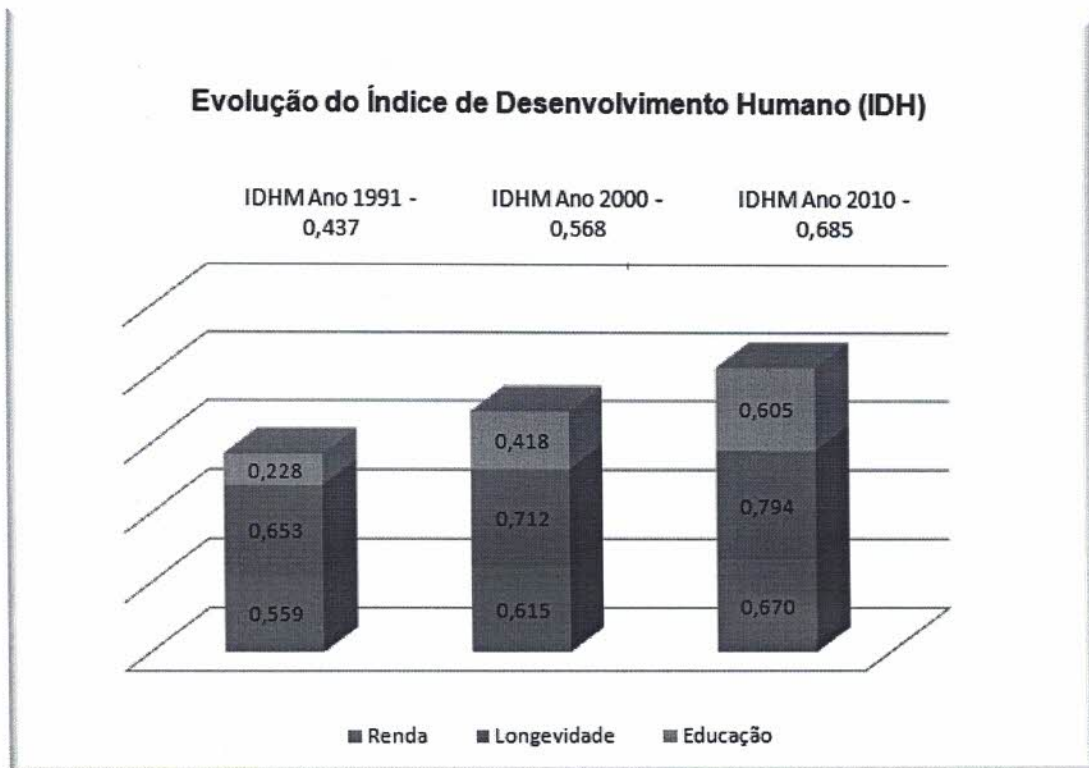
Matriculas Escolares



Fonte dos dados: IBGE 2016

Handwritten signatures and initials:
 [Signature]
 [Signature]
 58

GRÁFICOS - Dados sobre a cidade de Rio Piracicaba



Fonte: <http://atlasbrasil.org.br/>

O Índice de Desenvolvimento Humano (IDHM) - Rio Piracicaba é 0,685, em 2010, o que situa esse município na faixa de Desenvolvimento Humano Médio (IDHM entre 0,600 e 0,699). A dimensão que mais contribui para o IDHM do município é Longevidade, com índice de 0,794, seguida de Renda, com índice de 0,670, e de Educação, com índice de 0,605.

Desde 2010, quando o Relatório de Desenvolvimento Humano completou 20 anos, novas metodologias foram incorporadas para o cálculo do IDH. Atualmente, os três pilares que constituem o IDH (saúde, educação e renda) são mensurados da seguinte forma:

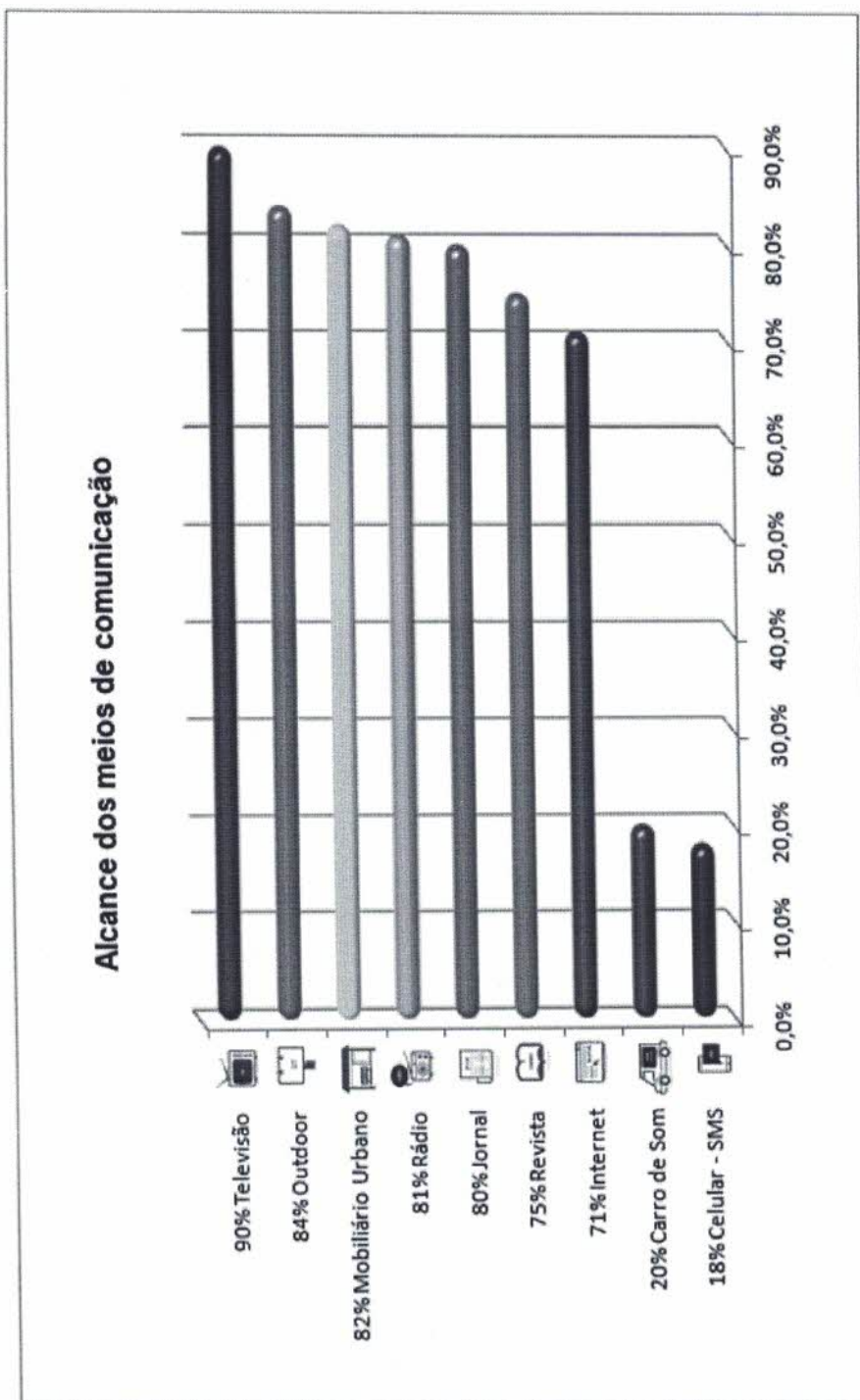
Uma vida longa e saudável (saúde) é medida pela expectativa de vida;

O acesso ao conhecimento (educação) é medido por: i) média de anos de educação de adultos, que é o número médio de anos de educação recebidos durante a vida por pessoas a partir de 25 anos; e ii) a expectativa de anos de escolaridade para crianças na idade de iniciar a vida escolar, que é o número total de anos de escolaridade que um criança na idade de iniciar a vida escolar pode esperar receber se os padrões prevalentes de taxas de matrículas específicas por idade permanecerem os mesmos durante a vida da criança;

E o padrão de vida (renda) é medido pela Renda Nacional Bruta (RNB) per capita expressa em poder de paridade de compra (PPP) constante, em dólar, tendo 2005 como ano de referência.

R *unif* *R*
29

GRÁFICO - Alcance dos meios de comunicação:



FONTE:
Ipsos: Estudos Marplan - Jan a Dez/2013 - Duplo Período
<http://midadadosrdp.digitalpages.com.br/>

unifup
[Signature]
20

ANEXO - TABELA E GRÁFICOS DE INVESTIMENTOS:

JORNAL:

JORNAL	Formato	Periodicidade	Veiculação do Anúncio / Semana				Quantidade Total	R\$ Unitário	R\$ Total	%
			1ª	2ª	3ª	4ª				
Jornal Páginas	1/2 pg	mensal	1				1	1.062,20	1.062,20	33%
Gente de Minas	1/2 pg	mensal	1				1	1.062,20	1.062,20	33%
Jornal O Jequi	1/2 pg	mensal	1				1	1.062,20	1.062,20	33%
Total			1	1	1	0	3	R\$	3.186,60	100%

RÁDIO:

RÁDIO	Formato	Programa	Veiculação do Anúncio / Semana				Quantidade Total	R\$ Unitário	R\$ Total	%
			1ª	2ª	3ª	4ª				
Comunitária	30"	indeterminado	21	21	21	21	84	6,00	504,00	100%
Total			21	21	21	21	84	R\$	504,00	100%

OUTDOOR:

MÍDIA EXTERIOR	Formato	Programa	Veiculação do Anúncio / Semana				Quantidade Total	R\$ Unitário	R\$ Total	%
			1ª	2ª	3ª	4ª				
Outdoor	outdoor	bisemana	1			1	2	610,00	1.220,00	100%
Total							2	R\$	1.220,00	100%

Handwritten signatures and initials.

ANEXO - TABELA E GRÁFICOS DE INVESTIMENTOS:

INTERNET:

INTERNET	Formato	Periodicidade	Veiculação do Anúncio / Semana				Quantidade Total	R\$ Unitário	R\$ Total	%
			1ª	2ª	3ª	4ª				
Aideia Minas	banner	mensal	1				1	500,00	500,00	40%
Gente de Minas	banner	mensal	1				1	250,00	250,00	20%
Rio Pira	banner	mensal	1				1	500,00	500,00	40%
Whatsapp	vídeo	mensal	1				1	-	-	0%
Redes Sociais	Facebook	Diário	5	5	5	5	20	-	-	0%
Portal CMRP	banner	60 dias	1				1	-	-	0%
Total							25	R\$ 1.250,00	R\$ 1.250,00	100%

PRODUÇÃO:

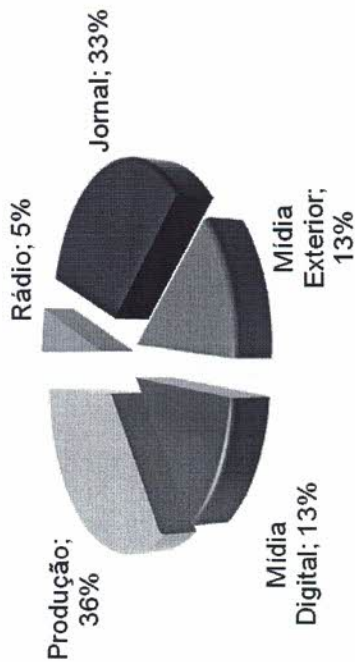
PEÇA	Formato	Descrição	Produção				Quantidade Total	R\$ Unitário	R\$ Total	%
			1ª	2ª	3ª	4ª				
Gravação Spot	30"	Gravação de spots	1				1	110,00	110,00	3%
Imãs de geladeira	53 x 48 mm	Produção de imãs	1				1mil	300,00	300,00	9%
Cartazes	60x40cm	60x40cm, 4x0cores	1				100	5,00	500,00	15%
Papel Outdoor	9x3	Papel , policromia	1		1		2	250,00	500,00	15%
Vídeo animado	30"	Imagens e locução	1				1	2.000,00	2.000,00	59%
Total							Total	R\$ 3.410,00	R\$ 3.410,00	100%



Handwritten signatures and the number 22.

ANEXO - TABELAS E GRÁFICOS COM SÍNTESE DOS INVESTIMENTOS:

Descrição	Investimento	%
Rádio	R\$ 504,00	5%
Jornal	R\$ 3.186,60	33%
Mídia Exterior	R\$ 1.220,00	13%
Mídia Digital	R\$ 1.250,00	13%
Produção	R\$ 3.410,00	36%
Total	R\$ 9.570,60	100%



Descrição	Investimento	%
Mídia	R\$ 6.160,60	64%
Não Mídia	R\$ 3.410,00	36%
Total	R\$ 9.570,60	100%



Handwritten signatures and initials in blue ink.



TERMO DE ENCERRAMENTO

Contém este conjunto de documentos 25 folhas numeradas eletronicamente de 1 a 25, e serviu de **ENVELOPE 2**, para o PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016, apresentados pela empresa ShineOn Ltda.

Conforme o edital "os documentos deverão ser apresentados em processo de cópia autenticada por tabelião de notas, admitindo-se a autenticação dos mesmos, mediante apresentação dos originais, por um dos membros da Comissão Especial de Licitação".

Rio Piracicaba, 23 de fevereiro de 2016.

