



EXERCÍCIO DE 2019

PROCESSO LICITATÓRIO Nº: 011/2019

MODALIDADE: CONVITE Nº: 009/2019

RECURSO ORÇAMENTÁRIO: 01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-D0043  
01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-D0025

**SÍNTESE DO OBJETO:** Prestação de serviços de publicidade e propaganda, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, no exercício de 2020.

*Ética e Compromisso!*  
**AUTUAÇÃO**

Aos 09 dias do mês de dezembro de 2019, nesta Câmara, eu, Inêz Aparecida Leite, autuei a autorização e demais documentos que seguem.

  
**Inêz Aparecida Leite**

Presidente da Comissão de Licitação



**PORTARIA Nº 003/2019**

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 da Comissão Permanente de Licitação, a servidora Lúcia Aparecida dos Santos.

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

Rio Piracicaba, 02 de janeiro de 2019.

**TAYRONE ARCANJO GUIMARÃES**  
Presidente da Câmara

Confere com o Original e Dou Fé.  
Rio Piracicaba 09 / 12 / 2019  
  
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 no exercício de 2020**, 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, 09 de dezembro de 2019.

  
**TAYRONE ARCANJO GUIMARÃES**  
Presidente da Câmara

**De:** Filipe Rosa [filipe@lumecomunicacao.com]  
**Enviado em:** terça-feira, 12 de novembro de 2019 15:02  
**Para:** camararp@camararp.mg.gov.br  
**Assunto:** SOLICITAÇÃO DE ORÇAMENTO- LICITAÇÃO DE PUBLICIDADE

Prezado Senhor, boa tarde!

Vimos solicitar proposta de desconto a ser concedida sobre tabela do SINAPRO (Sindicato das Agências de Publicidade de Minas Gerais), para fins de autuação de Processo Licitatório para contratação de Serviços de Publicidade e Propaganda, a serem prestados a esta casa no exercício de 2020, conforme a seguir:

- a) Desconto a ser concedido a Câmara Municipal de Rio Piracicaba sobre os custos internos baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências do Estado de Minas Gerais, será de: 40% ( quarenta por cento).
- b) Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, será de: 15 %(quinze por cento).
- c) Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, será de: 10%(dez por cento);
- d) Desconto padrão sobre o valor dos negócios que serão encaminhados aos veículos por ordem e conta da Câmara Municipal (Comissão da agencia) 20%(vinte por cento), sobre o valor bruto da tabela do veículo.

Quaisquer dúvidas estamos à disposição

Atenciosamente,



**Filipe Rosa**  
Diretor

31 2517 5265 | 31 9 9844 7460  
lumecomunicacao.com





## Camara Municipal de Rio Piracicaba

**De:** simone@shineon.com.br  
**Enviado em:** terça-feira, 12 de novembro de 2019 17:24  
**Para:** 'Camara Municipal de Rio Piracicaba'  
**Assunto:** SOLICITAÇÃO DE ORÇAMENTO- LICITAÇÃO DE PUBLICIDADE  
**Anexos:** Proposta licitação 2020.pdf

Inêz, boa tarde

Segue anexo nossa proposta

Att

### Simone Soares

Analista de Marketing, Gestão e Negócios | www.shineon.com.br

 31.3852-1634 |  Av. Wilson Alvarenga - 1047 - 8º andar - João Monlevade - MG



**De:** Camara Municipal de Rio Piracicaba <camararp@camararp.mg.gov.br>

**Enviada em:** terça-feira, 12 de novembro de 2019 12:32

**Para:** simone@shineoncomunicacao.com.br

**Assunto:** SOLICITAÇÃO DE ORÇAMENTO- LICITAÇÃO DE PUBLICIDADE

Prezada Senhora, boa tarde!

Vimos solicitar proposta de desconto a ser concedida sobre tabela do SINAPRO (Sindicato das Agências de Publicidade de Minas Gerais), para fins de autuação de Processo Licitatório para contratação de Serviços de Publicidade e Propaganda, a serem prestados a esta casa no exercício de 2020, conforme a seguir:

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

**b)** Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, será de: \_\_\_\_\_%( \_\_\_\_\_por cento).

**c)** Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, e o



serviço da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, será de: \_\_\_\_\_%(\_\_\_\_\_por cento);

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

Quaisquer dúvidas estamos à disposição

Atenciosamente

**Inéz Leite**

*Câmara Municipal de Rio Piracicaba*

*(31)3854-1353*

Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
A/C Inêz Leite

Segue abaixo nossa proposta de desconto a ser concedida sobre tabela do SINAPRO (Sindicato das Agências de Publicidade de Minas Gerais), para fins de autuação de Processo Licitatório para contratação de Serviços de Publicidade e Propaganda, a serem prestados a esta casa no exercício de 2020, conforme a seguir:

- a) Desconto a ser concedido a Câmara Municipal de Rio Piracicaba sobre os custos internos baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências do Estado de Minas Gerais, será de 80% (oitenta por cento).
- b) Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, será de: 10% (dez por cento).
- c) Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, será de: 10% (dez por cento);
- d) Desconto padrão sobre o valor dos negócios que serão encaminhados aos veículos por ordem e conta da Câmara Municipal (Comissão da agência) 20% (vinte por cento), sobre o valor bruto da tabela do veículo.

João Monlevade 12 de novembro de 2019

Att



Simone Soares

www.shineon.com.br |



31.3852-1634



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





## Camara Municipal de Rio Piracicaba

**De:** Anderson Lopes [anderson.lopes@vistacomunicacao.com]  
**Enviado em:** quinta-feira, 14 de novembro de 2019 17:37  
**Para:** Camara Municipal de Rio Piracicaba  
**Assunto:** Re: SOLICITAÇÃO DE ORÇAMENTO- LICITAÇÃO DE PUBLICIDADE

Boa tarde, segue proposta:

a) Desconto a ser concedido a Câmara Municipal de Rio Piracicaba sobre os custos internos baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências do Estado de Minas Gerais, será de: **70% ( setenta por cento)**.

b) Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, será de: **15% (Quinze por cento)**.

c) Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, será de: **10% (Dez por cento)**;

d) Desconto padrão sobre o valor dos negócios que serão encaminhados aos veículos por ordem e conta da Câmara Municipal (Comissão da agência) **20% (Vinte por cento)**, sobre o valor bruto da tabela do veículo.

Em ter., 12 de nov. de 2019 às 12:29, Camara Municipal de Rio Piracicaba  
<camararp@camararp.mg.gov.br> escreveu:

Prezado Senhor, boa tarde!

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





Propaganda, a serem prestados a esta casa no exercício de 2020, conforme a seguir:

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

b) Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, será de: \_\_\_\_\_%( \_\_\_\_\_por cento).

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

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

Quaisquer dúvidas estamos à disposição

Atenciosamente

**Inêz Leite**

*Câmara Municipal de Rio Piracicaba*

(31)3854-1353



--

**Anderson Lopes de Oliveira**



Este email tem caráter confidencial e é de uso restrito. A utilização, divulgação, cópia ou distribuição desta mensagem ou parte dela, por qualquer pessoa diferente do destinatário é proibida, sujeitando o infrator às sanções legais. Se esta mensagem foi recebida por engano, favor excluí-la e informar ao remetente pelo endereço eletrônico acima. Agradecemos a sua cooperação.



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

<b>REQUISIÇÃO de:</b> Execução de Serviço de Publicidade		<b>Setor Requisitante:</b> Gabinete do Presidente/Secretaria/Contabilidade. <b>Aplicação/Justificativa:</b> Devido a necessidade de divulgação dos atos da Câmara Municipal de Rio Piracicaba.
Item	Descrição	Percentual Estimado
01	Desconto a ser concedido a Câmara Municipal de Rio Piracicaba sobre os custos internos baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências do Estado de Minas Gerais.	63,33%
02	Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação.	13,33%
03	Honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de outros serviços, cuja produção seja incumbida a terceiros, e o serviço da agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.	10,00%
04	Desconto padrão sobre o valor dos negócios que serão encaminhados ao veículo por ordem e conta da Câmara Municipal.	20,00%
<p>Data: 09/12/2019</p> <p style="text-align: center;"><b>TAYRONE ARCANJO GUIMARÃES</b> Presidente da Câmara Municipal</p>		
<b>ESTIMATIVA DE CUSTOS</b>		
<p>Objetivando a instrução do processo, informamos que foi estimado o montante até 31 de dezembro de 2019 em R\$ 80.000,00 (Oitenta mil reais) para o objeto desta licitação.</p>		
<p>Data: 09/12/2019</p> <p style="text-align: center;"><b>INÊZ APARECIDA LEITE</b> Diretora Geral</p>		
<b>PREVISÃO DE RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS</b>		
<p>Informamos que existe previsão de recursos orçamentários à conta da dotação nº <b>01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-D0043</b> <b>01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-D0025</b></p>		
<p>Data: 09/12/2019</p> <p style="text-align: center;"><b>LÚCIA APARECIDA DOS SANTOS</b> Chefe da Divisão de Contabilidade e Pessoal</p>		

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





**PROCESSO LICITATÓRIO Nº. 011/2019**

**CONVITE Nº. 009/2019**

A Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, torna público para conhecimento dos interessados que fará realizar o Processo Licitatório nº 011/2019, Modalidade: Convite nº 009/2019, Tipo Técnica e Preço, Forma de Execução Empreitada por Preço Global regida pelas Leis Federais nºs 8.666/1993, de 21 de junho de 1993 e suas alterações, nº 12.232/2010, de 29/04/2010, pelas normas que regem a atividade de publicidade e propaganda Lei nº 4.680/65, Decreto Federal nº 57.690/66 parcialmente alterado pelo Decreto Federal nº 4.563/02; o Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, instituído pelo Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em 1957 e incorporado à mencionada Lei nº 4.680/65; o Código Brasileiro de Auto Regulamentação Publicitária, as normas padrão da atividade publicitária sob orientação do CENP – Conselho Executivo de Normas Padrão, e demais condições fixadas neste edital.

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

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

LOCAL: Câmara Municipal de Rio Piracicaba

DATA: 19/12/2019

HORÁRIO: Até às 09horas

**ABERTURA DOS ENVELOPES:** 19/12/2019 às 9h30min

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

1.2. Fazem parte integrante deste Edital:

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



## II - DO OBJETO

2.1 A presente licitação tem por objeto a contratação de agência de publicidade para a prestação de serviços de publicidade a esta Casa no exercício de 2020, considerados estes o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a previsão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a informação de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir idéias, enfim, a publicidade dos atos da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, em conformidade com as especificações definidas no Termo de Referência – Anexo I deste edital.

2.2. Constituem serviços específicos a serem prestados pela contratada:

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

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

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

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

2.6. O público-alvo dos serviços ora licitados é primordialmente a população, respeitados os segmentos específicos para a comunicação dirigida, como



campanhas de lançamento e sustentação de ações e serviços, podendo atingir outros públicos internos ou externos à ação dos órgãos e entidades mencionados;

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

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

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

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

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

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

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

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



ENVELOPE Nº 01 – “PROPOSTA TÉCNICA I”  
CONTEÚDO: INFORMAÇÕES DA LICITANTE  
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019  
CONVITE Nº 009/2019  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

ENVELOPE Nº 02 – “PROPOSTA TÉCNICA II”  
CONTEÚDO: PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA IDENTIFICADA  
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019  
CONVITE Nº 009/2019  
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 011/2019  
CONVITE Nº 009/2019  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA  
VIA SEM IDENTIFICAÇÃO – SEM LOGOMARCA – SEM ETIQUETA

ENVELOPE Nº 04 – “PROPOSTA COMERCIAL”  
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019  
CONVITE Nº 009/2019  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

ENVELOPE Nº 05 – “DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO”  
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019  
CONVITE Nº 009/2019  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

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



sem emendas ou rasuras, datadas, assinadas na última página, por extenso, pelo representante legal e, rubricadas nas demais.

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

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

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

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

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

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

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

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





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

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

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

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

#### **IV. DA PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO**

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

#### **4.2. Não poderá participar desta Licitação:**

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



figure ocupante de cargo ou de emprego público na Administração Direta ou Indireta do Município de Rio Piracicaba;  
d) Pessoa física.

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

## V. DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

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

## VI. PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

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



- f) Exemplos de peças: especificado nas exigências da proposta;
- g) Sem qualquer recuo de parágrafo e apenas um espaço entre um parágrafo e outro;
- h) Margens superior, inferior, esquerda e direita: 3,0 cm.
- i) Alinhamento justificado

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

## VII. PROPOSTA COMERCIAL

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

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



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

7.2. Será desclassificada a proposta que exija faturamento mínimo.

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

## VIII. DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO

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

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

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

### 8.3.1. Habilitação Jurídica:

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



- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e no caso de sociedade por ações, acompanhado de documento de eleição dos seus administradores.
- c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício.
- d) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e o ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim exigir.
- e) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), emitido dentro dos últimos 30 dias, contados da data de abertura deste certame.

### 8.3.2. Regularidade Fiscal:

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

### 8.3.3. Qualificação Técnica

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

### 8.3.4. Qualificação Econômico-Financeira:

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



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

## IX. DOS PROCEDIMENTOS PARA JULGAMENTO

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

- a) Abertura dos 2 (dois) invólucros com a via não identificada do plano de comunicação e com as informações de que trata o art. 8º da Lei nº 12.232/2010, envelope 1 e 3, em sessão pública, pela comissão permanente;
- b) Análise das propostas técnicas e julgamento;
- c) Análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária e das informações técnicas, envelope 1 e 3, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso XIV do art. 6º da Lei 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 à Câmara Municipal e enviadas ao contratado, além de 1 (um) exemplar de todas as publicações realizadas no período para a



Contabilidade e 1 (um) exemplar de todas as publicações legais, para arquivamento junto ao Processo de Licitação.

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

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

Dotação: **01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-D0043**

**01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-D0025**

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

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

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

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

## **XVII. DO CONTRATO E PRAZOS**

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

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

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



do prazo para tal e devidamente fundamentada.

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

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

### **XIX. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

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

19.1.1. Advertência

19.1.2. Multa, nos seguintes percentuais:

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

b) Multa no importe de 1% (um por cento) do valor do contrato, no caso de não publicação de qualquer matéria legal ou publicação fora do prazo solicitado pelo contratante, podendo ocorrer rescisão contratual e aplicação das demais penalidades previstas neste título;

c) Multa de 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato, no caso da contratada injustificadamente desistir da contratação podendo ser ainda aplicadas demais penalidades previstas neste título;

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

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

19.2. A penalidade de advertência será aplicada pela Presidência da Câmara



Municipal, de ofício ou mediante provocação de terceiros.

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

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

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

## **XX. DO DIREITO DE PETIÇÃO**

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

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

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

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

- a) Habilitação ou inabilitação de licitante, dirigido à Comissão Permanente de Licitação, que poderá reconsiderar a decisão ou, mantendo-se, fazê-lo subir à autoridade competente, devidamente informado para decisão em (05) cinco dias úteis;
- b) Do julgamento das propostas (classificação, desclassificação), também dirigido à Comissão Permanente de Licitação, que adotará o mesmo procedimento previsto na letra "a";
- c) Da anulação ou revogação deste Edital dirigido ao Presidente da Câmara Municipal, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, que adotará o mesmo procedimento previsto na letra "a".
- d) Habilitação ou inabilitação de licitante, dirigido à Comissão Permanente de Licitação, que poderá reconsiderar a decisão ou, mantendo-se, fazê-lo subir à autoridade competente, devidamente informado para decisão em (05) cinco dias





úteis;

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

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

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

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

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

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

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

#### **XXI- DO TRATAMENTO DIFERENCIADO ÀS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE CONFORME A LEI COMPLEMENTAR N° 123/06.**

21.1. A licitante comprovadamente enquadrada como microempresa (ME) ou empresa de pequeno porte (EPP) nos termos da Lei Complementar n°. 123/2006 e suas alterações posteriores terão o tratamento diferenciado e favorecido, expressamente previsto neste edital.

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

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



21.3.1. Preferência de contratação por critério de desempate diferenciado;

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

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

21.3.2.2. O prazo referido no item anterior poderá ser prorrogado por mais 05 (cinco) dias úteis, nos termos do art. 43, §1º da LC123/06, com redação determinada pela LC147/2014.

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

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

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

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

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

21.3.2.6.2. Revogar o presente processo licitatório.

## **XXII. DISPOSIÇÕES GERAIS**

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

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

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

21.3. É facultada à Comissão Permanente de Licitação ou à autoridade superior, em qualquer fase do julgamento, promover diligência destinada a esclarecer ou



complementar a instrução do processo e aferição do ofertado, bem como solicitar a Órgãos competentes a elaboração de pareceres técnicos destinados a fundamentar as decisões.

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

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

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

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

Rio Piracicaba, 09 de dezembro de 2019.

*Câmara Municipal*  
  
**INÉZ APARECIDA LEITE**  
Presidente da Comissão de Licitação  
**Rio Piracicaba**

*Ética e Compromisso!*



**ANEXO I**

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019**  
**CONVITE Nº 009/2019**

**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, 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. No caso de subcontratação os serviços devem ser precedidas de minimamente três coletas de preços.

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

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



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

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

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

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

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

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

a) Padrão de qualidade, prazos e custos fixados;

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

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

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

#### IV - HISTÓRICO E CONTEXTUALIZAÇÃO

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



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

Rio Piracicaba, segundo a língua Tupi/Guarani, quer dizer rio sem peixe ou peixe lustroso e negro (Cascudo) ou "corredeiras em que para o peixe". Rio Piracicaba, importante pela sua riqueza mineral, foi elevada 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 à época, Senhor Antônio Saturnino, que também seria o primeiro prefeito, já que na época, o cargo era conhecido como Intendente. Essa data marca a total emancipação político administrativa do município, 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



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

Município;

- Criação e realização da Semana Cultural;
- Criação da Medalha do Mérito Legislativo “José Couto de Almeida”;
- Instituição do Encontro de Pais e Educadores do Município;
- Criação da Condecoração do Mérito Escolar “Inêz Guedes Carneiro Dias”;
- Realização de diversos eventos, com vistas à maior promoção da cidadania;
- Criação do espaço cultural Professor Paulo Neves de Carvalho, ampliando ainda mais as oportunidades de participação da nossa comunidade;
- Criação da logomarca institucional, padronizada em divulgações internas e externas da Câmara;
- Aprovação da Lei que proíbe a prática do nepotismo no serviço público, ou seja, proíbe a contratação de parentes de primeiro e segundo graus no serviço público municipal para cargos comissionados;
- Criação do Diploma do “Operário Padrão”;
- Implantação do Projeto “Câmara nas Escolas”.

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

*Ética e Compromisso!*

Rio Piracicaba, 09 de dezembro de 2019.

**INÊZ APARECIDA LEITE**

Diretora da Câmara



ANEXO II

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019  
CONVITE Nº 009/2019

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 009/2019, 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

*Ética e Compromisso!*





ANEXO III

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019  
CONVITE Nº 009/2019

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

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

*Câmara Municipal*  
**Rio Piracicaba** de \_\_\_\_\_ de 2019.

*Ética e Compromisso!*

.....  
Nome e Assinatura da Licitante



ANEXO IV

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019  
CONVITE Nº 009/2019

DECLARAÇÃO DE FATO IMPEDITIVO

\_\_\_\_\_, CNPJ \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_, sediada \_\_\_\_\_

, por intermédio de seu representante legal, infra-assinado, e para os fins do CONVITE nº 009/2019, 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

*Ética e Compromisso!*



**ANEXO V**

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019**  
**CONVITE Nº 009/2019**

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

Declaramos que, nos termos desta licitação, **CARTA CONVITE Nº 009/2019**, adotaremos a seguinte política de preços:

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

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

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

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

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

Caso nos seja adjudicado o objeto da presente licitação, nos comprometemos a fornecer no prazo determinado os documentos de convocação, indicando para esse fim o Sr. \_\_\_\_\_,  
Carteira de Identidade nº. \_\_\_\_\_ expedida em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_,



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

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



Câmara Municipal  
**Rio Piracicaba**

*Ética e Compromisso!*

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





ANEXO VI

AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019  
CONVITE Nº 009/2019.

**MINUTA DE CONTRATO REFERENTE A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE  
PUBLICIDADE, CONFORME PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019,  
CONVITE 009/2019.**

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 011/2019, na modalidade Convite 009/2019, do tipo Menor Preço e Técnica, regida pela Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações e pela Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, mediante as seguintes cláusulas e condições:

**CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO**

1- O objeto da contratação é a prestação de serviços de publicidade no exercício de 2020, 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\$ 80.000,00 (Oitenta mil reais).

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

2.12. – O faturamento deverá vir acompanhado:

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

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

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

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

### **CLÁUSULA TERCEIRA - DA ALTERAÇÃO DO CONTRATO**

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

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



3.1.2. Por acordo das partes:

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

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

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

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

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

#### **CLÁUSULA QUARTA - DA DOTAÇÃO**

4.1.- As despesas decorrentes do presente contrato correrão à conta da dotação orçamentária nº **01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-D0043**  
**01.031.0001.4141.3.3.90.39.00-D0025**

#### **CLÁUSULA QUINTA - DA VIGÊNCIA**

5.1. - O presente contrato entrará em vigor na data de sua assinatura e encerrar-se-á em **31/12/2020**, podendo ser prorrogado, a critério do Contratante e mediante a anuência da Contratada, por meio de termos aditivos, obedecido o período admitido na legislação em vigor, conforme dispõe o art. 57, II, da Lei nº 8.666/93, conforme nova redação que lhe deu a Lei nº 9.648/98.

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

#### **CLÁUSULA SEXTA - DA NOVAÇÃO**





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

#### **CLÁUSULA SÉTIMA - DA FISCALIZAÇÃO**

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

#### **CLÁUSULA OITAVA – DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES**

São obrigações das partes:

##### **8.1 – DO CONTRATANTE:**

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

##### **8.2 – DA CONTRATADA:**

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### **CLÁUSULA NONA – DA RESCISÃO**

9.1. - A Contratante poderá rescindir o Contrato, independente de interpelação



judicial ou extrajudicial e de qualquer indenização, nos seguintes casos:

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

#### **CLÁUSULA DÉCIMA - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

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

10.1.1. Advertência

10.1.2. Multa, nos seguintes percentuais:

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

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

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

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

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



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

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

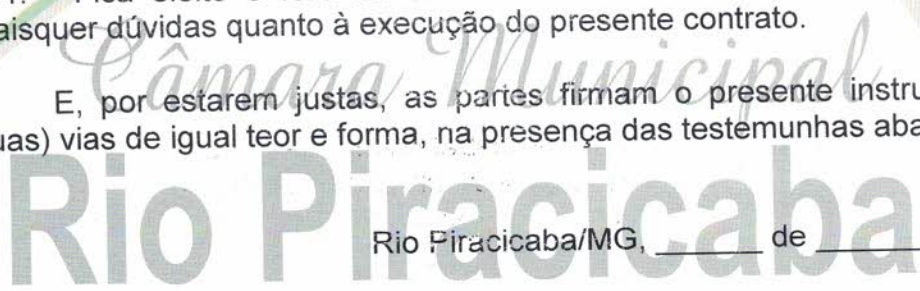
**CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA PUBLICAÇÃO**

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

**CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DO FORO**

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

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



Rio Piracicaba/MG, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2020.

CONTRATANTE:

*Ética e Compromisso!*  
 CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA/MG

CONTRATADA:

\_\_\_\_\_  
 CONTRATADA

Testemunhas: \_\_\_\_\_  
 CPF nº: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
 CPF nº: \_\_\_\_\_

*Out*





**ANEXO VII**

**DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS**  
**EDITAL DE LICITAÇÃO – CONVITE Nº 009/2019**

Rio Piracicaba, ..... de .....de 2019

À  
Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Prezados Senhores,

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

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



e) que nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, condicionará a contratação de serviços com terceiros pelo período indicado pela Câmara Municipal de Rio Piracicaba e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

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**

*Ética e Compromisso!*

*Diria*

  
**Câmara Municipal**  
**Rio Piracicaba**  
*Ética e Compromisso!*



**PARECER JURÍDICO**

<b>Processo Licitatório nº:</b> 011/2019
<b>Modalidade:</b> Convite nº 009/2019
<b>Objeto:</b> Prestação de serviços de publicidade e propaganda por intermédio de agência para o exercício de 2020.
<b>Finalidade Parecer:</b> Parágrafo único do art. 38 da lei 8666/93. Aprovação do edital e seus anexos

Veio para apreciação e análise desta Assessoria Jurídica o processo administrativo de licitação nº 011/2019, modalidade convite nº 009/2019 tendo como finalidade a contratação de serviços de publicidade e propaganda por meio de agência, destinada ao atendimento das necessidades da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, para o exercício de 2020.

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

Processo nº: 811101 Natureza: Denúncia Referência: Edital de Licitação – Convite n. 003/2009 Órgão/Entidade: Câmara Municipal de Campestre Responsáveis: Fábio Borges Rugani, Francisco Ferreira Guerrero Neto, respectivamente, Presidentes da Câmara Municipal e da Comissão de Licitação Denunciante: Academia de Gestão Pública S.A, representada por Roger de Araújo Melo Procurador: André Luiz Franco Loiola Representante do Ministério Público: Marcílio Barenco Corrêa de Mello Relator: Conselheiro Eduardo Carone Costa EMENTA: DENÚNCIA – CÂMARA MUNICIPAL – LICITAÇÃO – CONVITE – LOCAÇÃO DE SOFTWARES – APONTAMENTO DE IRREGULARIDADES – DESCUMPRIMENTO DO ART. 40 DA LEI N. 8.666/93 – INCOMPATIBILIDADE DA MODALIDADE CONVITE (TÉCNICA E PREÇO) – VIOLAÇÃO DO PRINCÍPIO DA ISONOMIA – AFRONTA DO ART. 30 DA LEI N. 8.666/93 – CRITÉRIOS MODIFICADOS – PONTUAÇÃO DESARRAZOADA – PARA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA – PROIBIÇÃO DE PARTICIPAÇÃO DE GRUPO ECONÔMICO – EXIGÊNCIA DE CERTIDÃO DE QUITAÇÃO E DE CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITO – FALTA DE MOTIVAÇÃO PARA ESCOLHA DE LOCAÇÃO DE SOFTWARE – OMISSÃO QUANTO AO DISPOSITIVO DE TRANSPARÊNCIA (LC 131/2009) – FALTA DE DESAGREGAÇÃO NA PROPOSTA COMERCIAL – PROCEDÊNCIA PARCIAL DA DENÚNCIA – DETERMINAÇÃO PARA ANULAÇÃO DO CERTAME – RECOMENDAÇÕES E DETERMINAÇÕES. 1) Dá-se provimento parcial à Denúncia, determinando-se à Administração a adoção de providências para extinção do edital. 2) Fazem-se recomendações e

*Amiax*





determinações aos gestores responsáveis. 3) Manda-se arquivar os autos após o cumprimento das exigências regimentais cabíveis à espécies.

[...]

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

Contudo, a lei 12.232/2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, expressamente autoriza a utilização do convite como modalidade de licitação para a contratação. Vejamos os artigos 5º e 10,§10 da citada lei:

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

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

[...]

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



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

Ultrapassada a questão preliminar, passamos a análise do edital.

Em que pese o fato de que na presente fase é analisado, tão somente, o atendimento dos requisitos constantes do art. 40 da Lei 8.666/93, cumpre registrar, em atendimento aos princípios da oportunidade, da eficiência e da celeridade do processo administrativo, que a CPL observe estritamente as normas contidas no art. 38 da Lei 8.666/93, requisitos mínimos para a instauração e andamento do processo de licitação, *in verbis*:

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

I - edital ou convite e respectivos anexos, quando for o caso;

II - comprovante das publicações do edital resumido, na forma do artigo 21 desta Lei, ou da entrega do convite;

III - ato de designação da comissão de licitação, do leiloeiro administrativo ou oficial, ou do responsável pelo convite;

IV - original das propostas e dos documentos que as instruírem;

V - atas, relatórios e deliberações da Comissão Julgadora;

VI - pareceres técnicos ou jurídicos emitidos sobre a licitação, dispensa ou inexigibilidade;

VII - atos de adjudicação do objeto da licitação e da sua homologação;

VIII - recursos eventualmente apresentados pelos licitantes e respectivas manifestações e decisões;

IX - despacho de anulação ou de revogação da licitação, quando for o caso, fundamentado circunstanciadamente;

X - termo de contrato ou instrumento equivalente, conforme o caso;

XI - outros comprovantes de publicações;

XII - demais documentos relativos à licitação.

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

Nunca é demais lembrar o teor da resposta à consulta nº 812.445, de lavra do TCE/MG, no sentido de que são aceitas outras formas de consulta de preços de mercado tais como **"documentos que comprovem outras vendas efetuadas por fornecedores a entes privados ou públicos, anúncios públicos, extratos de publicações"**



**contratuais, pesquisas em sítios eletrônicos de compras governamentais de outros entes federativos".**

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

- O objeto, com descrição sucinta e clara, devidamente caracterizado no termo de referência;
- Prazo e condições para assinatura e execução do contrato;
- Critério de aceitabilidade do preço;
- Sanções nas hipóteses de mora;
- Condições e obrigações a serem assumidas pelo contratado, quando da execução do objeto;
- Previsão de recursos administrativo, em conformidade com o art. 109 da Lei 8666/93;
- Condições de recebimento do objeto.

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

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

É o parecer, em caráter opinativo e não vinculativo.

Rio Piracicaba, 09 de dezembro de 2019.

  
**JÚNIA DO ROSÁRIO MAIA VIEIRA**  
**OABMG 169.957**



**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:** 011/2019

**Modalidade de Licitação:** Convite nº 009/2019

**Síntese do objeto:** Prestação de serviços de publicidade e propaganda no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal.

**Tipo de Licitação:** Técnica e Preço

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

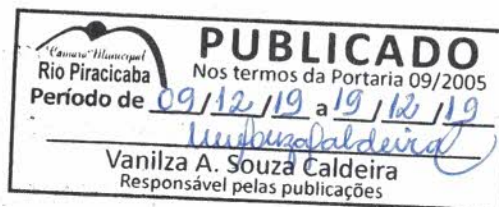
**Entrega de envelopes:** 19/12/2019 até às 09 horas

**Abertura dos envelopes:** 19/12/2019 às 9h30min

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, 09 de dezembro de 2019.

  
**INEZ APARECIDA LEITE**  
Presidente da Comissão de Licitação



## Camara Municipal de Rio Piracicaba



**De:** Camara Municipal de Rio Piracicaba [camararp@camararp.mg.gov.br]  
**Enviado em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 09:44  
**Para:** 'sandra.promo@terra.com.br'  
**Assunto:** Licitação 011/2019 - Publicidade 2020  
**Anexos:** Licitação 011-2019-- Publicidade.doc

Prezada Senhora, bom dia!

Vimos convidá-la para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.**

Cordialmente,

**Inêz Leite**

*Câmara Municipal de Rio Piracicaba*  
**(31)3854-1353**



**Camara Municipal de Rio Piracicaba**

**De:** Camara Municipal de Rio Piracicaba [camararp@camararp.mg.gov.br]  
**Enviado em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 09:44  
**Para:** 'simone.gazolla@criartecomunica.com.br'  
**Assunto:** Licitação 011/2019 - Publicidade 2020  
**Anexos:** Licitação 011-2019-- Publicidade.doc

Prezada Senhora, bom dia!

Vimos convidá-la para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.**

Cordialmente,

**Inêz Leite**  
Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
(31)3854-1353



## Camara Municipal de Rio Piracicaba

**De:** Camara Municipal de Rio Piracicaba [camararp@camararp.mg.gov.br]  
**Enviado em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 09:45  
**Para:** 'simone@shineoncomunicacao.com.br'  
**Assunto:** Licitação 011/2019 - Publicidade 2020  
**Anexos:** Licitação 011-2019-- Publicidade.doc

Prezada Senhora, bom dia!

Vimos convidá-la para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.**

Cordialmente,

**Inêz Leite**  
Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
(31)3854-1353

## Camara Municipal de Rio Piracicaba



**De:** Camara Municipal de Rio Piracicaba [camararp@camararp.mg.gov.br]  
**Enviado em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 09:46  
**Para:** 'anderson.lopes@vistacomunicacao.com'  
**Assunto:** Licitação 011/2019 - Publicidade 2020  
**Anexos:** Licitação 011-2019-- Publicidade.doc

Prezado Senhor, bom dia!

Vimos convidá-lo para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.**

Cordialmente,

**Inêz Leite**  
Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
(31)3854-1353

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



**Camara Municipal de Rio Piracicaba**

**De:** Camara Municipal de Rio Piracicaba [camararp@camararp.mg.gov.br]  
**Enviado em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 09:46  
**Para:** 'financeiro@lumecomunicacao.com'  
**Assunto:** Licitação 011/2019 - Publicidade 2020  
**Anexos:** Licitação 011-2019-- Publicidade.doc

Prezado Senhor, bom dia!

Vimos convidá-lo para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.**

Cordialmente,

**Inêz Leite**  
Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
(31)3854-1353



## Camara Municipal de Rio Piracicaba

**De:** Camara Municipal de Rio Piracicaba [camararp@camararp.mg.gov.br]  
**Enviado em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 09:47  
**Para:** 'celso.charneca@agenciaorigami.com.br'  
**Assunto:** Licitação 011/2019 - Publicidade 2020  
**Anexos:** Licitação 011-2019-- Publicidade.doc

Prezado Senhor, bom dia!

Vimos convidá-lo para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**AGRADEÇA A GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.**

Cordialmente,

**Inêz Leite**  
Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
(31)3854-1353

## Camara Municipal de Rio Piracicaba



**De:** Camara Municipal de Rio Piracicaba [camararp@camararp.mg.gov.br]  
**Enviado em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 09:47  
**Para:** 'luiz.oliveira@siglacomunicacao.com.br'  
**Assunto:** Licitação 011/2019 - Publicidade 2020  
**Anexos:** Licitação 011-2019-- Publicidade.doc

Prezado Senhor, bom dia!

