



À
CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE
Comissão Permanente de Licitações
Avenida dos Andradas, nº 3.100, Bairro Santa Efigênia, Belo
Horizonte /MG.

IMPUGNAÇÃO AO EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2018

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE MINAS GERAIS SINAPRO - MG, inscrito no CNPJ sob o nº 20.995.635/0001-83, com sede em Belo Horizonte / MG, na Rua Domingos Vieira, 587, Conjunto 913, Bairro Santa Efigênia, CEP 30150-240, na pessoa de seu Presidente, vem com fundamento no parágrafo 1º do artigo 41 da Lei 8.666/93, oferecer Impugnação ao Edital de CONCORRÊNCIA Nº001/2018, aduzindo para tanto o que se segue.

I - DA SÍNTESE DOS FATOS

A CÂMARA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE está promovendo licitação na modalidade Concorrência, com o objetivo de contratar empresa para prestação de serviços de publicidade.

II - SUPRESSÃO DE SERVIÇOS ESSENCIAIS

O subitem 3.3.1.1 do Termo de Referência veda a inclusão de pesquisas ou qualquer ou meio de avaliação, impedindo assim o desenvolvimento de uma comunicação eficiente e bem embasada, indo de encontro ao que propõe o inciso I do § 1º do artigo 1º da Lei 12.232/2010 (grifo nosso):

Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se serviços de publicidade 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 da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

§ 1º Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º desta Lei;

II - à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

III - à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

Por ser esta medida substancial, vindo a afetar a formulação das propostas, fica desde já requerido a necessária republicação do edital com a devida reabertura do prazo, conforme previsto no § 4º do artigo 21 da Lei 8.666/1993:

"§ 4º Qualquer modificação no edital exige divulgação pela mesma forma que se deu o texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das propostas."



A obrigatoriedade de republicar o edital e reabrir o prazo da licitação, mesmo nos casos em que hajam diminuição de exigências já foi vastamente apresentada na doutrina, como por exemplo, no Acórdão nº 1197/2010 - TCU - Plenário, Relator Ministro Augusto Sherman Cavalcanti:

"9.2.2. atente para a necessidade de divulgação, pela mesma forma que se deu o texto original, das eventuais alterações do instrumento convocatório, com a reabertura do prazo inicialmente estabelecido, mesmo em hipóteses que resultem na ampliação do universo de competidores, a fim de viabilizar que os novos possíveis interessados contem com tempo hábil para a elaboração de suas propostas, com vistas a dar pleno cumprimento ao disposto no § 4º do art. 21 da Lei 8.666/93."

Portanto, este Impugnante, vem requerer a retirada do subitem 3.3.1.1 do Termo de Referência, haja vista que o mesmo constitui-se como um entrave na efetiva prestação dos serviços, comprometendo de modo fatal os objetivos pretendidos pela Câmara Municipal de Belo Horizonte de consequência deverá ser reaberto nova prazo para a apresentação das Propostas.

III - CONTROVÉRSIA QUANTO À PUBLICIDADE DE ORIENTAÇÃO SOCIAL

No subitem 3.4.2 do Termo de Referência a CMBH afirma que não realizará campanha de orientação social. Tal determinação vai de encontro ao contido na CF 2018 que diz:

Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte:

I - ...

§ 1º A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Pelo que, esta Impugnante vem requerer a retirada do subitem 3.4.2 do Termo de Referência, a uma, não se fez presente no processo licitatório que deu origem ao Edital, a devida motivação da Administração para tanto; a duas, porque o tema "Orientação Social" caracteriza-se como a mola mestra dos fins de uma Casa Legislativa, caracterizando, destarte, ofensas ao princípio da legalidade e da eficiência.

Apresenta-se inequívoca a ilegalidade de tal desiderato, pois a "orientação social" mostra-se imprescindível na comunicação com o público alvo, uma vez que seu propósito é o de orientar e/ou conscientizar o cidadão sobre fatos e/ou valores importantes à população, tais como a cidadania, as liberdades públicas e outras; portanto, o subitem 3.4.2 deverá ser retirado do Termo de Referência.