Pl. Ana Luiza Magalhães Bueno Laria

Douglas Antônio Araújo Cota

Razão social: ShineOnLtda

Av. Wilson Alvarenga, 1047

Bairro Carneirinhos - João Monlevade - MG - Cep: 35.930-001

Tele-fax: 31-3852-1634

CNPJ: 02.367.995/0001-59

02 367 995 / 0001 - 59

SHINE ON LTDA. - ME

AV. WILSON ALVARENGA, Nº 1047 - SALA 801

CARNEIRINHOS - CEP 35930-480

JOÃO MONLEVADE - MG

Douglas Araujo Cota
25

shineOncOunicacaO.cOm.br

CAMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACABA
Folha 151
P

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



**ATA DA REUNIÃO RELATIVA AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016,
MODALIDADE CONVITE Nº 003/2016, REFERENTE A IDENTIFICAÇÃO DO**

“ENVELOPE PROPOSTA TÉCNICA III”

Aos vinte e seis dias do mês de fevereiro do ano de 2016, às 09 horas, com observância às disposições contidas no instrumento convocatório e na Lei de Licitações e Contratos, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitação desta Câmara Municipal e a empresa **SHINE ON LTDA**, que se fez presente através de sua representante, Sr. Ana Luísa Magalhães Bueno Taveira, Carteira de Identidade MG-13.177.514, com a finalidade de comparar a Proposta Técnica não Identificada e nomear as pontuações distribuídas pela Comissão de Licitação.

Foi constatado pela Comissão que a Proposta Técnica não identificada, nomeada como empresa “A” é referente a proposta apresentada pela empresa SHINE ON LTDA.

Assim sendo, a comissão resolve dá andamento ao processo em epígrafe e passa para a próxima fase de abertura do envelope “Proposta Comercial”.

Os presentes que assinam a ata, não têm qualquer objeção a respeito do cumprimento das formalidades legais durante a licitação, nada tendo a reclamar com relação à publicidade, especificações, informações sobre o assunto e imparcialidade da Comissão de licitação, tanto que renunciaram ao direito de recorrer da decisão proferida pela Comissão Permanente de licitação e assinam a presente Ata como prova da renúncia.


Nada mais havendo a tratar, lavrou-se a presente ATA, que depois de lida e aprovada, foi por todos assinada.

Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 26 de fevereiro de 2016.


Inêz Aparecida Leite
Presidente


Frederico Augusto de Melo Camilo
Membro


Vanilza A. Souza Caldeira
Membro


Proponente: **SHINE ON LTDA**

ENVELOPE 4

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016
CARTA CONVITE Nº 003/2016
TIPO: TÉCNICA E PREÇO

Razão Social: ShineOnLtda
CNPJ: 02.367.995/0001-59
Inscrição Municipal: 4630-2
Data de ativação: 02/01/1998
E-mail: shineon@shineoncomunicacao.com.br
Internet: www.shineoncomunicacao.com.br

Av. Wilson Alvarenga, 1047
Bairro Carneirinhos - João Monlevade - MG - Cep: 35.930-001
Tele-fax: 31-3852-1634

SÓCIOS

Douglas Antônio Araújo Cota	Cotas: 98,9 %
Cléria Araújo Cota	Cotas: 1,1 %

REPRESENTANTE LEGAL

Douglas Antônio Araújo Cota
39 anos, casado.

Rio Piracicaba, 23 de fevereiro de 2016.

Pl Ana Luísa Magalhães Bunes Larcia
Douglas Antônio Araújo Cota

02 367 995 / 0001 - 59
SHINE ON LTDA. - ME
AV. WILSON ALVARENGA, Nº 1047 - SALA 801
CARNEIRINHOS - CEP 35930-480
JOÃO MONLEVADE - MG

Página 1

OBJETO

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

Página 2

Rio Piracicaba, 23 de fevereiro de 2016.

P/ Jma Luisa Magalhães Bruno Carreira
Douglas Antônio Araújo Cota

02 367 995 / 0001 - 59

SHINE ON LTDA. - ME

AV. WILSON ALVARENGA, Nº 1047 - SALA 801

CARNEIRINHOS - CEP 35930-480

JOÃO MONLEVADE - MG

[Handwritten signatures]

PROPOSTA COMERCIAL

Declaramos que, nos termos desta licitação, CARTA CONVITE Nº003/2016, adotaremos a seguinte política de preços:

a) Em atendimento ao item 7.1, alínea “c” do edital, informamos que o desconto a ser concedido a Câmara Municipal de Rio Piracicaba sobre os custos internos baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências do Estado de Minas Gerais, será de: **85 % (oitenta e cinco 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: **15 % (quinze 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 serviços de outros serviços, cuja promoção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, será de: **10% (dez por cento).**

d) Que nossa proposta tem validade de 160 (cento e 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.

e) Em atendimento ao item 7.1, alínea "f" do edital, informamos que o prazo de pagamento das faturas que envolvam serviços/custos de produção da própria agência será de 30 (trinta) dias.

Caso nos seja adjudicado o objeto da presente licitação, nos comprometemos a fornecer no prazo determinado os documentos de convocação, indicando para esse fim o Sr. Douglas Antônio Araújo Cota, carteira de identidade nº MG 7576952 e CPF 029.953.326-32, como representante legal desta empresa.

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

Atenciosamente,

Rio Piracicaba, 23 de fevereiro de 2016.

Douglas Antônio Araújo Cota

Douglas Antônio Araújo Cota
Razão social: ShineOnLtda
Av. Wilson Alvarenga, 1047
Bairro Carneirinhos - João Monlevade - MG - Cep: 35.930-001
Tele-fax: 31-3852-1634
CNPJ: 02.367.995/0001-59

Diretor Executivo - Empresário
CPF: 02.995.332.632 Identidade: M 7.576.952
Domicílio: Rua Alberto Scharlê 443 - 601
Bairro: Novo Horizonte - Cidade: João Monlevade/MG

02 367 995 / 0001 - 59

SHINE ON LTDA. - ME

AV. WILSON ALVARENGA, Nº 1047 - SALA 801

CARNEIRINHOS - CEP 35930-480

JOÃO MONLEVADE - MG

[Handwritten signatures]

DECLARAÇÃO

DECLARO PARA OS DEVIDOS FINS QUE:

- ✓ A licença, despesas trabalhistas e previdenciários, impostos, taxas, emolumentos, tributos e quaisquer outras despesas necessárias à sua correta execução de modo a que nenhuma outra remuneração seja devida à **CONTRATADA** além do preço proposto;
- ✓ **VALIDADE DA PROPOSTA: 60** dias contados a partir da data da proposta;
- ✓ Declaramos conhecer e nos submetemos integralmente a todas as demais cláusulas e condições deste processo.
- ✓ Providenciar a imediata correção das deficiências e/ou irregularidades apontadas pela Câmara Municipal;
- ✓ O prazo de pagamento para as faturas que envolvam serviços/custos internos de produção será de 30 dias após a entrega das mesmas.

Por ser verdade assino a presente declaração.

Rio Piracicaba, 23 de fevereiro de 2016.

Atenciosamente.

Pl Ana Luiza Magalhães Bueno Coarua

Douglas Antônio Araújo Cota

Razão social: ShineOnLtda

Av. Wilson Alvarenga, 1047

Bairro Carneirinhos - João Monlevade - MG - Cep: 35.930-001

Tele-fax: 31-3852-1634

CNPJ: 02.367.995/0001-59



[Handwritten signature]

DECLARAÇÃO DO ANEXO VII DO EDITAL

**DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS
EDITAL DE LICITAÇÃO - CONVITE Nº 003/2016**

Rio Piracicaba, 23 de fevereiro de 2016.

À Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Prezados Senhores,

A agência ShineOn Ltda, inscrita no CNPJ sob o nº 02.367.995/0001-59, por meio de seu representante legal, senhor Douglas Antônio Araújo Cota, portador da cédula de identidade nº M 7.576.952, inscrito no CPF sob o nº 02.995.332.632, residente e domiciliado a Rua Alberto Scharlê 443 - 601, Bairro: Novo Horizonte, cidade de João Monlevade/MG, 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, arte finalização 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;

[Handwritten signatures]

d) o compromisso de que em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros - solicitar de cada terceiro que vier a ser contratados 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 Municipal de Rio Piracicaba escolha umas 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 pelo direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

f) o compromisso, quando a Câmara Municipal de Rio Piracicaba 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

Douglas Antônio Araújo Cota

Douglas Antônio Araújo Cota

Razão social: ShineOnLtda

Av. Wilson Alvarenga, 1047

Bairro Carneirinhos - João Monlevade - MG - Cep: 35.930-001

Tele-fax: 31-3852-1634

CNPJ: 02.367.995/0001-59

02 367 995 / 0001 - 59

SHINE ON LTDA. - ME

AV. WILSON ALVARENGA, Nº 1047 - SALA 801

CARNEIRINHOS - CEP 35930-480

JOÃO MONLEVADE - MG

[Handwritten signatures]

TERMO DE ENCERRAMENTO

Contém este conjunto de documentos 08 folhas numeradas eletronicamente de 1 a 08, e serviu de **ENVELOPE 4**, para o PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016, apresentados pela empresa ShineOn Ltda.

Conforme o edital "os documentos deverão ser apresentados em processo de cópia autenticada por tabelião de notas, admitindo-se a autenticação dos mesmos, mediante apresentação dos originais, por um dos membros da Comissão Especial de Licitação".

Rio Piracicaba, 23 de fevereiro de 2016.

Página 8

P/ Ana Luiza Magalhães Bunes Cariva

Douglas Antônio Araújo Cota

Razão social: ShineOnLtda

Av. Wilson Alvarenga, 1047

Bairro Carneirinhos - João Monlevade - MG - Cep: 35.930-001

Tele-fax: 31-3852-1634

CNPJ: 02.367.995/0001-59

02 367 995 / 0001 - 59

SHINE ON LTDA. - ME

AV. WILSON ALVARENGA, Nº 1047 - SALA 801

CARNEIRINHOS - CEP 35930-480

JOÃO MONLEVADE - MG

[Handwritten signature]

shineOncOunicacaO.cOm.br



[Four handwritten signatures in blue ink]



Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo



CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA		MAPA COMPARATIVO DE PREÇOS	
PROCESSO N°: 003/2016	MODALIDADE: CONVITE N°: 003/2016	ABERTURA – DATA: 26/02/2016 Horas: 09h45min	
Declaramos que todos os itens aqui lançados conferem com as propostas apresentadas			
Percentual ofertado			
		TEN, ALGI, CPA, PROMOCIONAL E ORIGAMI	
DISCRIMINAÇÃO DO OBJETO	SHINE ON LTDA		NÃO APRESENTARAM PROPOSTAS
	Custos Internos Percentual de desconto sobre a tabela do SINAPRO	Honorários Externos	
Contratação de Agência para prestação de serviços de Publicidade e Propaganda	85%	15%	10%
PERCENTUAL OFERTADO	85%	15%	10%

Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 26 de Fevereiro de 2016.


Inez Aparecida Leite
 Presidente


Vanilza A. Souza Caldeira
 Membro


Frederico Augusto de Melo Camilo
 Membro





ATA DA REUNIÃO DE ABERTURA DO ENVELOPE RELATIVO AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016, MODALIDADE CONVITE Nº 003/2016. "ENVELOPE Nº 4 PROPOSTA COMERCIAL"

Aos vinte e seis dias do mês de fevereiro de 2016, às 09h45min, com observância às disposições contidas no instrumento convocatório e na Lei de Licitações e Contratos, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitação desta Câmara Municipal, com a finalidade de analisar a Proposta Comercial, referente ao processo em epígrafe. Aberta a sessão, foi examinado a Proposta apresentada pela empresa **SHINE ON LTDA**, e constatada a sua regularidade, de acordo com o que preceitua a Lei nº 8.666/93, a Comissão de Licitação deliberou:

1 - Habilitada a seguinte licitante, por apresentar a Proposta Comercial, atendendo o disposto no item VII do edital:

Nº	PROPONENTE	CUSTOS INTERNOS	HONORÁRIOS EXTERNOS	HONORÁRIOS EXCLUSIVOS APENAS A CONTRATAÇÃO OU PAGAMENTO DOS SERVIÇOS
01	SHINE ON LTDA.	85% de desconto	15%	10%

2 – No termos do inciso XIII, segue a pontuação final obtida pela licitante:

PAE= (Pontuação técnica x 80%) + (Pontuação Preço x 20%)

74 x 80% = 59,20 + 85 x 20% = 17

Pontuação obtida: 76,2 pontos.


3 - Ocorrências: Não houve.

4 – A Comissão decidiu pelo prazo de 05 (cinco) dias úteis para a licitante SHINE ON LTDA, apresentar o Envelope nº 05, referente a "DOCUMENTAÇÃO, conforme dispõe o item XIV do edital. Ficando assim marcado para o próximo dia 07 de março de 2016 às 14 horas a nova sessão.

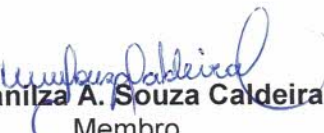
Os presentes que assinam a ata, não têm qualquer objeção a respeito do cumprimento das formalidades legais durante a licitação, nada tendo a reclamar com relação à publicidade, especificações, informações sobre o assunto e imparcialidade da Comissão de licitação, tanto que renunciaram ao direito de recorrer da decisão proferida pela Comissão Permanente de licitação e assinam a presente Ata como prova da renúncia.

Nada mais havendo a tratar, lavrou-se a presente ATA, que depois de lida e aprovada, foi por todos assinada.

Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 26 de fevereiro de 2016.