Vimos convidá-lo para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.**

Cordialmente,

**Inêz Leite**  
Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
(31)3854-1353

## Camara Municipal de Rio Piracicaba



**De:** Camara Municipal de Rio Piracicaba [camararp@camararp.mg.gov.br]  
**Enviado em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 09:48  
**Para:** 'gustavo@orientecomunicacao.com.br'  
**Assunto:** Licitação 011/2019 - Publicidade 2020  
**Anexos:** Licitação 011-2019-- Publicidade.doc

Prezado Senhor, bom dia!

Vimos convidá-lo para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.**

Cordialmente,

**Inêz Leite**  
Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
(31)3854-1353

## Camara Municipal de Rio Piracicaba



**De:** Camara Municipal de Rio Piracicaba [camararp@camararp.mg.gov.br]  
**Enviado em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 09:48  
**Para:** 'soraiaduthra@ladoc.com.br'  
**Assunto:** Licitação 011/2019 - Publicidade 2020  
**Anexos:** Licitação 011-2019-- Publicidade.doc

Prezada Senhora, bom dia!

Vimos convidá-la para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.**

Cordialmente,

**Inêz Leite**  
Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
(31)3854-1353

## Camara Municipal de Rio Piracicaba



**De:** Camara Municipal de Rio Piracicaba [camararp@camararp.mg.gov.br]  
**Enviado em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 09:49  
**Para:** 'ten@tencomunicacao.com.br'  
**Assunto:** Licitação 011/2019 - Publicidade 2020  
**Anexos:** Licitação 011-2019-- Publicidade.doc

Prezado Senhor, bom dia!

Vimos convidá-lo para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.**

Cordialmente,

**Inêz Leite**  
Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
(31)3854-1353

## Camara Municipal de Rio Piracicaba



**De:** Camara Municipal de Rio Piracicaba [camararp@camararp.mg.gov.br]  
**Enviado em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 09:50  
**Para:** 'cafe@cafecomdesign.com.br'  
**Assunto:** Licitação 011/2019 - Publicidade 2020  
**Anexos:** Licitação 011-2019-- Publicidade.doc

Prezado Senhor, bom dia!

Vimos convidá-lo para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTES E-MAILS.**

Cordialmente,

**Inêz Leite**

*Câmara Municipal de Rio Piracicaba*  
*(31)3854-1353*

## Camara Municipal de Rio Piracicaba



**De:** Camara Municipal de Rio Piracicaba [camararp@camararp.mg.gov.br]  
**Enviado em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 09:51  
**Para:** 'fernanda@tomcomunicacao.com.br'  
**Cc:** 'contato@tomcomunicacao.com.br'  
**Assunto:** Licitação 011/2019 - Publicidade 2020  
**Anexos:** Licitação 011-2019-- Publicidade.doc

Prezada Senhora, bom dia!

Vimos convidá-la para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.**

Cordialmente,

**Inêz Leite**

*Câmara Municipal de Rio Piracicaba*  
*(31)3854-1353*



## Camara Municipal de Rio Piracicaba



**De:** Camara Municipal de Rio Piracicaba [camararp@camararp.mg.gov.br]  
**Enviado em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 09:52  
**Para:** 'djenane.rezende@outlook.com'  
**Cc:** 'administrativo@lumecomunicacao.com'  
**Assunto:** Licitação 011/2019 - Publicidade 2020  
**Anexos:** Licitação 011-2019-- Publicidade.doc

Prezada Senhora, bom dia!

Vimos convidá-la para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.**

Cordialmente,

**Inéz Leite**

*Câmara Municipal de Rio Piracicaba*  
*(31)3854-1353*

## Camara Municipal de Rio Piracicaba



**De:** Camara Municipal de Rio Piracicaba [camararp@camararp.mg.gov.br]  
**Enviado em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 09:59  
**Para:** 'liliam@2pontos.com.br'  
**Cc:** 'adm@2pontos.com.br'  
**Assunto:** Licitação 011/2019 - Publicidade 2020  
**Anexos:** Licitação 011-2019-- Publicidade.doc

Prezada Senhora, bom dia!

Vimos convidá-la para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.**

Cordialmente,

***Inêz Leite***

*Câmara Municipal de Rio Piracicaba*  
*(31)3854-1353*

## Camara Municipal de Rio Piracicaba



**De:** Camara Municipal de Rio Piracicaba [camararp@camararp.mg.gov.br]  
**Enviado em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 10:07  
**Para:** 'leo@atake.com.br'  
**Cc:** 'contato@atake.com.br'  
**Assunto:** Licitação 011/2019 - Publicidade 2020  
**Anexos:** Licitação 011-2019-- Publicidade.doc

Prezado Senhor, bom dia!

Vimos convidá-lo para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.**

Cordialmente,

**Inêz Leite**  
Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
(31)3854-1353



Re: Licitação 011/2019 - Publicidade 2020

Kelly/ 2 Pontos <adm@2pontos.com.br>

Seg, 09/12/2019 09:17

Para: Inêz Leite <inez\_leite@hotmail.com>

Recebido!



**KELLY ADRIANE**  
Gerente Administrativo-financeira  
31 3241 5955 Ramal 32 31 9 8842 5750  
adm@2pontos.com.br

Av. Raja Gabaglia 4977 4º andar  
Santa Lúcia BH MG



**2 PONTOS**  
comunicação  
www.2pontos.com.br

Em 09/12/2019 10:15, Inêz Leite escreveu:

Prezada Senhora, bom dia!

Vimos convidá-la para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTES E-MAILS.**

Cordialmente,

**Inêz Leite**  
Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
(31)3854-1353

## Camara Municipal de Rio Piracicaba



**De:** simone@shineon.com.br  
**Enviado em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 09:49  
**Para:** 'Camara Municipal de Rio Piracicaba'  
**Assunto:** Licitação 011/2019 - Publicidade 2020

Bom Dia

Confirmamos o recebimento deste

att

**Simone Soares**

Analista de Marketing, Gestão e Negócios | www.shineon.com.br



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



**De:** Camara Municipal de Rio Piracicaba <camararp@camararp.mg.gov.br>  
**Enviada em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 09:45  
**Para:** simone@shineoncomunicacao.com.br  
**Assunto:** Licitação 011/2019 - Publicidade 2020

Prezada Senhora, bom dia!

Vimos convidá-la para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.**

Cordialmente,

**Inêz Leite**

*Camara Municipal de Rio Piracicaba*  
*(31)3854-1353*

## Camara Municipal de Rio Piracicaba



**De:** Fernanda Formoso [fernanda@tomcomunicacao.com.br]  
**Enviado em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 15:54  
**Para:** Camara Municipal de Rio Piracicaba  
**Assunto:** RES: Licitação 011/2019 - Publicidade 2020

Inêz, boa tarde.

Confirmamos o recebimento e, neste momento, não conseguimos participar do processo.

Agradecemos e desejamos sucesso na licitação.

Atenciosamente,

**FERNANDA FORMOSO | ATENDIMENTO**  
31 3263 8714



tomcomunicacao.com.br  
Rua Andaluzita, 131, 8º andar  
CEP: 30310-030 - BH/MG  
(31) 3263-8700

---

**De:** Camara Municipal de Rio Piracicaba [mailto:camararp@camararp.mg.gov.br]  
**Enviada em:** segunda-feira, 9 de dezembro de 2019 09:51  
**Para:** Fernanda Formoso <fernanda@tomcomunicacao.com.br>  
**Cc:** contato <contato@tomcomunicacao.com.br>  
**Assunto:** Licitação 011/2019 - Publicidade 2020

Prezada Senhora, bom dia!

Vimos convidá-la para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTES E-MAILS.**

Cordialmente,

**Inêz Leite**  
Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
(31)3854-1353

**De:** Anderson Lopes [anderson.lopes@vistacomunicacao.com]  
**Enviado em:** quarta-feira, 11 de dezembro de 2019 09:06  
**Para:** Camara Municipal de Rio Piracicaba  
**Assunto:** Re: Licitação 011/2019 - Publicidade 2020

Olá, bom dia Inêz!

Confirmado o recebimento.

Atenciosamente,

Em seg., 9 de dez. de 2019 às 09:45, Camara Municipal de Rio Piracicaba  
<[camararp@camararp.mg.gov.br](mailto:camararp@camararp.mg.gov.br)> escreveu:

Prezado Senhor, bom dia!

Vimos convidá-lo para participar do Processo Licitatório 011/2019 para Prestação de serviços de publicidade e propaganda, no exercício de 2020, por intermédio de agência de propaganda, envolvendo o estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse da Câmara Municipal, conforme edital em anexo.

**GENTILEZA CONFIRMAR O RECEBIMENTO DESTA E-MAIL.**

Cordialmente,

***Inêz Leite***

***Câmara Municipal de Rio Piracicaba***

***(31)3854-1353***

--

**Anderson Lopes de Oliveira**



Este email tem caráter confidencial e é de uso restrito. A utilização, divulgação, cópia ou distribuição desta mensagem ou parte dela, por qualquer pessoa diferente do destinatário é proibida, sujeitando o infrator às sanções legais. Se esta mensagem foi recebida por engano, favor excluí-la e informar ao remetente pelo endereço eletrônico acima. Agradecemos a sua cooperação.





Rio Piracicaba, 19 de dezembro de 2019

PROCESSO 011/2019  
CONVITE 009/2019

**SOLICITAÇÃO PARA RETIRADA DE ENVELOPE NÃO IDENTIFICADO**

Por este instrumento a empresa **SHINE ON LTDA.**, com sede na Avenida Wilson Alvarenga, 1047 – 8º Andar, Bairro Carneirinhos – João Monlevade – MG, CEP: 35930-001, inscrita no CNPJ/MF sob n. 02.367.995/0001-59, representada neste ato pelo seu Diretor Sr. Douglas Antônio Araújo Cota, portador da Cédula de Identidade RG n. MG 7576952 e do CPF n. 029.953.326-32, solicita a retirada do envelope via NÃO IDENTIFICADA para o referido processo licitatório.

Simone Cristina Soares

Shine On Ltda.  
CNPJ: 02.367.995/0001-59  
Inscrição Municipal: 4630-2  
shineon@shineon.com.br







## RECIBO

Recebi da Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, “ENVELOPE OFÍCIO PARDO – SEM IDENTIFICAÇÃO”, para apresentar Plano de Comunicação Publicitária, conforme dispõe o item 6.4.2 do Processo de Licitação Nº 011/2019, Convite nº 009/2019.

Rio Piracicaba, 19 de dezembro de 2019.

*Câmara Municipal*  
**Rio Piracicaba**  
SHINE-ON LTDA  
Simone Cristina Soares  
CPF: 037.314.786-41

*Ética e Compromisso!*



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

**CARTÓRIO DO 2º OFÍCIO DE NOTAS**

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

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

**TRASLADO**

PROCURAÇÃO

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

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

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

**Cartório do 2º Ofício**

Confere com o Original e Dou Fé.  
Rio Piracicaba 19/12/19

Inêz Aparecida Leite  
Diretora Geral

**CARTÓRIO DO 2º OFÍCIO**  
Av. Wilson Alvarenga, 1047 - Lj. 01 - Carneirinhos  
Confere com o original que me foi apresentado.  
Dou fé. Enol. R\$ 2,90; TFI R\$ 1,21; Total R\$ 5,11

AUTENTICADO EM 21 MAR 2016 João Monlevade - MG

Enilda Bragança de Mendonça Andrade - Tabeliã  
 Felipe Adolfo Mendonça de Andrade - Substituto  
 Monia Bicalho S. Mendonça Andrade - Escrevente

**Selo de Fiscalização**  
AUTENTICAÇÃO  
CEP: 31023

JR  
SA  
DPA  
e  
Inêz

Ofício

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

Em test. da verdade.

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

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

Selo de Fiscalização  
1047 - Lj. 01  
CND 08749

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

CARTÓRIO DO 2º OFÍCIO  
Av. Wilson Alvarenga, 1047 - Lj. 01 - Carneirinhos  
Confere com o original que me foi apresentado.  
Dou fé Emol. R\$ 75,72, Taxa R\$ 1,20, Total R\$ 76,92  
AUTENTICADO EM 21 MAR 2014  
João Monlevade - MG  
 Enilda Bragança de Mendonça Andrade - Tabelaia  
 Felipe Douglas Mendonça de Andrade - Subscritor  
 Maria Beatriz S. Mendonça Andrade - Escrevente

Selo de Fiscalização  
AUTENTICAÇÃO  
CEF 31025

*Enilda*  
*Douglas*

ESPACO EM BRANCO

Confere com o Original e Dou Fé

Rio Piracicaba 19/12/19

*Inez*  
Inez Aparecida Leite  
Diretora Geral

REPUBLICA FEDERATIVA DO BRASIL  
 MINISTÉRIO DAS CIDADES  
 DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRANSPORTES  
 CARTEIRA NACIONAL DE HABILITAÇÃO

MG

NOME: **STIAGNE CRISTINA SOARES**

DOC. IDENTIDADE / ORG. EMISSOR UF: **MG10319117 SSP MG**

CPF: **037.314.786-41** DATA NASCIMENTO: **12/09/1978**

FILIAÇÃO: **SEBASTIAO SOARES**  
**PESSOA**  
**ZELIA MARIA DE ARAUJO**  
**SOARES**

PERMISSÃO:  ACC:  CAT. HAB: **B**

Nº REGISTRO: **00589743399** VALIDADE: **19/03/2023** 1ª HABILITAÇÃO: **25/09/1998**

OBSERVAÇÕES:

ASSINATURA DO PORTADOR: *Stiane*

DATA EMISSÃO: **21/03/2018**

LOCAL: **JOAO MONLEVADE, MG**  
 Cesar Augusto Monteiro A. Junior  
 Diretor DETRAN/MG

ASSINATURA DO EMISSOR: *[Assinatura]* 50147885264  
 MG530944677

**MINAS GERAIS**

VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL  
 1635780484

PROIBIDO PLASTIFICAR  
 1635780484

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 19/12/19

*[Assinatura]*  
 Inês Aparecida Leite  
 Diretora Geral

*[Assinatura]*

*[Assinatura]*

*[Assinatura]*

Secretaria de 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 de Natureza Jurídica  
**2062**

Nº de Matrícula do Agente Auxiliar do Comércio

**1 - REQUERIMENTO**

ILMO(A). SR(A). PRESIDENTE DA JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS

Nome: **SHINE ON LTDA - EPP**  
(da Empresa ou do Agente Auxiliar do Comércio)

requer a V.Sª o deferimento do seguinte ato:

Nº FCN/REMP  
J143495687233

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

Representante Legal da Empresa / Agente Auxiliar do Comércio:

Local: **JOAO MONLEVADE**

Nome: **Douglas Antonio Braga Costa**  
Assinatura: *[assinatura]*  
Telefone de Contato: **38621634**

Data: **22 Julho 2014**

*Art. 1.000*

**2 - USO DA JUNTA COMERCIAL**

DECISÃO SINGULAR  DECISÃO COLEGIADA

Nome(s) Empresarial(ais) igual(ais) ou semelhante(s):

SIM  NÃO

Processo em Ordem À decisão

Data

Responsável

**DECISÃO SINGULAR**

Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)

Processo deferido. Publique-se e arquivar-se.

Processo indeferido. Publique-se.

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

Data: **09/09/2014** Responsável: *[assinatura]*

**DECISÃO COLEGIADA**

Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)

Processo deferido. Publique-se e arquivar-se.

Processo indeferido. Publique-se.

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

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

**Câmara Municipal de Rio Piracicaba**  
Conferido na Internet  
Data: **19/11/19**  
*[assinatura]*  
Presidente da Comissão de Licitação

Observações

*Marina*

*[assinatura]*

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

SHINE ON LTDA - ME  
DÉCIMA TERCEIRA ALTERAÇÃO CONTRATUAL

Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
Conferido na Internet  
Data 19/12/19  
Presidente da Comissão de Licitação

**DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA**, brasileiro, casado com comunhão parcial de bens, empresário, residente e domiciliado Rua Alberto Scharlê, 443 Apto 301, 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. 786.893 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)3 852-3209 CEP: 35930-180 - carthuso@gmail.com - www.contabilidadearthuso.com.br

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

Data 19 / 12 / 19

Página 2



  
Presidente da Comissão de Licitação

**TERCEIRA - Objeto**

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

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

A sociedade tem seu prazo de duração por tempo indeterminado.

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

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

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

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

**SÉTIMA - Administração - (artigos. 997, VI; 1.013, 1.015, 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 de cada exercício social, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perda apurados.

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

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

**DÉCIMA - abertura de filiais**

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

**DÉCIMA PRIMEIRA - Retirada pró-labore**

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

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

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

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

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

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

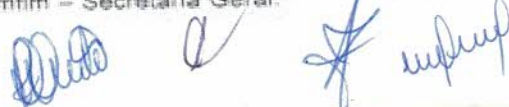
**DÉCIMA TEREIRA - Uso da denominação social**

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

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



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



1º - Licitador  
2º - Licitado  
3º - Licitante  
4º - Licitada  
5º - Licitado  
6º - Licitante  
7º - Licitado  
8º - Licitante  
9º - Licitado  
10º - Licitante

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

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

**DÉCIMA QUARTA - Foro**

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

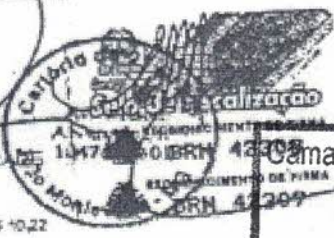
E pôr assim estarem justos e contratados, assinam o presente instrumento, em 03 (três) vias de igual forma e teor.

João Monlevade, 22 de julho de 2014.

*[Handwritten signature]*  
Douglas Antonio Araújo Cota

*[Handwritten signature]*  
Cléria Araújo Cota

Segundo Livro de João Monlevade  
Reconheço por assinatura (as) (firma(s)) de:  
CLERIA ARAUJO COTA  
DOUGLAS ANTONIO ARAUJO COTA  
Tabela - EMILIO BRAGANÇA DE MENDONÇA ANDRADE  
João Monlevade 08/09/2014  
2º Tabelionato de Notas de João Monlevade  
EMOL: R\$ 7,30 RECOMP: R\$ 0,44 FISC: R\$ 2,42 Total: R\$ 10,22



Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
Conferido na Internet  
Data 19/12/19  
*[Handwritten signature]*  
Presidente da Comissão de Licitação

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

PROTOCOLO: 14/266.899-1

AN1366017

JUCEM/G

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

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



31205352851  
 Código da Natureza Jurídica: 2062

Nº de Matrícula do Agente Auxiliar do Comércio

**I - REQUERIMENTO**  
 ILMº SR. PRESIDENTE DA JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS

NOME: **SHINE ON LTDA ? ME**  
 (da Empresa ou do Agente Auxiliar do Comércio)

requer a V. Sª o deferimento do seguinte ato:

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

*ART. 120*

**JOAO MONLEVADE**  
 Local  
**16 DE JUNHO DE 2015**  
 Data

Representante Legal da Empresa / Agente Auxiliar do Comércio:  
 Nome: **DOUGLAS ANTONIO ARTOLO COTA**  
 Assinatura: *[Assinatura]*  
 Telefone de Contato: (31) 3852 3113

**2 - USO DA JUNTA COMERCIAL**  
**DECISÃO SINGULAR**  
 Nome(s) Empresarial(is) igual (ais) ou semelhante(s):  
 SIM

**Câmara Municipal de Rio Piracicaba**  
**Conferido na Internet**  
 Data: 10/12/19  
*[Assinatura]*  
 Presidente da Comissão de Licitação

**DECISÃO COLEGIADA**  
 Processo em Ordem A decisão  
 Data

NÃO        Data Responsável

NÃO        Data Responsável  
 2ª Exigência 3ª Exigência 4ª Exigência 5ª Exigência

**DECISÃO SINGULAR**  
 Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)  
 Processo deferido. Publique-se e archive-se.  
 Processo indeterido. Publique-se.

13.07.2015  
 Data

**Comar Douglas Artole Cota**  
 Responsável

**DECISÃO COLEGIADA**  
 Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)  
 Processo deferido. Publique-se e archive-se.  
 Processo indeterido. Publique-se.

**JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS**  
 CERTIFICADO DE REGISTRO SOB O NRO: 5543335  
 EM 13/07/2015  
 SHINE ON LTDA - EPP  
 PROTOCOLO: 15/374.797-8  
 RH1664874

**JUCEMG**  
 Vogal

       Data Vogal Presidente da Turma

**OBSERVAÇÕES**

*[Assinatura]*

*[Assinatura]*



ATO 307

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

- Empresário
- Empresa Individual de Responsabilidade Ltda
- Sociedade Empresária

Ilmº Senhor Presidente da Junta Comercial do Estado de Minas Gerais

Os sócios **DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA**, brasileiro, casado com comunhão parcial de bens, empresário, residente e domiciliado Rua Alberto Scharlê, 443 Apto 601, Bairro Novo Horizonte, João Monlevade, Minas Geais, 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 com sede na **Avenida Wilson Alvarenga, 1047, Sala 801, Bairro Carneirinhos, João Monlevade, Minas Gerais, CEP- 35.930-001** vem no prazo legal de 30 (trinta) dias, comunicar que excedeu os limites da receita bruta anual fixados pelo inciso I do art. 3º da Lei Complementar nº. 123 de 14 de dezembro de 2006, desenquadrando-se como Microempresa (ME) e reenquadrando-se como Empresa de Pequeno Porte (EPP) e declarar que adotará o nome empresarial - **SHINE ON LTDA EPP**.

João Monlevade, 16 de junho de 2015.

Douglas Antonio Araújo Cota

Cléria Araújo Cota

Reconheço por autenticidade os (a) (s) de  
**CLÉRIA ARAÚJO COTA**  
**DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA**

Fez em 16/06/2015 em João Monlevade

2º Tabelionato de Notas de João Monlevade

RAMOL: R\$ 7,00 RECOMP: R\$ 0,45 FISC.: R\$ 2,00 Tax: R\$

Cartão de Autenticado

Assinatura de Cléria Araújo Cota

Assinatura de Douglas Antonio Araújo Cota

Rua. Fernão Dias, 271 - Caixa 01, 02 - 0 - João Monlevade, Minas Gerais - CEP: 35930-180.  
 carthuso@gmail.com - www.contabilidadearthuso.com.br

Câmara Municipal de Rio Piracicaba - CEP: 35930-180.

Conferido na Internet

Data 19 / 12 / 19

Presidente da Comissão de Licitação





## Certidão Simplificada

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data de sua expedição.

Nome Empresarial:	SHINE ON LTDA - EPP		
Natureza Jurídica:	SOCIEDADE EMPRESARIA LIMITADA		
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE	CNPJ	Data de Arquivamento do Ato Constitutivo	Data de Início de Atividade
3120535285-1	02.367.995/0001-59	12/01/1998	02/01/1998
Endereço Completo: AVENIDA WILSON ALVARENGA 1047 SALA: 801; - BAIRRO CARNEIRINHOS CEP 35930-001 - JOAO MONLEVADE/MG			
Objeto Social: PRESTACAO DE SERVICOS DE PUBLICIDADES E PROPAGANDAS (AGENCIAS DE PUBLICIDADES)			
Capital Social:	R\$ 500.000,00	Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte	Prazo de Duração
QUINHENTOS MIL REAIS		EMPRESA PEQUENO PORTE	INDETERMINADO
Capital Integralizado:	R\$ 500.000,00	(Lei Complementar nº123/06)	
QUINHENTOS MIL REAIS			
Sócio(s)/Administrador(es)			
CPF/NIRE	Nome	Tér. Mandato	Participação
372.199.016-15	CLERIA ARAUJO COTA	xxxxxxx	R\$ 5.500,00
029.953.326-32	DOUGLAS ANTONIO ARAUJO COTA	xxxxxxx	R\$ 494.500,00
			Função
			SOCIO
			SÓCIO / ADMINISTRADOR
Status: XXXXXXXX	Situação: ATIVA		
Último Arquivamento: 13/07/2015	Número: 5543335		
Ato	307 - REENQUADRAMENTO DE ME COMO EPP		
Filial(ais) nesta Unidade da Federação ou fora dela			
Nire	CNPJ	Endereço	
NADA MAIS#			

Belo Horizonte, 04 de Junho de 2019 08:57

MARINELY DE PAULA BOMPIM  
 SECRETÁRIA GERAL



Certidão Simplificada Digital emitida pela JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS e certificada digitalmente. Se desejar confirmar a autenticidade desta certidão, acesse o site da JUCEMG (<http://www.jucemg.mg.gov.br>) e clique em validar certidão. A certidão pode ser validada de duas formas:  
 1) Validação por envio de arquivo (upload)  
 2) Validação visual (digite o nº C190001286531 e visualize a certidão)



19/239.485-1

Junta Comercial do Estado de Minas Gerais



Original

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

NOME: DOUGLAS ANTONIO ARAUJO COTA

DOC. IDENTIDADE / DRG. EMISSOR UF: M7576952 ESP MG

CPF: 029.953.326-32 DATA NASCIMENTO: 18/12/1976

PRÊMIO: ANTONIO PESSOA COTA  
 CLERIA ARAUJO COTA

PERMISSÃO: ACC. CAT/VAR: A/B

Nº REGISTRO: 00782020257 VALIDADE: 28/01/2020 1ª HABILITAÇÃO: 03/07/1998

OBSERVAÇÕES:

ASSINATURA DO PORTADOR

LOCAL: JOÃO MONLEVADE, MG DATA EMISSÃO: 29/01/2015

Assessoria Alameda Nova Alameda 75284614494  
 Assessoria Polícia Militar Detran - MG 467287619

DETRAN - MG (DEPARTAMENTO NACIONAL DE TRÂNSITO)

VÁLIDA EM TODOS OS TERRITÓRIOS NACIONAIS 1077809150

HABILITADO PLÁSTICO 1077809150



**CARTÃO DO 2º OFÍCIO**  
 Av. Wilson Aparecida, 1047, Lj. 01 - Caracalinhos  
 Confira com o original que não foi autenticado.  
 Dou Fé: Enrol. RJ 4.93, RJ 4.93, RJ 4.93; TUF. RJ 1.49; Tel. RJ 56.29

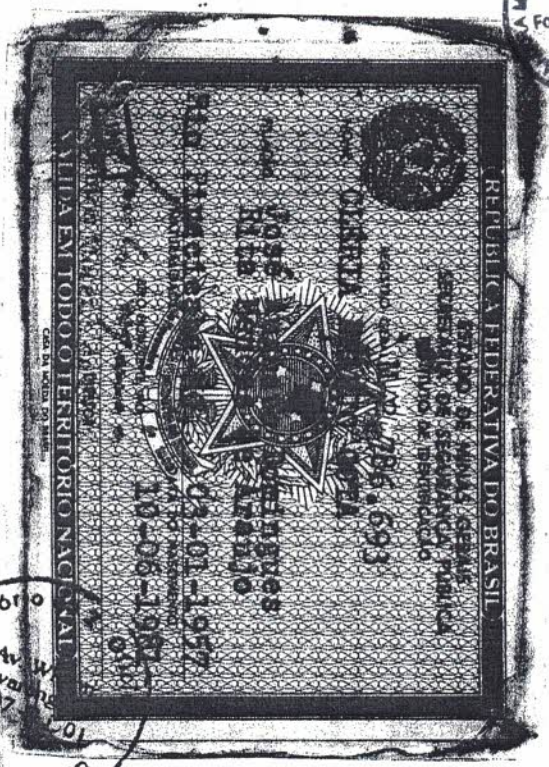
AUTENTICADO EM: 05 ABR 2017 JOÃO MONLEVADE, MG

Enike Bregolin de Mendonça Araujo - T. 10112  
 Felipe Adriano Mendonça Araujo - T. 10112  
 Malara Lima Vitor - T. 10112  
 Tamara Leite Fonseca - T. 10112

ESPAÇO EM BRANCO

Confere com o Original o Dou Fé.  
 Rio Piracicaba 19/12/19  
Inês Aparecida Leite  
 Diretora Coral

Handwritten signatures and initials in blue ink.



Cartório do 2º Ofício  
Alvarenga, 1047 - Lj. 01 - Carneirinhos  
João Monlevade - MG

Selo de Fiscalização  
AUTENTICAÇÃO  
CLM 22775

Conformo com o Original o Dou Fé.

Rio Piracicaba 19/12/19

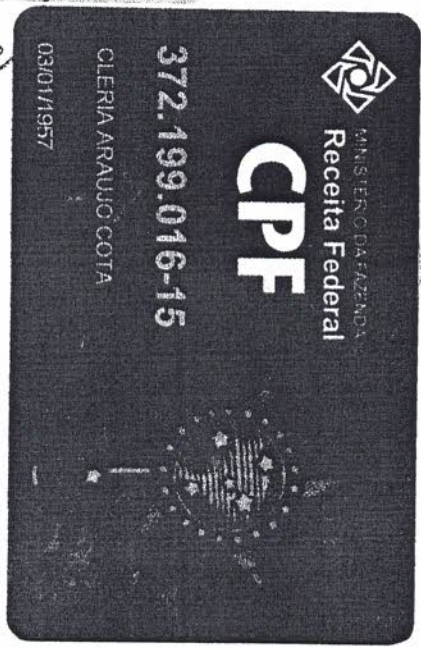
*Duda*

Inêz Aparecida Leite  
Diretora Geral



Cartório do 2º Ofício  
Alvarenga, 1047 - Lj. 01 - Carneirinhos  
João Monlevade - MG

Selo de Fiscalização  
AUTENTICAÇÃO  
BLM 22774



*Duda*

CARTÓRIO DO 2º OFÍCIO  
Av. Wilson Alvarenga, 1047 - Lj. 01 - Carneirinhos  
Confere com o original que me foi apresentado.  
Dou fé. Emol. R\$ 4,00 NTFJ R\$ 1,25; Total R\$ 5,27

AUTENTICADO em: 01 AGO 2019

João Monlevade MG

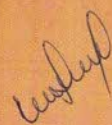
*unifup*

## CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

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

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

diferente.  
criativa.  
integrada.



---

## A - EQUIPE PROFISSIONAL

Certificada pelo Cenp como agência full service, a shineOn Comunicação possui equipe profissionais técnica capacitada para atendimento pleno da conta da Câmara Municipal.

A equipe shineOn Comunicação é composta por profissionais graduados, pós graduados e com MBA em áreas afins: marketing, publicidade e propaganda, jornalismo, design gráfico, administração, sistema de informação, letras, comunicação pública.

Todos os processos - estudo, planejamento, conceituação, concepção, redação publicitária, criação e design, contratação e supervisão de produção e veiculação de mídia, administração dos recursos financeiros disponibilizados no contrato - são executados cumprindo as normas-padrão do Cenp e das leis exigidas para a execução da comunicação dos setores públicos, tanto Legislativo e quanto Executivo.

### **NOSSA EQUIPE É: DIFERENTE, CRIATIVA E APIMENTADA!**

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

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

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

*[Handwritten signatures]*

3

Abaixo a quantificação e qualificação dos 12 profissionais que serão postos à disposição da linha de atuação da conta da Câmara Municipal, discriminados por setor, sendo 2 atendimento, 1 planejamento/atendimento, 3 produção/mídia e RTVC, 1 redator e 5 profissionais da equipe de criação:

Atendimento/Planejamento (6)	
Douglas Cota	Diretor Executivo e Diretor de Criação Experiência 23 anos
Simone Soares	Diretora de Planejamento e Atendimento Experiência 20 anos
Ana Luísa Bueno	Diretora de Atendimento Experiência 10 anos
Rafaela Gallo	Produção Experiência 4 anos
Alice Campolina	Planejamento e Mídia (RTVC Internet) Experiência 13 anos
Juliana Lemos	Mídias Digitais Experiência 2 anos

Criação (6)	
Ícaro Costa	Redação Experiência 14 anos
Ana Luisa Cota	Diretora Criação Experiência 20 anos
Rodrigo Rodrigues	Diretor Criação Experiência 17 anos
Leonardo Sathler	Diretor de Arte Experiência 16 anos
Tamille Garcias	Designer Gráfico Experiência 10 anos
Ana Carolina Rocha	Designer e Animação Gráfica Experiência 5 anos

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*



---

## DOUGLAS COTA Sênior

Fundador da ShineOn Comunicação, a primeira agência de publicidade da cidade de João Monlevade. É diretor executivo da shineOn comunicação e sua paixão e vocação estão ligadas à arte. Junto com sua equipe libera da vida a sua imaginação e criatividade. Como diretor executivo vem investindo seus esforços para tornar a shineOn comunicação uma agência cada vez mais qualificada no atendimento de clientes.

---

## SIMONE SOARES Sênior

Formações: MBA em Mídia Digital (Faculdades Dom Alberto), Pós Graduação em Marketing (Funcec), Pós Graduada em Comunicação Pública (Gama Filho), MBA em Publicidade e Propaganda (Gama Filho), Bacharel em Administração (Rede Doctum), Técnico em Publicidade Propaganda (Centec), técnico em Processamento de Dados (Colégio Kennedy) . Possui cursos de aperfeiçoamento em Gestão da Comunicação (FGV), Análise e Planejamento Financeiro e Planejamento Estratégico de Marketing (Sebrae), Especialização em Gestão da Comunicação (FGV), Especialização em Comunicação Integrada (ESPM), Curso de Facebook e Instagram (Facebook Blueprint eLearning), Treinamento em InboundMarketing (Resultados Digitais), Treinamento em Planejamento de Marketing Digital (Resultados Digitais), Treinamento em Byer Personas (Resultados Digitais) e Curso de Gestor de Marketing (OAJ Treinamento Gerencial).

Possui amplo conhecimento e experiência na área Comunicação e Marketing. É especialista em planejamento de comunicação para o setor público e privado, realizando estudos sobre o ambiente do cliente, os problemas e as necessidades da comunicação, as oportunidades para elaboração e execução de estratégias que atinjam os objetivos e metas traçadas.

O plano estratégico elaborado inclui a elaboração de planilhas de investimentos financeiros, a execução de ações institucionais e promocionais, produção de não mídias, veiculação de mídias online e offline.

---

## ANA LUISA BUENO Sênior

Seu empenho e desempenho agregam valor à ShineOn desde 2007 e a tornaram uma profissional fundamental para a agência. Após várias contribuições no setor de atendimento, conquistou o cargo de gerente de contas.