IV - NEBULOSIDADE QUANTO AO VALOR PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS ESPECIALIZADOS

O Subitem 3.7.1 do Termo de Referência diz que o procedimento previsto na letra "b" do subitem 3.7 deverá ser realizado sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor **igual ou superior** ao menor dos seguintes valores de referência:

- a) 0,5% (cinco décimos por cento) do valor máximo original do contrato;
- b) 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea "a" do inciso II do artigo 23 da Lei Federal 8.666/93.

Tal redação se mostra confusa e errônea, podendo vir a causar danos às partes contratantes, quando de devida interpretação e aplicação.



A Lei 12.232/2010 é de clareza ímpar, quando trata a respeito (grifo nosso):

Art. 14. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º desta Lei.

§ 1º O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput deste artigo exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

§ 2º No caso do § 1º deste artigo, o contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços **tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.**

§ 3º O fornecimento de bens ou serviços de **valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento)** do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no § 2º deste artigo.

Assim, por força do contido § 2º do artigo 14 da Lei 12.232/2010, a redação do subitem 3.7.1 deve ser corrigida, pois quando o valor for igual a 0,5% (cinco décimos por cento) não haverá a necessidade da apresentação de 3 (três) orçamentos para a contratação de bens ou serviços especializados.

V - DA FALTA DE ECONOMICIDADE

Os subitens 3.8 e 3.8.1 solicitam a apresentação de 3 (três) estratégias de mídia por campanha; ora, este tipo de exigência pode inicialmente dar a entender que isto será vantajoso para a CMBH, entretanto, se levar em conta que a estratégia de mídia é cobrada separadamente dentro de um planejamento de campanha (ver Lista de Custos Internos do SINAPRO/MG), sendo que ao final o custo será acrescido em duas vezes sobre o valor usualmente praticado no mercado.

Além do que não se mostra razoável, sob o ponto de vista técnico publicitário, a defesa de mais de uma estratégia de mídia.

Posto isto, visando o princípio da economicidade, o Impugnante requer que seja solicitada apenas uma estratégia de mídia que é suficiente o bastante para nortear a campanha, alterando-se assim, os subitens 3.8 e 3.8.1.

VI - IMPROPRIEDADE QUANTO À IMPOSIÇÃO DE ÔNUS

O subitem 3.8.4 do Termo de Referência ao solicitar a criação e a manutenção de um site com prestação de contas do contrato a cargo da Contratada, cria um ônus que não é da responsabilidade desta. A questão da publicidade da transparência de contas é do órgão Público e não da empresa contratada.

O Impugnante requer que seja retirada essa exigência do subitem 3.8.4 do Edital " a cargo da Contratada", por ser esta, uma responsabilidade exclusiva da CMBH.

VII - EXIGÊNCIA LIMITADORA E ANTIECONÔMICA

O subitem 3.1.13 do Termo de Referência solicita que a Auditoria de mídia seja efetuada somente com "entidade autônoma" existente há pelo menos 5 anos.

Trata-se de exigência limitadora e de caráter antieconômico, sem qualquer motivação para tanto. Existem no mercado diversas empresas de auditoria de mídia, com excelente credibilidade, com preços competitivos e que não possuem 5 (cinco) anos de existência.



Devendo, portanto, ser excluída esta exigência relativa ao tempo de atividade da empresa que presta auditoria de mídia.

VII - DO VALOR INDICADO PARA O EXERCÍCIO DA CAMPANHA

O subitem 3.7.1 estipulou uma verba referencial para a elaboração do Plano de Comunicação, no valor de R\$200.000,00 (duzentos mil reais) para 5 (cinco) dias.

Citado valor restringirá em muito o alcance da mensagem a ser criada pelas agências, haja vista o alcance da mensagem a ser divulgada ao público alvo.

O Impugnante requer a reavaliação do valor destinado ao exercício da campanha, bem assim, o período da mesma.

IX - IMPOSIÇÃO DE CONDIÇÃO EM CONTRARIEDADE À LEI FISCAL

O subitem 10.11 do Termo de Referência pede que seja comprovado o recolhimento do IR dos serviços contratados no mês anterior até dia 15 do mês, quando na realidade as empresas podem recolher o citado imposto até o dia 20 do mês subsequente. Além disso, normalmente é feita a retenção deste imposto, não havendo, portanto, necessidade de se comprovar o recolhimento, pois, este é efetuado automaticamente no pagamento.

Assim, este subitem deve ter sua redação adequada à legislação vigente, ou mesmo retirado do Edital, pois constitui uma exigência despropositada.