Frederico Augusto de Melo Camilo
Membro


Inéz Aparecida Leite
Presidente


Vanilza A. Souza Caldeira
Membro

Proponente:  SHINE ON LTDA

ENVELOPE 5 - DOCUMENTAÇÃO

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016
CONVITE 003/2016

Razão Social: Shine On Ltda
CNPJ: 02.367.995/0001-59
Inscrição Municipal: 4630-2
Data de ativação: 02/01/1998
E-mail: shineon@shineoncomunicacao.com.br
Internet: www.shineoncomunicacao.com.br

Av. Wilson Alvarenga, 1047 – sala 801 – 8º andar
Bairro Carneirinhos - João Monlevade – MG - Cep: 35.930-001
Tele-fax: 31-3852-1634

SÓCIOS

Douglas Antônio Araújo Cota
Cléria Araújo Cota

Cotas: 98,9 %
Cotas: 1,1 %

REPRESENTANTE LEGAL

Douglas Antônio Araújo Cota
39 anos, casado.

Rio Piracicaba, 07 de março de 2016.

P/ Ana Luiza Magalhães Bueno Cavaria

Douglas Antônio Araújo Cota

[Handwritten signatures]



OBJETO

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

Rio Piracicaba, 07 de março de 2016.

Pl Ana Luisa Magalhães Bueno Cota
Douglas Antônio Araújo Cota

Several handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature and several smaller initials.



8.3.1. Habilitação Jurídica:

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.

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, expedido pela Caixa Econômica Federal, em plena validade;

c) Certificado de regularidade com o INSS, em plena validade, expedido pelo Instituto Nacional de Seguro Social;

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.

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

Secretaria da Micro e Pequena Empresa da Presidência da República
Secretaria de Racionalização e Simplificação
Departamento de Registro Empresarial e Integração
Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais

Nº DO PROTOCOLO (Uso da Junta Comercial)
JUCEMG - UD99
UD99 - MF JOAO MONLEVADE
14/266.899-1

NIRE (a sede ou filial, quando a sede for em outra UF) **31205352851**
Código da Natureza Jurídica **2062**
Nº de Matrícula do Agente Auxiliar do Comércio

1 - REQUERIMENTO

ILMO(A). SR(A). PRESIDENTE DA JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS
NOME: **SHINE ON LTDA - EPP**
(da Empresa ou do Agente Auxiliar do Comércio)

requer a V.Sª o deferimento do seguinte ato:
Nº FCN/REMP
J143495687233

Nº DE VIAS	CÓDIGO DO ATO	CÓDIGO DO EVENTO	QTDE	DESCRIÇÃO DO ATO / EVENTO
1	002	-	-	ALTERACAO
		025	1	EXTINCAO DE FILIAL NA UF DA SEDE

Representante Legal da Empresa / Agente Auxiliar do Comércio:
JOAO MONLEVADE
Local
22 Julho 2014
Data
Nome: **Douglas Antonio Braga Costa**
Assinatura: *[assinatura]*
Telefone de Contato: **38021639**

2 - USO DA JUNTA COMERCIAL

DECISÃO SINGULAR DECISÃO COLEGIADA

Nome(s) Empresarial(ais) igual(ais) ou semelhante(s):
 SIM NÃO
Data Responsável Data Responsável

Processo em Ordem À decisão
Data
Responsável

DECISÃO SINGULAR
 Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)
 Processo deferido. Publique-se e archive-se.
 Processo indeferido. Publique-se.
2ª Exigência 3ª Exigência 4ª Exigência 5ª Exigência
Data Responsável

DECISÃO COLEGIADA
 Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)
 Processo deferido. Publique-se e archive-se.
 Processo indeferido. Publique-se.
2ª Exigência 3ª Exigência 4ª Exigência 5ª Exigência
Data Vogal

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

PROTOCOLO: 14/266.899-1
Câmara Municipal de Rio Piracicaba
Conferido na Internet
Data: 07/03/2016
Presidente da Comissão de Licitação

OBSERVAÇÕES
Naxia

Data 07/03/16



SHINE ON LTDA - ME
DÉCIMA TERCEIRA ALTERAÇÃO CONTRATUAL

DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA, brasileiro, casado com comunhão parcial de bens, empresário, residente e domiciliado Rua Alberto Scharlê, 443 Apto 601, Bairro Novo Horizonte, João Monlevade, Minas Gerais, CEP 35.930 - 022, natural de João Monlevade, Minas Gerais, nascido aos 18/12/76, portador da cédula de identidade MG. 7.756.952 expedida pela SSP/MG, inscrito no CPF/MF sob o nº. 02995332632 e **CLÉRIA ARAÚJO COTA**, brasileira, casada com comunhão parcial de bens, empresária, residente e domiciliada na Rua Beira Rio, nº. 21, Bairro Centro Industrial, João Monlevade, Minas Gerais, CEP 35930-460, natural de Rio Piracicaba, Minas Gerais, nascida aos 03/01/57, portadora da cédula de identidade nº. M-2. 786.693 expedida pela SSP/MG, inscrita no CPF/MF sob o nº. 372.199.016-15, únicos sócios da empresa **SHINE ON LTDA - ME**, com atos constitutivos arquivados na JUCEMG sob o nº. 31205352851 em 12/01/1998, inscrita no CNPJ sob o nº. 02.367.995/0001-59, resolvem alterar o contrato social que passa a vigorar mediante cláusulas e condições a seguir:

DAS ALTERAÇÕES

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

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

CONTRATO SOCIAL CONSOLIDADO

PRIMEIRA – denominação social. (art. 997 .II, CC/2002)

A sociedade gira sob a denominação social de **SHINE ON LTDA - EPP**, e tem sua sede e domicílio na **Avenida Wilson Alvarenga, 1047, Sala 801, Bairro Carneirinhos, João Monlevade, Minas Gerais, CEP- 35.930-001.**

SEGUNDA - Capital Social. (art. 997, III, CC/2002) (art. 1.055, CC/2002).

O capital social é de R\$500.000,00 (quinhentos mil reais) dividido em 500.000 (quinhentas mil) quotas no valor unitário de R\$1,00 (um real) distribuído o seguinte modo:

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

João Monlevade/MG - Rua Fernão Dias, 271 - Salas 01, 02 e 03 - Rosário - Fone: (31)3852-3113 Fax: (31)3 852-3208 CEP: 35930-180 – carthuso@gmail.com - www.contabilidadearthuso.com.br

Handwritten signatures and initials.

Data 07/03/16

Presidente da Comissão de Licitação



TERCEIRA - Objeto

O objetivo social é PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADES PROPAGANDAS (AGENCIAS DE PUBLICIDADES)

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

A sociedade tem seu prazo de duração por tempo indeterminado.

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

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

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

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

SÉTIMA - Administração - (artigos. 997, VI; 1.013, 1.015, 1064, CC/2002).

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

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

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

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

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

DÉCIMA – abertura de filiais

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

DÉCIMA PRIMEIRA – Retirada pró-labore

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

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

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

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

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

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

DÉCIMA TEREIRA - Uso da denominação social

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

João Monlevade/MG - Rua Fernão Dias, 271 - Salas 01, 02 e 03 - Rosário - Fone: (31)3852-3113 Fax: (31)3 852-3208 CEP: 35930-180 - carthuso@gmail.com - www.contabilidadearthuso.com.br

expressamente proibido o uso da denominação social em documentos que não sejam inerentes aos interesses sociais, especialmente em fianças, abonos, endossos e avais em favor de terceiros.

Parágrafo único - Todos os atos praticados pelo sócio administrador inobservando estas disposições tornar-se-ão nulos e sem nenhum efeito.

DÉCIMA QUARTA - Foro

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

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

João Monlevade, 22 de julho de 2014.

[Handwritten signature]
Cartório do Oficial
Douglas Antonio Araújo Cota

[Handwritten signature]
Cartório do Oficial
Cléria Araújo Cota

Segundo Oficial - Notas de João Monlevade
R. Wilson Araújo nº 1.097 - Loja C - F. Pinheiros - João Monlevade - MG - CEP: 350.0001
E-mail: cartoriozolicita@jucemg.com.br - Tel/Fax: (31) 3852-5006 - 3851-7559

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

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

Cartório do Oficial
Realização
RECONHECIMENTO DE FIRMA
147501BRN 42308
RECONHECIMENTO DE FIRMA
147501BRN 42309

Câmara Municipal de Rio Piracicaba
Conferido na Internet
Data 07/10/14
[Handwritten signature]
Presidente da Comissão de Licitação

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS
CERTIFICADO O REGISTRO SOB O NRO: 5369602
EM 09/09/2014
SHINE ON LTDA - EPP

PROTOCOLO: 14/266.899-1

AH1366017

João Monlevade/MG - Rua Fernão Dias, 271 - Salas 01, 02 e 03 - Rosário - Fone: (31)3852-3113 Fax: (31)3 852-3208 CEP: 35930-180 - carthuso@gmail.com - www.contabilidadearthuso.com.br

[Handwritten signature]

Certifico que este documento da empresa SHINE ON LTDA - EPP, Nire: 3120535285-1, foi deferido e arquivado na Junta Comercial do Estado de Minas Gerais, sob o nº 5369602 em 09/09/2014. Para validar este documento, acesse www.jucemg.mg.gov.br e informe: N° do protocolo 14/266.899-1 e o código de segurança 7amX. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 11/09/2014 por Marinely de Paula Bomfim – Secretária Geral.



**CERTIDÃO POSITIVA COM EFEITOS DE NEGATIVA DE DÉBITOS RELATIVOS AOS TRIBUTOS
FEDERAIS E À DÍVIDA ATIVA DA UNIÃO**

Nome: SHINE ON LTDA - EPP
CNPJ: 02.367.995/0001-59

Ressalvado o direito de a Fazenda Nacional cobrar e inscrever quaisquer dívidas de responsabilidade do sujeito passivo acima identificado que vierem a ser apuradas, é certificado que:

1. constam débitos administrados pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB), com a exigibilidade suspensa, nos termos do art. 151 da Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966 - Código Tributário Nacional (CTN), ou objeto de decisão judicial que determina sua desconsideração para fins de certificação da regularidade fiscal; e
2. não constam inscrições em Dívida Ativa da União na Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN).

Conforme disposto nos arts. 205 e 206 do CTN, este documento tem os mesmos efeitos da certidão negativa.

Esta certidão é válida para o estabelecimento matriz e suas filiais e, no caso de ente federativo, para todos os órgãos e fundos públicos da administração direta a ele vinculados. Refere-se à situação do sujeito passivo no âmbito da RFB e da PGFN e abrange inclusive as contribuições sociais previstas nas alíneas 'a' a 'd' do parágrafo único do art. 11 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991.

A aceitação desta certidão está condicionada à verificação de sua autenticidade na Internet, nos endereços <<http://www.receita.fazenda.gov.br>> ou <<http://www.pgfn.fazenda.gov.br>>.

Certidão emitida gratuitamente com base na Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751, de 02/10/2014. Emitida às 14:53:15 do dia 04/03/2016 <hora e data de Brasília>.

Válida até 31/08/2016.

Código de controle da certidão: 0704.2CE8.5457.89D8

Qualquer rasura ou emenda invalidará este documento.



8



SECRETARIA DE ESTADO DE FAZENDA DE MINAS GERAIS



CERTIDÃO DE DÉBITOS TRIBUTÁRIOS

Negativa

CERTIDÃO EMITIDA EM:
02/03/2016

CERTIDÃO VALIDA ATÉ:
31/05/2016

NOME: SHINE ON LTDA - EPP

CNPJ/CPF: 02.367.995/0001-59

LOGRADOURO: AVENIDA WILSON ALVARENGA

NÚMERO:

COMPLEMENTO: SL 801,

BAIRRO: CARNEIRINHOS

CEP: 35930001

DISTRITO/POVOADO:

MUNICÍPIO: JOAO MONLEVADE

UF: MG

Ressalvado o direito de a Fazenda Pública Estadual cobrar e inscrever quaisquer dívidas de responsabilidade do sujeito passivo acima identificado que vierem a ser apuradas, é certificado que:

1. Não constam débitos relativos a tributos administrados pela Fazenda Pública Estadual e/ou Advocacia Geral do Estado;

2. No caso de utilização para lavratura de escritura pública ou registro de formal de partilha, de carta de adjudicação expedida em autos de inventário ou de arrolamento, de sentença em ação de separação judicial, divórcio, ou de partilha de bens na união estável e de escritura pública de doação de bens imóveis, esta certidão somente terá validade se acompanhada da Certidão de Pagamento / Desoneração do ITCD, prevista no artigo 39 do Decreto 43.981/2005.

Certidão válida para todos os estabelecimentos da empresa, alcançando débitos tributários do sujeito passivo em Fase Administrativa ou inscritos em Dívida Ativa.

IDENTIFICAÇÃO

NÚMERO DO PTA

DESCRIÇÃO

A autenticidade desta certidão deverá ser confirmada através de aplicativo disponibilizado pela Secretaria de Estado de Fazenda de Minas Gerais, na internet: <http://www.fazenda.mg.gov.br>
=> Empresas => Certificação da Autenticidade de Documentos.