Bacharel em Letras (Funcec), Pós-Graduando em Gestão Empresarial (Funcesi), cursos de aperfeiçoamentos em Análise e Planejamento Financeiro (Sebrae), Planejamento Estratégico de Marketing (Sebrae) e Legislação Eleitoral para Setores Públicos (AMM), fazem parte de seu currículo.

---

## RAFAELA GALLO

Bacharel em Publicidade e Propaganda (Unileste) possui experiência na área de produção gráfica e estagiou durante dois anos no departamento de comunicação na ArcelorMittal Monlevade, onde realizou produção de campanhas para comunicação interna e externa, desenvolvimento e execução de eventos institucionais.

Comunicativa, dinâmica, motivada, competente e proativa essas são as palavras que definem essa profissional que integrou a equipe da agência no ano de 2019.

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*

---

**ALICE CAMPOLINA** Sênior

Bacharel em Comunicação Social Publicidade e Propaganda pelo Pitágoras BH desde 2008, possui conhecimento e experiência em atendimento a cliente, qualificando-na positivamente para realização de briefing, brainstorming, definição, implantação e execução de campanhas e estratégias de comunicação para os clientes do setor público e privado. Experiência em planejamento estratégico de comunicação e marketing. Atua ativamente amparando-se em pesquisas de mídias e mercados, buscando o melhor retorno para o cliente. Mantém seu currículo atualizado com cursos, seminários e workshops de aperfeiçoamentos na área de marketing, planejamento de comunicação, qualidade, pesquisas de mercado. Em Belo Horizonte integrou a equipe de comunicação interna do Sistema Pitágoras de Belo Horizonte e da Távola Soluções Integradas, realizando planos de comunicação para entidades como o Hospital da Baleia e desenvolvendo projetos sociais como um já aprovado pelo Ministério da Cultura em 2011 nas diretrizes da Lei Rouanet.

---

**JULIANA LEMOS**

Graduando em Sistema de Informações pela UFOP, veio acrescentar seus conhecimentos em novas tecnologias para aprimorar o planejamento e execução de ações de comunicação de nossos clientes com foco na utilização de mídias digitais. Dinâmica, proativa, comunicativa e com grande disponibilidade para aprender o que há de novo no mundo digital, nossa nova estagiária tem um futuro promissor na agência.

---

**ÍCARO VIEIRA** Sênior

Parte da equipe da agência desde 2014 possui formação profissional em Publicidade e Propaganda (Newton Paiva) e tem o dom para redação publicitária.

Já fez parte da equipe profissional das agências Rubra Comunicação e FazCom de Belo Horizonte e na HouseAgency da For Jeans Wear. Como diretor de redação, já foi responsável por peças para o Governo de Minas, Prefeitura de Sete Lagos e de São Gonçalo do Rio Abaixo.

Desde sua chegada na shineOn comunicação provou a que veio e o departamento de criação da agência, que já era bom, conseguiu ficar ainda melhor.

---

**LEONARDO SATHER**

Presta serviços para a agência desde 2009. Ele incrementa a equipe de criação da agência. Possui larga experiência na área de criação, já assinou peças para Carrefour, Ricardo Eletro, Seculus, Sony, LG, Vivo, Banco do Brasil, Coca-Cola, Câmara Municipal de Ouro Branco, RG Pneus e Rede Graal. Possui como característica principal a agilidade e objetividade na criação de peças avulsas e desenvolvimento de design. Graduado em Design Gráfico e Técnico em Gestão de Marketing, possui conhecimentos avançados em Corel Draw, Photoshop, Illustrator e InDesign.

*shiny*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

---

### **ANA LUISA COTA** Sênior

Faz parte da equipe de criação da agência desde sua fundação, em 1996. É Bacharel em Administração (Funcec), Pós-Graduada em Marketing (Funcec) e Técnica em Publicidade e Propaganda (Centec), possui também conhecimentos avançados em photoshop, ilustrator e coreldraw, tendo inclusive cursos de aperfeiçoamento em Illustrator CS3 (IPEC - Centro Treinamento Oficial Adobe) e Direção de Arte (IMPACTA).

Seus anos de agência refletem em sua larga experiência na criação de campanhas publicitárias para clientes do setor público e privado. Seu senso apurado e seu amplo conhecimento do mercado publicitário tornaram-na profissional responsável pelo departamento de criação da agência, coordenando toda a equipe envolvida no processo criativo.

---

### **TAMILLE GARCIAS**

Graduada em Designer Gráfico pela UFMG, possui habilidade em ilustração e grande dom para a área de criação publicitária. Criatividade, motivação, ambição e inovação são as personalidades que definem nossa nova profissional de criação, que veio agregar ainda mais criatividade às nossas artes.

---

### **ANA CAROLINA ROCHA** Sênior

Formada pela UFMG em Cinema de Animação e Artes Digitais, é uma profissional dinâmica, ágil e criativa. Ilustrações, animações e mídias digitais são as principais atividades desenvolvidas na agência.

---

### **RODRIGO RODRIGUES**

Graduado em Publicidade e Propaganda, possui conhecimentos avançados em Corel Draw, Photoshop, Illustrator e InDesign. Presta serviços para a agência desde 2011, possui larga experiência na criação de campanhas publicitárias. Já trabalhou nas agências Lápis Raro, J-bis, Felling, P&BeNewaction. Realizou trabalhos para TV Record Minas, Jornal Super Noticias, Assembleia Legislativa de Minas, SicoobCredimepi, Prefeitura Municipal de Catas Altas entre outros.

*Handwritten signature*

*Handwritten signature* 7

*Handwritten signature*

## B - SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

O objetivo primordial da agência será sempre propor as melhores técnicas de comunicação, de maneira a executar a comunicação correta e legal das informações da Câmara Municipal com seus públicos-alvo.

O atendimento ágil será a premissa de trabalho junto à Assessoria de Comunicação da Câmara Municipal e a shineOn Comunicação está capacitada para assessorá-la nos estudos e concepções de campanhas, peças avulsas, elaboração de propostas de mídia e não mídia, gerenciamento e coordenação de todos os serviços com fornecedores e veículos de comunicação.

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

### ◆ Atendimento

A equipe de atendimento será responsável pelo contato com a Assessoria de Comunicação da Câmara Municipal, com missão de elaborar um briefing assertivo, contendo as necessidades de comunicação, ideias, argumentações e informações para execução dos serviços solicitados.

### ◆ Planejamento

A equipe de planejamento será responsável pelo plano de comunicação, embasado no briefing e em pesquisas de mercado e de meios de comunicação com penetração no público-alvo. O plano publicitário é apresentado em forma conceitual, contendo defesa de sua concepção e o plano de investimentos de cada peça proposta, incluindo suas descrições técnicas, quantidades, distribuição e cronograma de execução do plano.

### ◆ Redação e Criação

O visual da campanha é a vitrine que cria e gera desejo pelo que está sendo divulgado ao público alvo. A equipe criativa shineOn Comunicação irá materializar as campanhas e peças com fotos, traços, ilustrações e técnicas para que o objetivo de comunicação seja sempre alcançado.

*[Handwritten signature]*

### ◆ **Produção e Mídia**

Os planos e as criações publicitárias serão sempre aprovados pela Assessoria de Comunicação da Câmara Municipal, desde seus valores de investimentos, prazos de execução e os layouts e concepções criativas propostas.

Após a aprovação formal, a equipe de produção e mídia entra em campo se responsabilizando pelo acompanhamento produtivo e veiculação nos meios propostos. O objetivo é que os prazos e qualidades da campanha sejam atingidos.

### ◆ **Administrativo/Financeiro**

O Publi Manager interliga todos os processos da agência, desde o atendimento até o repasse de valores aos fornecedores e veículos. O setor administrativo/financeiro confere as aprovações dos planos de mídias e orçamentos, formalizados pela Assessoria de Comunicação, anexando provas dos serviços e enviando as notas fiscais e documentos necessários à Câmara Municipal.

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

## **PRAZO DE EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS**

<b>ATENDIMENTO PRESENCIAL</b>	Mínimo 5 horas   Máximo 1 dia
<b>ATENDIMENTO ONLINE</b>	Mínimo 20 minutos   Máximo 1 hora
<b>CRIAÇÃO DE CAMPANHAS</b>	Mínimo 2 dias   Máximo 4 dias
<b>PEÇA AVULSA</b>	Mínimo 1 dia   Máximo 2 dias
<b>PEÇA DE OPORTUNIDADE</b>	Mínimo 2 horas   Máximo 1 dia
<b>PLANO DE MÍDIA</b>	Mínimo 2 dias   Máximo 5 dias
<b>PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO</b>	Mínimo 3 horas   Máximo 1 dia
<b>FATURAMENTO</b>	Mínimo 1 dia   Máximo 2 dias

*Handwritten signatures and initials in blue ink.*

## C - RELAÇÃO NOMINAL DOS CLIENTES

Há 24 anos no mercado publicitário, a shineOn Comunicação possui grande experiência no atendimento de clientes dos setores público e privado.

### CLIENTES DO SETOR PÚBLICO:

Prefeitura Municipal de Alvinópolis  
Período: Agosto/2019 até a presente data  
Serviço: Publicidade e Propaganda  
Ramo de atividade: Órgão Público - Prefeitura Municipal

Prefeitura Municipal de João Monlevade  
Período: Março/2019 até Dezembro/2019  
Serviço: Publicidade e Propaganda  
Ramo de atividade: Órgão Público - Prefeitura Municipal

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

Câmara Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo  
Período: Agosto/2017 até Dezembro/2019  
Serviço: Publicidade e Propaganda  
Ramo de atividade: Órgão Público - Câmara Municipal

Câmara Municipal de João Monlevade  
Período: Fevereiro/2018 até Dezembro/2019  
Serviço: Publicidade e Propaganda  
Ramo de atividade: Órgão Público - Câmara Municipal

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

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

Prefeitura Municipal de Catas Altas  
Período: Janeiro/2012 até Abril/2014  
Serviços: Publicidade e Propaganda  
Ramo de atividade: Órgão Público - Prefeitura Municipal

*Handwritten signatures and initials*

10

### CLIENTES DO SETOR PRIVADO:

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

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

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

Amepe -  
Associação dos Municípios da Microrregião do Médio Piracicaba  
Período: Mai/2000 até a presente data  
Serviços: Publicidade e Propaganda  
Ramo de atividade: Associação de Municípios

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

Rede de Ensino Doctum  
Unidades: João Monlevade, Teófilo Otoni, Caratinga, Ipatinga, Manhauçu,  
Leopoldina, Cataguases, Juiz de Fora, Vitória-ES  
Período: Jan/2000 até a presente data  
Serviços: Publicidade e Propaganda  
Ramo de atividade: Instituição de Ensino

### CLIENTES ATENDIDOS VOLUNTARIAMENTE PELA AGÊNCIA:

Serviço de Resgate Voluntário - SEVOR  
Período: 2002 até a presente data  
Serviços: Publicidade e Propaganda  
Ramo de atividade: ONG

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*

## D - INSTALAÇÕES, INFRAESTRUTURA E RECURSOS

### ◆ Área de atuação

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

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



*Handwritten signature*

*Handwritten signature*



## ◆ Reconhecimento

A trajetória de sucesso da shineOn só é possível porque ela mantém constantes investimentos em tecnologia e na capacitação de seus recursos humanos.

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

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

## ◆ Tecnologias e segurança

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

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

Todos os bens físicos proporcionam à agência shineOn Comunicação a capacidade operacional para atender seus clientes no prazo necessário, com agilidade e segurança.

*Handwritten signature*

## ◆ Transporte e locomoção

02 Veículos próprios da agência, além de contratos e parcerias com empresas terceirizadas de transporte para entrega de material do cliente em tempo hábil (empresas de transporte, táxis e serviços de motoboy).

## ◆ Biblioteca e softwares

Biblioteca de softwares originais específicos para cada tipo de trabalho a ser desenvolvido: pacote Adobe, Corel, Microsoft Office, Sistema Operacional Windows e OS, Macromedia, entre outros.

Biblioteca com livros, jornais, revistas, anuários, DVDs.

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

## ◆ Sistema Operacional

A shineOn Comunicação, para realização e otimização do atendimento aos clientes, realiza suas atividades utilizando o sistema operacional PlubliManager. Desenvolvido especialmente para agências de publicidade, o sistema abrange todos os setores: atendimento, mídia, produção, faturamento e financeiro.

## ◆ Instalações e equipamentos

SALA DE REUNIÕES: TV LCD 32"; Notebook; Retroprojeto e Ar Condicionado.

CRIAÇÃO E REDAÇÃO: Notebooks; Estações de trabalho Dell e Mac; Impressoras Laser Color Okidata e Xerox; Mesa tablet de ilustração; Nobreak; Ar Condicionado.

ATENDIMENTO E PLANEJAMENTO: Notebooks e Estações de trabalho; Smartphones Corporativos; Ar Condicionado.

ADMINISTRATIVO: Estações de trabalho; Sistema Administrativo/Financeiro PlubliManager; Impressora Multifuncional.

ESTRUTURA DE USO COMUM: Servidor de dados e backup; Nobreaks; Câmeras Digitais; Internet Fibra Ótica; Rede Wirelles; Rede LAN.

*reflex*

*[Assinatura]*

*[Assinatura]*

*[Assinatura]*

## ◆ Recursos humanos

A agência se preocupa também com seus recursos humanos e investe na capacitação intelectual de seus profissionais, mantendo um acervo bibliográfico atualizado e à disposição de todos os seus colaboradores, além de treinamentos e cursos.

- ✓ Acervo bibliográfico composto por assinaturas de publicações nacionais nas áreas de Marketing e Propaganda (revistas e jornais);
- ✓ Atualização periódica do acervo bibliográfico com aquisição de livros e revistas nas áreas de Marketing, Publicidade e Propaganda, Administração, Design Gráfico, Direito, Recursos Humanos, Comunicação, Relações Públicas, Assessoria de Imprensa, entre outros;
- ✓ Acervo de vídeos para treinamentos na área de marketing, motivação, vendas, recursos humanos, entre outros;
- ✓ Acervo de entretenimento para a equipe do quadro funcional contendo filmes, livros e revistas. O objetivo deste acervo é manter a equipe de trabalho motivada;
- ✓ Investimentos em palestras, cursos, workshops para os profissionais da agência. Além de bolsas de estudos como premiação para a equipe.

AshineOn Comunicação possui estrutura física de comunicação, transporte, intelectual e de recursos humanos eficiente e eficaz para atender a conta da Câmara Municipal.

---

## INFORMAÇÕES DE COMUNICAÇÃO

A shineOn comunicação disponibilizará mediante solicitações e sem ônus para a Câmara Municipal as seguintes informações de comunicação:

### **Acesso à pesquisa de mercado**

Disponibilização de informações de banco de dados com resultados de pesquisas realizadas pelos institutos Ibope, IpsosMarplan e IVC.

### **Relatórios de investimentos e controle de verba**

Através do sistema gerencial da agência - PubliManager Manager - todos os dados referentes aos serviços executados, acompanhamento dos investimentos realizados por campanha ou peça avulsa, controle de verba do contrato, valores investidos por fornecedor e/ou veículos, serão disponibilizados imediatamente após a solicitação do cliente.

### **Gestão de atendimento qualificado**

A diretoria da agência manterá a supervisão constante no decorrer dos atendimentos, para garantir a qualidade e bom desempenho dos profissionais.

### **Plano de mídia**

A agência desenvolverá o plano de mídia, em conjunto com a assessoria da Câmara Municipal, que servirá de parâmetro para a vigência do contrato.

### **Parcerias e relacionamentos**

A agência já possui bom relacionamento com fornecedores para garantir a qualidade na execução dos serviços, preços competitivos e menores prazos de produção. Será priorizada ainda a contratação de fornecedores do município, fomentando assim a geração de empregos e impostos locais.

### **Banco de imagens**

A agência manterá à disposição do cliente a utilização de imagens de banco de dados sem custos extras. Essas imagens são ilustrativas e podem ser utilizadas em várias campanhas às quais necessitem de imagens figurativas como de céu, água, plantas, pessoas, entre outras.

### **Reuniões**

A agência manterá a sistemática de reuniões na sede da Câmara Municipal para estreitar o laço entre a agência e o cliente. Com a presença constante da agência será possível diagnosticar melhor as necessidades e demandas existentes, além de agilizar e melhorar o desempenho da comunicação.

### **Processo de atendimento**

Com objetivo de qualificar, otimizar e agilizar o atendimento, a shineOn implantará junto ao setor de comunicação da Câmara Municipal, o Fluxograma de Trabalho, que consiste em processos para execução dos serviços.

### **Compromisso da agência e de toda sua equipe**

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

## FLUXOGRAMA DE TRABALHO

Fluxograma de Trabalho: processos internos a serem implantados para otimização e qualificação do atendimento da conta da Câmara Municipal:

1ª fase	Reunião de Briefing	Levantamento das informações para conhecimento do atual cenário da Câmara Municipal e de suas necessidades.
	Planejamento	Criação do plano de comunicação, a longo prazo para a verba disponível ou para campanha específica, para posterior aprovação do cliente.
	Aprovação do Plano	Apresentação e defesa do plano criado e aprovação do mesmo pelo cliente.

2ª fase	Execução Interna	Criação das peças do plano de comunicação aprovado, contato com fornecedores/veículos para previsão de custos e prazo.
	Aprovação de Layout	Apresentação e defesa da mensagem de comunicação e layout, para o cliente.
	Produção e Mídia	Envio para produção e veiculação das peças e layouts das peças ou campanha aprovada.

3ª fase	Check In Qualitativo	Acompanhamento, junto ao cliente, da qualidade e resultado final do serviço executado com apontamento de veículos e fornecedores.
	Faturamento	Acompanhamento junto ao cliente dos serviços faturados e dos documentos necessários para o perfeito faturamento do serviços.
	Pagamento	Pagamento dos fornecedores e veículos, após recebimento do cliente.
	Controle da Verba	Acompanhamento junto ao cliente da verba disponibilizada e da verba restante de contrato, mantendo o controle sobre a mesma.

*Handwritten signature*

# REPERTÓRIO

TOTAL DE 8 PEÇAS:

2 SPOTS DE RÁDIO

2 ANÚNCIOS DE REVISTA

2 ANÚNCIOS DE JORNAL

2 OUTDOOR

diferente.  
criativa.  
integrada.

*andrey*

*LF*

*R*

*e*

Peça 1 - Rádio

Título: São Gonçalo é o meu lugar.

Anunciante: Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Rio Abaixo

Peça: Jingle

Data de produção: Agosto/2015

Período de Veiculação: Setembro/2015 a Julho/2015

Veiculação: Rádio Alternativa, Rádio Caraça, Rádio Cultura.

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

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

Entre as várias peças criadas para a campanha encontra-se o jingle, veiculado em rádios de abrangência local.

*[Handwritten signature]*  
20



“Aqui eu tenho tudo que preciso para ser feliz  
eu tenho amigos eu tenho futuro eu posso sonhar  
eu gosto muito dessa terra  
aqui eu construí minha vida  
São Gonçalo do Rio Abaixo é o meu lugar

Aqui eu tenho tudo que preciso para ser feliz  
sei que nossos sonhos juntos vamos realizar  
eu gosto muito dessa terra  
dessa cidade tão querida  
São Gonçalo do Rio Abaixo é o meu lugar

Essa cidade abençoada  
tão cheia de vida  
é a nossa São Gonçalo cada dia melhor

Crescendo com qualidade  
respeitando as diferenças  
é a nossa São Gonçalo cada dia melhor

Caminhando com alegria  
numa mesma sintonia  
é a nossa São Gonçalo cada dia melhor”

Peça 2 - Rádio

Título: Mosquito mal

Anunciante: Prefeitura de João Monlevade

Peça: Anúncio

Data de produção: Setembro/2018

Veiculação: Novembro/2018 a Dezembro/2018

Veiculação: Jornal A Notícia, Gazeta, Bom Dia, internet e redes sociais, Rádio Cultura, Rádio Alternativa, Outdoor Patty, House Outdoor.

O esforço pela conscientização da população sobre a eliminação dos criadores de mosquito se faz necessário todos os dias. A Prefeitura Municipal, priorizando a saúde da população, solicitou a criação de peças publicitárias que atingisse toda a população. Entre as peças criadas a agência, em parceria com Fabrício de Paula, cantor da cidade de João Monlevade e conhecido regionalmente, propôs a criação de um jingle estimulante, para "não sair da cabeça" da população. Além da gravação inicial com a voz do cantor Fabrício, foi também gravada uma versão com vozes infantis.

*[Handwritten signatures]*

22

“

O Aedes chegou querendo dominar  
Esse mosquito é mal, temos que Nos cuidar.  
Lavar a caixa d'água e depois tampar,  
Limpar bem o quintal  
E não deixar água empoçar.  
Nosso melhor combate ainda é a prevenção  
E acabando com o Aedes não tem dengue não,  
Em Monlevade não, não tem dengue não.  
Então fica a dica, cuide do seu quintal  
Não deixe ele nascer, esse mosquito é mal.

“

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*

*Handwritten mark*

Peça 3: Anúncio (Revista)

Título: O fogo acaba com tudo

Cliente: Câmara João Monlevade

Peça: Anúncio Jornal e Revista, Mala Direta, Outdoor, banner online.

Produção: Outubro/2017

Período de Veiculação: Outubro/2017

Veiculação: Jornal A Notícia, Jornal Hora Certa, Gazeta Regional, Revista Tenda VIP, site da Câmara Municipal, House Outdoor.

Fazer queimada é crime.

Esse foi o objetivo de divulgação solicitado pela Câmara Municipal de João Monlevade. A peça de comunicação criada impacta o público ao trazer uma imagem forte simulando uma pessoa presa pelo uso indevido do fogo.

A mensagem criada é direta e de entendimento ágil, "O fogo acaba com tudo, até com a sua liberdade." atingindo assim o público sem distinção de faixa etária ou classe social.

*Handwritten signatures and initials*



*Handwritten signatures and a date:*  
25

Peça 4: Anúncio (Revista)

Título: Respeito ao meio ambiente

Cliente: ArcelorMittal Monlevade

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

Data de produção: Outubro/2017

Período de Veiculação: Outubro/2017

Veiculação: Mala direta digital interna Usina, quadros de aviso e TV Interna, Jornais A Notícia.

A ArcelorMittal é uma empresa preocupada com o meio ambiente, respeitando e cuidando de maneira responsável e sustentável da fauna e flora da região.

No dia Mundial do Meio Ambiente, 05 de junho, foi veiculado o anúncio divulgando e reforçando na comunidade a atitude consciente que a ArcelorMittal demanda ao meio ambiente.

O conceito traz o rolo de fio máquina, que é produzido na Usina de Monlevade, sustentando o meio ambiente da região.

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*

26  
*Handwritten signature*

*Handwritten signature*

ArcelorMittal Monlevade  
Aços Longos

ArcelorMittal

80  
anos

Talvez você não saiba,  
mas o nosso produto  
respeita e preserva  
o meio ambiente.



A ArcelorMittal caminha lado a lado com a natureza. Uma empresa que pensa no futuro e investe em projetos e ações que ajudam o planeta. É assim com o descarte zero de efluentes no Rio Piracicaba, com o rigoroso controle das emissões de partículas na atmosfera, com o reaproveitamento de 98% da água usada no processo industrial, com a preservação de 518 hectares de Mata Atlântica nativa e tantos outros. Afinal, o melhor desenvolvimento é o sustentável.

05 de junho.  
Dia Mundial do Meio Ambiente.

LE

colur super et  
e habitant pro  
metus et maue  
pos regitas in  
ent phanta  
turi bella sic  
Alquam ingla  
vriagar eumec  
por. Que a vel  
possunt Maue  
vra. Sed non  
e nec nula vna  
bos. Tulla ne  
trae 303 ante et  
di. Penae aucte  
tempor, maue  
ekelord maue  
ndasse proderit  
re ut amet ca  
ppit maue.

aliquam lectu  
non eu laea  
ficula zecmof  
non. Aliqua  
ducent, maue  
ent, maue nula  
odunt de turp  
concomentur  
paratum. Onae  
volland maye  
vra ut amet in  
non. Iam  
vrandum vel, a

unhuf

27

P

e

Peça 5: Anúncio (Jornal)

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

Título: Até os super-heróis usam luvas.

Cliente: ArcelorMittal Monlevade

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

Data de produção: Outubro/2015

Período de Veiculação: Outubro/2015

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

De acordo com as estatísticas apresentadas pela ArcelorMittal Monlevade, cerca de 50% dos acidentes que aconteceram na empresa em 2015 estão relacionados com as mãos. Um dado preocupante que motivou uma campanha interna de conscientização sobre a importância do uso dos equipamentos de segurança e mais atenção durante o serviço. Com isso criamos uma campanha valorizando o uso das luvas, um acessório muito utilizado pelos principais super-heróis das histórias em quadrinhos. Fizemos uma ligação entre a fantasia e a realidade. Cada funcionário é um herói, seja para o seu filho, esposa ou família. Ele é importante para eles e a sua integridade física deve ser preservada. A ideia foi mostrar que se os super-heróis, personagens que apresentam superpoderes usam luvas, porque nós que somos cidadãos comuns não vamos usar?





ArcelorMittal Monlevade  
Aços Longos

ArcelorMittal



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

Nós precisamos das mãos para fazer praticamente tudo. Trabalhar, dirigir, comer, abraçar. Por isso, devemos estar sempre atentos e termos todo o cuidado com elas. Segundo o Ministério do Trabalho, mais de **50% das ocorrências** de acidentes com lesões ocorrem em membros superiores, um dado preocupante. Use os equipamentos de segurança e trabalhe com toda atenção.

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

SEGURANÇA + COMPROMISSO = CONFIANÇA

*Handwritten signature*

*Handwritten signature* 29

*Handwritten signature*

Peça 6: Anúncio (Jornal)

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

Título: Você vai esperar a Dengue te pegar?

Cliente: Prefeitura de Santa Maria de Itabira

Peça: Anúncio

Data de produção: Janeiro/2015

Período de Veiculação: Janeiro/2015

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

“Você vai esperar a Dengue te pegar?”

Este foi o mote da campanha criada pela agência para a Prefeitura Municipal de Santa Maria de Itabira neste ano.

O município, como tantas outras cidades brasileiras, entrou 2015 enfrentando uma epidemia da doença. Para combater a dengue e orientar a população evitando a proliferação do mosquito *aedes aegypti* a proposta criativa impactante associou o inseto à morte, tendo esta última exposta imageticamente na sombra do mosquito.

Com anúncios em jornais cujos títulos são Folha Popular, Imprensa Jovem e Manchetes Regionais, a proposta criativa entrelaçou as matérias publicadas, como se vê na prova apresentada.



*unfup*

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

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

### Prevenir, para não precisar erradicar

... prevenir, para não precisar erradicar

... prevenir, para não precisar erradicar

### Ajuste pode reduzir desemprego?

... ajuste pode reduzir desemprego?

... ajuste pode reduzir desemprego?

### Você vai esperar a dengue te pegar?

... você vai esperar a dengue te pegar?

... você vai esperar a dengue te pegar?

... você vai esperar a dengue te pegar?

... você vai esperar a dengue te pegar?



**VOCÊ VAI ESPERAR A DENGUE TE PEGAR?**



Handwritten signature in blue ink.

Handwritten signature in blue ink.

Peça 7- Outdoor

Título: Combate ao Fumo

Cliente: Câmara Municipal de João Monlevade

Criação: ShineOn Comunicação

Aprovação/Cliente: Djalma Bastos

Peças: Outdoor, jornal, redes sociais, revista

Produção: Agosto 2017

Veiculação: Agosto 2017

Veículos: Patty Outdoor, House Outdoor, Jornal Gazeta Regional, Jornal A Notícia, Facebook, Revista Tenda Vip.

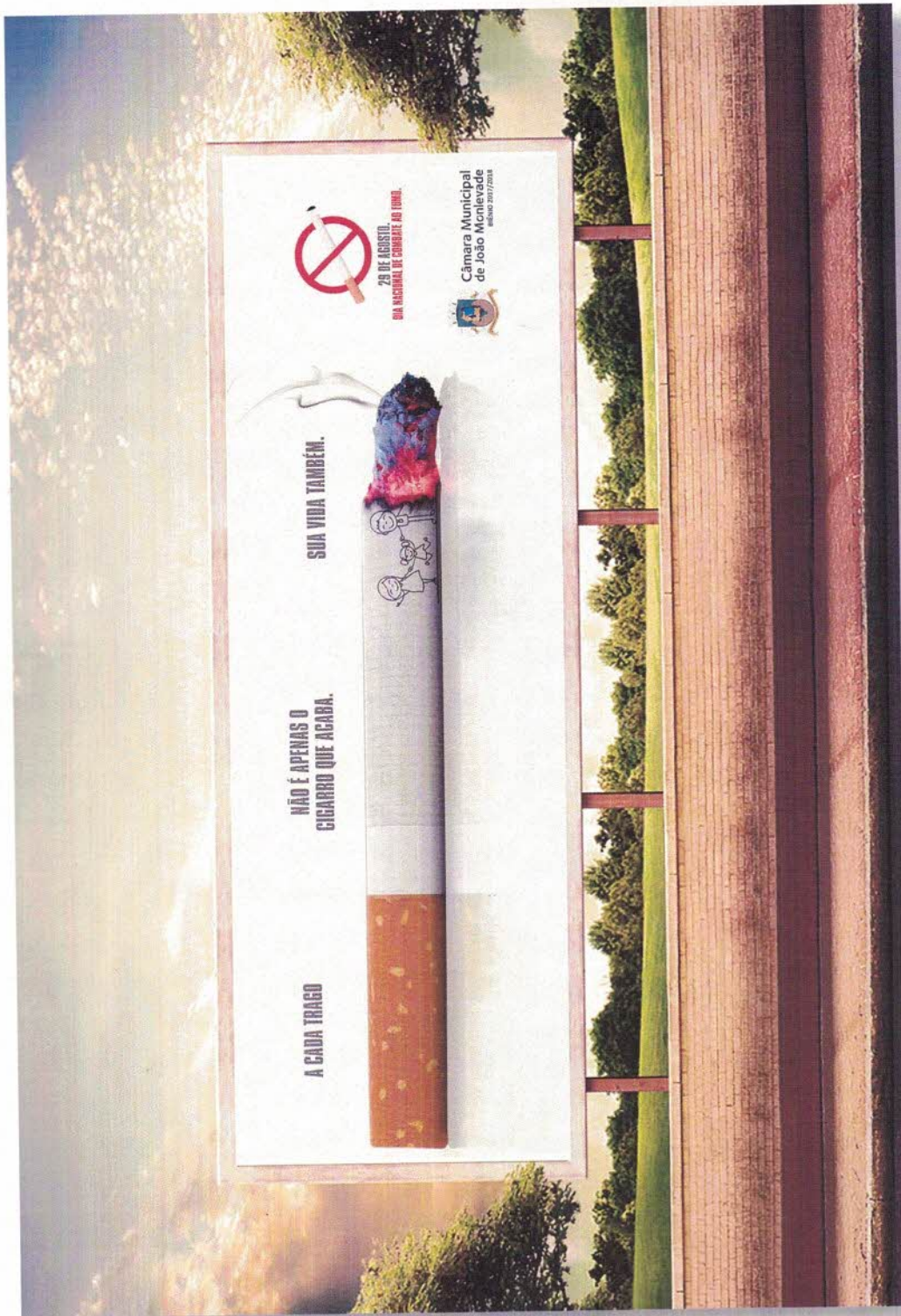
29 de agosto é o Dia Nacional de Combate ao Fumo, uma data instituída em 1986 pela lei nº 7488, criada com o objetivo de conscientizar e mobilizar a população sobre os riscos decorrentes do uso do cigarro. O cigarro traz malefícios, independente da quantidade de consumo diário. Além disso a fumaça é composta por mais de 4 mil substâncias tóxicas, incluindo algumas cancerígenas. Para alertar a população os riscos causados pelo uso do cigarro, a agência desenvolveu layout que apresenta um cigarro aceso, juntamente com mensagem contínua que alerta sobre o perigo que cada "trago" acarreta à vida do usuário e de seus familiares.

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*



Handwritten signatures and initials in blue ink.

## Peça 8 - Outdoor

Título: Este também é um sinal de trânsito

Cliente: Sevor João Monlevade

Criação: ShineOn Comunicação

Aprovação/Cliente: Humberto Guimarães

Peças: Ad jornal, ad revista, outdoor, post facebook, banner site

Produção: Julho 2015

Veiculação: Agosto 2015

Veículos: Jornal A Notícia, Jornal Folha Popular, Revista DeFato, Totem RED, Signs Mídia, Propaganda e Facebook

De acordo com o aumento de ocorrências relacionadas com acidentes de trânsito envolvendo vítimas fatais na BR mais perigosa do Brasil, a famosa 381/262, também conhecida como rodovia da morte, o Sevor (Serviço Voluntário de Resgate) lançou uma campanha para alertar e conscientizar a população sobre os riscos de trafegar sem prudência e atenção nas rodovias brasileiras.

Para a execução da campanha, a agência que atende a instituição voluntariamente, adotou uma linha de comunicação diferenciada, fugindo do lado agressivo que muitas costumam usar. A ideia foi mostrar que não são somente as placas de trânsito que servem para alertar que uma curva é perigosa por exemplo. As marcas de frenagem no asfalto, as cruzes na beira da estrada ou um guardrail amassado são os melhores sinalizadores de perigo, eles querem dizer que alguém já se acidentou por ali. Deviam ser mais eficientes que uma placa de trânsito.

Para execução da campanha a ShineOn solicitou aos veículos locais e regionais a veiculação gratuita das peças. A adesão em prol da campanha foi massiva e a divulgação gratuita atingiu o planejado e as peças foram veiculadas nos principais jornais e revistas regionais, assim como em outdoors espalhados pela cidade de João Monlevade. Um campanha vitoriosa, que mostrou a força de uma boa comunicação. Esta campanha foi a ganhadora da medalha de prata no 4º Prêmio Minas de Comunicação e Criatividade, evento realizado em 2015 pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de MG - Sinapro - MG.

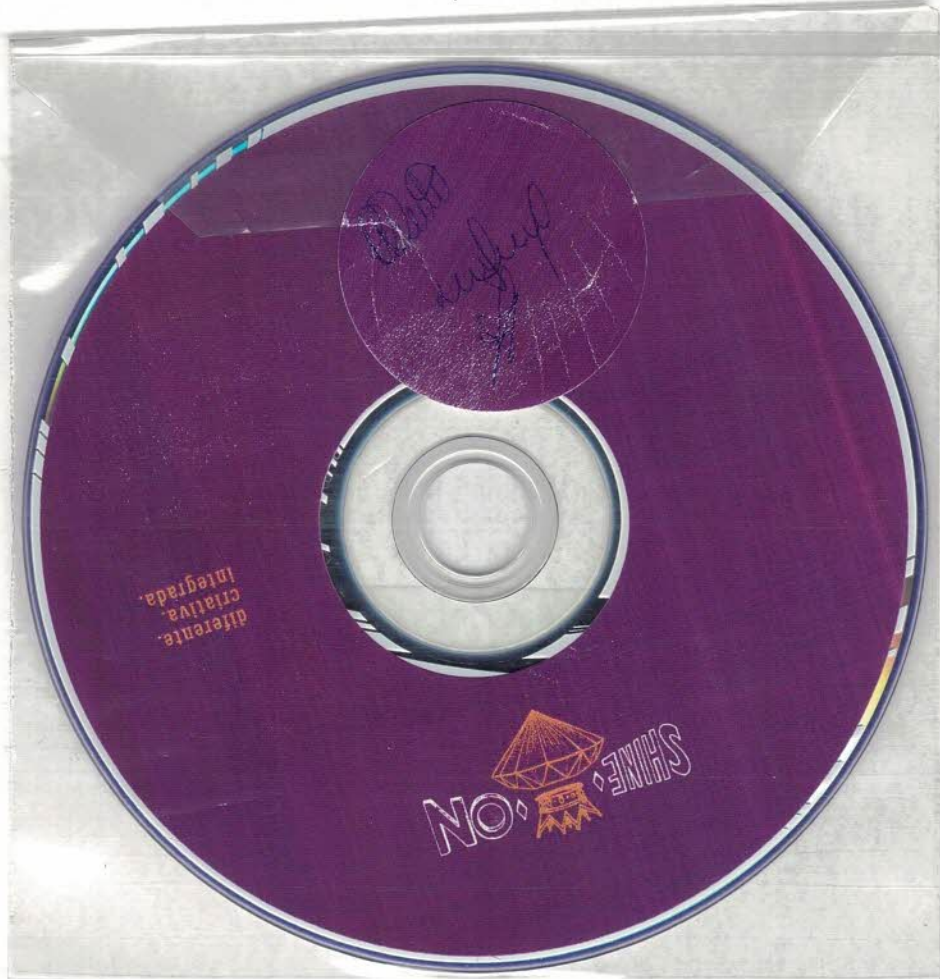
4º PRÊMIO  
MINAS DE  
COMUNICAÇÃO  
E CRIATIVIDADE

34



*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*



*[Handwritten signatures]*

36



PROCESSO 011/2019  
CONVITE 009/2019

RAZÃO SOCIAL: SHINEON LTDA  
CNPJ: 02.367.995/0001-59  
INSCRIÇÃO MUNICIPAL: 4630-2  
DATA DE ATIVAÇÃO: 02/01/1998  
SHINEON@SHINEONCOMUNICACAO.COM.BR  
WWW.SHINEONCOMUNICACAO.COM.BR

SÓCIOS

DOUGLAS ANTÔNIO ARAÚJO COTA - 98,9 % COTAS  
CLÉRIA ARAÚJO COTA - 1,1 % COTAS

REPRESENTANTE LEGAL

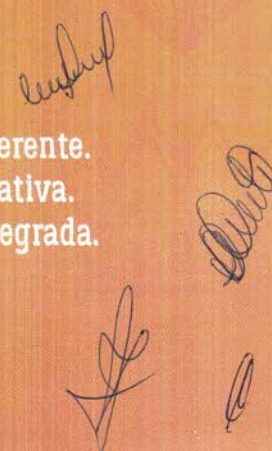
DOUGLAS ANTÔNIO ARAÚJO COTA  
42 ANOS, CASADO  
RUA ALBERTO SCHARLÊ - 443/601  
BAIRRO ALVORADA - JOÃO MONLEVADE - MG

RIO PIRACICABA, 19 de dezembro de 2019



SHINEON LTDA  
CNPJ: 02.367.995/0001-59  
SÓCIO/PROPRIETÁRIO RESPONSÁVEL:  
DOUGLAS ANTÔNIO ARAUJO COTA

diferente.  
criativa.  
integrada.



*[Handwritten signature]*

CC  
CÂ

[  
A  
L

### 6.3.1. Raciocínio Básico

#### A - CONHECIMENTO DAS CARACTERÍSTICAS GERAIS DO CLIENTE:

Rio Piracicaba tem sua economia baseada na extração de minério de ferro, agricultura de subsistência e pecuária leiteira. Sua população estimada para 2019 foi de 14.339 mil habitantes (IBGE, 2019), sendo 80% residente na zona urbana e 20% na zona rural.

Fundada por João dos Reis Cabral, o antigo arraial de São Miguel de Rio Piracicaba teve sua origem na época do ouro, entre o fim do século XVII e início do XVIII. 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”.

Na área cultural o município realiza eventos tradicionais como a festa do Jubileu do Senhor Bom Jesus, que reúne milhares de fiéis todos os anos, e a Festa do Congado, uma das mais antigas do estado, com mais de 250 anos. O calendário festivo da cidade conta ainda com as Cavalgadas e a Semana Cultural do Legislativo.

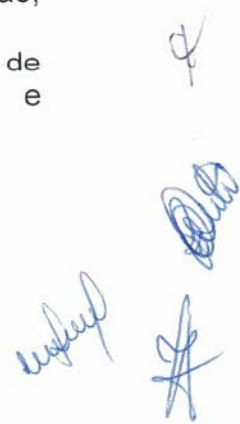
Em três séculos de história, Rio Piracicaba mantém seu potencial de crescimento, desenvolvimento e progresso e o Poder Legislativo Municipal é efetivo em seus trabalhos em prol dos cidadãos, exercendo seu papel ativamente e com transparência.

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

A Constituição Federal de 1988 restaurou a autonomia municipal brasileira que descentralizou os poderes. Os municípios passaram então a ter autonomia política, administrativa e financeira, aproximando a população a seus representantes locais, trazendo benefícios para a sociedade frente à possibilidade de descoberta das vocações econômicas do município e de suas necessidades.

Ao Poder Legislativo de Rio Piracicaba, que conta com 9 vereadores eleitos através do voto direto, compete às funções genéricas de:

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



Essas funções nortearão o plano de comunicação proposto pela agência, complementando assim as demandas expostas no briefing da presente licitação, que apontam como objetivos: a necessidade de divulgação de todas as ações e projetos como forma de informar o cidadão acerca das atividades da Câmara e o papel de seus Edis.

Para tanto, a estratégia de comunicação proposta pela agência pretende mostrar que a Câmara Piracicabense trabalha pela melhoria da qualidade de vida da cidade e visa sempre se aproximar da população através de projetos e ações de cunho social, informativo e educativo.

A comunicação irá estreitar os laços que unem o Legislativo à população, estimulando a informação, a participação popular, o envolvimento do cidadão com o ambiente e o interesse de todos pelas causas comuns, contribuindo assim para a elevação positiva da imagem da Câmara Municipal.

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

O processo de comunicação do Poder Legislativo deve ter como objetivo primordial fazer com que informações relevantes e pertinentes se tornem acessíveis ao público em geral. Essas informações segundo a Constituição Federal (art. 37, § 1º) devem relacionar-se aos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos e, sua publicidade, deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, além de cumprirem os preceitos das leis federais de Responsabilidade Fiscal (101/2000 e 131/2009) e de Acesso à Informação (12.527/2011).

O Brasil vem enfrentando o desafio de elevar o crescimento econômico, a geração de emprego e a retomada do desenvolvimento econômico e social. É indispensável para tanto que o município conte com um Legislativo forte, moderno e transparente, sintonizado com as reais necessidades da sociedade. A Câmara atua diretamente com o Executivo Municipal através da fiscalização, aprovações de leis e consolidações de políticas públicas, atuando para representar as demandas e necessidades da população, cuidando dos interesses coletivos e da organização da sociedade.

É o Poder Legislativo municipal que deliberara sobre os orçamentos da cidade e sobre a alocação eficiente dos recursos públicos, no atendimento das demandas de saúde, educação e segurança, entre outras. É a câmara de vereadores a principal instituição de controle social sobre a atuação do poder público de Piracicaba.

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

Ao vereador cabe executar as funções da Câmara Municipal, ele é o representante político do cidadão, ou seja, é o porta-voz do povo. Ele tem também o papel de auxiliar o cidadão a obter serviços públicos, indicando, orientando e prestando informações. Também deve conversar com a comunidade para ter conhecimento das necessidades coletivas para assim poder defender os interesses da população no plenário.

*[Handwritten signatures and initials in blue ink]*

A comunicação pública é um instrumento que tem por objetivo fortalecer e popularizar o processo participativo entre o povo e o Poder Legislativo através da criação de uma sociedade informada e conhecedora de seus direitos e deveres, promovendo assim a cidadania.

“A cidadania, assim considerada, consiste na consciência de pertinência à sociedade estatal como titular dos direitos fundamentais, da dignidade como pessoa humana, da integração participativa no processo do poder com a igual consciência de que essa situação subjetiva envolve também deveres de respeito à dignidade do outro, de contribuir para o aperfeiçoamento de todos.” (SILVA, José Afonso da. Acesso à Justiça e Cidadania, pág. 11).

Cidadania é o exercício dos direitos e deveres civis, políticos e sociais estabelecidos na Constituição de um país, por parte dos seus respectivos cidadãos. Sua prática influencia diretamente no cumprimento da Constituição Federal (art. 31) que esclarece que a função primordial do Poder Legislativo Municipal é a de fiscalizar o Município mediante controle externo através do Tribunal de Contas Estadual, Municipal ou Conselhos e pelos sistemas de controle interno do Poder Executivo Municipal, na forma da lei.

Portanto ao exercer sua cidadania, com consciência de seus direitos e deveres, o piracicabense estará contribuindo para a organização social do município. E para praticar a cidadania os moradores de Rio Piracicaba possuem diversos meios legais: as reuniões do Legislativo; o direito de sugerir projetos leis e obras de melhorias para a comunidade; o conhecimento do papel dos Poderes Públicos no município; a utilização dos serviços e disponibilizados e a participação em projetos sociais promovidos.

O objetivo da comunicação proposta pela agência será, em consonância com o apresentado no briefing e dentro das legalidades exigidas, disseminar informações sobre assuntos de interesse da população, promovendo a cidadania e reforçando a imagem e atuante do Legislativo Piracicabense.

*[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. A partir deste ponto a população se tornará mais atuante e praticante de uma cidadania ativa, refletindo em ações que gerem o desenvolvimento do município.

Segundo projeções da Organização das Nações Unidas, as cidades crescem em ritmo acelerado e é fundamental que as cidades possam desenvolver um grau satisfatório de competitividade com outras cidades, objetivando recursos através de investidores e moradores, tornando-se um atrativo tanto para concretizações públicas como privadas. Quando a população estiver vivenciando o sentimento de identidade com a cidade em que vive, terá início então a construção de uma cidade vencedora.

A abordagem utilizada para formular a campanha proposta pela agência relevou a importância de criar uma ligação forte entre a marca/imagem da Câmara Municipal de Piracicaba, possibilitando que sua execução atinja objetivos primários e secundários, tendo assim desdobramentos positivos junto aos públicos:

-População em geral: perceba que a Câmara Municipal se preocupa com o desenvolvimento e progresso do município e incentiva a participação popular através de projetos, ações e da transparência de suas ações.

-Comércio e indústria: passem a ver o município como um local propício para receber investimentos, frente à eficiência da Câmara Municipal no desempenho de suas funções de legislar, fiscalizar, sugerir e representar a comunidade;

-Formadores de opinião: imprensa, lideranças locais e associações de bairros, se mobilizem em divulgar a imagem positiva da cidade e da Câmara Municipal, repercutindo na motivação da população, na conquista e manutenção de empreendedores no município;

A estratégia da agência foi desenvolver uma temática reflexiva para a comunicação, capaz de instigar nos públicos-alvo o interesse e a curiosidade pelas funções e atividades que o Poder Legislativo vem desempenhando na cidade.

Partindo dessa linha de raciocínio, foi definido o seguinte mote:

"O CAMINHO PARA UMA CIDADE MELHOR PASSA POR AQUI."

O conceito tornará a sociedade difusora das funções e ações do Legislativo Municipal. A mensagem estimulará no público a percepção de que a Câmara Municipal de Rio Piracicaba também desempenha um papel fundamental no crescimento do município.

Juntamente com o mote, algumas peças serão compostas com o seguinte texto:



“Você sabia que o futuro de Rio Piracicaba também depende da Câmara Municipal?”

Além de fiscalizar e criar leis, o Legislativo discute ações e projetos que podem transformar a sua vida. Todas as áreas contam com a participação dos nossos vereadores que buscam mais desenvolvimento para a cidade.

Mais saúde, educação, esporte, cultura. Você também pode ajudar a decidir o que é melhor para nossa cidade.

Venha fazer parte do nosso dia a dia.

Aqui a sua voz tem força e vez.”

## B) FORMULAÇÃO DO TEMA ADOTADO PARA A LINHA DE ATUAÇÃO

A campanha “O CAMINHO PARA UMA CIDADE MELHOR PASSA POR AQUI.” será capaz de promover o entendimento de que os trabalhos e ações do Legislativo são realizados em prol do crescimento e desenvolvimento do município e da população.

A mensagem será capaz de desenvolver a imagem da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, seguindo a linha de atuação proposta que consistirá em uma campanha:

→Transparente e ética: a comunicação será pautada pela transparência e ética, exigidas pela Constituição Federal, para agregar credibilidade à imagem do Poder Legislativo e da cidade.

→Interativa: a comunicação valerá de conceitos de interatividade para conferir maior proximidade com os públicos, fazendo com que a mensagem chegue até o receptor de maneiras variadas.

→Permanente: a comunicação será cumulativa, com informações que serão acrescentadas aos conhecimentos da sociedade e do público alvo. A permanência da mensagem permitirá consolidar a imagem positiva da Câmara Municipal enquanto atuante na promoção da cidadania, da democracia e da promoção dos direitos fundamentais da população.

→Informativa: a comunicação divulgará informações concretas em benefício ao público-alvo e ao propósito de divulgar e reforçar o Poder Legislativo.

→Focada em resultados: ampliação dos níveis de exposição da comunicação, focando nos resultados pretendidos de divulgação de forma sustentável e com participação da sociedade.

A estratégia de execução da campanha leva em consideração seu impacto junto ao receptor (público-alvo), fundamentando-se nas necessidades de promover a participação da sociedade na vida política da cidade.

A proposta criativa é abrangente e permite ao Legislativo Municipal tornar a campanha inesgotável com peças pontuais e direcionadas para um público específico:

Para cumprir os resultados definidos, a agência prevê que a cobertura de divulgação da campanha seja massiva, envolvente e atinja toda a 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.

*[Handwritten signatures and initials in blue ink]*

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 desenvolvimento do plano, a agência considerou informações relevantes sobre a cidade de Rio Piracicaba, o prazo de execução da campanha 30 dias e a verba total de R\$ 12.000,00.

A execução da campanha utilizará canais de comunicação tradicionais e digitais, que conjuntamente elevarão a eficiência e eficácia da campanha:

#### 1. MÍDIA TRADICIONAL:

Utilização de veículos que possuem abrangência e impacto junto ao público alvo definido para a campanha, sendo eles:

-JORNAL, veiculação de anúncios em veículos de circulação local, direcionando assim a campanha ao público da cidade.

-OUTDOOR, mídia eminentemente local e que permite alta frequência de exposição por ter grande impacto visual e possibilita afixação da mensagem nos pontos estratégicos;

-RÁDIO, veiculação de spots em rádios de abrangência local.

#### 2. MÍDIAS DIGITAIS:

-BANNER ON LINE: veiculação no portal oficial da Câmara Municipal.

-FACEBOOK/INSTAGRAM: criação de página e perfil para o Legislativo divulgar informações e veicular a campanha através de postagens gratuitas e da contratação de publicidade direcionada exclusivamente à população local.

-GOOGLE DISPLAY: contratação de publicidade para divulgação da campanha exclusivamente à população local e regional.

#### 3. NÃO MÍDIA:

-CARTAZES: exposição de cartazes no comércio participante, zona urbana e rural, repartições públicas, escolas, comércio, postos de saúde, no interior de ônibus circulares e escolares, associações, abrangendo todo o município.

-BANNER: Instalação de banners na porta de entrada do Legislativo e no plenário, locais onde há trânsito de pessoas diariamente.

A campanha traz como visual a imagem da cidade de Rio Piracicaba ao fundo com marcações que indicam a participação ativa da Câmara Municipal em todas as áreas e regiões do município.

*[Handwritten signatures and initials in blue ink]*



### 6.3.3. IDEIA CRIATIVA – spot para radio

Spot 30"

Intensidade Vocal: média

Entonação: afirmativa

Qualidade Vocal: grave e empostada

BG: instrumental

TEXTO	TEMPO
Você sabia que o futuro de Rio Piracicaba também depende da Câmara Municipal?	0" a 4"
Além de fiscalizar e criar leis, o Legislativo discute ações e projetos que podem transformar a sua vida.	5" a 10"
Todas as áreas contam com a participação dos nossos vereadores que buscam mais desenvolvimento para a cidade.	11" a 16"
Mais saúde, educação, esporte, cultura. Você também pode ajudar a decidir o que é melhor para a nossa gente. Aqui a sua voz tem força e vez.	17" a 25"
Câmara Municipal de Rio Piracicaba. O caminho para uma cidade melhor passa por aqui.	26" a 30"

*[Handwritten signatures and initials in blue ink]*

6.3.3. IDEIA CRIATIVA - ad jornal



Você sabia que o futuro de Rio Piracicaba também depende da Câmara Municipal?

Além de fiscalizar e criar leis, o Legislativo discute ações e projetos que podem transformar a sua vida. Todas as áreas contam com a participação dos nossos vereadores que buscam mais desenvolvimento para a cidade.

Mais saúde, educação, esporte, cultura. Você também pode ajudar a decidir o que é melhor para nossa cidade.

Venha fazer parte do nosso dia a dia. Aqui a sua voz tem força e vez.



[www.camararp.mg.gov.br](http://www.camararp.mg.gov.br)

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

Friday

25-03-2016

# Lorem ipsum dolor sit amet

Usu indoctum suavitate no, te debet ceteros noluisse cum, per nisl eligendi ex. Ne habeo ancillae vel, prima aeterno cum et. usu indoctum suavitate no, te debet ceteros noluisse cum, per nisl eligendi ex. Ne habeo ancillae vel, prima aeterno cum et.

Lorem ipsum dolor sit amet, usu indoctum suavitate no, te debet ceteros noluisse cum, per nisl eligendi ex. Ne habeo ancillae vel, prima aeterno cum et. Diam reque probatus ad quo. Ius autem lucilius id, sit ea adhuc tation virtute. Dicat tritani appareat est ex, nec sint tractatos eu.

Lorem ipsum dolor sit amet, usu indoctum suavitate no, te debet ceteros noluisse cum, per nisl eligendi ex. Ne habeo ancillae vel, prima aeterno cum et. Diam reque probatus ad quo. Ius autem lucilius id, sit ea adhuc tation virtute. Dicat tritani appareat est ex, nec sint tractatos eu.

Lorem ipsum dolor sit amet, usu indoctum suavitate no, te debet ceteros noluisse cum, per nisl eligendi ex. Ne habeo ancillae vel, prima aeterno cum et. Diam reque probatus ad quo. Ius autem lucilius id, sit ea adhuc tation virtute. Dicat tritani appareat est ex, nec sint tractatos eu.

Epicuri facilisi mediocrem ei est, eu tamquam voluptaria nam. Eu pri

Epicuri facilisi mediocrem ei est, eu tamquam voluptaria nam. Eu pri

Epicuri facilisi mediocrem ei est, eu tamquam voluptaria nam. Eu pri



Você sabia que o futuro de Rio Piracicaba também depende da Câmara Municipal?

Além de fiscalizar e criar leis, o Legislativo discute ações e projetos que podem transformar a sua vida. Todas as áreas contam com a participação dos nossos vereadores que buscam mais desenvolvimento para a cidade.

Mais saúde, educação, esporte, cultura. Você também pode ajudar a decidir o que é melhor para nossa cidade.

Venha fazer parte do nosso dia a dia. Aqui a sua voz tem força e vez.

Câmara Municipal  
**Rio Piracicaba**  
*União e Compromisso!*

[www.camara.piracicaba.sp.gov.br](http://www.camara.piracicaba.sp.gov.br)

*Handwritten signatures and initials in blue ink.*

6.3.3. IDEIA CRIATIVA - outdoor

*O caminho para uma cidade melhor passa por aqui.*

Venha fazer parte do nosso dia a dia. Aqui a sua voz tem força e vez.

[www.camara.piracicaba.sp.gov.br](http://www.camara.piracicaba.sp.gov.br)

**Câmara Municipal**  
**Rio Piracicaba**  
*Ética e Compromisso!*

The advertisement is displayed on a large outdoor screen. The top half of the screen shows a woman in blue medical scrubs with a stethoscope around her neck, standing next to an elderly man in a wheelchair wearing a checkered sweater. The bottom half of the screen shows a scenic view of a city with palm trees, a clear blue sky, and a body of water. The entire advertisement is set against a dark blue background.

*unhy*  
*Dato*

*FF*

6.3.3. IDEIA CRIATIVA - banner



*unifunf*  
*R. Pinto*

6.3.3. IDEIA CRIATIVA - banner online rotativo



Handwritten signatures and initials in blue ink.

6.3.3. IDEIA CRIATIVA – redes sociais



*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*



### 6.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

Campanha: "O CAMINHO PARA UMA CIDADE MELHOR PASSA POR AQUI."

Público-alvo principal: População e Empresários de Rio Piracicaba

Públicos-alvo secundários: Empresários e Formadores de Opinião

Abrangência: Rio Piracicaba

Período proposto para a campanha específica: 4 semanas (30 dias)

Verba: R\$ 12.000,00

Mix de mídia: jornal + rádio + outdoor + internet

Mix de não mídia: banner + cartaz

Para execução da campanha, foi criado um plano propondo mídias de massa combinadas com mídias segmentadas, digitais, interativas e extensivas para projetar a mensagem com eficiência e de forma envolvente para todos os públicos.

#### HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA

A definição dos meios para execução da estratégia de comunicação baseou-se na análise dos índices de penetração divulgados pelo Mídia Dados Brasil 2018, mais completa publicação de mídia da indústria brasileira, com dados sobre mídia exterior, mobiliário urbano meio digital incluindo mobile e APPs, TV aberta, TV por assinatura, Internet, cinema, jornal, revista, rádio e suas plataformas digitais. Os dados divulgados são de 50 fornecedores de pesquisa entre eles Kantar Ibope, Ibope Inteligência, Ipsos, Comscore, IVC e Anatec.

#### DEFINIÇÃO DOS MEIOS

A estratégia de mídia foi definida de acordo com as características de cada meio:

Meio	Penetração 10+ anos	Penetração Classe AB	Características
Mídia Digital	72%	89%	Segmentação, agilidade, interação, alcance, flexibilidade.
Out Of Home	57%	69%	Regionalização, impacto.
Rádio	56%	58%	Agilidade, flexibilidade, regionalização, frequência, fixação da mensagem.
Jornal	43%	53%	Fixação, detalhamento de informações, sustentação da mensagem, credibilidade.

*Handwritten signatures and initials in blue ink.*



#### JORNAL:

A divulgação neste meio permitirá a inserção de um número maior de informações e irá gerar maior envolvimento e reflexão do público.

Tática: Anúncios formato ¼ de página, policromia, distribuídos entre os veículos com circulação local.

Veículos: O Jequi, Páginas e Tribuna do Piracicaba

#### RÁDIO:

Pesquisas apontam que este meio é presente para 99% da população que possuem acesso em seus ambientes domésticos, profissionais, carros e dispositivos móveis (rádios portáteis, celulares...). Tem como característica forte apelo popular; alcance regional e localizado; penetração em diferentes públicos, segmentos e regiões (zona urbana e rural) além de alto índice de fidelidade.

Tática: veiculação de 6 spots diários, de 30", distribuídos entre os veículos de abrangência local (não foi utilizada a rádio comunitária local que legalmente é proibido a contratação por órgão público).

Veículos: Radio Cultura AM e Alternativa FM

#### OUT OF HOME / OUTDOOR:

Impacto e grande exposição são os pontos fortes deste meio. A proposta é utilização de outdoor que constitui uma mídia eficiente e oferece índices de recall a um custo menor em razão de ser móvel.

Tática1: Veiculação em 2 placas por 1 bi-semana cada localizadas no centro.

#### MEIO DIGITAL:

A internet é um meio dinâmico, instantâneo, de alta interatividade e fácil distribuição, tornando-se uma oportunidade versátil de distribuição da mensagem e sua possibilidade de direcionamento para o público-alvo específico eleva seu custo x benefício.

Tática 1: BANNER ON LINE: veiculação no portal oficial da Câmara Municipal.

Tática 2: REDES SOCIAIS: criação de página para a Câmara Municipal no facebook e contratação de impulsionamento/anúncios com direcionamento apenas para moradores de Rio Piracicaba.

Tática 3: GOOGLE REDE DISPLAY: contratação de anúncios para a campanha e o concurso em sites específicos parceiros da Google, fazendo com que os anúncios sejam exibidos em outros sites de conteúdos pré-selecionados na programação e que gerem credibilidade e visibilidade para a campanha. A programação do anúncio será direcionada ao público de Piracicaba.

#### NÃO MÍDIA:

Para complementação das mídias/meios propostos, serão executadas as produções das seguintes peças:

Tática 1 – Spot: produção de 1 spots 30".

Tática 2 – Outdoor: produção/impressão e colagem de 2 papéis.

Tática 3 – Cartazes: exposição de cartazes no comércio local, zona urbana e rural, repartições públicas, escolas, comércio, postos de saúde, comércio,

*[Handwritten signatures and initials]*

abrangendo assim todo o município e informando o horário das reuniões do Legislativo. Produção total de 100 unidades tamanho 60x40 cm.

Tática 4 – Banner: impressão de 2 banners em lona 1,00 x 1,50 cm para instalação na entrada da Câmara Municipal e no plenário.

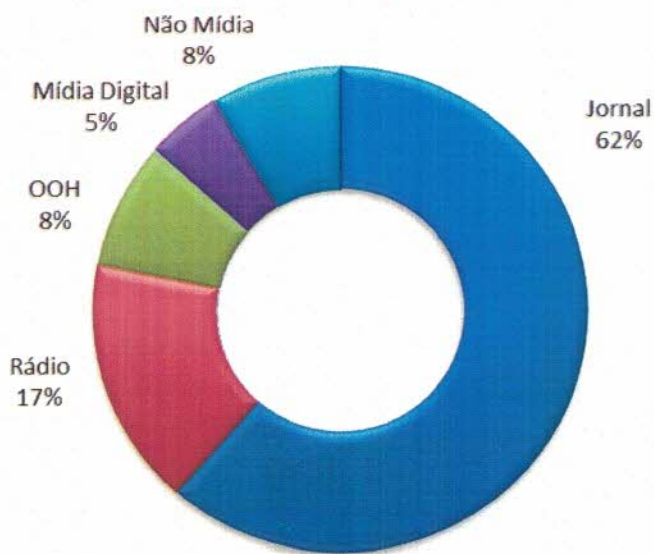
O plano de divulgação foi edificado por um composto estrategicamente combinado de meios de comunicação existente em Rio Piracicaba e que realmente irão alcançar o público-alvo em distintas situações e em diversos momentos, fazendo com que a campanha alcance os resultados esperados. Assim, foram propostas 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. Os meios selecionados são os que apresentam resultados de alto desempenho considerando a penetração, o consumo pelo target e o melhor custo/benefício dentro da verba estipulada para a campanha.

*[Handwritten signatures]*

Anexo: Tabela analítica de investimentos por meio

Descrição	Investimento	%
Jornal	7.360,00	61,51
Rádio	1.990,80	16,64
OOH	1.000,00	8,36
Mídia Digital	600,00	5,01
Não Mídia	1.014,00	8,47
<b>Total R\$</b>	<b>11.964,80</b>	<b>100,00</b>

**Investimentos por meio**

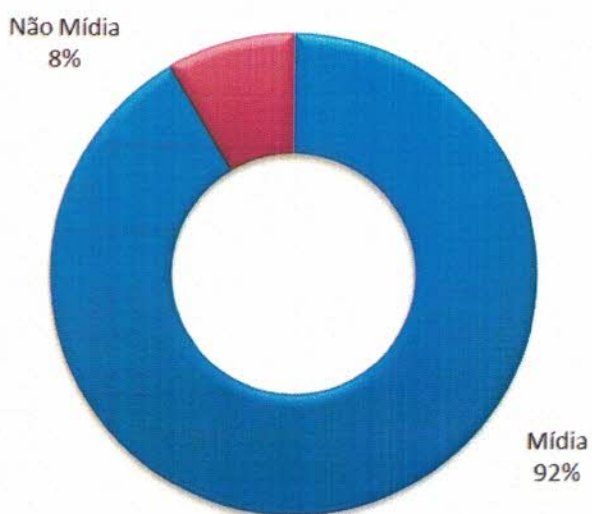


*[Handwritten signatures and initials]*

Anexo: Tabela resumo de investimentos por meio

Descrição	Investimento	%
Mídia	10.950,80	91,53
Não Mídia	1.014,00	8,47
<b>Total</b>	<b>R\$ 11.964,80</b>	<b>100</b>

### Investimentos em mídia e não mídia



*[Handwritten signatures and initials]*

Anexo: tabela analítica de investimentos

	Veículo/Fornecedor	Formato	1ª semana	2ª semana	3ª semana	4ª semana	Qtde Total	R\$ Unitário	R\$ Total	%	
Jornal	Tribuna do Piracicaba	1/4 cor	1				1	2.360,00	2.360,00	19,72	
	O Jequi	1/4 cor	1				1	2.500,00	2.500,00	20,89	
	Página	1/4 cor	1				1	2.500,00	2.500,00	20,89	
Rádio	Rádio Cultura AM	30"	21	21	21	21	84	10,20	856,80	7,16	
	Rádio Alternativa FM	30"	21	21	21	21	84	13,50	1.134,00	9,48	
OOH	Outdoor - convencional	9x3	2 placas - 1 bisemanas cada				2		500,00	1.000,00	8,36
Mídia Digital	Facebook Postagem	300x300px	Orçamento Diário				30		10,00	300,00	2,51
	Google	300x300px	Orçamento Diário				30		10,00	300,00	2,51
	Portal Câmara	Banner Capa	30 dias				1		-	-	-

*[Handwritten signature]*



*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*

Não Mídia

1.014,00

Veículo/Fornecedor	Formato	1ª semana	2ª semana	3ª semana	4ª semana	Qtde Total	R\$ Unitário	R\$ Total	%
Spot rádios	30"		1			1	150,00	150,00	1,25
Papel de outdoor	9x3 m		2			2	200,00	400,00	3,34
Cartazes	60x40 cm		100			100	3,44	344,00	2,88
Banner impresso	1 x 1,5 m		2			2	60,00	120,00	1,00
<b>Total</b>							<b>Total</b>	<b>11.964,80</b>	<b>100</b>

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

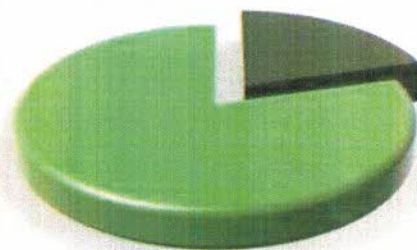
*[Handwritten signature]*





## GRÁFICOS - Dados sobre a cidade de Rio Piracicaba

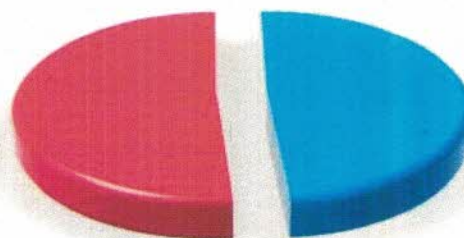
### População urbana e rural

-  20% População residente rural
-  80% População residente urbana



### Gênero da população

-  49% Homens
-  51% Mulheres

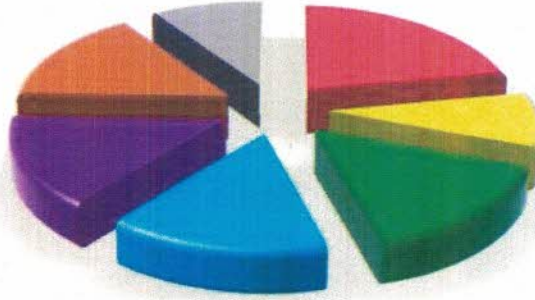


Fonte dos dados: IBGE 2019

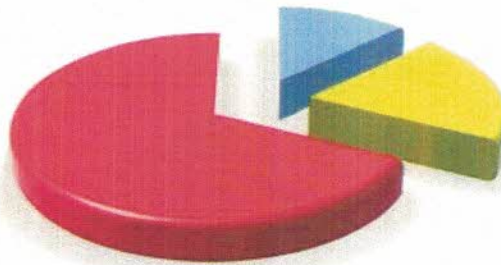
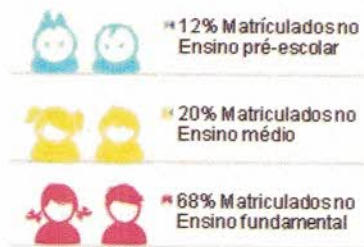
*Handwritten signatures and initials in blue ink.*