CÓDIGO DE CONTROLE DE CERTIDÃO: 2016000144398817

Câmara Municipal de Rio Piracicaba
Conferido na Internet

Data 07/03/2016

Presidente da Comissão de Licitação



PREFEITURA MUNICIPAL DE
JOÃO MONLEVADE
MINAS GERAIS



Certidão Negativa de Débitos Municipais

Nº 0000367 / 2016

DADOS

NOME/RAZÃO SOCIAL: SHINE ON LTDA -ME

CNPJ nº: 02.367.995/0001-59

INSC. ESTADUAL: ISENTO

INSC. MUNICIPAL: 0000046302

ENDEREÇO

AV. WILSON ALVARENGA, Nº 1047 - SALA : 801 - Carneirinhos - João
Monlevade - MG

Ressalvando o direito da Secretaria Municipal de Fazenda cobrar quaisquer dívidas de responsabilidade do contribuinte acima que vierem a ser apuradas, é certificado não constar, até esta data débitos em seu nome relativas a tributos municipais.
Esta certidão refere-se exclusivamente à situação do contribuinte no âmbito desta Secretaria Municipal de Fazenda.

FINALIDADE DA CERTIDÃO:

LICITAÇÃO

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 07/103/116

OBSERVAÇÃO:

Inêz Aparecida Leite
Diretora Geral

João Monlevade (MG), 26 de Fevereiro de 2016

Rayssa Fernandes Moreira

Rayssa Fernandes Moreira

Matrícula 9497

Adm. de Tributos Mobiliários

Município de João Monlevade

Qualquer rasura invalida a certidão.

O PRESENTE TERÁ O PRAZO DE VALIDADE É DE: (90 dias)

Rayssa
R 10



PREFEITURA MUNICIPAL DE JOÃO MONLEVADE - MG

Rua Geraldo Miranda, 337 - Bairro Alvorada - CEP 35930-027 - CNPJ: 18.401.059/0001-57

SECRETARIA MUNICIPAL DE FAZENDA

CARTÃO MUNICIPAL DE CONTRIBUINTE

CONTRIBUINTE:	SHINE ON LTDA		
INSCRIÇÃO MUNICIPAL:	004630-2	CNPJ/CPF:	02.367.995/0001.59
ENDEREÇO:	AVE WILSON ALVARENGA		1680 ^º
COMPLEMENTO:		BARRONEIRINHOS	
ATIVIDADE:	PROCESSAMENTO DE DADOS		
INÍCIO ATIVIDADE:	02/01/1998	VIA:	
OBSERVAÇÕES:	PROPAGANDA, PUBLICIDADE E PROMOÇÃO DE EVENTOS EM GERAL, SERV. E COM. ATACADISTA DE INFORMÁTICA.		

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 07/10/16

Inês Aparecida Leite
Diretora Geral

[Handwritten signatures and initials]



PREFEITURA MUNICIPAL DE JOÃO MONLEVADE

CNPJ: 18.401.059/0001-57

Estado de Minas Gerais

SECRETARIA MUNICIPAL DE FAZENDA



17/09/2015-03:57:31

Inscrição Econômica 0000046302	Comprovante de Inscrição Municipal	Data de Abertura: 02/01/1998
--	---	--

Razão Social: SHINE ON LTDA -ME	CPF/CNPJ: 02.367.995/0001-59
---	--

Nome Fantasia: SHINE ON LTDA -ME
--

Natureza Jurídica: Pessoa Jurídica
--

Logradouro: AV. WILSON ALVARENGA	Número: 1047	Complemento: SALA : 801
--	------------------------	-----------------------------------

CEP: 35.930-001	Bairro/Distrito: CARNEIRINHOS	Município: JOÃO MONLEVADE	UF: MG
---------------------------	---	-------------------------------------	------------------

Situação Cadastral: Ativo	Data da Situação Cadastral: 02/01/1998
-------------------------------------	--

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 07103116


Inéz Aparecida Leite
Diretora Geral

Relação das Atividades da Empresa:

001400001 - PROPAGANDA E PUBLICIDADE

JOÃO MONLEVADE - MG, 17 de Setembro de 2015


Responsável
Cíntia Helena Ângelo
Matrícula 4090
Adm. de Tributos Mobiliários
Município de João Monlevade





IMPRIMIR

VOLTAR

CAIXA
CAIXA ECONÔMICA FEDERAL

Certificado de Regularidade do FGTS - CRF

Inscrição: 02367995/0001-59
Razão Social: SHINE ON LTDA EPP
Endereço: AV WILSON ALVARENGA 1047 SALA 801 / CARNEIRINHOS / JOAO MONLEVADE / MG / 35930-001

A Caixa Econômica Federal, no uso da atribuição que lhe confere o Art. 7, da Lei 8.036, de 11 de maio de 1990, certifica que, nesta data, a empresa acima identificada encontra-se em situação regular perante o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS.

O presente Certificado não servirá de prova contra cobrança de quaisquer débitos referentes a contribuições e/ou encargos devidos, decorrentes das obrigações com o FGTS.

Validade: 19/02/2016 a 19/03/2016

Certificação Número: 2016021905090049857305

Informação obtida em 02/03/2016, às 10:46:45.

A utilização deste Certificado para os fins previstos em Lei está condicionada à verificação de autenticidade no site da Caixa: **www.caixa.gov.br**

Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Conferido na Internet

Data 07 / 03 / 2016

Presidente da Comissão de Licitação



PODER JUDICIÁRIO
JUSTIÇA DO TRABALHO

CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITOS TRABALHISTAS

Nome: SHINE ON LTDA - EPP (MATRIZ E FILIAIS)

CNPJ: 02.367.995/0001-59

Certidão n°: 22821566/2016

Expedição: 02/03/2016, às 10:51:13

Validade: 28/08/2016 - 180 (cento e oitenta) dias, contados da data de sua expedição.

Certifica-se que SHINE ON LTDA - EPP (MATRIZ E FILIAIS), inscrito(a) no CNPJ sob o n° 02.367.995/0001-59, NÃO CONSTA do Banco Nacional de Devedores Trabalhistas.

Certidão emitida com base no art. 642-A da Consolidação das Leis do Trabalho, acrescentado pela Lei n° 12.440, de 7 de julho de 2011, e na Resolução Administrativa n° 1470/2011 do Tribunal Superior do Trabalho, de 24 de agosto de 2011.

Os dados constantes desta Certidão são de responsabilidade dos Tribunais do Trabalho e estão atualizados até 2 (dois) dias anteriores à data da sua expedição.

No caso de pessoa jurídica, a Certidão atesta a empresa em relação a todos os seus estabelecimentos, agências ou filiais.

A aceitação desta certidão condiciona-se à verificação de sua autenticidade no portal do Tribunal Superior do Trabalho na Internet (<http://www.tst.jus.br>).

Certidão emitida gratuitamente.

INFORMAÇÃO IMPORTANTE

Do Banco Nacional de Devedores Trabalhistas constam os dados necessários à identificação das pessoas naturais e jurídicas inadimplentes perante a Justiça do Trabalho quanto às obrigações estabelecidas em sentença condenatória transitada em julgado ou em acordos judiciais trabalhistas, inclusive no concernente aos recolhimentos previdenciários, a honorários, a custas, a emolumentos ou a recolhimentos determinados em lei; ou decorrentes de execução de acordos firmados perante o Ministério Público do Trabalho ou Comissão de Conciliação Prévia.

Câmara Municipal de Rio Piracicaba
Conferido na Internet
Data 07/03/16
Presidente da Comissão de Licitação



ANEXO IV
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016
CONVITE Nº 003/2016

DECLARAÇÃO DE FATO IMPEDITIVO

A Shine On Ltda, CNPJ 02.367.995/001-59, sediada na Av Wilson Alvarenga, 1047, Carneirinhos – João Monlevade, por intermédio de seu representante legal, infra-assinado, e para os fins do CONVITE nº 003/2016, DECLARA expressamente que até a presente data, inexistem fatos supervenientes impeditivos para sua habilitação no presente processo licitatório, estando ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores, em cumprimento ao que determina o subitem 8.1.1 do Edital.

Rio Piracicaba, 07 de março de 2016.

Pl. Ana Luiza Magalhães Bueno Bahia
Douglas Antônio Araújo Cota

Razão social: Shine On Ltda

Av. Wilson Alvarenga, 1047 – Lj 01 – 1º Andar

Bairro Carneirinhos - João Monlevade – MG - Cep: 35.930-001

Tele-fax: 31-3852-1634

CNPJ: 02.367.995/0001-59

Diretor Executivo – Empresário

CPF: 02.995.332.632

Identidade: M 7.576.952

Luiz
15
Al

ANEXO III
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016
CONVITE Nº 003/2016

DECLARAÇÃO

A Shine On Ltda, CNPJ 02.367.995/0001-59, sediada à av Wilson Alvarenga, 1047, Carneirinhos – João Monlevade – MG, declara sob as penas da Lei, para os fins requeridos no inciso XXXIII, do artigo 7º da Constituição Federal, consoante o que se estabeleceu no artigo 27, inciso V, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, que não tem, em seu quadro de empregados, menores de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, bem como em qualquer trabalho menores de 16 anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos.

Rio Piracicaba, 07 de março de 2016.

El Ana Luisa Magalhães Bueno Cota

Douglas Antônio Araújo Cota

Razão social: Shine On Ltda

Av. Wilson Alvarenga, 1047 – Lj 01 – 1º Andar

Bairro Carneirinhos - João Monlevade – MG - Cep: 35.930-001

Tele-fax: 31-3852-1634

CNPJ: 02.367.995/0001-59

Diretor Executivo – Empresário

CPF: 02.995.332.632

Identidade: M 7.576.952

Handwritten signatures and initials
16



8.3.3. Qualificação Técnica

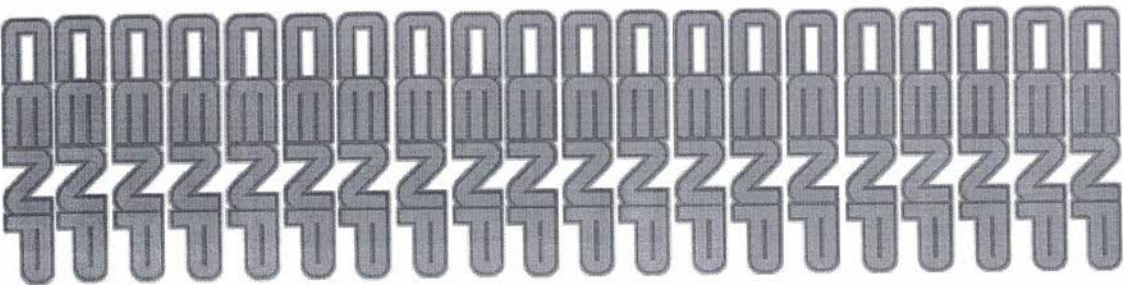
- a) Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo CENP- Conselho Executivo das Normas Padrão (art. 4º, da Lei Federal nº 12.232, de 29/04/2010).

- b) Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidade e prazos com o objeto da Licitação, mediante apresentação de declarações de experiência anterior fornecidas 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.



CERTIFICADO

O Conselho Executivo das Normas-Padrão outorga à

SHINE ON LTDA - ME

02.367.995/0001-59

Grupo Técnico 5

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

São Paulo, 16 de Janeiro de 2013

Caio Barsotti

Presidente




O prazo de vigência do Certificado de Qualidade Técnica está condicionado à manutenção dos compromissos técnicos de certificação da Agência, o que deve ser confirmado em www.cenp.com.br/por 90 dias, contados da data de sua emissão, indicada no rodapé abaixo.

Entidades Fundadoras:



Entidades Associadas:

Emitido no dia 02/03/2016 às 11:01:55 - Códigos de Controle do Certificado: S05305165 - Atenção: qualquer rasura ou emenda invalidará este documento. Dúvidas serão esclarecidas pelo telefone (11)2172-2387, nos dias úteis, das 9h às 18h.

Câmara Municipal de Rio Piracicaba
Conferido na Internet
Data 07/03/2016

Presidente da Comissão de Licitação



A PREFEITURA FAZ. E FAZ MUITO!

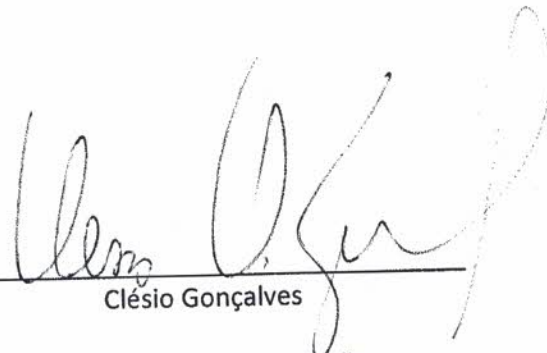
Declaro para os devidos fins de participação em licitação pública que a agência ShineOn Comunicação, inscrita no CNPJ sob o número 02.367.995/0001-59, com sede na Av. Wilson Alvarenga, 1047, sala 801, bairro Carneirinhos, cidade de João Monlevade/MG, atende a Prefeitura Municipal de João Monlevade, mediante contrato firmado.

A referida agência venceu o certame licitatório com este órgão público.

Confirmamos ainda que o último contrato assinado foi em agosto de 2014.

Sem mais para o momento, assino o presente confirmando que somos cliente da agência ShineOn Comunicação.


João Monlevade, 05 de fevereiro de 2015.






Clésio Gonçalves
Assessoria de Comunicação

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 07/03/16



Inéz Aparecida Leite
Diretora Geral




19



CÂMARA MUNICIPAL DE JOÃO MONLEVADE



Declaro para os devidos fins de participação em licitação pública que a agência ShineOn Comunicação, inscrita no CNPJ sob o número 02.367.995/0001-59, com sede na Av. Wilson Alvarenga, 1047, sala 801, bairro Carneirinhos, cidade de João Monlevade/MG, atende a Câmara Municipal de João Monlevade, mediante contrato firmado.

A referida agência venceu o certame licitatório com este órgão público.