GRÁFICOS - Dados sobre a cidade de Rio Piracicaba

**Gênero da população**



**Matriculas Escolares**



Fonte dos dados: IBGE 2019

*Handwritten signature*

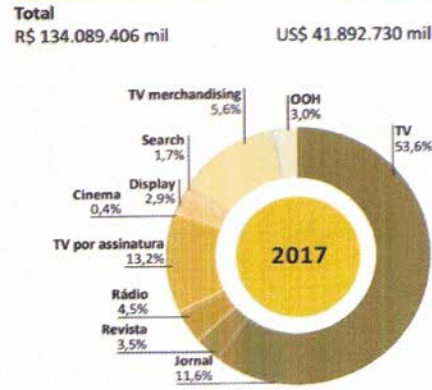
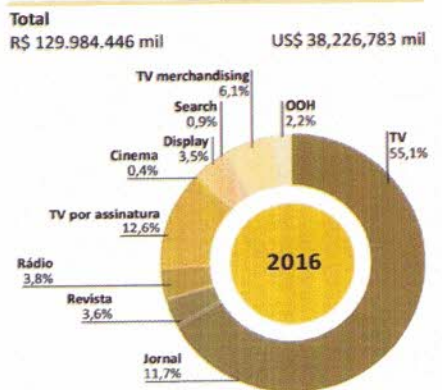
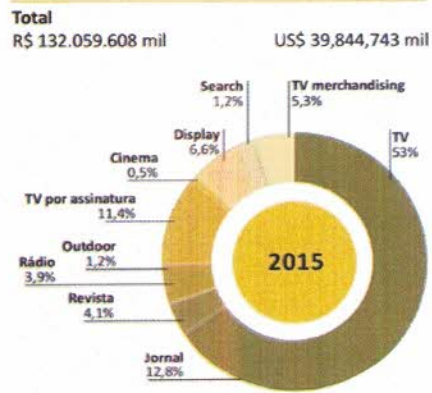
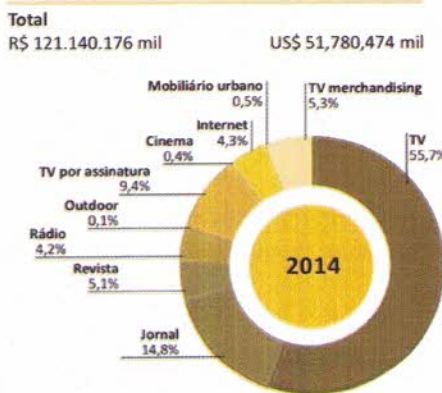
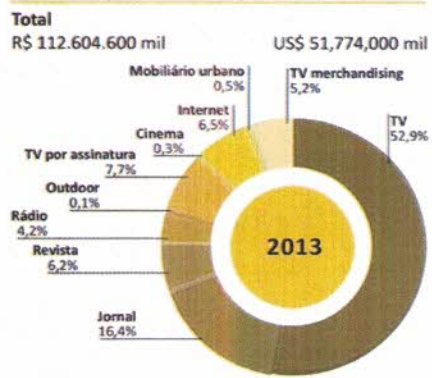
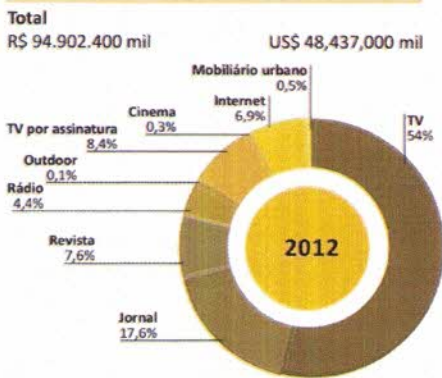
*Handwritten signature*

*Handwritten mark*



PESQUISA: distribuição dos investimentos

**Distribuição dos investimentos em mídia**  
*Breakdown of investments in media*



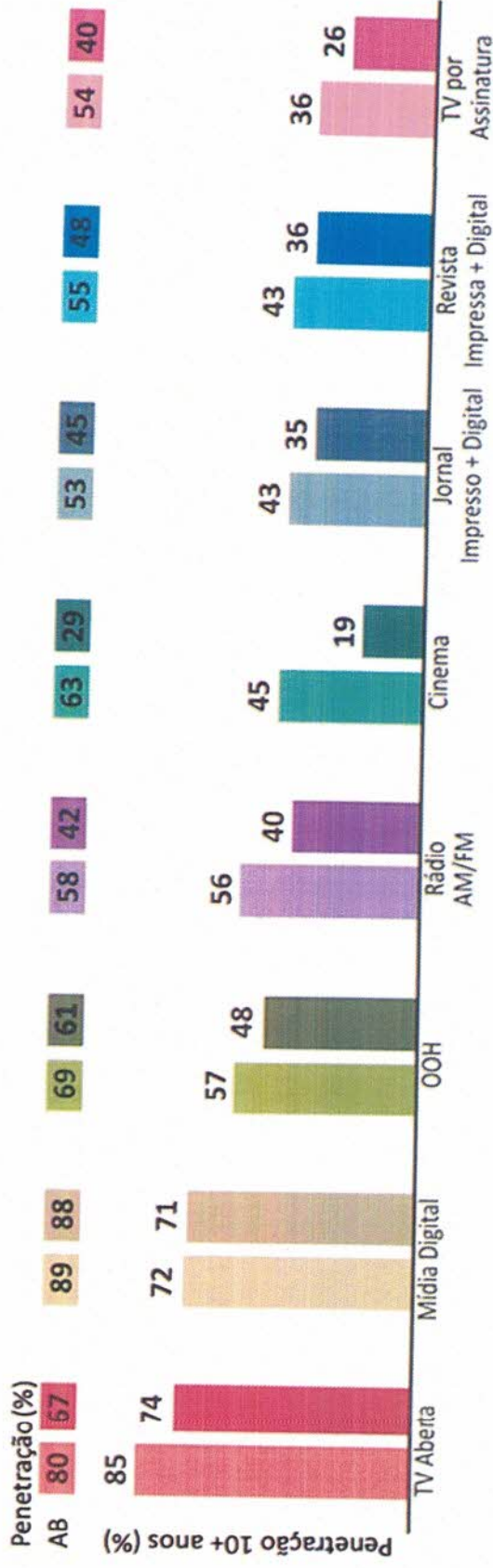
Fonte / Source  
Kantar IBOPE Media - Monitor Evolution  
Ano de 2017: Banco de dados utilizado: ME1712TOTALTVSH (9 meios + merchandising) - Remessa de dezembro/2017  
Valores base em tabela de preços dos veículos  
Dados em Dólar: utilizada a taxa de venda do último dia útil do mês - fonte: Banco Central

*[Handwritten signatures and initials]*

Gráfico: Resultado de pesquisas utilizadas para definição dos meios propostos na estratégia de comunicação

## Penetração do meio no total da população e no target – AB 10+ anos

*Penetration of the medium in the population and in the target – AB 10+ years*



**Fonte / Source**

Ipsos Connect: EGM Multimídia – Junho 2016 a julho 2017 – 9 Mercados (SP, RJ, BH, CUR, POA, DF, REC, SAL, FOR)  
 Filtro: 10+ anos, 52.299.135 pessoas | Amostra do filtro: 29.376  
 Filtro AB 10+ anos, 15.783.600 pessoas | Amostra do filtro: 11.412  
 Filtro: 10+ anos assistiu a tv por assinatura nos últimos 7 dias, 18.887.067 pessoas – Duplo período | Amostra do filtro: 10.500  
 Dados não comparativos aos anos anteriores devido à mudanças na metodologia nos estudos da Ipsos

**Duplo Período:** assistiu a TV por assinatura nos últimos 7 dias

**Simple Período:** assistiu a TV por assinatura ontem



*[Handwritten signatures]*

*[Handwritten signatures]*



*San*

*del*

*Quito*

*Indio*



**ATA DA REUNIÃO RELATIVA AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019,  
MODALIDADE CONVITE Nº 009/2019.**

Aos dezenove dias do mês de dezembro de 2019, às 09h30min, com observância às disposições contidas no instrumento convocatório e na Lei de Licitações e Contratos, reuniu-se a Comissão de Licitação desta Câmara Municipal, com a finalidade de analisar os documentos apresentados, referentes ao processo em epígrafe. Aberta a sessão, foi constatado que foram convidadas as empresas: **PROMOCIONAL PROPAGANDA, CRIARTE COMUNICAÇÃO, SHINE ON LTDA, VISTA COMUNICAÇÃO, LUME COMUNICAÇÃO, ORIGAMI AGÊNCIA DE IDÉIAS, SIGLA COMUNICAÇÃO, ORIENTE COMUNICAÇÃO, LADO C COMUNICAÇÃO, TEN – COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA, CAFÉ COM DESIGN, TOM COMUNICAÇÃO, 2 PONTOS COMUNICAÇÃO e 360 PROPAGANDA E MARKETING LTDA.** Sendo que, acusaram recebimento do convite, as seguintes empresas: **2 PONTOS COMUNICAÇÃO, SHINE ON LTDA, TOM COMUNICAÇÃO e VISTA COMUNICAÇÃO.** Contudo, somente a empresa **SHINE ON LTDA,** apresentou os “Envelopes Proposta Técnica I, II e III e Proposta Comercial” e se fez presente através da sua representante, Senhora Simone Cristina Soares.

**Ocorrências:** Não Houve

*Ética e Compromisso!*

**Justificativa:** Em conformidade com o art. 22, § 7º da Lei Federal 8.666/93, e considerando que já foi realizado o Processo Licitatório Nº 009/2019, Convite Nº 008/2019, no qual não houve Licitante interessada em participar do Certame. Considerando também que no presente processo os demais convidados não manifestaram interesse, e, tendo em vista, a necessidade da contratação dos serviços para a criação de layouts como: Calendário de Reuniões ordinárias, Moções de Aplausos, dentre outros, a Comissão Permanente de Licitação decidiu dar andamento ao processo com apenas uma licitante.

*[Handwritten signatures]*



Assim a Comissão Permanente de Licitação deu prosseguimento a sessão abrindo os envelopes "Proposta Técnica 1" e "Proposta Técnica 3" ( envelope não identificado), vistando os documentos contidos no mesmos. Em seguida, a Comissão decidiu pelo prazo de quatro dias úteis para analisar e pontuar a licitante nas respectivas propostas, ficando assim marcada para o dia 03 de janeiro de 2020 às 13h30min a nova sessão com finalidade de dar prosseguimento ao processo.

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

Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 19 de dezembro de 2019.

*Câmara Municipal*  
**Rio Piracicaba**

*Inez Aparecida Leite*  
Inéz Aparecida Leite  
Presidente da Comissão

*Frederico Augusto de Melo Camilo*  
Frederico Augusto de Melo Camilo  
Membro

*Vanilza Auxiliadora Souza Caldeira*  
Vanilza Auxiliadora Souza Caldeira  
Membro

Proponente:

*Simone Cristina Soares*  
Simone Cristina Soares.

SHINEON LTDA



**MAPA DE JULGAMENTO DA "PROPOSTA TÉCNICA III"  
RELATIVO AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019,  
MODALIDADE CONVITE Nº 009/2019**

**PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - NÃO IDENTIFICADO**

PLANO DE COMUNICAÇÃO	PONTUAÇÃO EMPRESA "A"	JUSTIFICATIVA POR QUESITO
<b>11.3.1 Raciocínio Básico</b>		
11.3.1.1 Conhecimento das características gerais;	2	A licitante desenvolveu de forma regular este quesito, tendo em vista que poderia ter descrito as principais atividades Culturais e festivas do município de forma mais atualizada.
11.3.1.2 Conhecimento genérico dos serviços prestados;	3	A licitante apresentou conhecimentos genéricos satisfatórios com relação aos serviços prestados pela Câmara Municipal de Rio Piracicaba.
11.3.1.3 Adequada compreensão da linha de atuação específica;	3	A licitante demonstrou acuidade quanto a linha de atuação da Câmara Municipal.
11.3.1.4 Acuidade de compreensão demonstrada em relação às necessidades de comunicação dessa específica linha de atuação;	3	A licitante apresentou uma exata compreensão em relação às necessidades de comunicação.
Total de pontos	11	

Plano de Comunicação	PONTUAÇÃO EMPRESA "A"	JUSTIFICATIVA POR QUESITO
<b>11.3.2 Estratégia de Comunicação</b>		
11.3.2.1 Formulação do conceito, compreensão do tema hipotético e desenvolvimento do raciocínio que conduziu ao conceito total;	8	A formulação do conceito foi eficiente, demonstrando uma satisfatória compreensão do tema hipotético, e um bom desenvolvimento do raciocínio.
11.3.2.2 Formulação do tema da comunicação adotado para linha de atuação;	7	Apresentou um ótimo tema o qual demonstra criatividade, organização e um eficaz planejamento.
Total de pontos	15	

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*





# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



IDÉIA CRIATIVA	PONTUAÇÃO EMPRESA "A"	JUSTIFICATIVA POR QUESITO
11.3.3		
11.3.3.1 Estratégia de comunicação que atenda a todos os pontos da campanha;	5	Desenvolveu uma estratégia eficiente capaz para atender a todos os pontos da campanha.
11.3.3.2 Capacidade de síntese da estratégia de comunicação;	4	A licitante demonstrou capacidade e conhecimento à proposta.
11.3.3.3 Cobertura do público envolvido na linha de atuação contemplada pela estratégia sugerida;	5	Apresentou uma satisfatória cobertura do público envolvido na linha de atuação do plano de comunicação, especialmente com a proposta de mídias digitais tendo em vista o crescente índice de cesso da população às redes sociais.
11.3.3.4 Originalidade na combinação de seus elementos constitutivos revelada nos roteiros e textos de peças publicitárias que se apresentarem	6	A empresa demonstrou originalidade na combinação dos elementos nas peças publicitárias criando uma harmonia entre as peças sugeridas (Spot para rádio, anúncio para jornal, outdoor, banners, e opções para redes sociais).
Total de pontos	20	

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA	PONTUAÇÃO EMPRESA "A"	JUSTIFICATIVA POR QUESITO
11.3.4		
11.3.4.1 Conhecimentos dos hábitos de comunicação do público envolvido com a linha de atuação	3	Demonstrou no plano de comunicação proposto, conhecimento dos hábitos de comunicação do público envolvido.
11.3.4.2 Capacidade analítica revelada no estudo desses hábitos e nas conclusões oferecidas à formulação da mídia;	3	A licitante apresentou uma análise satisfatória sobre as manifestações e hábitos locais para definição dos meios.
11.3.4.3 Estudo de distribuição da verba da linha de atuação, em vista de suas diferentes necessidades entre as diversas áreas de serviços da licitante	3	A Licitante poderia ter distribuído melhor a verba disponibilizada entre os veículos de comunicação.
11.3.4.4 Consciência e economicidade do plano geral de utilização da verba publicitária da linha de atuação simulado na proposta;	3	A empresa poderia ter apresentado uma melhor distribuição da verba sugerida para a campanha.
Total de pontos	12	

Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 27 de dezembro de 2019.

  
**Inês Aparecida Leite**  
 Presidente







# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

  
Frederico A. de Melo Camilo  
Membro

  
Vanilza A. Souza Caldeira  
Membro



Câmara Municipal  
**Rio Piracicaba**

*Ética e Compromisso!*

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



Câmara Municipal  
**Rio Piracicaba**  
*Ética e Compromisso!*





**MAPA DE JULGAMENTO DA "PROPOSTA TÉCNICA I"  
RELATIVO AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019,  
MODALIDADE CONVITE Nº 009/2019**

**INFORMAÇÕES A CERCA DA LICITANTE – QUESITOS**

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	PONTUAÇÃO EMPRESA "A"	JUSTIFICATIVA POR QUESITO
<p><b>Item 11.2 e 11.2.2</b> <b>Informações da Licitante</b> <b>Repertório</b></p>		
<p>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:</p>	4	<p>Foi demonstrado pela licitante satisfatória capacidade de atendimento, apropriado nível de qualificação de seus profissionais e uma boa organização dos setores, características estas que contribuirão para a qualidade e eficiência nos serviços prestados aos seus clientes.</p>
<p>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.</p>	6	<p>Apresentou prazos adequados de atendimento, boa operacionalidade, segurança, bem como presteza no atendimento, as quais em equilíbrio com o grau de liberdade conferido ao cliente, garantirá o sucesso no alcance dos objetivos da Câmara Municipal.</p>
<p>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.</p>	8	<p>A licitante atendeu perfeitamente este item uma vez que incluiu amostras de peças na proposta que demonstram criatividade, pertinência, acabamento satisfatório, clareza e qualidade de execução.</p>
Total de Pontos	18	

Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 27 de dezembro de 2019.

  
**Frederico A. de Melo Camilo**  
Membro

  
**Inêz Aparecida Leite**  
Presidente

  
**Vanilza A. Souza Caldera**  
Membro



**ATA DA REUNIÃO DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA, REFERENTE AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019, MODALIDADE CONVITE Nº 009/2019.**

**“PROPOSTAS TÉCNICAS I E III”**

Aos vinte e sete dias do mês de dezembro do ano de 2019, às 14 horas, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitação desta Câmara Municipal, com a finalidade de julgar as “Propostas Técnicas” apresentadas pela licitante “A” referente ao processo em epígrafe.

Examinado o plano de comunicação publicitária e a proposta técnica apresentada, nos termos do edital e considerando as pontuações recebidas pela licitante, a Comissão Permanente de Licitação deliberou:

1 – Habilitada a empresa “A”, por obter as pontuações de que trata o item XI do edital:

Nº ITEM	PROPONENTE	PONTUAÇÃO PROPOSTA	PONTUAÇÃO OBTIDA
01	Empresa “A”	80	76

2 – Ocorrências: Não houve.

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

Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 27 de dezembro de 2019.

  
**Frederico A. de Melo Camilo**  
Membro

  
**Inêz Aparecida Leite**  
Presidente

  
**Vanilza A. Souza Caldeira**  
Membro



**PORTARIA Nº 001/2020**

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, Vasilza Auxiliadora Souza Caldeira e Lúcia Aparecida dos Santos, sob a presidência da primeira.

**Art.2º** Fica designado como suplente de qualquer um dos membros da Comissão Permanente de Licitação, o servidor Frederico Augusto de Melo Camilo.

**Art.3º** A investidura dos membros supracitados terá vigência a partir da data desta Portaria até o dia 31 de dezembro de 2020.

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


Rio Piracicaba, 02 de janeiro de 2020.

  
**TAYRONE ARCANJO GUIMARÃES**

Presidente da Câmara

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba, 03/01/2020

  
Inêz Aparecida Leite  
Diretora Geral

### 6.3.1. Raciocínio Básico

#### A - CONHECIMENTO DAS CARACTERÍSTICAS GERAIS DO CLIENTE:

Rio Piracicaba tem sua economia baseada na extração de minério de ferro, agricultura de subsistência e pecuária leiteira. Sua população estimada para 2019 foi de 14.339 mil habitantes (IBGE, 2019), sendo 80% residente na zona urbana e 20% na zona rural.

Fundada por João dos Reis Cabral, o antigo arraial de São Miguel de Rio Piracicaba teve sua origem na época do ouro, entre o fim do século XVII e início do XVIII. 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”.

Na área cultural o município realiza eventos tradicionais como a festa do Jubileu do Senhor Bom Jesus, que reúne milhares de fiéis todos os anos, e a Festa do Congado, uma das mais antigas do estado, com mais de 250 anos. O calendário festivo da cidade conta ainda com as Cavalgadas e a Semana Cultural do Legislativo.

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

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

A Constituição Federal de 1988 restaurou a autonomia municipal brasileira que descentralizou os poderes. Os municípios passaram então a ter autonomia política, administrativa e financeira, aproximando a população a seus representantes locais, trazendo benefícios para a sociedade frente à possibilidade de descoberta das vocações econômicas do município e de suas necessidades.

Ao Poder Legislativo de Rio Piracicaba, que conta com 9 vereadores eleitos através do voto direto, compete às funções genéricas de:

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



Essas funções nortearão o plano de comunicação proposto pela agência, complementando assim as demandas expostas no briefing da presente licitação, que apontam como objetivos: a necessidade de divulgação de todas as ações e projetos como forma de informar o cidadão acerca das atividades da Câmara e o papel de seus Edis.

Para tanto, a estratégia de comunicação proposta pela agência pretende mostrar que a Câmara Piracicabense trabalha pela melhoria da qualidade de vida da cidade e visa sempre se aproximar da população através de projetos e ações de cunho social, informativo e educativo.

A comunicação irá estreitar os laços que unem o Legislativo à população, estimulando a informação, a participação popular, o envolvimento do cidadão com o ambiente e o interesse de todos pelas causas comuns, contribuindo assim para a elevação positiva da imagem da Câmara Municipal.

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

O processo de comunicação do Poder Legislativo deve ter como objetivo primordial fazer com que informações relevantes e pertinentes se tornem acessíveis ao público em geral. Essas informações segundo a Constituição Federal (art. 37, § 1º) devem relacionar-se aos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos e, sua publicidade, deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, além de cumprirem os preceitos das leis federais de Responsabilidade Fiscal (101/2000 e 131/2009) e de Acesso à Informação (12.527/2011).

O Brasil vem enfrentando o desafio de elevar o crescimento econômico, a geração de emprego e a retomada do desenvolvimento econômico e social. É indispensável para tanto que o município conte com um Legislativo forte, moderno e transparente, sintonizado com as reais necessidades da sociedade. A Câmara atua diretamente com o Executivo Municipal através da fiscalização, aprovações de leis e consolidações de políticas públicas, atuando para representar as demandas e necessidades da população, cuidando dos interesses coletivos e da organização da sociedade.

É o Poder Legislativo municipal que deliberara sobre os orçamentos da cidade e sobre a alocação eficiente dos recursos públicos, no atendimento das demandas de saúde, educação e segurança, entre outras. É a câmara de vereadores a principal instituição de controle social sobre a atuação do poder público de Piracicaba.

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

Ao vereador cabe executar as funções da Câmara Municipal, ele é o representante político do cidadão, ou seja, é o porta-voz do povo. Ele tem também o papel de auxiliar o cidadão a obter serviços públicos, indicando, orientando e prestando informações. Também deve conversar com a comunidade para ter conhecimento das necessidades coletivas para assim poder defender os interesses da população no plenário.

*[Handwritten signatures]*

A comunicação pública é um instrumento que tem por objetivo fortalecer e popularizar o processo participativo entre o povo e o Poder Legislativo através da criação de uma sociedade informada e conhecedora de seus direitos e deveres, promovendo assim a cidadania.

“A cidadania, assim considerada, consiste na consciência de pertinência à sociedade estatal como titular dos direitos fundamentais, da dignidade como pessoa humana, da integração participativa no processo do poder com a igual consciência de que essa situação subjetiva envolve também deveres de respeito à dignidade do outro, de contribuir para o aperfeiçoamento de todos.” (SILVA, José Afonso da. Acesso à Justiça e Cidadania, pág. 11).

Cidadania é o exercício dos direitos e deveres civis, políticos e sociais estabelecidos na Constituição de um país, por parte dos seus respectivos cidadãos. Sua prática influencia diretamente no cumprimento da Constituição Federal (art. 31) que esclarece que a função primordial do Poder Legislativo Municipal é a de fiscalizar o Município mediante controle externo através do Tribunal de Contas Estadual, Municipal ou Conselhos e pelos sistemas de controle interno do Poder Executivo Municipal, na forma da lei.

Portanto ao exercer sua cidadania, com consciência de seus direitos e deveres, o piracicabense estará contribuindo para a organização social do município. E para praticar a cidadania os moradores de Rio Piracicaba possuem diversos meios legais: as reuniões do Legislativo; o direito de sugerir projetos leis e obras de melhorias para a comunidade; o conhecimento do papel dos Poderes Públicos no município; a utilização dos serviços e disponibilizados e a participação em projetos sociais promovidos.

O objetivo da comunicação proposta pela agência será, em consonância com o apresentado no briefing e dentro das legalidades exigidas, disseminar informações sobre assuntos de interesse da população, promovendo a cidadania e reforçando a imagem e atuante do Legislativo Piracicabense.

*empres*  
*Apud*  
*Quito*  
*e*

### 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. A partir deste ponto a população se tornará mais atuante e praticante de uma cidadania ativa, refletindo em ações que gerem o desenvolvimento do município.

Segundo projeções da Organização das Nações Unidas, as cidades crescem em ritmo acelerado e é fundamental que as cidades possam desenvolver um grau satisfatório de competitividade com outras cidades, objetivando recursos através de investidores e moradores, tornando-se um atrativo tanto para concretizações públicas como privadas. Quando a população estiver vivenciando o sentimento de identidade com a cidade em que vive, terá início então a construção de uma cidade vencedora.

A abordagem utilizada para formular a campanha proposta pela agência relevou a importância de criar uma ligação forte entre a marca/imagem da Câmara Municipal de Piracicaba, possibilitando que sua execução atinja objetivos primários e secundários, tendo assim desdobramentos positivos junto aos públicos:

-População em geral: perceba que a Câmara Municipal se preocupa com o desenvolvimento e progresso do município e incentiva a participação popular através de projetos, ações e da transparência de suas ações.

-Comércio e indústria: passem a ver o município como um local propício para receber investimentos, frente à eficiência da Câmara Municipal no desempenho de suas funções de legislar, fiscalizar, sugerir e representar a comunidade;

-Formadores de opinião: imprensa, lideranças locais e associações de bairros, se mobilizem em divulgar a imagem positiva da cidade e da Câmara Municipal, repercutindo na motivação da população, na conquista e manutenção de empreendedores no município;

A estratégia da agência foi desenvolver uma temática reflexiva para a comunicação, capaz de instigar nos públicos-alvo o interesse e a curiosidade pelas funções e atividades que o Poder Legislativo vem desempenhando na cidade.

Partindo dessa linha de raciocínio, foi definido o seguinte mote:

"O CAMINHO PARA UMA CIDADE MELHOR PASSA POR AQUI."

O conceito tornará a sociedade difusora das funções e ações do Legislativo Municipal. A mensagem estimulará no público a percepção de que a Câmara Municipal de Rio Piracicaba também desempenha um papel fundamental no crescimento do município.

Juntamente com o mote, algumas peças serão compostas com o seguinte texto:



“Você sabia que o futuro de Rio Piracicaba também depende da Câmara Municipal?

Além de fiscalizar e criar leis, o Legislativo discute ações e projetos que podem transformar a sua vida. Todas as áreas contam com a participação dos nossos vereadores que buscam mais desenvolvimento para a cidade.

Mais saúde, educação, esporte, cultura. Você também pode ajudar a decidir o que é melhor para nossa cidade.

Venha fazer parte do nosso dia a dia.

Aqui a sua voz tem força e vez.”

## B) FORMULAÇÃO DO TEMA ADOTADO PARA A LINHA DE ATUAÇÃO

A campanha “O CAMINHO PARA UMA CIDADE MELHOR PASSA POR AQUI.” será capaz de promover o entendimento de que os trabalhos e ações do Legislativo são realizados em prol do crescimento e desenvolvimento do município e da população.

A mensagem será capaz de desenvolver a imagem da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, seguindo a linha de atuação proposta que consistirá em uma campanha:

→Transparente e ética: a comunicação será pautada pela transparência e ética, exigidas pela Constituição Federal, para agregar credibilidade à imagem do Poder Legislativo e da cidade.

→Interativa: a comunicação valerá de conceitos de interatividade para conferir maior proximidade com os públicos, fazendo com que a mensagem chegue até o receptor de maneiras variadas.

→Permanente: a comunicação será cumulativa, com informações que serão acrescentadas aos conhecimentos da sociedade e do público alvo. A permanência da mensagem permitirá consolidar a imagem positiva da Câmara Municipal enquanto atuante na promoção da cidadania, da democracia e da promoção dos direitos fundamentais da população.

→Informativa: a comunicação divulgará informações concretas em benefício ao público-alvo e ao propósito de divulgar e reforçar o Poder Legislativo.

→Focada em resultados: ampliação dos níveis de exposição da comunicação, focando nos resultados pretendidos de divulgação de forma sustentável e com participação da sociedade.

A estratégia de execução da campanha leva em consideração seu impacto junto ao receptor (público-alvo), fundamentando-se nas necessidades de promover a participação da sociedade na vida política da cidade.

A proposta criativa é abrangente e permite ao Legislativo Municipal tornar a campanha inesgotável com peças pontuais e direcionadas para um público específico.

Para cumprir os resultados definidos, a agência prevê que a cobertura de divulgação da campanha seja massiva, envolvente e atinja toda a 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.

*[Handwritten signatures and initials in blue ink]*



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 desenvolvimento do plano, a agência considerou informações relevantes sobre a cidade de Rio Piracicaba, o prazo de execução da campanha 30 dias e a verba total de R\$ 12.000,00.

A execução da campanha utilizará canais de comunicação tradicionais e digitais, que conjuntamente elevarão a eficiência e eficácia da campanha:

#### 1. MÍDIA TRADICIONAL:

Utilização de veículos que possuem abrangência e impacto junto ao público alvo definido para a campanha, sendo eles:

- JORNAL, veiculação de anúncios em veículos de circulação local, direcionando assim a campanha ao público da cidade.
- OUTDOOR, mídia eminentemente local e que permite alta frequência de exposição por ter grande impacto visual e possibilita afixação da mensagem nos pontos estratégicos;
- RÁDIO, veiculação de spots em rádios de abrangência local.

#### 2. MÍDIAS DIGITAIS:

- BANNER ON LINE: veiculação no portal oficial da Câmara Municipal.
- FACEBOOK/INSTAGRAM: criação de página e perfil para o Legislativo divulgar informações e veicular a campanha através de postagens gratuitas e da contratação de publicidade direcionada exclusivamente à população local.
- GOOGLE DISPLAY: contratação de publicidade para divulgação da campanha exclusivamente à população local e regional.

#### 3. NÃO MÍDIA:

- CARTAZES: exposição de cartazes no comércio participante, zona urbana e rural, repartições públicas, escolas, comércio, postos de saúde, no interior de ônibus circulares e escolares, associações, abrangendo todo o município.
  - BANNER: Instalação de banners na porta de entrada do Legislativo e no plenário, locais onde há trânsito de pessoas diariamente.
- A campanha traz como visual a imagem da cidade de Rio Piracicaba ao fundo com marcações que indicam a participação ativa da Câmara Municipal em todas as áreas e regiões do município.

*[Handwritten signatures and initials]*

6.3.3 IDEIA CRIATIVA – spot para radio

Spot 30"

Intensidade Vocal: média

Entonação: afirmativa

Qualidade Vocal: grave e empostada

BG: instrumental

TEXTO	TEMPO
Você sabia que o futuro de Rio Piracicaba também depende da Câmara Municipal?	0" a 4"
Além de fiscalizar e criar leis, o Legislativo discute ações e projetos que podem transformar a sua vida.	5" a 10"
Todas as áreas contam com a participação dos nossos vereadores que buscam mais desenvolvimento para a cidade.	11" a 16"
Mais saúde, educação, esporte, cultura. Você também pode ajudar a decidir o que é melhor para a nossa gente. Aqui a sua voz tem força e vez.	17" a 25"
Câmara Municipal de Rio Piracicaba. O caminho para uma cidade melhor passa por aqui.	26" a 30"

*Handwritten signatures and initials in blue ink.*

### 6.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

Campanha: "O CAMINHO PARA UMA CIDADE MELHOR PASSA POR AQUI."

Público-alvo principal: População e Empresários de Rio Piracicaba

Públicos-alvo secundários: Empresários e Formadores de Opinião

Abrangência: Rio Piracicaba

Período proposto para a campanha específica: 4 semanas (30 dias)

Verba: R\$ 12.000,00

Mix de mídia: jornal + rádio + outdoor + internet

Mix de não mídia: banner + cartaz

Para execução da campanha, foi criado um plano propondo mídias de massa combinadas com mídias segmentadas, digitais, interativas e extensivas para projetar a mensagem com eficiência e de forma envolvente para todos os públicos.

#### HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA

A definição dos meios para execução da estratégia de comunicação baseou-se na análise dos índices de penetração divulgados pelo Mídia Dados Brasil 2018, mais completa publicação de mídia da indústria brasileira, com dados sobre mídia exterior, mobiliário urbano meio digital incluindo mobile e APPs, TV aberta, TV por assinatura, Internet, cinema, jornal, revista, rádio e suas plataformas digitais. Os dados divulgados são de 50 fornecedores de pesquisa entre eles Kantar Ibope, Ibope Inteligência, Ipsos, Comscore, IVC e Anatec.

#### DEFINIÇÃO DOS MEIOS

A estratégia de mídia foi definida de acordo com as características de cada meio:

Meio	Penetração 10+ anos	Penetração Classe AB	Características
Mídia Digital	72%	89%	Segmentação, interação, flexibilidade. agilidade, alcance.
Out Of Home	57%	69%	Regionalização, impacto.
Rádio	56%	58%	Agilidade, regionalização, fixação da mensagem. flexibilidade, frequência.
Jornal	43%	53%	Fixação, detalhamento de informações, sustentação da mensagem, credibilidade.

*Handwritten signatures and initials in blue ink.*

#### JORNAL:

A divulgação neste meio permitirá a inserção de um número maior de informações e irá gerar maior envolvimento e reflexão do público.

Tática: Anúncios formato ¼ de página, policromia, distribuídos entre os veículos com circulação local.

Veículos: O Jequi, Páginas e Tribuna do Piracicaba

#### RÁDIO:

Pesquisas apontam que este meio é presente para 99% da população que possuem acesso em seus ambientes domésticos, profissionais, carros e dispositivos móveis (rádios portáteis, celulares...). Tem como característica forte apelo popular; alcance regional e localizado; penetração em diferentes públicos, segmentos e regiões (zona urbana e rural) além de alto índice de fidelidade.

Tática: veiculação de 6 spots diários, de 30", distribuídos entre os veículos de abrangência local (não foi utilizada a rádio comunitária local que legalmente é proibido a contratação por órgão público).

Veículos: Radio Cultura AM e Alternativa FM

#### OUT OF HOME / OUTDOOR:

Impacto e grande exposição são os pontos fortes deste meio. A proposta é utilização de outdoor que constitui uma mídia eficiente e oferece índices de recall a um custo menor em razão de ser móvel.

Tática1: Veiculação em 2 placas por 1 bi-semana cada localizadas no centro.

#### MEIO DIGITAL:

A internet é um meio dinâmico, instantâneo, de alta interatividade e fácil distribuição, tornando-se uma oportunidade versátil de distribuição da mensagem e sua possibilidade de direcionamento para o público-alvo específico eleva seu custo x benefício.

Tática 1: BANNER ON LINE: veiculação no portal oficial da Câmara Municipal.

Tática 2: REDES SOCIAIS: criação de página para a Câmara Municipal no facebook e contratação de impulsionamento/anúncios com direcionamento apenas para moradores de Rio Piracicaba.

Tática 3: GOOGLE REDE DISPLAY: contratação de anúncios para a campanha e o concurso em sites específicos parceiros da Google, fazendo com que os anúncios sejam exibidos em outros sites de conteúdos pré-selecionados na programação e que gerem credibilidade e visibilidade para a campanha. A programação do anúncio será direcionada ao público de Piracicaba.

#### NÃO MÍDIA:

Para complementação das mídias/meios propostos, serão executadas as produções das seguintes peças:

Tática 1 – Spot: produção de 1 spots 30".

Tática 2 – Outdoor: produção/impressão e colagem de 2 papéis.

Tática 3 – Cartazes: exposição de cartazes no comércio local, zona urbana e rural, repartições públicas, escolas, comércio, postos de saúde, comércio,

*Handwritten signatures and initials in blue ink.*

abrangendo assim todo o município e informando o horário das reuniões do Legislativo. Produção total de 100 unidades tamanho 60x40 cm.

Tática 4 – Banner: impressão de 2 banners em lona 1,00 x 1,50 cm para instalação na entrada da Câmara Municipal e no plenário.

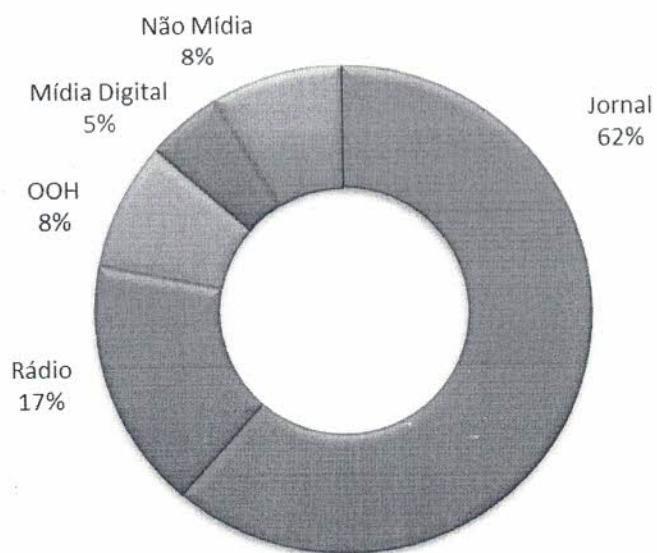
O plano de divulgação foi edificado por um composto estrategicamente combinado de meios de comunicação existente em Rio Piracicaba e que realmente irão alcançar o público-alvo em distintas situações e em diversos momentos, fazendo com que a campanha alcance os resultados esperados. Assim, foram propostas 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. Os meios selecionados são os que apresentam resultados de alto desempenho considerando a penetração, o consumo pelo target e o melhor custo/benefício dentro da verba estipulada para a campanha.

*super*  
*e*  
*Paula*  
*Alves*

Anexo: Tabela analítica de investimentos por meio

Descrição	Investimento	%
Jornal	7.360,00	61,51
Rádio	1.990,80	16,64
OOH	1.000,00	8,36
Mídia Digital	600,00	5,01
Não Mídia	1.014,00	8,47
<b>Total R\$</b>	<b>11.964,80</b>	<b>100,00</b>

**Investimentos por meio**

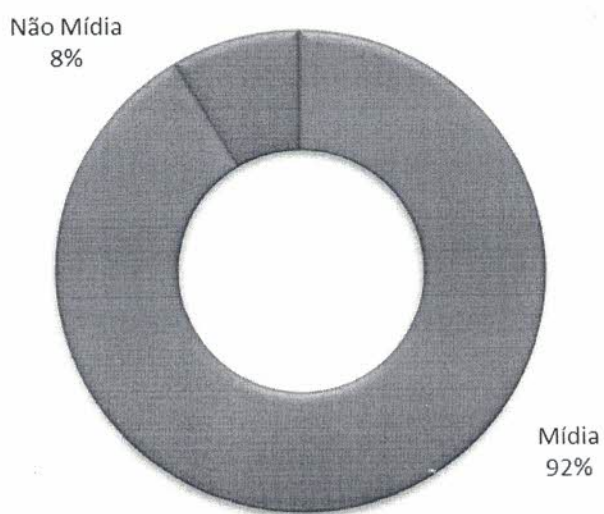


*[Handwritten signatures]*

Anexo: Tabela resumo de investimentos por meio

Descrição	Investimento	%
Mídia	10.950,80	91,53
Não Mídia	1.014,00	8,47
<b>Total</b>	<b>R\$ 11.964,80</b>	<b>100</b>

### Investimentos em mídia e não mídia



*[Handwritten signatures]*

Anexo: tabela analítica de investimentos

Veículo/Fornecedor	Formato	1ª semana	2ª semana	3ª semana	4ª semana	Qtde Total	R\$ Unitário	R\$ Total	%
Jornal	Tribuna do Piracicaba	1				1	2.360,00	2.360,00	19,72
	O Jequi	1				1	2.500,00	2.500,00	20,89
	Página	1				1	2.500,00	2.500,00	20,89
Rádio	Rádio Cultura AM	21	21	21	21	84	10,20	856,80	7,16
	Rádio Alternativa FM	21	21	21	21	84	13,50	1.134,00	9,48
OOH	Outdoor - convencional	2 placas - 1 bisemanas cada				2	500,00	1.000,00	8,36
Mídia Digital	Facebook Postagem	Orçamento Diário				30	10,00	300,00	2,51
	Google	Orçamento Diário				30	10,00	300,00	2,51
	Portal Câmara	Banner Capa 30 dias				1	-	-	-

*Aluis*

*sup*  
*Dado*





Veículo/Fornecedor	Formato	1ª semana				Qtde Total	R\$ Unitário	R\$ Total	%
		1ª semana	2ª semana	3ª semana	4ª semana				
Spot rádios	30"		1		1	150,00	150,00	1,25	
Papel de outdoor	9x3 m		2		2	200,00	400,00	3,34	
Cartazes	60x40 cm		100		100	3,44	344,00	2,88	
Banner impresso	1 x 1,5 m		2		2	60,00	120,00	1,00	
<b>Total</b>							<b>11.964,80</b>	<b>100</b>	

Não Midia  
1.014,00

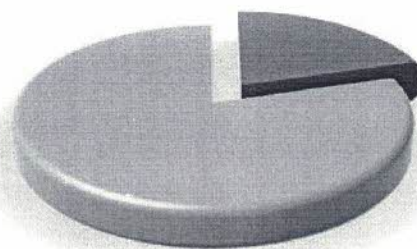


*[Handwritten signatures and initials]*

## GRÁFICOS - Dados sobre a cidade de Rio Piracicaba

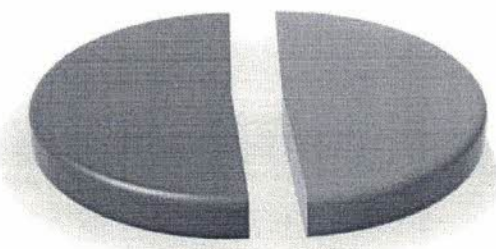
### População urbana e rural

-  20% População residente rural
-  80% População residente urbana



### Gênero da população

-  49% Homens
-  51% Mulheres

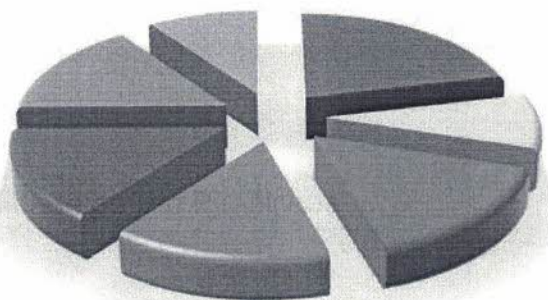


Fonte dos dados: IBGE 2019

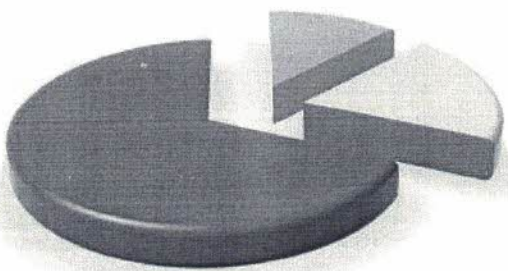
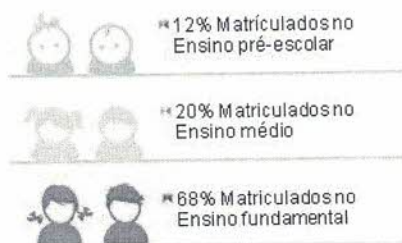
*[Handwritten signatures]*

## GRÁFICOS - Dados sobre a cidade de Rio Piracicaba

### Gênero da população



### Matriculas Escolares

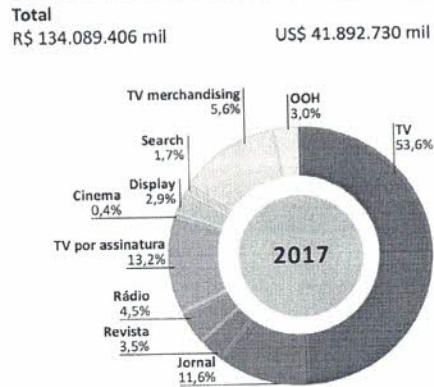
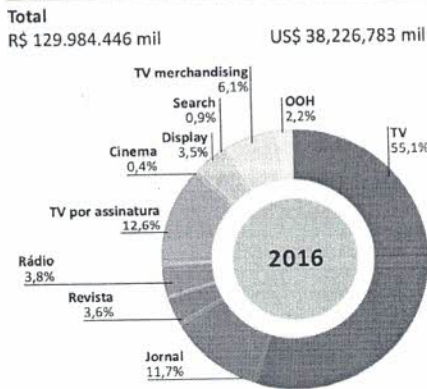
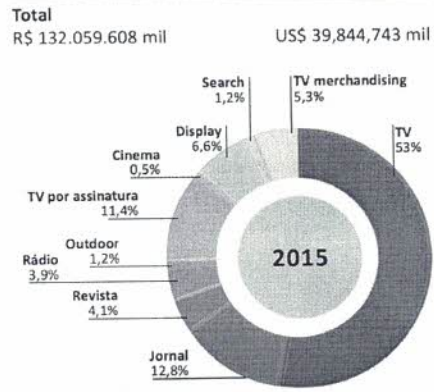
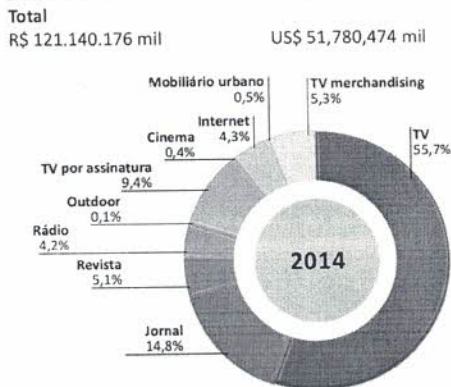
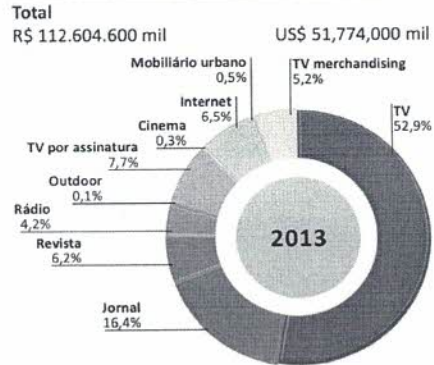
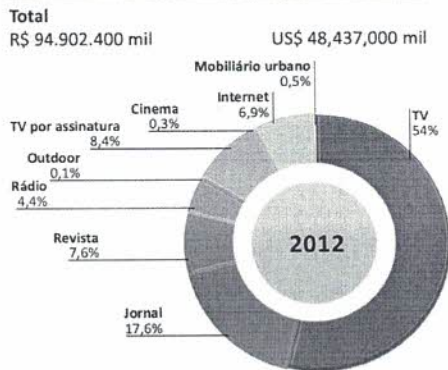


Fonte dos dados: IBGE 2019

*[Handwritten signatures]*

PESQUISA: distribuição dos investimentos

**Distribuição dos investimentos em mídia**  
*Breakdown of investments in media*



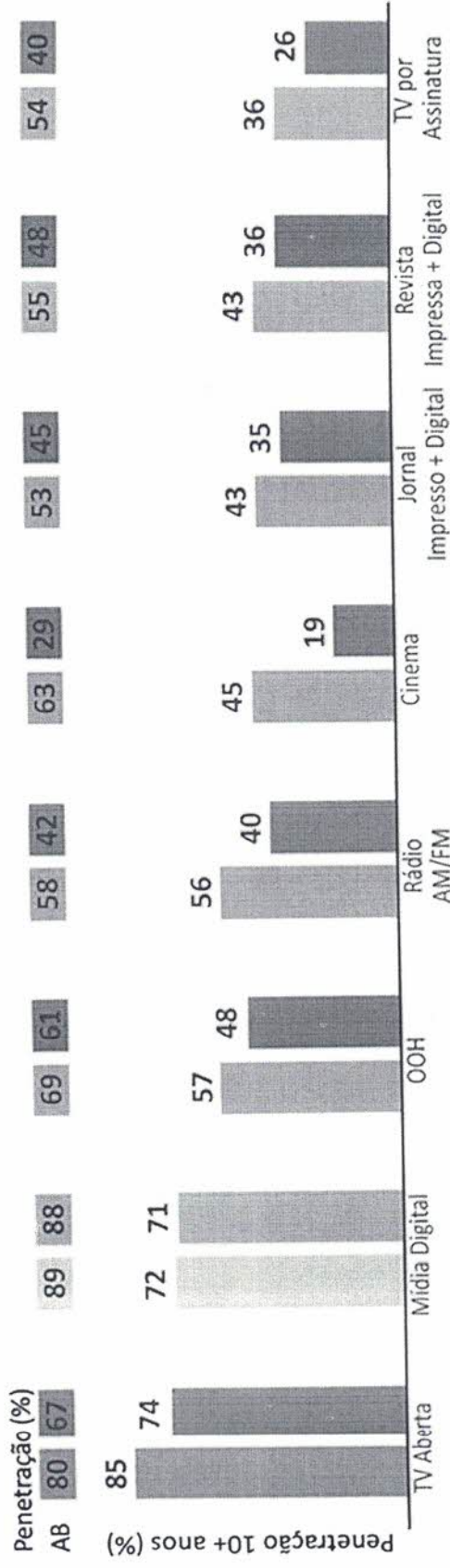
**Fonte / Source**  
 Kantar IBOPE Media - Monitor Evolution  
 Ano de 2017: Banco de dados utilizado: ME1712TOTALPTVSH (9 meios + merchandising) - Remessa de dezembro/2017  
 Valores base em tabela de preços dos veículos  
 Dados em Dólar: utilizada a taxa de venda do último dia útil do mês - fonte: Banco Central

*[Handwritten signatures]*

Gráfico: Resultado de pesquisas utilizadas para definição dos meios propostos na estratégia de comunicação

## Penetração do meio no total da população e no target – AB 10+ anos

*Penetration of the medium in the population and in the target – AB 10+ years*



Fonte / Source: Ipsos Connect: EGM Multimídia – junho 2016 a julho 2017 – 9 Mercados (SP, RJ, BH, CUR, POA, DF, REC, SAL, FOR)

Filtro: 10+ anos, 52.299.135 pessoas | Amostra do filtro: 29.376

Filtro AB 10+ anos, 15.783.600 pessoas | Amostra do filtro: 11.412

Filtro: 10+ anos assistiu a tv por assinatura nos últimos 7 dias, 18.887.067 pessoas – Duplo período | Amostra do filtro: 10.500  
 Dados não compatíveis aos anos anteriores devido à mudanças na metodologia nos estudos da Ipsos

Duplo Período: assistiu a TV por assinatura nos últimos 7 dias

Simple Período: assistiu a TV por assinatura ontem

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

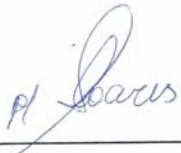


## TERMO DE ENCERRAMENTO

Contém neste conjunto o conteúdo do ENVELOPE 2 – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA IDENTIFICADA, **apresentados com mesmo teor e mesma forma do conteúdo da via não identificada** para o PROCESSO LICITATÓRIO Nº 009/2019, 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, 19 de dezembro de 2019



Douglas Antônio Araújo Cota

Razão social: ShineOnLtda

Av. Wilson Alvarenga, 1047

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

Telefone: 31-3852-1634

CNPJ: 02.367.995/0001-59

02 367 995 / 0001 - 59

SHINE ON LTDA. - ME

AV. WILSON ALVARENGA, Nº 1047 - SALA 801

CARNEIRINHOS - CEP 35930-480

JOÃO MONLEVADE - MG



1

shineOncOunicacaO.cOm.br

CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACANGA  
Folha 183  
diferente/cr

ENVELOPE Nº 02  
"PROPOSTA TÉCNICA II"  
CONTEÚDO:  
PLANO DE COMUNICAÇÃO  
VIA IDENTIFICADA

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/  
CONVITE Nº 008/2019  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACANGA

PROPONENTE: SHINE ON LTD



3/1/19





**ATA DA REUNIÃO RELATIVA AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019,  
MODALIDADE CONVITE Nº 009/2019, REFERENTE A IDENTIFICAÇÃO DO**

**“ENVELOPE PROPOSTA TÉCNICA III”**

Aos três dias do mês de janeiro do ano de 2020, às 13h30min, com observância às disposições contidas no instrumento convocatório e na Lei de Licitações e Contratos, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitação desta Câmara Municipal e a empresa **SHINE ON LTDA**, que se fez presente através de sua representante, Sra Simone Cristina Soares, 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 epigrafe e passa para a próxima fase de abertura do envelope “Proposta Comercial”.

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

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

Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 03 de Janeiro de 2020.

**Inês Aparecida Leite**  
Presidente

**Lúcia Aparecida dos Santos**  
Membro

**Vanilza A. Souza Caldeira**  
Membro

Proponente: **SHINE ON LTDA**





## PROPOSTA COMERCIAL

PROCESSO 011/2019  
convite 009/2019

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

Av. Wilson Alvarenga, 1047  
Bairro Carneirinhos - João Monlevade – MG - Cep: 35.930-001  
Telefone: 0 xx 31 3852-1634

### SÓCIOS

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

### REPRESENTANTE LEGAL

Douglas Antônio Araújo Cota

Rio Piracicaba, 19 de dezembro de 2019

Douglas Antônio Araújo Cota

## 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, 19 de dezembro de 2019



Douglas Antônio Araújo Cota



## PROPOSTA COMERCIAL

Declaramos que, nos termos desta licitação, PROCESSO 011/2019, convite 009/2019, adotaremos a seguinte política de preços:

C) 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).**

D) Em atendimento ao item 7.1, alínea “d” do edital, informamos que os honorários a serem cobrados a Câmara Municipal de Rio Piracicaba, incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, será de: **10% (dez por cento).**

E) 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).**

F) Em atendimento ao item 7.1, alínea “f” do edital, informamos que o desconto padrão sobre o valor dos negócios que serão encaminhados ao veículo por ordem e conta da Câmara Municipal (Comissão da agência), sobre o valor bruto da tabela do veículo, será de: **20% (vinte por cento).**



3

G) Em atendimento ao item 7.1, alínea "g" do edital, informamos que Prazo de pagamento das faturas que envolvam serviços/custos internos de produção da própria agência, será de **30 (trinta) dias**.

H) Que nossa proposta tem validade de **160 (cento e sessenta) dias** contados a partir da data limite prevista para entrega dos envelopes; e que os tributos e todos os demais encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato relativamente aos serviços prestados serão de nossa responsabilidade.

I) Declaramos de que todos os tributos e demais encargos legais, fiscais, trabalhistas, previdenciários, comerciais e quaisquer outros que incidam ou venham a incidir sobre os serviços objeto desta licitação serão de responsabilidade da Shine On Ltda.

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

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

Rio Piracicaba, 19 de dezembro de 2019

*H. Cota*  
Douglas Antônio Araújo Cota  
Razão social: ShineOnLtda  
Av. Wilson Alvarenga, 1047  
Bairro Carneirinhos - João Monlevade - MG - Cep: 35.930-001  
Telefone: 0 xx 31 3852-1634  
CNPJ: 02.367.995/0001-59



*[Handwritten signature]*  
4

**DECLARO PARA OS DEVIDOS FINS QUE:**

- ✓ A licença, despesas trabalhistas e previdenciários, impostos, taxas, emolumentos, tributos e quaisquer outras despesas necessárias à sua correta execução de modo a que nenhuma outra remuneração seja devida à **CONTRATADA** além do preço proposto;
- ✓ **VALIDADE DA PROPOSTA: 160** dias contados a partir da data da proposta;
- ✓ Declaramos conhecer e nos submetemos integralmente a todas as demais cláusulas e condições deste processo.
- ✓ Providenciar a imediata correção das deficiências e/ou irregularidades apontadas pela Câmara Municipal;
- ✓ O prazo de pagamento para as faturas que envolvam serviços/custos internos de produção será de 30 dias após a entrega das mesmas.

Por ser verdade assino a presente declaração.

Rio Piracicaba, 19 de dezembro de 2019

Douglas Antônio Araújo Cota

Razão social: ShineOnLtda

Av. Wilson Alvarenga, 1047

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

Telefone: 0 xx 31 3852-1634

CNPJ: 02.367.995/0001-59



5



**DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS (anexo VII)**

**EDITAL DE LICITAÇÃO**

**PROCESSO 011/2019**

**CONVITE 009/2019**

Rio Piracicaba, 19 de dezembro de 2019

À

Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Prezados Senhores,

A empresa ShineOnLtda, CNPJ: 02.367.995/0001-59, Inscrição Municipal: 4630-2, por meio de seu representante legal, senhor (a) Douglas Antônio Araújo Cota, carteira de identidade nº MG 7576952 e CPF 029.953.326-32, em relação a questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir, declara que:

- a) para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, artefinalização e assemelhados) ou conexos, a inteira e exclusiva responsabilidade (por si ou por terceiros), garantimos a Câmara Municipal de Rio Piracicaba a cessão total dos direitos de uso, por tempo ilimitado inclusive diante da possibilidade de reclamações futuras, nos termos da Lei 9.610/98;
- b) para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas preexistentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de utilização do material, pela Câmara Municipal de Rio Piracicaba com a definição de percentual do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso (percentual máximo de 50%);

*[Handwritten signatures]*  
6

c) adotaremos o compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas preexistentes, inclusos nesses orçamentos;

d) o compromisso de que em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros - solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a Câmara escolha uma das opções;

e) que nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, condicionará a contratação de serviços com terceiros pelo período indicado pela Câmara Municipal de Rio Piracicaba e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

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

Rio Piracicaba, 19 de dezembro de 2019

Douglas Antônio Araújo Cota

Razão social: ShineOnLtda

Av. Wilson Alvarenga, 1047

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

Telefone: 0 xx 31 3852-1634

CNPJ: 02.367.995/0001-59

## 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 011/2019, 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, 19 de dezembro de 2019



Douglas Antônio Araújo Cota

Razão social: ShineOnLtda

Av. Wilson Alvarenga, 1047

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

Telefone: 31-3852-1634

CNPJ: 02.367.995/0001-59



8



shineOncOunicacaO.cOm.br

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*

ENVELOPE Nº 04  
CONTEÚDO:  
PROPOSTA COMERCIAL

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2  
CONVITE Nº 008/2019  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICIT  
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRAC

PROPONENTE: SHINE ON LTD



*Handwritten signature*





**ATA DA REUNIÃO DE ABERTURA DO ENVELOPE RELATIVO AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019, MODALIDADE CONVITE Nº 009/2019.**

**“ENVELOPE Nº 4 PROPOSTA COMERCIAL”**

Aos três dias do mês de janeiro de 2020, às 13h50min, 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 examinada 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	COMISSÃO DA AGÊNCIA SOBRE O VALOR DA TABELA DO VEÍCULO
01	SHINEON LTDA.	85%	10%	10%	20%

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

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

$$76 \times 80\% = 60,80 + 85 \times 20\% = 29,16$$

Pontuação obtida: 89,96 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 10 de janeiro de 2020 às 13h30min 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 a

*Handwritten signatures and stamps in blue ink.*



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo

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, 03 de janeiro de 2020.

  
Inêz Aparecida Leite  
Presidente

  
Lúcia Aparecida dos Santos  
Membro

  
Vanilza A. Souza Caldeira  
Membro

*Câmara Municipal*  
Proponente: SHINE ON LTDA  
*Rio Piracicaba*

*Ética e Compromisso!*

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019**

**CONVITE 09/2019**

**TIPO TÉCNICA E PREÇO**

Rio Piracicaba, 10 de janeiro de 2020

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

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

**SÓCIOS**

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

**REPRESENTANTE LEGAL**

Douglas Antônio Araújo Cota  
Rua Alberto Scharlé - 443/601  
Bairro Alvorada  
João Monlevade – MG  
Cep: 35.930-001

02 367 995 / 0001 - 59

SHINE ON LTDA. - ME

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

Douglas Antônio Araújo Cota

Secretaria de 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 (à sede ou filial, quando a sede for em outra UF) **312115352851**  
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  
J143485687233

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

Representante Legal da Empresa / Agente Auxiliar do Comércio:  
Nome: **João Monlevade** Local  
Assinatura: **Douglas Antonio Araújo Costa**  
Telefone de Contato: **38221634**  
Data: **22 Julho 2014**

**2 - USO DA JUNTA COMERCIAL**

DECISÃO SINGULAR  DECISÃO COLEGIADA

Nome(s) Empresarial(ais) Igual(ais) ou semelhante(s):

SIM  NÃO

Processo em Ordem À decisão  
Data  
Responsável

DECISÃO SINGULAR

Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)

Processo deferido. Publique-se e arquivar-se.

Processo indeferido. Publique-se.

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

Data: **09/09/2014** Responsável: **João Carlos**

DECISÃO COLEGIADA

Processo em exigência. (Vide despacho em folha anexa)

Processo deferido. Publique-se e arquivar-se.

Processo indeferido. Publique-se.

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

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

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

AN1366018

Camara Municipal de Rio Piracicaba  
Conferido na Internet  
Data **30/01/2020**  
Presidente da Comissão de Licitação

Marina

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

Presidente da Comissão de Licitação

**SHINE ON LTDA - ME**  
**DÉCIMA TERCEIRA ALTERAÇÃO CONTRATUAL**

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

**DAS ALTERAÇÕES**

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

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

**CONTRATO SOCIAL CONSOLIDADO****PRIMEIRA - denominação social. (art. 997 .II. CC/2002)**

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

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

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

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

João Monlevade/MG - Rua Fernão Dias, 271 - Salas 01, 02 e 03 - Rosário - Fone: (31)3852-3113 Fax: (31)3 852-3209 CEP: 35930-180 - carthuso@gmail.com - www.contabilidadearthuso.com.br

Certifico que este documento da empresa SHINE ON LTDA - EPP, Nire: 3120535285-1, foi deferido e arquivado na Junta Comercial do Estado de Minas Gerais, sob o nº 5369602 em 09/09/2014. Para validar este documento, acesse [www.jucemg.mg.gov.br](http://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.

Presidente da Comissão de Licitação

**TERCEIRA - Objeto**

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

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

A sociedade tem seu prazo de duração por tempo indeterminado.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

**DÉCIMA - abertura de filiais**

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

**DÉCIMA PRIMEIRA - Retirada pró-labore**

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

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

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

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

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

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

**DÉCIMA TERCEIRA - Uso da denominação social**

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

João 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

*Arthuso*

4

Certifico que este documento da empresa SHINE ON LTDA - EPP, Nire: 3120535285-1, foi deferido e arquivado na Junta Comercial do Estado de Minas Gerais, sob o nº 5369802 em 09/09/2014. Para validar este documento, acesse www.jucemg.mg.gov.br e informe: Nº do protocolo 14/286.899-1 e o código de segurança 7amX. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 11/09/2014 por Marinely de Paula Bomfim - Secretária Geral.

*Arthuso*

Contabilidade Arthuso Ltda  
Carlos Augusto Arthuso / Bacharel em Ciências Contábeis  
Contabilidade - assessoria - consultoria - perícia judicial

2º Ofício  
William  
1-11  
Arthuso

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

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

**DÉCIMA QUARTA - Foro**

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

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

João Monlevade, 22 de julho de 2014.

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

Segundo Ofício - João Monlevade - 22/07/2014

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

DOUGLAS ANTONIO ARAUJO COTA

Tabeta - ENILDA BRAGAÇA DE MENDONÇA ANDRADE  
João Monlevade 08/09/2014  
2º Tabelionato de Notas de João Monlevade  
EMOL: R\$ 7,00 RECOMP: R\$ 0,44 FISC: R\$ 2,42 Total: R\$ 10,22



Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
Conferido na Internet  
Data 30/01/2020  
Presidente da Comissão de Licitação

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

PROTOCOLO: 14/266.899-1

BN1366017



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

Certifico que este documento da empresa SHINE ON LTDA - EPP, Nire: 3120535285-1, foi deferido e arquivado na Junta Comercial do Estado de Minas Gerais, sob o nº 5369602 em 09/09/2014. Para validar este documento, acesse [www.jucemg.mg.gov.br](http://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.

*[Handwritten signatures]*  
pág. 4/4





Secretaria de Micro e Pequena Empresa da Presidência da República  
 Secretaria de Racionalização e Simplificação  
 Departamento de Registro Empresarial e Integração

JUCEMG - UDS  
 UDS99 - MF JOAO MONLEVADE  
 15/374.797-8



NIRE (da sede ou filial, quando a sede for em outra UF)

Código da Natureza Jurídica

Nº de Matrícula do Agente Auxiliar do Comércio

31205352851

2062

10/07/2015

**1 - REQUERIMENTO**

ILMº SR. PRESIDENTE DA JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS

NOME: **SHINE ON LTDA ? ME**

(da Empresa ou do Agente Auxiliar do Comércio)

requer a V. Sª o deferimento do seguinte ato:

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

*[Handwritten signature]*

JOAO MONLEVADE

Local

16 DE JUNHO DE 2015

Data

Representante Legal da Empresa / Agente Auxiliar do Comércio:  
 Nome: **DOUGLAS ANTONIO ARÃO COTA**

Assinatura: *[Handwritten signature]*

Telefone de Contato: (31) 3852 3113

**2 - USO DA JUNTA COMERCIAL  
 DECISÃO SINGULAR**

Nome(s) Empresarial(ais) igual (ais) ou semelhante(s):  
 SIM

SIM

**DECISÃO COLEGIADA**

Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
 Conferido na Internet

Data: 30 / 01 / 2020

*[Handwritten signature]*  
 Presidente da Comissão de Licitação

Processo em Ordem À decisão

   /   /     
 Data

NÃO    /   /     
 Data

Responsável

NÃO

   /   /     
 Data

Responsável

2ª Exigência

3ª Exigência

4ª Exigência

Responsável

5ª Exigência

**DECISÃO SINGULAR**

Processo em exigência.  
 ( Vide despacho em folha anexa )

Processo deferido. Publique-se e archive-se.

*[Handwritten mark]*

Processo indeferido. Publique-se.

**DECISÃO COLEGIADA**

Processo em exigência.  
 ( Vide despacho em folha anexa )

Processo deferido. Publique-se e archive-se.

Processo indeferido. Publique-se.

   /   /     
 Data

Vogal

Presidente da Turma

*[Handwritten signature]*

**OBSERVAÇÕES**

JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE MINAS GERAIS  
 CERTIFICO O REGISTRO SOB O NRO: 5543335  
 EM 13/07/2015  
 SHINE ON LTDA - EPP

PROTÓCOLO: 15/374.797-8  
 RR1664874

Vogal

Vogal

*[Handwritten signature]*  
 Responsável

5ª Exigência



Junta Comercial do Estado de Minas Gerais  
 Certifico registro sob o nº 5543335 em 13/07/2015 da Empresa SHINE ON LTDA - EPP, Nire 31205352851 e protocolo 153747978 - 10/07/2015.  
 Autenticação: 54386DAA7D7E67B715C848A573F211D4B8AF7F, Marinely de Paula Bomfim - Secretária-Geral. Para validar este documento,  
 acesse <http://www.jucemg.mg.gov.br> e informe nº do protocolo 15/374.797-8 e o código de segurança 7pUX Esta cópia foi autenticada digitalmente  
 e assinada em 08/01/2018 por Marinely de Paula Bomfim - Secretária-Geral.

*[Handwritten signatures]*

ATO 307

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

- Empresário
- Empresa Individual de Responsabilidade Ltda
- Sociedade Empresária

Ilmº Senhor Presidente da Junta Comercial do Estado de Minas Gerais

Os sócios **DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA**, brasileiro, casado com comunhão parcial de bens, empresário, residente e domiciliado Rua Alberto 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 com sede na Avenida Wilson Alvarenga, 1047, Sala 801, Bairro Carnelinhos, João Monlevade, Minas Gerais, CEP- 35.930-001 vem no prazo legal de 30 (trinta) dias, comunicar que excedeu os limites da receita bruta anual fixados pelo inciso I do art. 3º da Lei Complementar nº. 123 de 14 de dezembro de 2006, desenquadrando-se como Microempresa (ME) e reenquadrando-se como Empresa de Pequeno Porte (EPP) e declarar que adotará o nome empresarial - **SHINE ON LTDA EPP**.

João Monlevade, 16 de junho de 2015.