Confirmamos ainda que o último contrato foi assinado em março de 2014.

Sem mais para o momento, assino o presente confirmando que somos cliente da agência ShineOn Comunicação.

João Monlevade, 05 de fevereiro de 2015.

Cíntia Araújo Silva
Cíntia Araújo Silva
Assessoria de Comunicação e Relações Públicas

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 07/03/16

Inez Aparecida Leite
Inez Aparecida Leite
Diretora Geral

unifunp

[Handwritten signatures]
20

Declaro para os devidos fins de participação em licitação pública que a agência ShineOn Comunicação, inscrita no CNPJ sob o número 02.367.995/0001-59, com sede na Av. Wilson Alvarenga, 1680, bairro Carneirinhos, cidade de João Monlevade/MG, atende a Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo, CNPJ 24.380.651/0001-12, mediante contrato firmado.

A referida agência venceu o certame licitatório com este órgão público e firmou o primeiro contrato no mês de maio de 2005.

Confirmamos ainda que a última licitação vencida foi em junho de 2012 e tem previsão para encerramento em agosto de 2013, podendo ser prorrogada ou não.

Sem mais para o momento, assino o presente confirmando que somos cliente da agência ShineOn Comunicação.

São Gonçalo do Rio Abaixo, 12 de junho de 2013.



Ricardo Guerra Martins Torres
Assessoria de Comunicação

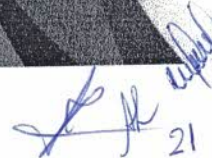
Confere com o Original e Dou Fé,

Rio Piracicaba 07/03/13



Inêz Aparecida Leite
Diretora Geral




21



Declaro para os devidos fins de participação em licitação pública que a agência ShineOn Comunicação, inscrita no CNPJ sob o número 02.367.995/0001-59, com sede na Av. Wilson Alvarenga, 1047, sala 801, bairro Carneirinhos, cidade de João Monlevade/MG, atende a Câmara Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo, mediante contrato firmado.

A referida agência venceu o certame licitatório com este órgão público.

Confirmamos ainda que a último contrato assinado foi em setembro de 2014.

Sem mais para o momento, assino o presente confirmando que somos cliente da agência ShineOn Comunicação.

São Gonçalo do Rio Abaixo, 05 de fevereiro de 2015.

Flávio Cristiano Pena Lial

Assessoria de Comunicação

Flávio Cristiano Pena Lial
Assessoria de Comunicação

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 07 / 03 / 16

Inêz Aparecida Leite
Diretora Geral

31-3833-52
31-3833-51



DECLARAÇÃO

Declaro para os devidos fins que se fizerem necessários, que a empresa Shine On Ltda, situada à Avenida Wilson Alvarenga, 1680 – Bairro Carneirinhos - João Monlevade-MG, seus representantes legais e empregados, estão aptos a desenvolver serviços na área de comunicação social: marketing, propaganda e publicidade, criação, produção e veiculação de peças de caráter legal e institucional, com qualidade, bom atendimento e cumprimento dos prazos de entrega, oferecendo provas dos serviços prestados, para que possam ser analisadas e, se preciso alteradas para que estejam em conformidade com o que necessitamos.

A Shine On Ltda tem prestado satisfatórios serviços para nossa empresa relativo à:

- RTVC: concepção e acompanhamento de produção e veiculação de mídia em Rádio, Jornal e TV;
- PUBLICIDADE: seleção de mídia, criação e acompanhamento de produção gráfica (folder, jornal, panfleto, mala direta, outdoor, ônibus, totens, tele-marketing);
- PROMOÇÃO: concepção de campanha promocional, seleção de mídia, criação e acompanhamento de produção.

Atesto ainda que, a agência Shine On Ltda tem prestado os serviços anteriormente discriminados de forma contínua para a Prefeitura Municipal de Rio Piracicaba desde julho de 2011.

Por ser verdade firmo o presente

João Monlevade, 23 de novembro de 2011.

Assessoria de Comunicação
Carlos Rafael Oliveira Costa
Prefeitura Municipal de Rio Piracicaba

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 07/03/16

Inês Aparecida Leite
Diretora Geral



Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais

João Monlevade

CERTIDÃO JUDICIAL CÍVEL NEGATIVA

CERTIFICO que, tendo como origem os dados indicados pelo(a) requerente, revendo os registros de distribuição de ação de NATUREZA CÍVEL nesta comarca de João Monlevade, até a presente data, NADA CONSTA em tramitação contra:

Pessoa Jurídica: SHINE ON LTDA - EPP

CNPJ: 02.367.995/0001-59

Endereço: Avenida Wilson Alvarenga, 1047 - Sala 801 - Carneirinhos - CEP 35930-001 - Joao Monlevade, Minas Gerais

João Monlevade (MG), 02 de Março de 2016, às 11:14:21 horas.

Observações:

- Certidão expedida gratuitamente através da internet, nos termos do caput do art. 8º da Resolução 121/2010 do Conselho Nacional de Justiça;
- a informação do número do CPF/CNPJ é de responsabilidade do solicitante da certidão, sendo pesquisados o nome e o CPF/CNPJ exatamente como digitados;
- ao destinatário cabe conferir o nome e a titularidade do número do CPF/CNPJ informado, podendo confirmar autenticidade da Certidão no portal do Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais (<http://www.tjmg.jus.br>), pelo prazo de 3 (três) meses após a sua expedição;
- esta Certidão tem a mesma validade da emitida diretamente no Fórum e abrange os processos da Justiça Comum e do Juizado Especial.

Código de Autenticação: 5748-4B21-9870-5C73

Atenção: qualquer rasura ou emenda invalidará este documento.

Endereço: Fórum Milton Campos: R São Mateus, 50 - Aclimação - João Monlevade - CEP 35.931-398

Câmara Municipal de Rio Piracicaba
Conferido na Internet
Data <u>07 / 03 / 2016</u>
Presidente da Comissão de Licitação



CERTIFICADO DE FILIAÇÃO
 Válido pelo período de 6 (seis) meses

Só terá valor mediante a apresentação do comprovante do pagamento do mês

Nome	SHINE ON LTDA				
CNPJ	02.367.995/0001-59	Inscrição Municipal	004630-2		
Endereço	AVENIDA WILSON ALVARENGA, 1047 – SALA 801 - CARNEIRINHOS				
Cidade	JOÃO MONLEVADE	Estado	MG	CEP	35930-001
Órgão de Registro	JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS			Nº:	312.053.5285-1
Última alteração contratual	09/09/2014	Capital Social	R\$ 500.000,00		
Admitida como associada em	29/01/2007	Número	305		

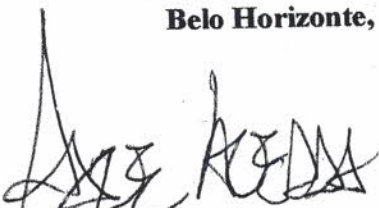
Certificamos a agência de propaganda acima, provando dessa forma que a sua documentação atende as exigências da lei. Esta certidão confirma a legalidade do registro empresarial, não se constituindo em atestado de qualidade profissional, o que deve ser comprovado mediante a apresentação de portfólio organizado e atualizado.


As empresas filiadas ao Sinapro-MG obrigam-se a cumprir a Lei 4.680/65, os Decretos 57.690/66 e 2.262/97, o Código de Ética e as Normas-Padrão que fazem parte dos documentos legais citados, bem como as "Normas-Padrão da Atividade Publicitária", documento assinado em 16 de dezembro de 1998 entre as Entidades de Classes (ABA, ABAP, ABERT, ABTA, ANER, ANJ, FENAPRO, CENTRAL DE OUTDOOR).

O Sinapro-MG, como única representante dos Poderes Públicos para a fiscalização das atividades da propaganda e das empresas que prestam este serviço, está à disposição da sociedade para esclarecer, orientar, fiscalizar e agir em defesa dos interesses públicos e na preservação dos direitos de seus associados.

Este certificado juntamente com o comprovante do pagamento da mensalidade deve ser exigido em todos os momentos que se contratar os serviços de uma agência de propaganda.

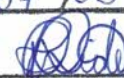
Belo Horizonte, 25 DE FEVEREIRO 2016


ANDRÉ LACERDA
 PRESIDENTE


ANTONIO CARLOS R. MOREIRA JR.
 DIRETOR TESOUREIRO

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 07/103/116


 Inez Aparecida Leite


 25



TODI
HONORARIOS

Confere com o Original e Dou. Fê.

Rio Piracicaba 07/103/16

SHINE ON LTDA

CNPJ: 02.367.995/00014590 8 115

Inez Aparecida Leite
Diretora Geral



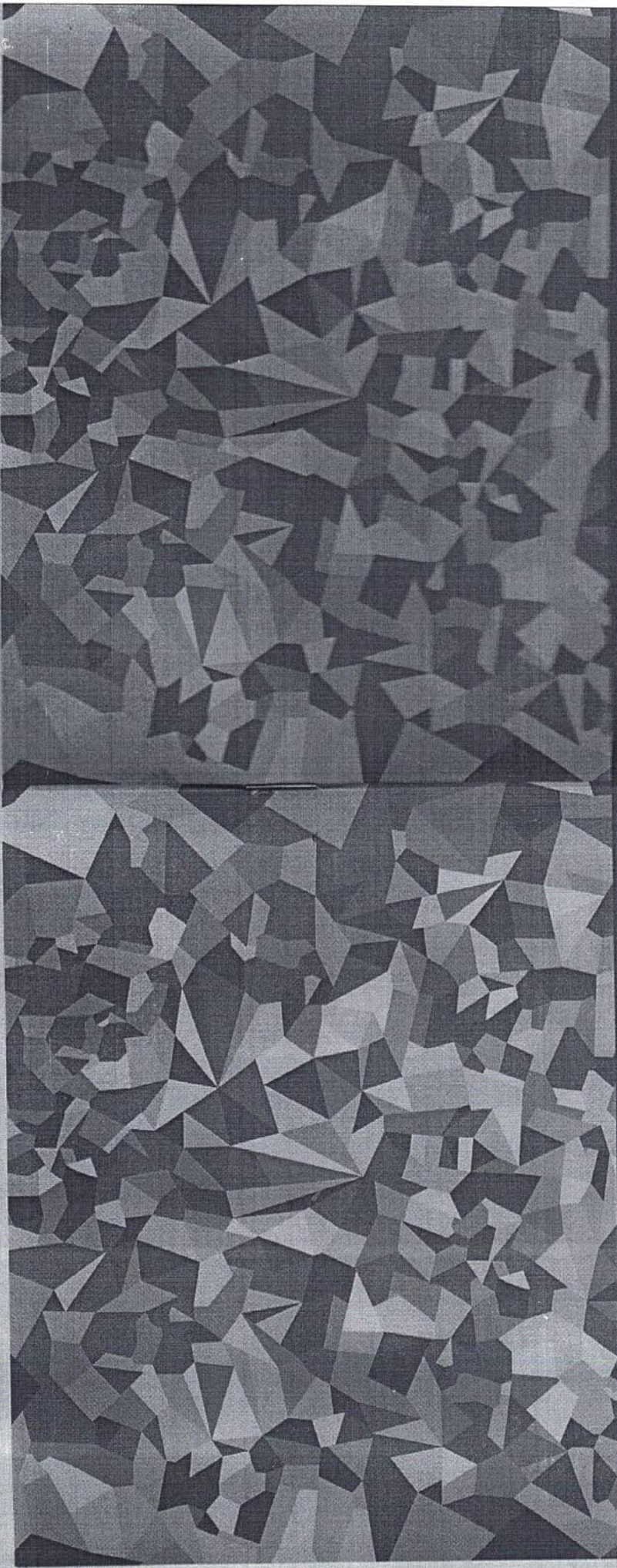
Sinapro
MINAS GERAIS

Rua Domingos Vianna, 587 - Conjuntos 913
CEP 10150-240 - Bairro Hortolândia - PRC
Fone/Fax: (51) 3341-7711
sinapronmg@sinapronmg.com.br
www.sinapronmg.com.br

Sinapro
MINAS GERAIS

EDIÇÃO 30.6.2015
Para uso exclusivo de Agências
de Comunicação e Propaganda
filiaidas ao Sinapro - MG

LISTA DE REFERÊNCIA DE CUSTOS INTERNOS



Handwritten signature and date: 26

Índice

Conceitos Básicos	6
• Publicidade/Propaganda	6
• Anunciante ou Cliente	6
• Agência de Publicidade ou Agência de Propaganda	6
• Custos Internos	6
• Refação	7
• Adaptação	7
• Custos Externos	8
• Honorários de Produção	8
• Procedimentos Éticos	8
Observações Gerais	9
Lista de Referência de Custos Internos	12
1 Planejamento	12
2 Serviços Especiais (por hora)	12
3 Criação de Campanhas	13
4 Marcas/Nomes	13
5 Papelaria	14
6 Jornal	14
6.1 Empregados Procurados	14
6.2 Publicações Legais	15
6.3 Gravação de Arquivos para veiculação ou Transmissão Via Rede ..	15
7 Revista	15
7.1 Gravação de Arquivos para veiculação ou Transmissão Via Rede ..	16
8 Mídia Exterior	16
9 Mídia Interior	16