Douglas Antonio Araújo Cota

Reconheço a autenticidade da assinatura de CLÉRIA ARAÚJO COTA

DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA

CLÉRIA ARAÚJO COTA

Reconheço a autenticidade da assinatura de DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA

Reconheço a autenticidade da assinatura de DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA

Reconheço a autenticidade da assinatura de DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA

Reconheço a autenticidade da assinatura de DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA

Reconheço a autenticidade da assinatura de DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA

Reconheço a autenticidade da assinatura de DOUGLAS ANTONIO ARAÚJO COTA

Cléria Araújo Cota  
Câmara Municipal de Rio Piracicaba

Conferido na Internet

Data 30/06/2020

Presidente da Comissão de Licitação

Rua. Fernão Dias, 271 - Salas 01, 02 e 03 - Carnelinhos - Fone: 3552-3413 - CEP: 35930-100.  
carthuso@gmail.com - www.contabilidadearthuso.com.br



Junta Comercial do Estado de Minas Gerais  
Certifico registro sob o nº 5543335 em 13/07/2015 da Empresa SHINE ON LTDA - EPP, Nire 31205352851 e protocolo 153747978 - 10/07/2015.  
Autenticação: 54386DAA7D7E67B715C648A573F211D4B8AF7F. Marinely de Paula Bomfim - Secretária-Geral. Para validar este documento, acesse <http://www.jucemg.mg.gov.br> e informe nº do protocolo 15/374.797-8 e o código de segurança 7bUX. Esta cópia foi autenticada digitalmente e assinada em 08/01/2018 por Marinely de Paula Bomfim - Secretária-Geral.

6

6



# REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

## CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA



NÚMERO DE INSCRIÇÃO <b>02.367.995/0001-59</b> MATRIZ	<b>COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL</b>	DATA DE ABERTURA <b>12/01/1998</b>
--	---	---------------------------------------

NOME EMPRESARIAL <b>SHINE ON LTDA</b>
--

TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) *****	PORTE <b>EPP</b>
---	---------------------

CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL <b>73.11-4-00 - Agências de publicidade</b>
--

CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS <b>Não informada</b>
--

CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA <b>206-2 - Sociedade Empresária Limitada</b>
---

LOGRADOURO <b>AV WILSON ALVARENGA</b>	NÚMERO <b>1047</b>	COMPLEMENTO <b>SALA: 801;</b>
--	-----------------------	----------------------------------

CEP <b>35.930-001</b>	BAIRRO/DISTRITO <b>CARNEIRINHOS</b>	MUNICÍPIO <b>JOAO MONLEVADE</b>	UF <b>MG</b>
--------------------------	--	------------------------------------	-----------------

ENDEREÇO ELETRÔNICO <b>ZEZE.CARTHUSO@GMAIL.COM</b>	TELEFONE <b>(31) 3852-3113/ (31) 3852-0108</b>
---	---

ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****
--

SITUAÇÃO CADASTRAL <b>ATIVA</b>	DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL <b>03/11/2005</b>
------------------------------------	---

MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL
------------------------------

SITUAÇÃO ESPECIAL *****	DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****
----------------------------	------------------------------------

Aprovado pela Instrução Normativa RFB nº 1.863, de 27 de dezembro de 2018.

Emitido no dia **08/01/2020** às **16:50:38** (data e hora de Brasília).

Página: 1/1

*[Assinaturas manuscritas]*



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

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

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

1. constam débitos administrados pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) com exigibilidade suspensa nos termos do art. 151 da Lei nº 5.172, de 25 de outubro de 1966 - Código Tributário Nacional (CTN), ou objeto de decisão judicial que determina sua desconsideração para fins de certificação da regularidade fiscal, ou ainda não vencidos; e
2. constam nos sistemas da Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN) débitos inscritos em Dívida Ativa da União (DAU) com exigibilidade suspensa nos termos do art. 151 do CTN, ou garantidos mediante bens ou direitos, ou com embargos da Fazenda Pública em processos de execução fiscal, ou objeto de decisão judicial que determina sua desconsideração para fins de certificação da regularidade fiscal.

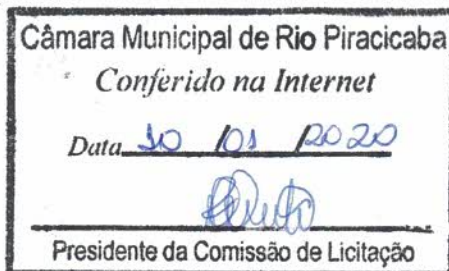
Conforme disposto nos arts. 205 e 206 do CTN, este documento tem os mesmos efeitos da certidão negativa.

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

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

Certidão emitida gratuitamente com base na Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751, de 2/10/2014.  
Emitida às 11:12:07 do dia 09/12/2019 <hora e data de Brasília>.  
Válida até 06/06/2020.

Código de controle da certidão: **C03E.DD23.673C.512D**  
Qualquer rasura ou emenda invalidará este documento.



  19



## SECRETARIA DE ESTADO DE FAZENDA DE MINAS GERAIS



## CERTIDÃO DE DÉBITOS TRIBUTÁRIOS

Negativa

CERTIDÃO EMITIDA EM:  
11/11/2019CERTIDÃO VALIDA ATÉ:  
09/02/2020

NOME: SHINE ON LTDA

CNPJ/CPF: 02.367.995/0001-59

LOGRADOURO: AVENIDA WILSON ALVARENGA

NÚMERO: 1047

COMPLEMENTO:

BAIRRO: CARNEIRINHOS

CEP: 35930001

DISTRITO/POVOADO:

MUNICÍPIO: JOAO MONLEVADE

UF: MG

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

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

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

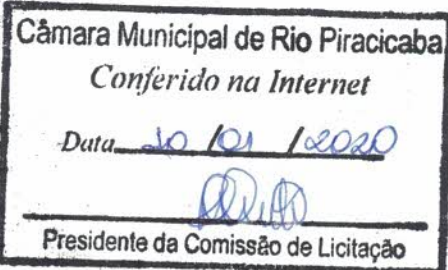
Certidão válida para todos os estabelecimentos da empresa, alcançando débitos tributários do sujeito passivo em Fase Administrativa ou inscritos em Dívida Ativa.

IDENTIFICAÇÃO	NÚMERO DO PTA	DESCRIÇÃO
---------------	---------------	-----------

--	--	--

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

CÓDIGO DE CONTROLE DE CERTIDÃO: 2019000367724317





PREFEITURA MUNICIPAL DE  
JOAO MONLEVADE

MINAS GERAIS



Certidao Positiva com Efeito Negativa de Debitos Municipais

Nº 0000022 / 2019

DADOS

NOME/RAZAO SOCIAL: SHINE ON LTDA -ME

CNPJ nº: 02.367.995/0001-59

INSC. ESTADUAL: ISENTO

INSC. MUNICIPAL: 0000046302

ENDereco

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

Ressalvando o direito da Secretaria Municipal de Fazenda cobrar quaisquer dividas de  
responsabilidade do contribuinte acima que vierem a ser apuradas e certificado que o  
mesmo possui débitos de tributos municipais, regularmente negociados e parcelados,  
estando o mesmo, rigorosamente em dia com pagamento das parcelas devidas.

FINALIDADE DA CERTIDAO:

LICITAÇÃO

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 10/10/2020

OBSERVAÇÃO

Inêz Aparecida Leite  
Diretora Geral

JOAO MONLEVADE (MG), 11 de Dezembro de 2019

Maria do Carmo Fernandes  
Matrícula nº 1953  
Adm. de Tributos Mobiliários

Qualquer rasura invalida a certidao.

O PRESENTE TERA O PRAZO DE VALIDADE DE 30 DIAS.

Voltar

Imprimir



**CAIXA**  
CAIXA ECONÔMICA FEDERAL

**Certificado de Regularidade  
do FGTS - CRF**

**Inscrição:** 02.367.995/0001-59

**Razão Social:** SHINE ON LTDA EPP

**Endereço:** AV WILSON ALVARENGA 1047 SALA 801 / CARNEIRINHOS / JOAO  
MONLEVADE / MG / 35930-001

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

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

**Validade:** 25/12/2019 a 23/01/2020

**Certificação Número:** 2019122505142525772737

Informação obtida em 08/01/2020 15:26:59

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



*Handwritten signatures and initials:*  
D. D. D.  
A. A. A.  
R. R. R.  
12



PODER JUDICIÁRIO  
JUSTIÇA DO TRABALHO



**CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITOS TRABALHISTAS**

Nome: SHINE ON LTDA

(MATRIZ E FILIAIS) CNPJ: 02.367.995/0001-59

Certidão nº: 188893689/2019

Expedição: 11/11/2019, às 16:05:29

Validade: 08/05/2020 - 180 (cento e oitenta) dias, contados da data de sua expedição.

C e r t i f i c a - s e q u e **S H I N E O N L T D A**  
(**MATRIZ E FILIAIS**), inscrito(a) no CNPJ sob o nº  
**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 nº 12.440, de 7 de julho de 2011, e na Resolução Administrativa nº 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.



Dúvidas e sugestões

*Assinaturas manuscritas e rubricas*





PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019

CONVITE 09/2019

TIPO TÉCNICA E PREÇO

Rio Piracicaba, 10 de janeiro de 2020

**ANEXO  
DECLARAÇÃO**

**FATOS IMPEDITIVOS**

Declaro que a empresa ShineOnLtda, inscrita no CNPJ: 02.367.995/0001-59, Inscrição Municipal: 4630-2, sediada à Av. Wilson Alvarenga, 1047, 8º andar, Bairro Carneirinhos, município de João Monlevade, estado de Minas Gerais, representada pelo seu sócio/diretos Douglas Antônio Araújo Cota, declara a inexistência de fatos impeditivos legais para licitar ou contratar com a Administração Pública.

Douglas Antônio Araújo Cota.



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



PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019

CONVITE 09/2019

TIPO TÉCNICA E PREÇO

Rio Piracicaba, 10 de janeiro de 2020

**DECLARAÇÃO**

**Inciso XXXIII, do artigo 7º da Constituição Federal consoante ao que se estabeleceu no artigo 27, inciso V, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993,**

Declaro que a empresa ShineOnLtda, inscrita no CNPJ: 02.367.995/0001-59, Inscrição Municipal: 4630-2, sediada à Av. Wilson Alvarenga, 1047, 8º andar, Bairro Carneirinhos, município de João Monlevade, estado de Minas Gerais, representada pelo seu sócio/diretos Douglas Antônio Araújo Cota, declara, sob as penas da Lei, para os fins requeridos no inciso XXXIII, do artigo 7º da Constituição Federal, consoante o que se estabeleceu no artigo 27, inciso V, da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, que não tem, em seu quadro de empregados, menores de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, bem como em qualquer trabalho menores de 16 anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos.

Douglas Antônio Araújo Cota.



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



# CERTIFICADO

O Conselho Executivo das Normas-Padrão outorga à

**SHINE ON LTDA - EPP**

02.367.995/0001-59

Grupo Técnico 6

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, 02 de Fevereiro de 2018

**Caio Barsotti**

Presidente

Câmara Municipal de Rio Piracicaba  
Conferido na Internet  
Data 30 / 01 / 2020  
Presidente da Comissão de Licitação

O prazo de vigência do Certificado de Qualidade Técnica está condicionado à manutenção dos compromissos técnicos de certificação da Agência, o que deve ser confirmado em [www.cemp.com.br](http://www.cemp.com.br). Este documento tem valor por 90 dias, contados da data de sua emissão, indicada no rodapé abaixo.

Entidades Fundadoras:



Entidades Associadas:

Emitido no dia 08/01/2020 às 15:31:53 - Códigos de Controle do Certificado: S023679950041

Atenção: qualquer rasura ou emenda invalidará este documento.



*Caio Barsotti*  
*Caio Barsotti*  
16  
*unip*



ArcelorMittal

## DECLARAÇÃO

Declaro para os devidos fins, que se fizerem necessários que a empresa Shine On Ltda, situada à Avenida Wilson Alvarenga, 1680 – Lj 01, 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 esteja em conformidade com o que necessitamos.


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

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

Atesto ainda que, a agência Shine On Ltda tem prestado os serviços anteriormente discriminados de forma contínua para a ArcelorMittal desde 1998.

Por ser verdade firmo o presente.

João Monlevade, 20 de junho de 2012.


  
João Cosme de Oliveira Guimarães  
Especialista em Comunicação  
Gerência de Recursos Humanos e Meio Ambiente

ArcelorMittal Brasil S/A  
Av. Getúlio Vargas, 100  
Centro Industrial  
CEP 35930-900  
João Monlevade – MG  
Brasil

T + 55 31 3859-1212  
F + 55 31 3852-6046  
www.arcelormittal.com/br

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 30/06/2012

  
Inês Aparecida Leite  
Diretora Geral

   17



## CÂMARA MUNICIPAL DE JOÃO MONLEVADE



### DECLARAÇÃO

Declaro para os devidos fins para participação em concorrência pública, que a agência Shine On Ltda, situada à Avenida Wilson Alvarenga, 1047 - João Monlevade-MG, seus representantes legais e empregados, estão aptos a desenvolver serviços na área de comunicação social: marketing, propaganda e publicidade, criação, produção e veiculação de peças de caráter legal e institucional, com qualidade, bom atendimento e cumprimento dos prazos de entrega, oferecendo provas dos serviços prestados, para que possam ser analisadas e, se preciso alteradas para que estejam em conformidade com o que necessitamos.

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

- RTVC: concepção e acompanhamento de produção e veiculação de mídia
- PUBLICIDADE: seleção de mídia, criação e acompanhamento de produção gráfica
- PROMOÇÃO: concepção de campanha promocional, seleção de mídia, criação e acompanhamento de produção

Atesto ainda que, a agência Shine On Ltda é agência vencedora do último certame de licitação de publicidade na Câmara Municipal de João Monlevade tendo assinado contrato em fevereiro de 2017.

João Monlevade, 03 de julho de 2017

Confero com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba, 20/07/2020

Inez Aparecida Leite  
Diretora Geral

Cíntia Araújo Silva  
Assessora de Comunicação e Relações Públicas  
Telefone: (31) 3852 3524 / 98312 1343  
Avenida Dona Nenela, 146, Bairro JK - João Monlevade - MG  
Telefax: (31) 3852-3524  
Site: www.camarajm.mg.gov.br

18



**CERTIDÃO CÍVEL DE FALÊNCIA E CONCORDATA NEGATIVA**

CERTIFICO que, revendo os registros de distribuição de ação de NATUREZA CÍVEL nesta comarca, até a presente data, nas ações específicas de Concordata Preventiva / Suspensiva, Falência de Empresários, Sociedades Empresariais, Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, Recuperação Extrajudicial, Recuperação Judicial, **NADA CONSTA** em tramitação contra:

Nome: SHINEO N LTDA  
CNPJ: 02.367.995/0001-59

**Observações:**

- Certidão expedida gratuitamente através da internet, nos termos do caput do art. 8º da Resolução 121/2010 do Conselho Nacional de Justiça;
- a informação do número do CPF/CNPJ é de responsabilidade do solicitante da certidão, sendo pesquisados o nome e o CPF/CNPJ exatamente como digitados;
- ao destinatário cabe conferir o nome e a titularidade do número do CPF/CNPJ informado, podendo confirmar a autenticidade da Certidão no portal do Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais (<http://www.tjmg.jus.br>), pelo prazo de 3 (três) meses após a sua expedição;
- esta Certidão inclui os processos físicos e eletrônicos, onde houver sido implantado o Processo Judicial Eletrônico - PJe, o Sistema CNJ (Ex-Projudi) e o SEEU - Sistema Eletrônico de Execução Unificada, tendo a mesma validade da certidão emitida diretamente no Fórum e abrange os processos da Justiça Comum, do Juizado Especial e da Turma Recursal apenas da comarca pesquisada, com exceção do SEEU, cujo sistema unificado abrange todas as comarcas do Estado;

A presente certidão NÃO EXCLUI a possibilidade da existência de outras ações de natureza diversa daquelas aqui mencionadas.

Certidão solicitada em 09 de Dezembro de 2019 às 11:28



JOÃO MONLEVADE. 09 de Dezembro de 2019 às 11:28

**Código de Autenticação:** 1912-0911-2841-0101-3248

Para validar esta certidão, acesse o sítio do TJMG ([www.tjmg.jus.br](http://www.tjmg.jus.br)) em Certidão Judicial/AUTENTICIDADE DA CERTIDÃO /AUTENTICAÇÃO 2 informando o código.

**ATENÇÃO:** Documento composto de 1 folhas(s). Documento emitido por processamento eletrônico. Qualquer emenda ou rasura gera sua invalidade e será considerada como indício de possível adulteração ou tentativa de fraude.

*Assinaturas manuscritas*

SHINE ON LTDA  
CNPJ: 02.367.995/0001-59



SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA  
**Sinapro**  
MINAS GERAIS

LISTA DE REFERÊNCIA  
DE CUSTOS INTERNOS

Confore com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba, 30/10/2020

*[Handwritten Signature]*

*[Handwritten Name]*

**Edição 20.10.2018**

Uso exclusivo das Agências  
de Comunicação e Propaganda  
Associadas ao Sinapro - MG

*[Handwritten Signatures]* 20/10/20



26

1) Planejamento		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
1a	Planejamento de Comunicação Integrada de Longo Prazo	R\$25.862	R\$43.103		R\$86.206
1b	Planejamento de Campanha	R\$12.931	R\$21.551		R\$43.103
	Planejamento de Mídia / Merchandising				
1c	Investimento até R\$ 500.000,00	R\$2.263	R\$3.772		R\$7.544
1d	Investimento entre R\$ 500.000,01 e R\$ 2.000.000,00	R\$4.526	R\$7.543		R\$15.086
1e	Investimento acima de R\$ 2.000.000,01	R\$9.051	R\$15.086		R\$30.171
1f	Planejamento de Ação Promocional	R\$9.051	R\$15.086		R\$30.171
1g	Planejamento de Convenção e Planejamento de Eventos/Feiras	R\$12.931	R\$21.551		R\$43.102
1h	Planejamento de Brindes	R\$6.465	R\$10.775		R\$21.550
1i	Planejamento de Brindes – Catálogo	R\$2.586	R\$4.310		R\$8.620

2) Serviços Especiais (por hora)		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
	Consultoria em Comunicação/ Trabalhos Especiais/Pesquisas				
2a	Diretor				R\$1.140
2b	Gerente/Supervisor				R\$762
2c	Analista/Assistente				R\$533
2d	Levantamento de Dados sobre o Cliente, Produtos e Concorrência e/ou Elaboração de Briefing (quando os dados não forem fornecidos pelo Cliente)				R\$762
2e	Pesquisa em Bancos de Imagem/Vídeo				R\$533

Confero com o Original e Dou Fé.  
Rio Piracicaba 30/01/2020

*Ines Apuleia Lima*  
Diretora Geral



*Handwritten notes and signatures at the bottom of the page.*



3) Criação de Campanhas		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	criação
3a	Criação de Tema/ Conceito de Campanha		R\$9.941		R\$19.882

4) Marcas/Nomes		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	criação
4a	Marca/Logotipo da Empresa ou Produto	R\$5.001	R\$8.335	R\$4.168	R\$16.670
4b	Marca do Projeto ou Selo Comemorativo	R\$3.695	R\$6.159	R\$3.079	R\$12.317
4c	Manual de Identidade Visual/ Identificação Corporativa (por lâmina)	R\$572	R\$953	R\$476	R\$1.905
4d	Nome (Ação Promocional/Evento/ Imobiliário/Mascote/Personagem/ Selo Comemorativo/Projeto)		R\$4.323		R\$8.646
4e	Nome da Empresa ou Produto		R\$10.158		R\$20.315
4f	Slogan	R\$3.200	R\$5.334		R\$10.668

Confero com o Original e Dou Fé.  
 Rio Piracicaba, 10/01/2020  
  
 Inez Aparecida Leite  
 Diretora Geral

   
 22



5) Papelaria		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
5a	Bloco de Anotações	R\$898	R\$1.497	R\$748	R\$2.993
5b	Bloco de Orçamento	R\$637	R\$1.061	R\$531	R\$2.122
5c	Cartão de Visita	R\$637	R\$1.061	R\$531	R\$2.122
5d	Cartão de Agradecimento, Cartão Personalizado	R\$393	R\$655	R\$327	R\$1.309
5e	Envelope (por modelo)	R\$589	R\$982	R\$491	R\$1.964
5f	Papel (por modelo)	R\$393	R\$655	R\$327	R\$1.309
5g	Papel de Embrulho/Presente	R\$993	R\$1.655	R\$827	R\$3.309
5h	Pasta	R\$1.159	R\$1.932	R\$966	R\$3.864

Confero com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 30/10/2020

*Méz Aparecida Leite*  
Diretora Geral

*[Handwritten signatures]*



6) Jornal		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
6a	Página Dupla	R\$2.275	R\$3.791	R\$1.896	R\$7.582
6b	Página	R\$1.748	R\$2.914	R\$1.457	R\$5.827
6c	Rouba Página	R\$1.379	R\$2.298	R\$1.149	R\$4.596
6d	1/2 Página	R\$1.379	R\$2.299	R\$1.149	R\$4.597
6e	1/3 Página	R\$1.229	R\$2.049	R\$1.024	R\$4.097
6f	1/4 Página	R\$1.116	R\$1.860	R\$930	R\$3.719
6g	1/8 Página	R\$1.001	R\$1.669	R\$834	R\$3.337
6h	Valor Mínimo	R\$939	R\$1.565	R\$782	R\$3.129
6i	Encarte (por página)	R\$1.379	R\$2.299	R\$1.149	R\$4.597
6j	Projeto Especial	R\$4.526	R\$7.544	R\$3.772	R\$15.087
6k	Balanço				50% do valor de criação

6.1) Empregados Procurados		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
6.1a	Por Centímetro Coluna	R\$31	R\$52	R\$26	R\$104

Conforo com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 30/10/2020

*[Handwritten Signature]*  
 Diretora Geral

*[Handwritten Signature]*  
*[Handwritten Signature]*



Lista de Referências de Custos Internos

6.2) Publicações Legais		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	criação
Editais e Avisos					
6.2a	Até 1/4 Página	R\$447	R\$745	R\$372	R\$1.489
6.2b	Acima de 1/4 Página	R\$893	R\$1.489	R\$745	R\$2.978

30

6.3) Gravação de Arquivos para Veiculação ou Transmissão Via Rede		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	criação
Editais e Avisos					
6.3a	Página Dupla				R\$669
6.3b	Página				R\$491
6.3c	Rouba Página				R\$411
6.3d	1/2 Página				R\$359
6.3e	1/3 Página				R\$334
6.3f	1/4 Página (ou mínimo)				R\$257
6.3g	Valor Mínimo				R\$182

Confero com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 30/10/2020

*[Handwritten Signature]*

*[Faint official stamp]*

*[Handwritten signatures and initials]*

7) Revista		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
7a	Página Dupla	R\$1.906	R\$3.176	R\$1.588	R\$6.352
7b	Página	R\$1.458	R\$2.431	R\$1.215	R\$4.861
7c	2/3 Página	R\$1.203	R\$2.005	R\$1.003	R\$4.010
7d	1/2 Página	R\$992	R\$1.653	R\$827	R\$3.306
7e	1/3 Página	R\$835	R\$1.391	R\$696	R\$2.782
7f	1/4 Página	R\$703	R\$1.172	R\$586	R\$2.343
7g	Valor Mínimo	R\$589	R\$981	R\$491	R\$1.962
7h	Encarte (por página)	R\$1.466	R\$2.444	R\$1.222	R\$4.888
7i	Projeto Especial	R\$4.526	R\$7.544	R\$3.772	R\$15.087
7j	Balanço				50% do valor de criação

Lista de Referências de Custos Internos 31

7.1) Gravação de Arquivos para Veiculação ou Transmissão Via Rede		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
7.1a	Página Dupla				R\$669
7.1b	Página				R\$491
7.1c	1/2 Página				R\$359
7.1d	1/3 Página				R\$334
7.1e	1/4 Página (ou mínimo)				R\$257
7.1f	Valor Mínimo				R\$182

Conforme com o Original e Dou Fé,  
 Rio Piracicaba 30/01/2020  
 Inez Riputeana Leite  
 Diretora Geral

*[Handwritten signatures]*



8) Mídia Exterior		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
8a	Banca de Jornal, Back ou Front Light, Busdoor/Traseira/Lateral de Ônibus, Cabine Telefônica, Empena de Prédio, Fachadas, Outdoor, Pannel Externo de Metrô, Testeira/Pannel Frontal ou Lateral de Ponto de Ônibus, Traseira de Táxi, Placa de Rua, Relógio, Sanca, Tapume	R\$1.547	R\$2.578	R\$1.289	R\$5.155
8b	Faixa (lona ou tecido)	R\$368	R\$614	R\$307	R\$1.228
8c	Projeto Especial	R\$3.093	R\$5.155	R\$2.578	R\$10.310

9) Mídia Interior		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
9a	Papel Bandeja, Jogo Americano	R\$1.547	R\$2.578	R\$1.289	R\$5.155

Confero com o Original o Dou Fé.

Rio Piracicaba 20/01/2020

*Inez Aparecida Lima*  
Diretora Geral

*Inez Aparecida Lima*

10) Sinalização

10.1) Sinalização Externa – Fachada		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	criação
10.1a	Fachada Frontal	R\$2.554	R\$4.256	R\$2.128	<b>R\$8.512</b>
10.1b	Fachada Lateral	R\$1.768	R\$2.947	R\$1.474	<b>R\$5.894</b>
10.1c	Testeira	R\$1.139	R\$1.899	R\$950	<b>R\$3.798</b>
10.1d	Parede de Vidro (até 8 m²)	R\$1.886	R\$3.144	R\$1.572	<b>R\$6.287</b>

10.2) Sinalização de Identificação		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	criação
10.2a	Diagnóstico e levantamento de informações: estudo do acesso aos locais a serem identificados, realizando a coleta de informações que serão sinalizadas e triagem da hierarquia da informação.		R\$2.882		<b>R\$5.763</b>
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\$2.043	R\$3.405		<b>R\$6.810</b>
10.2c	Desdobramento por placa	R\$322	R\$537		<b>R\$1.074</b>
10.2d	Adesivação de veículos e aeronaves - por modelo				
10.2d1	Pequeno - carros, motos, bicicletas	R\$3.222	R\$5.371	R\$2.685	<b>R\$10.741</b>
10.2d2	Médio - camionetes, utilitários, SUVs	R\$4.833	R\$8.055	R\$4.028	<b>R\$16.110</b>
10.2d3	Grande - caminhões, vagões, ônibus, helicópteros e aviões	R\$6.445	R\$10.741	R\$5.371	<b>R\$21.482</b>

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 10/10/2020

Inez Aparecida Leite  
 Diretora Geral

*[Handwritten signatures]*

Lista de Referências de Custos Interiores



10.3) Sinalização de Orientação		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
10.3a	Diagnóstico e levantamento de informações: estudo do fluxo de pessoas no ambiente e análise dos lugares para a implementação da sinalização de orientação. Coleta de informações que serão sinalizadas e triagem da hierarquia da informação.		R\$4.191		R\$8.381
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\$2.043	R\$3.405		R\$6.810
10.3c	Desdobramento por placa	R\$373	R\$622	R\$311	R\$1.244

10.4) Mobiliário		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
10.4a	Jornal Mural	R\$2.514	R\$4.191	R\$2.095	R\$8.381
10.4b	Painel	R\$1.808	R\$3.013	R\$1.506	R\$6.025
10.4c	Adesivação Chão ou Teto	R\$1.729	R\$2.882	R\$1.441	R\$5.763

10.5) Ambientação Institucional (Branding Ambiental)		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
10.5a	Diagnóstico e levantamento de informações: estudo dos ambientes mais adequados para propor a ambientação para o local. Análise dos melhores lugares para a implementação da ambientação. Coleta de informações que serão sinalizadas e triagem da hierarquia da informação.		R\$4.191		R\$8.381
10.5b	Criação de projetos: desenvolvimento de propostas para a ambientação. Apresentação das "peças conceito" da Ambientação Institucional, que apresenta ao Cliente uma identidade visual elaborada para o projeto e como a ambientação se comportará com as informações e aplicação no ambiente.		R\$5.763		R\$11.525
10.5c	Desdobramento em estruturas: desenvolvimento de peças, seguindo os mesmos moldes aprovados no projeto, para a aplicação nos ambientes diagnosticados.	R\$530	R\$884	R\$442	R\$1.768

Conforme com o Original o Dou Fé

Rio Piracicaba 10/01/2020

*[Handwritten signatures and initials]*



**11) Produção Eletrônica**

11.1) Criação e Texto – Roteiro		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	criação
11.1a	SMS/Disparo Telefônico	R\$287	R\$478		R\$956
11.1b	Audiovisual/Documentário/ Vídeo – até 5'	R\$6.404	R\$10.673		R\$21.345
11.1c	Audiovisual/Documentário/Vídeo – por minuto excedente até 10'	R\$1.019	R\$1.698		R\$3.396
11.1d	Audiovisual/Documentário/Vídeo – por minuto excedente acima de 10'	R\$765	R\$1.275		R\$2.550
11.1e	Assinatura/Vinheta Eletrônica	R\$2.661	R\$4.435		R\$8.869
11.1f	Filme/VT até 60"	R\$4.261	R\$7.101		R\$14.202
11.1g	Filme/VT acima de 60"	R\$6.390	R\$10.651		R\$21.301
11.1h	Jingle/Trilha até 60"	R\$1.925	R\$3.208		R\$6.416
11.1i	Jingle/Trilha acima de 60"	R\$2.887	R\$4.812		R\$9.623
11.1j	Locução de Cabine até 60"/ Testemunhal	R\$764	R\$1.274		R\$2.547
11.1k	Locução de Cabine acima de 60"/ Testemunhal	R\$1.146	R\$1.910		R\$3.819
11.1l	Letreiro/Cartela para TV	R\$106	R\$177		R\$354
11.1m	Spot até 60"	R\$958	R\$1.596		R\$3.192
11.1n	Spot acima de 60"	R\$1.436	R\$2.394		R\$4.787
11.1o	Novelinha até 5'	R\$4.261	R\$7.101		R\$14.202
11.1p	Novelinha – por minuto excedente	R\$686	R\$1.143		R\$2.285
11.1q	Storyboard (por quadro)	R\$78	R\$131		R\$261

11.2) Gravação e Transmissão (via rede)		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	criação
11.2a	Spot	R\$93	R\$155		R\$309
11.2b	Jingle/Trilha	R\$93	R\$155		R\$309
11.2c	Letreiros/Assinatura para TV	R\$108	R\$180	R\$90	R\$359

Confero com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 10/10/2020

*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*



12) Material Promocional		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
12a	Adesivo, Adesivo de Chão, Camiseta, Display de Balcão, Display de Mesa, Faixa de Gôndola/ Stopper, Inflável, Sacola/Bolsa, Santinho, Troféu e Tag	R\$1.026	R\$1.710	R\$855	R\$3.420
12b	Bandeirola (por modelo), Boné, Bottom, Caneta, Cartão PVC (tipo cartão de crédito), Chaveiro, Chinelo, Cinta, Cinzeiro, Copo, Crachá, Cupom, Etiqueta, Ficha de Inscrição, Flâmula, Forração de Gôndola/Bandô, Forro de Bandeja, Lápis, Leque, Lixocar, Marcador de Página, Medalha, Mouse Pad, Nécessaire, Porta-Lápis, Porta-Retratos, Porta-Documents, Porta-Cartão, Régua, Squeeze, Testeira para Cartaz e Viseira	R\$641	R\$1.068	R\$534	R\$2.135
12c	Balcão para Degustação, Display de Ponta de Gôndola, Display de Vitrine	R\$3.354	R\$5.591	R\$2.795	R\$11.181
12d	Programação Visual de Estande para Feiras, Eventos, de Vendas	R\$4.025	R\$6.709	R\$3.355	R\$13.418
12e	Cartão de Natal, Cartão de Aniversário, Banner, Cartão-Postal, Cartaz, Cartazete e Pôster	R\$1.257	R\$2.096	R\$1.048	R\$4.191
12f	Bula, Diploma, Flyer, Lâmina e Volante	R\$1.006	R\$1.676	R\$838	R\$3.352
12g	Malá Direta	R\$1.567	R\$2.612	R\$1.306	R\$5.223
12h	Móvil, Pórtico para Loja	R\$1.105	R\$1.842	R\$921	R\$3.684
12i	Placa/Painel/Backdrop (interna ou externa)	R\$928	R\$1.546	R\$773	R\$3.092
12j	Uniforme/Uniforme Promocional (Feiras/Eventos)	R\$1.049	R\$1.749	R\$874	R\$3.497
12k	Totem (projeto e desenvolvimento)	R\$1.392	R\$2.320	R\$1.160	R\$4.639

*[Handwritten signature]*

Confere com o Original o Dou Fô.  
Rio Piracicaba 10/01/2020

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*  
Diretor Geral

31/2

13) Material Impresso		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
13a	Agenda (projeto gráfico)	R\$2.933	R\$4.889	R\$2.444	R\$9.777
13b	Agenda (só capa)	R\$1.202	R\$2.004	R\$1.002	R\$4.008
13c	Agenda (por página)	R\$436	R\$727	R\$363	R\$1.453
13d	Agenda (por página, só troca de data)	R\$81	R\$135	R\$67	R\$269
13e	Broadside (por página), Bolacha de CD, Capa de Caderno, Capa de Cartilha, Capa de Carnê, Capa de Catálogo, Capa de CD, Calendário (por lâmina), Certificado, Convite, Encarte de CD (por lâmina)	R\$701	R\$1.169	R\$585	R\$2.338
13f	Cartilha, Catálogo de Produtos, Folheto Institucional, Folheto Técnico e Cardápio (por página)	R\$555	R\$926	R\$463	R\$1.851
13g	Folder	R\$1.951	R\$3.252	R\$1.626	R\$6.504
13h	House Organ/Newsletter (projeto até 4 páginas)	R\$3.767	R\$6.279	R\$3.140	R\$12.558
13i	House Organ/Newsletter (projeto por página adicional)	R\$750	R\$1.250	R\$625	R\$2.499
13j	House Organ/Newsletter Diagramação (por página)	R\$506	R\$843	R\$421	R\$1.685
13k	Livro/Revista – Projeto Gráfico	R\$31.152	R\$51.920	R\$25.960	R\$103.840
13l	Livro/Revista – Diagramação (por página)	R\$487	R\$812	R\$406	R\$1.623
13m	Relatório de Diretoria – Projeto Gráfico	R\$21.296	R\$35.493	R\$17.747	R\$70.986
13n	Relatório de Diretoria – Diagramação (por página)	R\$697	R\$1.162	R\$581	R\$2.323



Lista de Referências de Custos Integrados

Confero com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 10/01/2020

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*



14) Embalagens		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
14a	Caixa Display de Produto	R\$6.409	R\$10.682	R\$5.341	R\$21.363
14b	Cartela, Rótulo	R\$1.809	R\$3.015	R\$1.507	R\$6.029
14c	Caixa de Embarque, Cartela com Saco, Embalagem Blister/Sampling, Embalagem (adaptação)	R\$2.504	R\$4.173	R\$2.086	R\$8.345
14d	Embalagem para Relatório de Diretoria (luva, caixa, envelope especial)	R\$2.799	R\$4.666	R\$2.333	R\$9.331
14e	Embalagem de Produto	R\$7.545	R\$12.575	R\$6.287	R\$25.149
14f	Embalagem de Linha de Produtos (pacote de até 5 embalagens)	R\$30.186	R\$50.310	R\$25.155	R\$100.619
14g	Embalagem Promocional, Mock-Ups (sem custo de terceiros)	R\$4.415	R\$7.358	R\$3.679	R\$14.715

Conforo com o Original o Dou Fé.

Rio Piracicaba 10/01/2020

Inez Aparecida Leite  
Diretora Geral

15) Comunicação Digital		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
15a	Planejamento de Ação/ Promoção/Web	R\$12.931	R\$21.552		<b>R\$43.103</b>
15b	Planejamento de Ações em Redes Sociais	R\$12.931	R\$21.552		<b>R\$43.103</b>
15c	Investimento até R\$ 20.000,00	R\$2.303	R\$3.839		<b>R\$7.677</b>
15d	Investimento entre R\$ 20.000,01 e R\$50.000,00	R\$3.090	R\$5.151		<b>R\$10.301</b>
15e	Investimento acima de R\$ 50.000,01	R\$4.921	R\$8.201		<b>R\$16.402</b>
15f	Wireframe (por tela)	R\$240	R\$401		<b>R\$801</b>
15g	Arquitetura de informação - pequeno porte	R\$6.284	R\$10.473	A partir de	<b>R\$20.946</b>
15h	Arquitetura de informação - médio porte	R\$13.890	R\$23.151	A partir de	<b>R\$46.301</b>
15i	Arquitetura de informação - grande porte	R\$30.426	R\$50.711	A partir de	<b>R\$101.421</b>
15j	Gestão de Projeto - Cobrado mensalmente enquanto durar o projeto				<b>R\$7.717</b>
15k	Apresentação multimídia (por slide)	R\$242	R\$404	R\$202	<b>R\$808</b>
15l	Apresentação multimídia navegável (por cena)	R\$382	R\$637	R\$318	<b>R\$1.273</b>
15m	Cartão virtual animado - Motion design	R\$2.865	R\$4.775	R\$2.388	<b>R\$9.550</b>
15n	E-mail mkt/newsletter - HTML	R\$1.403	R\$2.338	R\$1.169	<b>R\$4.675</b>

Lista de Referências de Custos Introdutórios  
39

Conforo com o Original o Dou Fé.

Rio Piracicaba 10/01/2020

*[Assinatura]*  
Inês Aparecida Leite  
Diretora Geral

*[Assinatura]*  
*[Assinatura]*

Lista de Referências de Custos Internos

40

15) Comunicação Digital		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	criação
15o	Template para newsletter - HTML	R\$1.326	R\$2.210	R\$1.105	R\$4.420
15p	Setup e disparo de e-mail mkt/ newsletter - pequeno				R\$2.425
15q	Setup e disparo de e-mail mkt/ newsletter - médio				R\$4.961
15r	Setup e disparo de e-mail mkt/ newsletter - grande				R\$11.575
15s	Landing Page			A partir de	R\$12.979
15t	Hotsite - nível de complexidade baixa (até 4 páginas)			A partir de	R\$18.643
15u	Hotsite - nível de complexidade média (até 8 páginas e com recurso interativo - joguinho/cartão virtual ou enquete)			A partir de	R\$30.040
15v	Hotsite - nível de complexidade alta (até 12 páginas - linha do tempo, recursos sonoros, filmes)			A partir de	R\$43.647
15x	Página HTML Avulsa			A partir de	R\$4.107
15w	Screensaver	R\$1.870	R\$3.117	R\$1.558	R\$6.233
15y	Vinheta dinâmica (até 20")	R\$2.865	R\$4.775	R\$2.388	R\$9.550
15z	Wallpaper	R\$539	R\$898	R\$449	R\$1.795
15aa	Assinatura de e-mail	R\$539	R\$898	R\$449	R\$1.795
15ab	Monitoramento e Relatório Mensal	R\$1.455	R\$2.426	A partir de	R\$4.851
15ac	Desenvolvimento de Manuais de Orientação	R\$1.951	R\$3.252	R\$1.626	R\$6.504

Conferir com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba, 30/01/2020

*[Handwritten signature]*  
Diretora Geral

*[Handwritten signature]*

15.1) Banners e Pop-Ups/Lightbox		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	criação
15.1a	Banner Estático	R\$499	R\$832	R\$416	R\$1.663
15.1b	Banner Animado	R\$1.249	R\$2.082	R\$1.041	R\$4.164
15.1c	Banner Rich Media	R\$2.678	R\$4.464	R\$2.232	R\$8.927
15.1d	Pop-up/Lightbox	R\$1.109	R\$1.848	R\$924	R\$3.695
15.1e	Banner + Pop-up/Lightbox	R\$2.158	R\$3.597	R\$1.798	R\$7.193

Lista de Referências de Custos Internos  
41

15.2) Redes Sociais		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	criação
15.2a	Construção de Brand Persona	R\$3.142	R\$5.237	A partir de	R\$10.473
15.2b	Construção de Lead Persona	R\$1.488	R\$2.481	A partir de	R\$4.961
15.2c	Setup de Monitoramento	R\$1.164	R\$1.940	A partir de	R\$3.880
15.2d	Diagnóstico da presença: levantamento de dados, análise e elaboração de relatório	R\$4.569	R\$7.616	A partir de	R\$15.231
15.2e	Planejamento para setup: canais, tipos de conteúdo, projeto editorial, identidade visual e estratégia para ativação	R\$5.666	R\$9.444	A partir de	R\$18.888
15.2f	Planejamento de ação/promoção: planejamento, criação, design e ativação	R\$12.934	R\$21.557	A partir de	R\$43.113

Confero com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 10/10/2020

*[Handwritten Signature]*

*[Handwritten Signature]*  
*[Handwritten Signature]*

Lista de Referências de Custos Internos

42

15.2) Redes Sociais		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	criação
15.2g	Personalização dos canais: imagem do topo, avatar e texto de apresentação ("Sobre") - valor por canal	R\$1.697	R\$2.829	A partir de	R\$5.657
15.2h	Monitoramento de redes sociais com relatório mensal e relatórios avulsos	R\$1.455	R\$2.426	A partir de	R\$4.851
15.2i	Gestão de presença - monitoramento, relacionamento, produção e postagem de conteúdo e relatório mensal	R\$3.638	R\$6.063	A partir de	R\$12.126
15.2j	Planejamento para captação de leads - Facebook	R\$1.019	R\$1.698	A partir de	R\$3.396
15.2k	Produção de Instant Articles - Facebook	R\$2.910	R\$4.851	R\$2.425	R\$9.701
15.2l	Produção de Canvas - Facebook	R\$2.910	R\$4.851	R\$2.425	R\$9.701
15.2m	Criação de abas para Facebook com interatividade simples (formulário simples para cadastro)	R\$3.512	R\$5.853	R\$2.926	R\$11.705
15.2n	Criação de post para blog (texto e imagem)	R\$960	R\$1.601	R\$800	R\$3.201
15.2o	Criação de imagem / Carrossel para post nas redes sociais (png)			A partir de	R\$4.302

Conforme com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 30/10/2020

*[Assinatura]*

Inez Aparecida Leite  
Diretora Geral

*[Assinatura]*  
*[Assinatura]*



15.3) Links Patrocinados		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
15.3a	Planejamento de Campanhas de Links Patrocinados/Redes Sociais (Setup e Acompanhamento - Não inclui Criação de Anúncios ou Posts) - pequeno			A partir de	R\$4.961
15.3b	Planejamento de Campanhas de Links Patrocinados/Redes Sociais (Setup e Acompanhamento - Não inclui Criação de Anúncios ou Posts) - médio			A partir de	R\$11.575
15.3c	Planejamento de Campanhas de Links Patrocinados/Redes Sociais (Setup e Acompanhamento - Não inclui Criação de Anúncios ou Posts) - grande			A partir de	R\$25.355
15.3d	Relatório de campanha			A partir de	R\$8.401
15.3e	Banner Texto - Google Search			R\$ 267	R\$1.067

15.4) SEO		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
15.4a	Planejamento de SEO - pequeno			A partir de	R\$14.331
15.4b	Planejamento de SEO - médio			A partir de	R\$25.906
15.4c	Planejamento de SEO - grande			A partir de	R\$57.545
15.4d	Relatório de campanha			A partir de	R\$8.401

15.5) Mobile		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
15.5a	Planejamento, criação e produção de aplicativos - custo por hora				a definir em horas técnicas
15.5b	Apresentação/catálogos - custo por hora				a definir em horas técnicas

Confiro com o Original o Dou Fe.  
Rio Piracicaba 30/01/2020

Inês Aparecida Leite  
Diretora Geral

*[Handwritten signatures and initials]*

Lista de Referências de Custos Internos

44

15.6) Inbound Marketing - Marketing de Conteúdo		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
15.6a	Diagnóstico de cenário inicial			A partir de	R\$11.738
15.6b	Construção de Brand Persona		R\$4.802	A partir de	R\$9.604
15.6c	Definição de Lead Persona (por persona)		R\$2.134	A partir de	R\$4.268
15.6d	Planejamento de conteúdo - funil de vendas	R\$2.881	R\$4.802	A partir de	R\$9.604
15.6e	Criar Calendário de Publicações	R\$1.921	R\$3.201	A partir de	R\$6.402
15.6f	Setup Inicial (Fluxo de automação - Listas de segmentação)	R\$2.561	R\$4.269	A partir de	R\$8.537
15.6g	Atuação e monitoramento em Inbound Marketing - cobrados mensalmente (fee mensal)	R\$2.910	R\$4.851	A partir de	R\$9.701

15.7) Serviços Especiais (por hora)		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
15.7a	Planejamento, Programação de Sistemas, Programação HTML, Motion Design				R\$534
15.7b	Web analytics - Implementação de tags e configuração de conta				R\$788
15.7c	Gerenciamento de Projetos/ Atendimento				R\$762
15.7d	Criação				R\$534
15.7e	Analista SEO/Arquiteto de Informação/Analista de Redes Sociais				R\$320

Confero com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 30/10/2020

*[Assinatura]*  
Inês Aparecida Leite  
Diretora Geral

*[Assinatura]*  
*[Assinatura]*

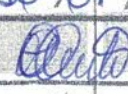
**16) Editoração Eletrônica**

16.1) Banco de Imagem		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
16.1a	Cópia (unidade)			A partir de	R\$200

16.2) Digitação de Texto		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
16.2a	Por Lauda até 1.200 Toques				R\$257
16.2b	Outros Idiomas				R\$386
16.2c	Revisão de texto				R\$514

16.3) Tabelas, Gráficos e Mapas		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
16.3a	Mapa de Localização (ilustrado)	R\$1.019	R\$1.698	R\$849	R\$3.396
16.3b	Mapa de Localização (simples)	R\$650	R\$1.083	R\$541	R\$2.165
16.3c	Tabela/Gráfico (mínimo)	R\$279	R\$466	R\$233	R\$931
16.3d	Tabela/Gráfico (máximo)	R\$928	R\$1.546	R\$773	R\$3.092
16.3e	Infográfico em extensão .jpg + HTML Estático	R\$2.619	R\$4.366	R\$2.183	R\$8.731
16.3f	Infográfico em extensão .swf ou HTML5	R\$3.783	R\$6.306	R\$3.153	R\$12.611

16.4) Tratamento de Imagem		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	CRIAÇÃO
16.4a	Gravação de Arquivo (cópia – tempo de gravação + mídia)				R\$292
16.4b	Scanner de Imagem				R\$130
16.4c	Tratamento de Imagem – por hora				R\$557
16.4d	Vetorização de Logotipos – por hora				R\$359
16.4e	Vetorização de Tabela – por hora				R\$359

Confiro com o Original e Dou Fé.  
 Rio Piracicaba 30/10/2020  
  
 Inez Apurcumb Lima  
 Diretora Geral


MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA  
236  
Folha 02

16.5) Cópia de CD/DVD		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	criação
16.5a	Cópia (unidade)				R\$131

17) Print (por cópia)/Montagem de Boneca		ADAPTAÇÃO (30%)	REFAÇÃO (50%)	FINALIZAÇÃO (25%)	criação
17a	Montagem de Boneca (Mínimo de 1 hora)				R\$260
	Formato				
17b	A3 - Cor				R\$13
17c	A4 - Cor				R\$13
17d	A3 - P&B				R\$6
17e	A4 - P&B				R\$5

46



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

Conforme com o Original o Dou. Fô.  
Rio Piracicaba 10/01/2020  
*[Signature]*  
Inês Apuleia Bone  
Diretora Geral

*[Signature]*  
*[Signature]*

40 @

## TERMO DE ENCERRAMENTO

Este caderno contem páginas numeradas sequencialmente de 1 a \_\_\_\_  
contendo os Documentos de Habilitação da agência ShineOn Ltda, referente  
ao

**PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019**

**CONVITE 09/2019**

**TIPO TÉCNICA E PREÇO**

Rio Piracicaba, 10 de janeiro de 2020



Douglas Antônio Araújo Cota.



Razão Social: ShineOnLtda

CNPJ: 02.367.995/0001-59

Av. Wilson Alvarenga, 1047, 8º andar

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

Telefone fixo: 31-3852-1634



shineOncOunicacaO.cOm.br

*Handwritten mark*

*Handwritten signature*

CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACI  
Folha 238  
diferente.com.br

ENVELOPE Nº 05  
CONTEÚDO:  
DOCUMENTAÇÃO

PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACI

PROPONENTE: SHINE ON LTDA



*Handwritten mark*





**ATA DA REUNIÃO RELATIVA AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019,**  
**MODALIDADE CONVITE Nº 009/2019.**  
**ENVELOPE Nº 5 “DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO”**


Aos dez dias do mês de janeiro do ano de 2020, às 13h30min, com observância às disposições contidas no instrumento convocatório e na Lei de Licitações e Contratos, reuniu-se a Comissão Permanente de Licitação desta Câmara Municipal e a empresa **SHINE ON LTDA**, que se fez presente através de sua representante, Sra. Simone Cristina Soares, 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, 10 de janeiro de 2020.

  
**Inêz Aparecida Leite**  
Presidente da Comissão

  
**Lucia Aparecida dos Santos**  
Membro

  
**Vanilza A. Souza Caldeira**  
Membro

Proponente:

  
**Simone Cristina Soares**  
SHINE ON LTDA



**PARECER JURÍDICO**

**Processo Licitatório nº:** 011/2019

**Modalidade:** Convite nº 009/2019

**Objeto:** Prestação de serviços de publicidade e propaganda

**Finalidade Parecer:** art. 38, inciso VI da lei 8.666/93

1. Foi encaminhado processo administrativo de licitação, Processo Licitatório nº 011/2019, convite nº 009/2019 tendo por objeto a contratação de serviços de publicidade e propaganda da Câmara Municipal de Rio Piracicaba-MG.

2. Preliminarmente deve ser registrado que o presente parecer é expedido nos termos do art. 38, inciso VI tendo por escopo a exclusiva análise do atendimento do rito/procedimento prescrito em lei na fase externa do certame, não englobando análise da legalidade dos requisitos de habilitação e julgamento de propostas, que é de competência da CPL.

3. Feita tal consideração, quanto às limitações e abrangência do parecer, analisando os autos, em que pese o fato de que foram convidadas quatorze licitantes, conforme recibos (realizados através de email's) acostados nos autos do procedimento licitatório foram registrados nos autos do processo de licitação a existência de uma única Licitante interessada em participar ao final do processo.

4. A CPL, em decisão fundamentada proferida na sessão de 19.12.2019, decidiu pela continuidade do certame, motivando tal decisão pelo fato de que "em conformidade com o art. 22, § 7º da Lei federal 8.666/93, e considerando que já foi realizado o Processo Licitatório nº 009/2019, Convite 008/2019, no qual não houve licitante interessada em participar do certame. Considerando também que no presente processo os demais convidados não manifestaram interesse, e, tendo em vista a necessidade da contratação dos serviços para a criação de layouts como:





calendário de reuniões ordinárias, Moções de Aplausos, dentre outros, a Comissão Permanente de Licitação decidiu dar andamento ao processo com apenas uma licitante."

5. Desta forma, já resta decidido pela CPL, em razões de motivação acima transcrita, pela continuidade do certame com apenas uma licitante, não comportando análise do mérito da decisão, até mesmo porque o escopo do parecer não alcança tal decisão.

6. É de se ressaltar que o STJ entende que é possível o prosseguimento e conclusão de procedimento licitatório na modalidade convite:

O STJ apresenta posicionamento divergente do exarado pelo TCU, no que tange à imposição prescrita pelo art. 22, § 3º, da Lei n. 8.666/93. Conforme decisão exarada no Agravo Regimental n. 615.23023, ficou consolidado o entendimento do STJ quanto à regularidade do convite quando forem convidados três ou mais licitantes cadastrados, sob o argumento de que não cabe ao Judiciário extrapolar o texto legal. Contrariando o entendimento do TCU, decidiu o relator pela manutenção do posicionamento do Tribunal a quo: Convite é a modalidade de licitação entre interessados do ramo pertinente ao seu objeto, cadastrados ou não, escolhidos e convidados em número mínimo de 3 (três) pela unidade administrativa, a qual afixará, em local apropriado, cópia do instrumento convocatório e o estenderá aos demais cadastrados na correspondente especialidade que manifestarem seu interesse com antecedência de até 24 horas (vinte e quatro) horas da apresentação das propostas.' [...] Evidente, então, que o número três nele constante é referente aos convidados, não aos habilitados. Daí porque, convidados três licitantes, mesmo que apenas um deles reste habilitado, o certame terá prosseguimento normal.' [...] O insurgente apenas insiste na necessidade de haver três proponentes habilitados para a validade do certame licitatório, e não apenas três convocados, isto com base em entendimentos doutrinários, sem sustentar uma antítese à altura da fundamentação contida no aresto impugnado. [...] Ora, se a própria norma



estabelece claramente as exigências da licitação na modalidade convite, não cabe ao intérprete, por mais ilustre e digno de consideração que seja, ampliar as mesmas. 23 Agravo Regimental n. 615.230. Relator: Ministro Nilson Naves. Sessão realizada em 21/06/2007

7. No mesmo sentido, colaciona-se o voto vencedor exarado pelo Ministro Luiz Fux, no Recurso Especial n. 807.55124, na Sessão realizada em 25/09/2007. À oportunidade, decidiu-se pela regularidade do certame, mesmo tendo sido apresentada apenas uma proposta válida, sob o argumento de que o processo licitatório desenvolveu-se em estrita observância aos requisitos legais atinentes à carta-convite, com a efetiva prestação dos serviços contratados, sem que fosse comprovado prejuízo ao erário.

8. Na Consulta n. 778.098, levada à deliberação na Sessão do Pleno do TCE/MG, realizada em 10/06/2009, o Relator, Conselheiro Eduardo Carone Costa, adotou integralmente o parecer proferido pelo Auditor Hamilton Coelho, assim redigido:

Nesse caso, segundo o administrativista Celso Antônio Bandeira de Mello, seria válido posicionamento simétrico ao esposado na Consulta supracitada: 'Se à licitação comparecer apenas um interessado, deve-se apurar sua habilitação normalmente. Se habilitado, sua proposta será examinada tal como ocorreria se outros disputantes houvesse. Não há óbice algum a que lhe seja adjudicado o objeto da licitação, em sendo regular sua proposta, pelo fato de inexistirem outros interessados. O mesmo ocorrerá se vários comparecerem, mas apenas um for habilitado.' (Curso de direito administrativo. 26. ed. São Paulo: Malheiros, 2009, p. 587) [...] Na lição do eminente jurista Jorge Ulisses Jacoby Fernandes, proposta válida é "aquela que efetivamente concorre com as demais, atendendo o seu formulante às condições de habilitação e ofertando, nos termos requeridos no convite, o produto pretendido em preço razoável." (Contratação direta sem licitação. 7. ed. Belo Horizonte: Fórum, 2007, p. 90). Em outras palavras, uma proposta válida



pressupõe a concorrência de três requisitos: a) habilitação do proponente (art. 27 e seguintes da Lei n. 8.666/93); b) a proposta deve atender às exigências do ato convocatório (art. 48, I); c) a proposta não pode conter valor global superior ao limite estabelecido ou preços manifestamente inexequíveis (art. 48, II). [...] Dessarte, recomenda a boa prática que, nas licitações sob a modalidade Convite, o administrador convoque número expressivo de participantes, em relação ao mercado disponível e, além disso, publique o ato convocatório na imprensa oficial. Tais procedimentos se prestam a garantir que o universo de licitantes seja consideravelmente atingido, pelo menos em tese, podendo ainda sustentar eventual justificativa de prosseguimento do certame, caso sejam obtidas menos de três propostas válidas. A propósito, vale ressaltar que esta circunstância - não obtenção do número mínimo de licitantes - deverá obrigatoriamente ser justificada nos autos do respectivo processo licitatório, sob pena de repetição do convite, nos termos do § 7º do art. 22 da Lei n. 8.666/93. [...] Em suma: se proceder o administrador, ao licitar por Convite, com todas as cautelas aqui recomendadas, e ainda assim um número inferior a três licitantes comparecer apresentando proposta válida, será possível contratar com um desses ofertantes, se devidamente justificada e comprovada nos autos a configuração de uma das excepcionalidades previstas no art. 22, § 7º, do Estatuto Nacional de Licitações e Contratos. A par disto, convém anotar que, se, à mesma licitação, não acudirem interessados (nenhum licitante com proposta válida), estar-se-á diante da hipótese de dispensa prevista no art. 24, V, da Lei n. 8.666/93, uma vez comprovados outros requisitos, a saber: a) risco de prejuízo determinado ou agravado pela demora inerente à repetição do certame; b) afastamento desta possibilidade de prejuízo pela contratação direta; c) manutenção das condições anteriormente estabelecidas no edital”.

9. Isto posto, o entendimento do TCE/MG se alinha àquele do STJ, qual seja, pela legalidade da licitação realizada por meio da modalidade convite quando convidados três ou mais candidatos, independentemente de quantos deles façam a sua proposta ou se habilitem, **desde que comprovada a limitação do mercado ou manifesto desinteresse dos licitantes**, ressaltando-se que necessariamente



deverá ser lançada a justificativa, nos termos do referido § 7º do art. 22 da lei 8666/93, a ocorrência de uma dessas causas, **no bojo do processo licitatório, sob pena de repetição do certame.**

Impende observar, neste diapasão, a importância da convocação de número significativo de interessados e da ampla publicidade ao ato convocatório, que prestarão legitimidade ao procedimento seletivo e sustentarão superveniente justificativa ante a ausência de interesse dos convidados, isso porque a licitação pressupõe competitividade, e é esta que assegura ao Poder Público a obtenção de proposta mais vantajosa. Observadas as cautelas assinaladas, entendo pela subsistência da licitação, na modalidade convite, mesmo que não obtido o número mínimo de participantes previsto no §3º do art. 22 da Lei de Licitações, desde que perfeitamente justificado nos autos do processo o notório desinteresse a que alude o §7º deste mesmo artigo. Aliás, este tem sido o entendimento da Casa, consoante precedentes exarados nas Consultas n. 778.098, 439.791, 448.548 e 154.580. [...] Destarte, a simples ausência das empresas convidadas para o certame não configura, necessariamente, justificativa suficiente para caracterizar o manifesto desinteresse expresso no diploma legal em referência. Isso porque cada caso concreto demanda a análise de suas peculiaridades e requer, por sua vez, justificativas distintas. Ademais, conforme anota Jacoby<sup>3</sup>, o 'manifesto desinteresse é uma expressão voltada para uma situação particular do mercado e não isoladamente de um licitante'. Descaracterizada a insuficiência de publicidade e outros possíveis vícios, posto que a Administração 'não pode pretender valer-se de um convite mal formulado para validar uma escolha', a justificativa, tratando-se de evidente desinteresse empresarial, deverá conter, no mínimo, os comprovantes de entrega e recepção das cartas-convite, bem como comprovação de que os convidados (pessoas jurídicas ou físicas), convocados em número razoável, atuam no ramo do objeto licitado. [...] Diante do exposto, concluo, em tese, nas condições transcritas na fundamentação: 1. Tratando-se de hipótese de desinteresse dos convidados e comparecendo apenas um licitante com proposta válida, a obrigatoriedade de repetição do convite somente subsiste se não houver no



processo licitatório a justificativa a que alude o §7º do art. 22 da Lei n. 8.666/93. 2. A ausência das empresas convidadas não é o bastante para caracterizar o manifesto desinteresse preconizado no § 7º do art. 22 da Lei n. 8.666/93, deve a Administração, observadas as particularidades de cada caso, justificá-lo comprovando, no mínimo, a convocação de número significativo de interessados, atestadamente atuantes no ramo pertinente ao objeto licitado, bem como a efetiva entrega e recepção das cartas-convite ou de outro documento que comprove o desinteresse dos participantes. (Consulta n. 862.126, proferida na Sessão do Pleno de 28/03/2012).

10. Em suma, o TCE/MG decidiu que a Administração não está obrigada a repetir o certame se juntar ao processo licitatório provas concretas de que: primeiro, realizou a convocação de número significativo de interessados que atuem no ramo pertinente ao objeto licitado; segundo, que os convites foram efetivamente recebidas pelos licitantes, a fim de comprovar o desinteresse dos particulares em contratar com o Poder Público.

11. Pela análise dos autos, verifica-se que tais condições se encontram presentes, sendo inclusive a motivação da decisão da CPL conforme ata de sessão realizada em 19.12.2019.

12. Ultrapassada, pois a questão envolvendo a regularidade do processo em razão da ausência de propostas válidas, compulsando os autos, verifico que foram atendidos as normas de procedimento, e respectivos prazos, previstos na Lei 8.666/93 aplicáveis ao convite, especialmente quanto:

- divulgação do edital, entrega aos licitantes e abertura dos envelopes;
- prazos recursais do art. 109 da Lei 8666/93.

13. Da mesma forma, a CPL em ata de julgamento de habilitação certificou o atendimento dos requisitos de habilitação previstos no edital.



14. A CPL atestou ainda, após a análise dos custos de aquisição dos itens objeto da licitação, a não ocorrência de inexecuibilidade em relação aos valores apurados ao final e, obviamente, atestou a compatibilidade do valor final apurado com aquele apurado na fase interna do certame, registrando-se, mais uma vez, que a presente análise jurídica não alcança a motivação do certame, a descrição e preços unitários, que refogem à presente análise.

15. Isto posto, observadas as considerações realizadas no parágrafo de número nove, opino no sentido de que o procedimento administrativo de licitação em questão atendeu aos requisitos legais de forma e prazo previstos na Lei 8666/93.

16. Registro, por fim, que a CPL observem a necessidade de publicidade dos atos do procedimento, notadamente aqueles atinentes à adjudicação, homologação e contratação (extrato).

É o parecer, em caráter opinativo e não vinculativo.

Rio Piracicaba, 13 de janeiro de 2020.

  
**JÚNIA DO ROSÁRIO MAIA VIEIRA**  
**OABMG 169.957**



**DESPACHO DE ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO**

O Presidente da Câmara Municipal de Rio Piracicaba, no uso de suas atribuições legais, de conformidade com a Lei Federal nº 8.666/93, ADJUDICA o Processo Licitatório nº 011/2019, Modalidade Convite nº 009/2019, e, em consequência HOMOLOGA, o seu objeto na forma que segue:

Nº ITENS	PROPONENTE	PERCENTUAIS OFERTADOS			
		Custos Internos, sobre a tabela do Sinapro	Honorários Externos	Honorários exclusivos apenas a contratação ou pagamento dos serviços	Comissão da agência sobre o valor da tabela do veículo
01	SHINE ON LTDA	85 % de desconto	10%	10%	20%

Câmara Municipal de Rio Piracicaba, 14 de Janeiro de 2020.

*Ética e Compromisso!*

**TAYRONE ARCANJO GUIMARÃES**  
Presidente da Câmara



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo

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



### RESULTADO DO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019 MODALIDADE CONVITE Nº 009/2019.

A Câmara Municipal de Rio Piracicaba, através da Comissão Permanente de Licitação, torna público o resultado do Processo Licitatório nº 011/2019, Modalidade Convite, na forma que segue:

Nº ITENS	PROPONENTE	PERCENTUAIS OFERTADOS			
		Custos Internos, sobre a tabela do Sinapro	Honorários Externos	Honorários exclusivos apenas a contratação ou pagamento dos serviços	Comissão da agência sobre o valor da tabela do veículo
01	SHINE ON LTDA	85 % de desconto	10%	10%	20%

Homologação: Presidente da Câmara

Condições: Conforme ata de julgamento

Publicado em 14/01/2020

  
Inês Aparecida Leite  
Presidente da Comissão

  
Lúcia Aparecida dos Santos  
Membro

  
Vanilza A. Souza Caldeira  
Membro

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

Câmara Municipal  
Rio Piracicaba  
Ética e Compromisso!





# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo

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



**CONTRATO Nº 006/2020**

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 15.101/2020

*[Handwritten signature]*

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS QUE ENTRE SI CELEBRAM A CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA E A EMPRESA SHINE ON LTDA - ME.**

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 por 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, nº 136 – Bairro: Centro, Rio Piracicaba/MG, e a empresa **SHINE ON LTDA - ME**, 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 representada 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 011/2019, na modalidade Convite 009/2019, do tipo Menor Preço e Técnica, regida pela Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações e pela Lei nº 12.232 de 29 de abril de 2010, mediante as seguintes cláusulas e condições:

### CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1- O objeto da contratação é a prestação de serviços de publicidade no exercício de 2020, 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:

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

*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*  
Câmara Municipal  
Rio Piracicaba  
Ética e Compromisso!

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

*[Handwritten initials]*

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 por cento) sobre os custos de produção da empresa, apurados em relação à tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais – SINAPRO.

2.3. O valor a ser pago pelos honorários incidentes sobre os custos de serviços de terceiros (externos), referente à elaboração de peças e materiais, com o envolvimento de trabalhos pela agência e cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, será de: 10 % (Dez por cento).

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

2.5. O desconto padrão sobre o valor dos negócios que serão encaminhados ao veículo por ordem e conta da Câmara Municipal (Comissão da agência) será de 20% (vinte por cento), sobre o valor bruto da tabela do veículo.

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

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

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

Confere com o Original em Fé.  
Rio Piracicaba, 11/10/20

Inez Aparecida Leite  
Diretora Geral



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

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

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

2.12. – O faturamento deverá vir acompanhado:

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

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

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

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

### CLÁUSULA TERCEIRA - DA ALTERAÇÃO DO CONTRATO

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

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

3.1.2. Por acordo das partes:

3.1.2.1. Quando necessária a modificação do modo de fornecimento, em face de

Conferir com o Original e Buffé.

Rio Piracicaba 15/01/2020

*[Assinatura]*

Inês Aparecida Leite  
Diretora Geral

*[Assinatura]*

*[Assinatura]*

*[Assinatura]*



*[Assinatura]*



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-D0025**

#### **CLÁUSULA QUINTA - DA VIGÊNCIA**

5.1. - O presente contrato entrará em vigor na data de sua assinatura e encerrar-se-á em **31/12/2020**, podendo ser prorrogado, a critério do Contratante e mediante a anuência da Contratada, por meio de termos aditivos, obedecido o período admitido na legislação em vigor, conforme dispõe o art. 57, II, da Lei nº 8.666/93, conforme nova redação que lhe deu a Lei nº 9.648/98.

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.

Confere com o Original e Dou.F.  
Rio Piracicaba - 15/10/2020

Inês Aparecida Leite  
Diretora Geral





**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.

Compare com o Original e Dou  
Rio Piracicaba - 15/01/2020

Inês Apurecida Leite  
Diretora Geral



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo

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 caracteriza 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.

Confere com o Original e Dou Fé.  
Rio Piracicaba 15/01/2020

Inez Aparecida Leite  
Diretora Geral





# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo

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

### CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA PUBLICAÇÃO

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

### CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DO FORO

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

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

Rio Piracicaba, 15 de janeiro de 2020.


CONTRATANTE:


  
**TAYRONE ARCANJO GUIMARÃES**  
CÂMARA MUNICIPAL DE RIO PIRACICABA

CONTRATADO:

  
**DOUGLAS ANTÔNIO ARAUJO COTA**  
SHINE ON LTDA - ME

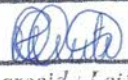
TESTEMUNHAS:

  
**Inêz Aparecida Leite**  
CPF Nº: 096.717.456-28

  
**Vanilza A. Souza Caldeira**  
CPF Nº: 032.963.726-60

Confere com o Original e Dou Fé.

Rio Piracicaba 15/01/2020

  
**Inêz Aparecida Leite**  
Diretora Geral

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



# Câmara Municipal de Rio Piracicaba

## Poder Legislativo



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

### EXTRATO DO CONTRATO Nº 006/2020, RELATIVO AO PROCESSO LICITATÓRIO Nº 011/2019, MODALIDADE CONVITE Nº 009/2019.

**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-D0025

**VALOR TOTAL ESTIMADO DO CONTRATO:** R\$ 80.000,00 (Oitenta mil reais)

**VIGÊNCIA:** 15/01/2020 a 31/12/2020

Publicado em 15/01/2020

  
**Inéz Aparecida Leite**  
Presidente da Comissão

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

  
Câmara Municipal  
Rio Piracicaba  
Ética e Compromisso!