Confere com o Original e Dou

Rio Piracicaba

07/03/16

Inez Aparecida Leite

Diretora Geral

10.1 Sinalização Externa - Fachada	16
10.2 Sinalização de Identificação	17
10.3 Sinalização de Orientação	17
10.4 Mobiliário	17
10.5 Ambientação Institucional (Branding Ambiental)	17
11 Produção Eletrônica	18
11.1 Criação e Texto – Roteiro	18
11.2 Gravação e Transmissão (via rede)	19
12 Material Promocional	19
13 Material Impresso	20
14 Embalagens	21
15 Comunicação Digital	21
15.1 Banner e Pop-Ups/Lightbox	23
15.2 Redes Sociais	23
15.3 Links Patrocinados	24
15.4 SEO	24
15.5 Mobile	24
15.6 Serviços Especiais (por horas)	24
16 Editoração Eletrônica	25
16.1 Digitização de Texto	25
16.2 Tabelas, Gráficos e Mapas	25
16.3 Tratamento de Imagem	25
16.4 Cópia de CD/DVD	25
17 Print (por cópia)/Montagem de Boneca	26

[Handwritten signatures and initials]

PUBLICIDADE / PROPAGANDA

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

ANUNCIANTE OU CLIENTE

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

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE OU AGÊNCIA DE PROPAGANDA

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

CUSTOS INTERNOS

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

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

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

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

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

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 07/103/16

Inêz Aparecida Leite

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

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

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

REFAÇÃO

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

ADAPTAÇÃO

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

[Handwritten signature]

CUSTOS EXTERNOS

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

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

HONORÁRIOS DE PRODUÇÃO

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

PROCEDIMENTOS ÉTICOS

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

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

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

Observações Gerais

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

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

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

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

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

Confere com o Original e Dou

Rio Piracicaba 07/103/116

Inêz Aparecida Leite
Diretora Geral

29
[Handwritten signatures and initials]

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

Editoração para Finalização: custos referentes a uma série de outros serviços necessários à produção das peças publicitárias e ao seu fluxo na área gráfica, tendo como objetivo garantir a melhor qualidade de impressão, a segurança e 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..... 10 dias
 - Peças avulsas..... 3 dias
 - Peças de oportunidade..... 1 dia

Elaboração de planos de mídia para:

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

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

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

Custos Externos:

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

Os honorários da Agência incidentes sobre os custos dos serviços de fornecedores/terceiros, devem seguir o estipulado nos itens 3.6.1 e 3.6.2 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo 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 21/5/2014.

Belo Horizonte, 30 de junho de 2015.

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 07/03/16

Inez Aparecida Leite
Diretora Geral

[Handwritten signatures and initials]
30

1) Planejamento		ADAPTAÇÃO 30%	criação
1a	Planejamento de Comunicação Integrada de Longo Prazo		R\$ 71.089,00
1b	Planejamento de Campanha		R\$ 35.545,00
1c	Planejamento de Mídia		
1c	Investimento até R\$ 500.000,00		R\$ 6.221,00
1d	Investimento entre R\$ 500.000,01 e R\$ 2.000.000,00		R\$ 12.441,00
1e	Investimento acima de R\$ 2.000.000,01		R\$ 24.881,00
1f	Planejamento de Ação Promocional		R\$ 24.881,00
1g	Planejamento de Convenção e Planejamento de Eventos/Feiras		R\$ 35.545,00
1h	Planejamento de Brindes		R\$ 17.772,00
1i	Planejamento de Brindes - Catálogo		R\$ 7.109,00
	Relação		50% do valor de criação
2) Serviços Especiais (por hora)		ADAPTAÇÃO 30%	criação
	Consultoria em Comunicação/Trabalhos Especiais/Pesquisas		
2a	Diretor		R\$ 941,00
2b	Gerente/Supervisor		R\$ 629,00
2c	Analista/Assistente		R\$ 440,00
2d	Levantamento de Dados sobre o Cliente, Produtos e Concorrência e/ou Elaboração de Briefing (quando os dados não forem fornecidos pelo cliente)		R\$ 629,00
2a	Pesquisa em Bancos de Imagem/Video		R\$ 440,00

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

3) Criação de Campanhas			
3a	Criação de Tema/Conceito de Campanha		R\$ 16.395,00
3b	Mudança de Briefing		R\$ 8.197,00
4) Marcas/Nomes		ADAPTAÇÃO 30%	criação
4a	Marca/Logotipo da Empresa ou Produto	R\$ 4.125,00	R\$ 13.747,00
4b	Marca do Projeto ou Selo Comemorativo	R\$ 3.047,00	R\$ 10.158,00
4c	Manual de Identidade Visual/Identificação Corporativa (por lâmina)	R\$ 472,00	R\$ 1.571,00
4d	Nome (Ação Promocional/Evento/ Imobiliário/Mascote/Personagem/ Selo Comemorativo/Projeto)	R\$ 2.138,00	R\$ 7.130,00
4e	Nome da Empresa ou Produto	R\$ 5.026,00	R\$ 16.753,00
4f	Slogan	R\$ 2.640,00	R\$ 8.798,00
	Relação		50% do valor de criação
	Finalização		25% do valor de criação

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

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba

07/03/16

Inez Aparecida Leite
Diretora Geral

[Handwritten signatures and initials]

6) Papelaria			
5a	Bloco de Anotações	R\$ 741,00	R\$ 2.469,00
5b	Bloco de Orgamento	R\$ 525,00	R\$ 1.750,00
5c	Cartão de Visita	R\$ 525,00	R\$ 1.750,00
5d	Cartão de Agradecimento, Cartão Personalizado	R\$ 324,00	R\$ 1.080,00
5e	Envelope (por modelo)	R\$ 486,00	R\$ 1.620,00
5f	Papel (por modelo)	R\$ 324,00	R\$ 1.080,00
5g	Papel de Enbrulho/Presente	R\$ 819,00	R\$ 2.729,00
5h	Pasta	R\$ 956,00	R\$ 3.187,00
	Relação		50% do valor de criação
	Finalização		25% do valor de criação
6) Jornal			
6a	Página Dupla	R\$ 1.876,00	R\$ 6.253,00
6b	Página	R\$ 1.442,00	R\$ 4.805,00
6c	Rouba Página	R\$ 1.137,00	R\$ 3.791,00
6d	1/2 Página	R\$ 1.086,00	R\$ 3.620,00
6e	1/3 Página	R\$ 1.014,00	R\$ 3.379,00
6f	1/4 Página	R\$ 920,00	R\$ 3.067,00
6g	1/8 Página	R\$ 825,00	R\$ 2.752,00
6h	Valor Mínimo	R\$ 774,00	R\$ 2.581,00
6i	Encarte (por página)	R\$ 1.137,00	R\$ 3.791,00
6j	Projeto Especial	R\$ 3.732,00	R\$ 12.442,00
6k	Balanco		50% do valor de criação
	Relação		50% do valor de criação
	Finalização		25% do valor de criação
6.1) Empreitados Procurados			
6.1a	Por Centimetro Coluna		R\$ 86,00

6) Jornal (continuação)			
6.2) Publicações Legais			
	Ediais e Avisos		
6.2a	Até 1/4 de Página	R\$ 368,00	R\$ 1.228,00
6.2b	Acima de 1/4 de Página	R\$ 737,00	R\$ 2.456,00
6.3) Gravação de Arquivos para Veiculação ou Transmissão via Rede			
6.3a	Página dupla		R\$ 552,00
6.3b	Página		R\$ 405,00
6.3c	Rouba Página		R\$ 340,00
6.3d	1/2 Página		R\$ 297,00
6.3e	1/3 Página		R\$ 275,00
6.3f	1/4 Página (ou mínimo)		R\$ 212,00
6.3g	Valor Mínimo		R\$ 150,00
7) Revista			
7a	Página Dupla	R\$ 1.571,00	R\$ 5.238,00
7b	Página	R\$ 1.203,00	R\$ 4.009,00
7c	2/3 Página	R\$ 993,00	R\$ 3.307,00
7d	1/2 Página	R\$ 818,00	R\$ 2.726,00
7e	1/3 Página	R\$ 698,00	R\$ 2.294,00
7f	1/4 Página	R\$ 580,00	R\$ 1.932,00
7g	Valor Mínimo	R\$ 485,00	R\$ 1.618,00
7h	Encarte (por página)	R\$ 1.210,00	R\$ 4.031,00
7i	Projeto Especial	R\$ 3.732,00	R\$ 12.442,00
7j	Balanco		50% do valor de criação
	Relação		50% do valor de criação
	Finalização		25% do valor de criação

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 07/03/16

Inez Aparcida Leite
Diretora Geral

[Handwritten signatures and initials]

7) Revisia (continuaço)		ADAPTAÇÃO 30%	criaÇÃO
7.1) Gravação de Arquivos para Velculação ou Transmisão via Rede			
7.1a	Página dupla		R\$ 552,00
7.1b	Página		R\$ 405,00
7.1c	1/2 Página		R\$ 297,00
7.1d	1/3 Página		R\$ 275,00
7.1e	1/4 Página (ou minimo)		R\$ 212,00
7.1f	Valor Minimo		R\$ 150,00
8) Mídia Exterior			
8a	Barca de Jornal, Back ou Front Light, Busdoor/Traseira/Lateral de Ônibus, Cabine Telefonica, Empena de Prédio, Fachadas, Outdoor, Painel Externo de Metro, Testeira/Painel Frontal ou Lateral de Ponto de Ônibus, Traseira de Taxi, Placa de Rua, Relógio, Sanca, Tapume	R\$ 1.275,00	R\$ 4.251,00
8b	Faixa (lona ou tecido)	R\$ 303,00	R\$ 1.013,00
8c	Projeto Especial	R\$ 2.551,00	R\$ 8.502,00
	Refação		50% do valor de criação
	Finalização		25% do valor de criação
9) Mídia Interior			
9a	Papel Bandeira, Jogo Americano	R\$ 1.275,00	R\$ 4.251,00
	Refação		50% do valor de criação
	Finalização		25% do valor de criação
10) Sinalização			
10.1) Sinalização Externa – Fachada		ADAPTAÇÃO 30%	criaÇÃO
10.1a	Fachada Frontal		R\$ 7.020,00
10.1b	Fachada Lateral		R\$ 4.860,00
10.1c	Testeira		R\$ 3.132,00
10.1d	Parede de Vidro (até 8 m²)		R\$ 5.184,00

10) Sinalização (continuaço)		ADAPTAÇÃO 30%	criaÇÃO
10.2) Sinalização de Identificação			
10.2a	Diagnostico e levantamento de informaçoes: estudo do acesso aos locais a serem identificados, realizando a coleta de informaçoes que serao sinalizadas e tragem da hierarquia da informaçao.		R\$ 4.752,00
10.2b	Cração de projeto conceitual de placas: desenvolvimento de "placa conceitual" que apresenta identidade visual elaborada para o projeto e como a placa se comportará com as informaçoes e aplicaçao no ambiente.		R\$ 5.616,00
10.2c	Desdobramento por placa		R\$ 886,00
10.3) Sinalização de Orientação			
10.3a	Diagnostico e levantamento de informaçoes: estudo do fluxo de pessoas no ambiente e análise dos lugares para a implementaçao da sinalização de orientaçao. Coleta de informaçoes que serao sinalizadas e tragem da hierarquia da informaçao.		R\$ 6.912,00
10.3b	Cração de projeto conceitual de placas: desenvolvimento de "placa conceitual" que apresenta ao cliente a identidade visual elaborada para o projeto e como a placa se comportará com as informaçoes e aplicaçao no ambiente.		R\$ 5.616,00
10.3c	Desdobramento por placa		R\$ 1.026,00
10.4) Mobiliário			
10.4a	Jornal Mural		R\$ 6.912,00
10.4b	Painel		R\$ 4.988,00
10.4c	Adesvação Chão ou Teto		R\$ 4.752,00
10.5) Ambientação Institucional (Branding Ambiental)			
10.5a	Diagnostico e levantamento de informaçoes: estudo dos ambientes mais adequados para propor a ambientaçao para o local. Análise dos melhores lugares para a implementaçao da ambientaçao. Coleta de informaçoes que serao sinalizadas e tragem da hierarquia da informaçao.		R\$ 6.912,00


Confere com o Original e Dou Fé,

Rio Piracicaba 07/103/116

Inez Aparecida Leite
Diretora Geral

17
33

10) Sinalização (continuação)	ADAPTAÇÃO 30%	criação
10.5) Ambientação Institucional (Branding Ambiental) (continuação)		
10.50 Criação de projetos: desenvolvimento de propostas para a ambientação. Apresentação das "peças conceituais" da Ambientação Institucional, que apresenta ao cliente uma identidade visual elaborada para o projeto e como a ambientação se comportará com as informações e aplicação no ambiente.		R\$ 9.504,00
10.5c Desdobramento em estruturas: desenvolvimento de peças, segundo os mesmos moldes aprovados no projeto, para a aplicação nos ambientes diagnosticados.		R\$ 1.458,00
11) Produção Eletrônica		
11.1) Criação e Texto - Roteiro		
11.1a SMS/Disparo Telefônico		R\$ 788,00
11.1b Audiovisual/Documentário/Video - até 5'		R\$ 17.602,00
11.1c Audiovisual/Documentário/Video - por minuto excedente até 10'		R\$ 2.800,00
11.1d Audiovisual/Documentário/Video - por minuto excedente acima de 10'		R\$ 2.103,00
11.1e Assinatura/Vinheta Eletrônica		R\$ 7.314,00
11.1f Filme/VT até 60"		R\$ 11.712,00
11.1g Filme/VT acima de 60"		R\$ 17.566,00
11.1h Jingle/Trilha até 60"		R\$ 5.291,00
11.1i Jingle/Trilha acima de 60"		R\$ 7.936,00
11.1j Locução de Cabine até 60"/Testemunhal		R\$ 2.100,00
11.1k Locução de Cabine acima de 60"/ Testemunhal		R\$ 3.149,00
11.1l Letreiro/Cartela para TV		R\$ 292,00
11.1m Spot até 60"		R\$ 790,00
11.1n Spot acima de 60"		R\$ 1.194,00
11.1o Novelinha até 5'		R\$ 3.514,00
11.1p Novelinha - por minuto excedente		R\$ 565,00

Confere com o Original e Dou Fé.
 Rio Piracicaba 07/03/16


11) Produção Eletrônica (continuação)	ADAPTAÇÃO 30%	criação
11.1) Criação e Texto - Roteiro (continuação)		
11.1q Storyboard (por quadro)	R\$ 65,00	R\$ 215,00
11.1r Relação		50% do valor de criação
11.2) Gravação e Transmissão (via rede)		
(Necessária a autorização do estúdio de gravação de som no ato do pagamento para essa transmissão)		
11.2a Spot		R\$ 255,00
11.2b Jingle/Trilha		R\$ 255,00
11.2c Letreiros/Assinatura para TV		R\$ 296,00
12) Material Promocional		
12a Adesivo, Adesivo de Chão, Camiseta, Display de Balcão, Display de Mesa, Faixa de Gondola/Stopper, Inflável, Sacola/Boisa, Sanfihno, Troféu e Tag	R\$ 846,00	R\$ 2.820,00
12b Bandeirinha (por modelo), Boné, Bóton, Caneta, Cartão PVC (tipo cartão de crédito), Chaveiro, Cifoneio, Cinta, Cíntzelo, Copo, Crachá, Cupom, Ficha de Inscrição, Flâmula, Forração de Gondola/Bandó, Forro de Bandeira, Lápis, Leque, Lixocar, Marcador de Página, Medalha, Mouse Pad, Nécessaire, Porta-Lápis, Porta-Retratos, Porta-Documents, Porta-Cartão, Régua, Squeeze, Testeira para Cartaz e Viseria	R\$ 528,00	R\$ 1.761,00
12c Balcão para Degustação, Display de Ponta de Gondola, Display de Vitrine	R\$ 2.766,00	R\$ 9.220,00
12d Programação Visual de Estande para Feiras, Eventos, de Vendas	R\$ 3.320,00	R\$ 11.065,00
12e Cartão de Natal, Cartão de Aniversário, Banner, Cartão-Postal, Cartaz, Cartazete e Póster	R\$ 1.037,00	R\$ 3.456,00
12f Bula, Diploma, Flyer, Lâmina e Volante	R\$ 829,00	R\$ 2.764,00
12g Mala Direta	R\$ 1.292,00	R\$ 4.307,00
12h Mobília, Pórtico para Loja	R\$ 912,00	R\$ 3.038,00
12i Placa/Painel/Backdrop (interna ou externa)	R\$ 765,00	R\$ 2.550,00


 34

12	Material Promocional (continuação)	ADAPTAÇÃO 30%	criação
12j	Uniforme/Uniforme Promocional (Feiras/Eventos)	R\$ 865,00	R\$ 2.895,00
12k	Totem (projeto e desenvolvimento)	R\$ 1.148,00	R\$ 3.826,00
	Relação		50% do valor de criação
	Finalização		25% do valor de criação
13) Material Impresso			
13a	Agenda (projeto gráfico)	R\$ 2.419,00	R\$ 8.063,00
13b	Agenda (só capa)	R\$ 991,00	R\$ 3.305,00
13c	Agenda (por página)	R\$ 360,00	R\$ 1.198,00
13d	Agenda (por página, só troca de data)	R\$ 67,00	R\$ 222,00
13e	Broadside (por página), Bolacha de CD, Capa de Caderno, Capa de Cartilha, Capa de Catálogo, Capa de CD, Calendário (por lâmina), Certificado, Corvite, Encarte de CD (por lâmina)	R\$ 579,00	R\$ 1.928,00
13f	Cartilha, Catálogo de Produtos, Folheto Institucional, Folheto Técnico e Cardápio (por página)	R\$ 458,00	R\$ 1.527,00
13g	Folder	R\$ 1.609,00	R\$ 5.364,00
13h	House Organ/Newsletter (projeto até 4 páginas)	R\$ 3.107,00	R\$ 10.356,00
13i	House Organ/Newsletter (projeto por página adicional)	R\$ 618,00	R\$ 2.061,00
13j	House Organ/Newsletter Diagramação (por página)	R\$ 417,00	R\$ 1.389,00
13k	Livro/Revista - Projeto Gráfico	R\$ 25.689,00	R\$ 85.631,00
13l	Livro/Revista - Diagramação (por página)	R\$ 417,00	R\$ 1.339,00
13m	Relatório de Diretoria - Projeto Gráfico	*R\$ 17.562,00	R\$ 58.539,00
13n	Relatório de Diretoria Diagramação (por página)	R\$ 575,00	R\$ 1.916,00
	Relação		50% do valor de criação
	Finalização		25% do valor de criação

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

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 07/03/16

Inês Aparecida Leite

14a	Caixa Display de Produto	R\$ 5.286,00	R\$ 17.617,00
14b	Cartela, Rótulo	R\$ 1.491,00	R\$ 4.972,00
14c	Caixa de Embarque, Cartela com Saco, Embalagem Blister/Sampling, Embalagem (adaptação)	R\$ 2.065,00	R\$ 6.882,00
14d	Embalagem para Relatório de Diretoria (lupa, caixa, envelope especial)	R\$ 2.309,00	R\$ 7.695,00
14e	Embalagem de Produto	R\$ 6.222,00	R\$ 20.739,00
14f	Embalagem de Linha de Produtos (pacote de até 5 embalagens)	R\$ 24.893,00	R\$ 82.975,00
14g	Embalagem Promocional, Mock-Ups (sem custo de terceiros)	R\$ 3.641,00	R\$ 12.135,00
	Relação		50% do valor de criação
	Finalização		25% do valor de criação
15) Comunicação Digital			
15a	Planejamento de Ação/Promoção/Web		R\$ 35.545,00
15b	Planejamento de Ações em Redes Sociais		R\$ 35.545,00
15c	Planejamento de Campanhas de Link Patrocinador/Redes Sociais (Setup e Acompanhamento - Não inclui Criação de Anúncios ou Posts)		R\$ 6.331,00
15d	Investimento até R\$ 20.000,00		R\$ 6.331,00
15e	Investimento entre R\$ 20.000,01 e R\$ 50.000,00		R\$ 8.495,00
15f	Investimento acima de R\$ 50.000,01		R\$ 13.526,00
15g	Wireframe (por tela)		A definir em horas técnicas
15h	Arquitetura de Projeto		A definir em horas técnicas
15i	Tag Book		A definir em horas técnicas
15j	SEO Book		A definir em horas técnicas
15k	Gestão de Projeto		A definir em horas técnicas
15l	Apresentação multimídia (por slide)	R\$ 200,00	R\$ 666,00

Inês Aparecida Leite

15) Comunicação Digital (continuação)		ADAPTAÇÃO 30%	criação
15i	Apresentação multimídia navegável		A definir em horas técnicas de acordo com o escopo
15m	Cartão virtual animado - Motion design	R\$ 2.363,00	R\$ 7.876,00
15n	Email mkt/newsletter - Imagem	R\$ 694,00	R\$ 2.313,00
15o	Email mkt/newsletter - HTML	R\$ 1.157,00	R\$ 3.855,00
15p	Template para newsletter - HTML	R\$ 1.094,00	R\$ 3.645,00
15q	Setup e disparo de email mkt/newsletter		A definir em horas técnicas
15r	Landing Page		A partir de R\$ 10.703,00
15s	Hotsite - nível de complexidade baixa (até 4 páginas)		A partir de R\$ 15.374,00
15t	Hotsite - nível de complexidade média (até 8 páginas e com recurso interativo - joguinho/cartão virtual ou enquete)		A partir de R\$ 24.773,00
15u	Hotsite - nível de complexidade alta (até 12 páginas - linha do tempo, recursos sonoros, filmes)		A partir de R\$ 35.993,00
15v	Site: arquitetura de informação; redação de texto; design de telas; programação HTML. Areas: institucional; Contato (formulário simples); Serviços e/ou produtos- OBS: conteúdos interativos e áreas resritras devem ser orçadas à parte em horas técnicas		A partir de R\$ 66.528,00
15w	Versão site para outros idiomas		Entre 30% e 50% do valor do site principal
15x	Portal, Intranet, Extranets e Ecommerce		A definir em horas técnicas
15y	Aplicativo mobile/tablet		A definir em horas técnicas
15z	Jogos		A definir em horas técnicas
15aa	Página HTML Avulsa		A partir de R\$ 3.387,00
15ab	Screensaver	R\$ 1.542,00	R\$ 5.140,00

Confere com o Original e Dou Fe.

Rio Piracicaba 07/03/16

Inêz Aparecida Leite
Diretora Geral

15) Comunicação Digital (continuação)		ADAPTAÇÃO 30%	criação
15cc	Vineta dinâmica (até 20")	R\$ 2.363,00	R\$ 7.876,00
15cd	Wallpaper	R\$ 444,00	R\$ 1.480,00
15ee	Assinatura de e-mail		R\$ 1.480,00
	Relação		50% do valor de criação
	Finalização		25% do valor de criação
15.1) Banners e Pop-Ups/Lightbox			
151a	Banner Estático	R\$ 411,00	R\$ 1.371,00
151b	Banner animado	R\$ 1.090,00	R\$ 3.434,00
151c	Banner rich media	R\$ 2.209,00	R\$ 7.362,00
151d	Pop-up/Lightbox	R\$ 914,00	R\$ 3.047,00
151e	Banner + Pop-up/Lightbox	R\$ 1.780,00	R\$ 5.931,00
15.2) Redes Sociais			
152a	Diagnóstico da presença; levantamento de dados; análise e elaboração de relatório		A partir de R\$ 12.560,00
152b	Planejamento para setup; canais; tipos de conteúdo; projeto editorial; identidade visual; estratégia para ativação		A partir de R\$ 15.576,00
152c	Planejamento de ação/promoção; planejamento, criação, design e ativação		A partir de R\$ 35.553,00
152d	Personalização dos canais: imagem do topo, avatar e texto de apresentação ("Sobre") - valor por canal		A partir de R\$ 4.665,00
152e	Monitoramento de redes sociais com relatório mensal e relatórios avulsos		A definir em horas técnicas
152f	Gestão de presença - monitoramento, relacionamento, produção e postagem de conteúdo e relatório mensal		A definir em horas técnicas
152g	Criação de aba simples para o Facebook (layout estático ou com a inclusão do player de vídeo do YouTube/link externo/sem interatividade ou cadastro em banco de dados)		A partir de R\$ 4.554,00
152h	Criação de abas para Facebook com interatividade simples (formulário simples para cadastro)		A partir de R\$ 9.653,00

23
36

15) Comunicação Digital (continuação)		ADAPTAÇÃO 30%	criação
15.2) Redes Sociais (continuação)			
152	Adaptação de hoistsite para aba do Facebook		60% do valor do Hoistsite original
152j	Post em blog (texto e imagem)	R\$ 456,00	R\$ 1.520,00
152k	Criação de imagem para post nas redes sociais (jpg)		A partir de R\$ 3.548,00
152l	Criação de aplicativo: estipular valor por hora de acordo com o escopo.		A definir em horas técnicas
15.3) Links Patrocinados			
153a	Gestão de campanhas: execução do planejamento, ajustes e otimização, acompanhamento de resultado		A definir em horas técnicas
153b	Relatório de campanha		A partir de R\$ 6.928,00
153c	Anuncio de texto (link patrocinado)	R\$ 144,00	R\$ 480,00
15.4) SEO			
154a	Planejamento, execução e acompanhamento		A definir em horas técnicas
154b	Relatório de campanha		A partir de R\$ 6.928,00
15.5) Mobile			
155a	Planejamento, criação e produção de aplicativos		A definir em horas técnicas
155b	Apresentação/catalogos		A definir em horas técnicas
15.6) Serviços Especiais (por hora)			
156a	Planejamento, Programação de Sistemas, Programação HTML, Motion Design, Analse de Métrica		R\$ 440,00
156b	Gerenciamento de Projetos/ Atendimento		R\$ 629,00

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 9/15/17

[Handwritten Signature]

Inez Aparecida Leite

15) Comunicação Digital (continuação)		ADAPTAÇÃO 30%	criação
15.6) Serviços Especiais (por hora) (continuação)			
156c	Criação		R\$ 440,00
156d	Analista SEO/Arquiteto de Informação/ Analista de Redes Sociais		R\$ 264,00
16) Editoração Eletrônica			
16.1) Digitação de Texto			
161a	Por Lauda até 1.200 Toques		R\$ 212,00
161b	Outros Idiomas		R\$ 318,00
16.2) Tabelas, Gráficos e Mapas			
162a	Mapa de Localização (ilustrado)	R\$ 840,00	R\$ 2.800,00
162b	Mapa de Localização (simples)	R\$ 536,00	R\$ 1.786,00
162c	Tabela/Gráfico (mínimo)	R\$ 230,00	R\$ 768,00
162d	Tabela/Gráfico (máximo)	R\$ 765,00	R\$ 2.550,00
162e	Integráfico em extensão .jpg + HTML Estático	R\$ 2.160,00	R\$ 7.200,00
162f	Integráfico em extensão .swf ou HTML5	R\$ 3.120,00	R\$ 10.400,00
	Finalização		25% do valor de criação
16.3) Tratamento de Imagem			
163a	Gravação de Arquivo (cópia - tempo de gravação + mídia)		R\$ 241,00
163b	Scanner de Imagem		R\$ 107,00
163c	Tratamento de Imagem - por hora		R\$ 460,00
163d	Vectorização de Logotipos - por hora		R\$ 296,00
163e	Vectorização de Tabela - por hora		R\$ 296,00
164a	Cópia (unidade)		R\$ 108,00

[Handwritten Signatures]

TERMO DE ENCERRAMENTO

Contém este conjunto de documentos 39 folhas numeradas manualmente de 1a39, e serviu de **ENVELOPE 5**, para o PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016, apresentados pela empresa Shine On Ltda.

Conforme o edital “os documentos deverão ser apresentados em processo de cópia autenticada por tabelião de notas, admitindo-se a autenticação dos mesmos, mediante apresentação dos originais, por um dos membros da Comissão Especial de Licitação”.

Rio Piracicaba, 07 de março de 2016.

Pl. Jma Rusa Magalhães Bueno Caevia

Douglas Antônio Araújo Cota

Razão social: Shine On Ltda

Av. Wilson Alvarenga, 1047 – Lj 01 – 1º Andar

Bairro Carneirinhos - João Monlevade – MG - Cep: 35.930-001

Tele-fax: 31-3852-1634

CNPJ: 02.367.995/0001-59

[Handwritten signatures and initials]
39

shineOncOunicacaO.cOm.br

Ad

André

[Signature]

[Signature]





ATA DA REUNIÃO RELATIVA AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016,
MODALIDADE CONVITE Nº 003/2016.
ENVELOPE Nº 5 “DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO”


Aos sete dias do mês de março do ano de 2016, às 14 horas, com observância às disposições contidas no instrumento convocatório e na Lei de Licitações e Contratos, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitação desta Câmara Municipal e a empresa **SHINE ON LTDA**, que se fez presente através de sua representante, Sr. Ana Luísa Magalhães Bueno Taveira, Carteira de Identidade MG-13.177.514, com a finalidade de analisar a documentação apresentada pela empresa.

Analisada a documentação requerida através do item VIII do edital e constatada a sua regularidade a comissão deliberou vencedora a empresa SHINE ON LTDA.

Os presentes que assinam a ata, não têm qualquer objeção a respeito do cumprimento das formalidades legais durante a licitação, nada tendo a reclamar com relação à publicidade, especificações, informações sobre o assunto e imparcialidade da Comissão de licitação, tanto que renunciaram ao direito de recorrer da decisão proferida pela Comissão Permanente de licitação e assinam a presente Ata como prova da renúncia.

Nada mais havendo a tratar, lavrou-se a presente ATA, que depois de lida e aprovada, foi por todos assinada e será encaminhada ao Sr. Presidente da Câmara para fins de homologação e adjudicação.

Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 07 de março de 2016.


Frederico Augusto de Melo Camilo
Membro


Inêz Aparecida Leite
Presidente


Vanilza A. Souza Caldeira
Membro


Proponente: **SHINE ON LTDA**



DESPACHO DE HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

O Presidente da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, no uso de suas atribuições legais, de conformidade com a Lei Federal nº 8.666/93, HOMOLOGA o Processo Licitatório nº **003/2016**, Modalidade Convite nº **003/2016**, e, em consequência, ADJUDICA o seu objeto na forma que segue:

Nº ITENS	PROPONENTE	PERCENTUAL OFERTADO		
		Custos Internos, sobre a tabela do Sinapro	Honorários Externos	Honorários exclusivos apenas a contratação ou pagamento dos serviços
01	SHINE ON LTDA	85 % de desconto	15%	10%

Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 08 de março de 2016.


TAYRONE ARCANJO GUIMARÃES
Presidente da Câmara



Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo

RESULTADO DO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016 MODALIDADE CONVITE Nº 003/2016.

A Câmara Municipal de Rio Piracicaba, através da Comissão Permanente de Licitação, torna público o resultado do Processo Licitatório nº **003/2016**, Modalidade Convite, na forma que segue:


Nº ITENS	PROPONENTE	PERCENTUAL OFERTADO		
		Custos Internos, sobre a tabela do Sinapro	Honorários Externos	Honorários exclusivos apenas a contratação ou pagamento dos serviços
01	SHINE ON LTDA	85 % de desconto	15%	10%

Homologação: Presidente da Câmara

Condições: Conforme ata de julgamento

Publicado em 08/03/2016


Inéz Aparecida Leite
Presidente


Frederico Augusto de Melo Camilo
Membro


Vanilza A. Souza Caldeira
Membro

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

PARECER Nº 16/2016

Origem: Comissão Permanente de Licitação.
Assunto: Parecer Final.

Chega a esta Assessoria e Consultoria promoção da Presidente da Comissão Permanente de Licitação referente ao Processo Licitatório nº 03/2016, Carta Convite nº 03/2016, para fins de parecer final.

Analisa-se.

- 1) Após promoções internas, verificou-se disponibilidade orçamentária, sendo viabilizada a confecção de edital para publicidade do ato (fls. 17/56).
- 2) A Convocação dos licitantes foi feita por escrito, com observância de prazos legais, mediante carta dirigida a seis interessados: a) TEN-Comunicação Integrada Ltda.; b) Promocional Propaganda Ltda.; c) Origami Agência de Idéias.; d) CPA Propaganda Ltda EPP.; e) ALGI Comunicação Visual.; d) SHINE-ON Ltda (fls. 59/64).
- 3) Quando da abertura da sessão foi constatado que somente a empresa SHINE-ON Ltda compareceu e apresentou os envelopes contendo as Proposta Técnica I, II e III, momento em que foi constatado o total desinteresse das empresas em participar do certame.
- 4) Conforme se depreende das consultas de nº 778.098, 439.791, 448.548 e 154.580, feitas ao Tribunal de Contas do Estado de Minas Gerais, o não comparecimento de no mínimo três interessados não ensejará necessariamente repetição do convite. Para tanto, deverá a Administração anexar ao processo comprovante de entrega dos convites ou apresentar as justificativas pertinentes ao caso, de conformidade com o disposto no art. 22, § 7º, da Lei 8.666/93, o que fora

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

devidamente observado pela Comissão Permanente de Licitação, dando prosseguimento ao certame.

5) Abertos os envelopes de propostas, foi examinado o plano de comunicação publicitária e a proposta técnica, momento em que a Comissão Permanente de Licitação deliberou pela habilitação da empresa licitante "A" (fls 125).

6) Analisada a documentação requerida através do item VIII do edital, e constada a sua regularidade, a Comissão Permanente de Licitação deliberou como vencedora do certame a empresa licitante SHINE-ON Ltda (fls.204).

7) Por fim, procedeu-se à homologação (aprovação do procedimento) e adjudicação (atribuir ao vencedor o objeto da licitação), conforme se verifica às fls. 205.

Conclui-se que foram observados os princípios constitucionais e também os dispositivos da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, com suas alterações.

Belo Horizonte, 23 de março de 2016.

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



Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo

CONTRATO Nº. 010/2016

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS QUE ENTRE SI CELEBRAM A CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA E SHINE ON LTDA

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 representada pelo seu Presidente, Sr. **TAYRONE ARCANJO GUIMARÃES**, inscrito no CPF sob o nº 013.530.926-31, RG nº MG-11.340.433, brasileiro, casado, residente à Rua Morro Agudo, n.º 136 – Bairro: Centro, Rio Piracicaba/MG, e de outro lado a Empresa **SHINE ON LTDA**, CNPJ Nº 02.367.995/0001-59 com sede na Avenida Wilson Alvarenga, 1047, Sala 801 – Carneirinhos, João Monlevade/MG, a seguir denominada **CONTRATADA**, neste ato representado (a) pelo Sr. **DOUGLAS ANTÔNIO ARAÚJO COTA** CPF 029.953.326-32, RG M-7.576.952, resolvem firmar o presente contrato, em conformidade com o Processo Licitatório nº 003/2016, na modalidade Convite 003/2016 do tipo Menor Preço e Técnica, regida pela Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações e pela lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, mediante as seguintes cláusulas e condições:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1- O objeto da contratação é a prestação de serviços de publicidade. Considerado este o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a informação de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir idéias. Enfim, a publicidade dos atos da Câmara Municipal de Rio Piracicaba.

1.1. Constituem serviços específicos a serem prestados pela contratada:

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

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 28/03/2016

PI
Inêz Aparecida Leite
Diretora Geral

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

Câmara Municipal
Rio Piracicaba



Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo

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\$ 80.000,00 (Oitenta mil reais).

2.2. O valor a ser pago, será apurado calculando-se o desconto de: 85% (Oitenta e cinco 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: 15% (quinze por cento).

2.4. O valor a ser pago pelos honorários incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, será de: 10% (dez por cento).

2.5. O 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,

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 28/03/16

Inês Aparecida Leite
Diretora Geral



Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo

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



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.

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 28/03/16

Inês Aparecida Leite
Diretora Geral

Av. Dom Joaquim Silvério, 174 - Centro - Rio Piracicaba - MG
Fone: 31-3854-1353 - CEP: 35940-000

[Handwritten signatures and stamps]
Câmara Munic
Rio Piracic
Legislação em For



Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo

CLÁUSULA TERCEIRA - DA ALTERAÇÃO DO CONTRATO

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

3.1.1. unilateralmente, pela CONTRATANTE, quando necessária a modificação do valor contratual em decorrência de acréscimo ou diminuição quantitativa de seu objeto, nos limites permitidos pela Lei.

3.1.2. por acordo das partes:

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

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

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

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

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

CLÁUSULA QUARTA - DA DOTAÇÃO

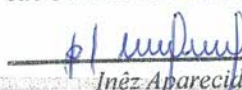
4.1.- As despesas decorrentes do presente contrato correrão à conta da dotação orçamentária nº 01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-D26


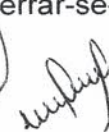

CLÁUSULA QUINTA - DA VIGÊNCIA

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

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 28/10/2016


Inez Aparecida Leite




Câmara Municipal
Rio Piracicaba
Legislando com Transparência



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

CLÁUSULA SEXTA - DA NOVAÇÃO

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

CLÁUSULA SÉTIMA - DA FISCALIZAÇÃO

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

CLÁUSULA OITAVA – DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES

São obrigações das partes:

8.1 – DO CONTRATANTE:

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

8.2 – DA CONTRATADA:

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

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

8.2.3. – Responsabilizar-se por todos os serviços especificados neste contrato, de

Confere com o Original e Dou. Fé.
Rio Piracicaba 28/10/2016

[Assinatura]
Inez Aparecida Leite
Diretora Geral



Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo

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



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

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 28/03/16

Inês Apafesilha Leite
Diretora Geral



Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo



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

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;

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 28/03/16

[Assinatura]

Av. Dom Joaquim Silvério, 174 - Centro - Rio Piracicaba - MG
Fone: 31-3854-1353 - CEP: 35940-000





Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo

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

Confere com o Original e Dou Fé.

10.1.2. Multa, nos seguintes percentuais: Rio Piracicaba 28 103/16

Inês Aparecida Leite
Diretora Geral

[Handwritten signatures and stamps]

Câmara Municipal
Rio Piracicaba

Legislando com Firmeza e Respeito



Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo



- 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.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DO FORO

12 - Fica eleito o foro da comarca de Rio Piracicaba/MG, para solucionar

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 28/10/2016

Inez Aparecida Leite
Diretora Geral

Av. Dom Joaquim Silvério, 174 - Centro - Rio Piracicaba - MG
Fone: 31-3854-1353 - CEP: 35940-000

Handwritten signatures and initials



Legislado com Transparência!



Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo

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



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, 28 de março de 2016.

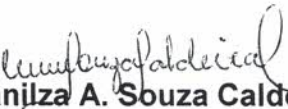
CONTRATANTE:


TAYRONE ARCANJO GUIMARÃES
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

CONTRATADO:


DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA
SHINEON LTDA

TESTEMUNHAS:


Vanilza A. Souza Caldera

CPF Nº: 032.963.726-60


Lúcia Aparecida dos Santos

CPF Nº: 736.102.166-20

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba, 28/03/16


Inez Aparecida Leite
Diretora Geral



Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Poder Legislativo



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

EXTRATO DO CONTRATO RELATIVO AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 003/2016, MODALIDADE CONVITE Nº 003/2016.

CONTRATANTE: CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

CONTRATADO: SHINE ON LTDA

OBJETO: PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PROPAGANDA, ENVOLVENDO O ESTUDO, CONCEPÇÃO, PESQUISA, PRODUÇÃO, EXECUÇÃO, VEICULAÇÃO, BEM COMO A DISTRIBUIÇÃO DE MATERIAIS, PEÇAS E CAMPANHAS DE INTERESSE DA CÂMARA MUNICIPAL.

MODALIDADE DA LICITAÇÃO: CONVITE

RECURSO ORÇAMENTÁRIO: 01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-D26

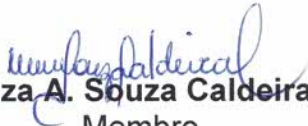
VALOR TOTAL ESTIMADO DO CONTRATO: R\$ 80.000,00 (Oitenta mil reais)

VIGÊNCIA: 28/03/2016 a 31/12/2016

Publicado em 28/03/2016


Lúcia Aparecida dos Santos
Presidente


Frederico Augusto de Melo Camilo
Membro


Vanilza A. Souza Caldeira
Membro