X - DA FALTA DE DADOS SUFICIENTES PARA ELABORAÇÃO DA CAMPANHA - BRIEFING INCONSISTENTE

A Lei 12.232/2010 determina que (grifo nosso) :

Art. 6º A elaboração do instrumento convocatório das licitações previstas nesta Lei obedecerá às exigências do art. 40 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, com exceção das previstas nos incisos I e II do seu § 2º, e às seguintes:

I - os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 desta Lei;

II - as informações suficientes para que os interessados elaborem propostas serão estabelecidas em um briefing, de forma precisa, clara e objetiva;

III - a proposta técnica será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing, e de um conjunto de informações referentes ao proponente;

Ocorre que o Edital da CMBH não cumpriu a determinação contida no inciso II do artigo 6º da Lei 12.232/2010, uma vez que o briefing apresentado no Edital, não contém elementos suficientes para a perfeita elaboração do Plano de Comunicação a ser apresentado pelas Agências.

Sobre o tema, vale mencionar a Instrução Normativa SECOM Presidência nº 04/2010, que contribui para facilitar o entendimento do instituto, pois inovou ao descrever no seu "Anexo I" quais os elementos necessários à sua elaboração, os quais foram divididos em 9 itens, a saber:

a) Situação Geral; b) Problema ou Desafio de Comunicação; c) Objetivos de Comunicação – Geral e Específicos; d) **Público-alvo**; e) Praças; f) **Período**; g) **Verba Referencial para Investimento**; h) Pesquisas e Outras Informações; i) Recursos Próprios de Comunicação; e j) Esforços Anteriores de Comunicação.

Os itens em destaque acima, não foram inseridos no briefing, apesar de estarem inseridos no Anexo IV - Orientações, o que pode levar os Licitantes a erro na elaboração de suas Propostas.

Não se encontra no briefing constante do Edital, nem No Termo de Referência, nem nas Orientações - Anexo IV: Praças, Recursos próprios de comunicação e esforços anteriores de comunicação.

Nesse sentido, a ausência de elementos norteadores para a formulação de propostas factíveis atinge diretamente o julgamento das propostas, já que os membros da comissão julgadora não irão dispor de parâmetros razoáveis e suficientes que permitam a mensuração apropriada das notas técnicas, alargando a margem de subjetividade na avaliação dos quesitos pontuáveis, razão porque a elaboração de um briefing que espelhe adequadamente os objetivos almejados deve servir de sustentáculo para a produção de uma proposta criativa e eficiente.

Tal fato fere o princípio da isonomia a que todos os licitantes e a própria Administração estão sujeitos, sob pena de macular o processo licitatório e provocar sua anulação.

Salientamos que o Tribunal de Contas de Minas Gerais já julgou caso semelhante (TCEMG nº 896376) e considerou que (grifo nosso) :

"O briefing, por se consubstanciar em resumo informativo, preliminar ao planejamento e à criação de cada campanha, deverá ser elaborado para cada campanha publicitária e apresentar, de forma precisa e completa, clara e objetiva, todas as informações que a Administração Pública deve fornecer para orientar o trabalho da agência de publicidade."



Pelo que, pede a apresentação de novo briefing, uma vez que não se fez presente no que foi apresentado no Edital, os parâmetros razoáveis e suficientes que permitam a precisa produção do exercício de campanha pelas Agências; caracterizando, destarte, uma possível falta de isonomia entre o Planos de Comunicação Publicitária a serem apresentados pelas agências competidoras, contrariamente ao que se propõe as leis licitatórias 8.666/93 e 12.232/2010”.

XI - DA EXCESSIVA E INCORRETA VALORAÇÃO DO PREÇO

Trata-se de Concorrência na modalidade técnica e preço, na qual CMBH concedeu o peso para a valoração da Proposta Técnica expressivamente inferior para a valoração da Proposta de Preços. Entendendo assim, que a técnica não é relevante para a realização do objeto, circunstância que atrai o tipo ‘menor preço’. **Prática expressamente proibida pela Lei 12.232/2010:**

“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”.”

No Anexo VII foram indicados os critérios de julgamento das propostas, sendo que, para apuração da Nota Final, estabeleceu-se que seria declarada vencedora do certame a licitante habilitada que tiver obtido a maior Nota Final, apurada pela utilização da seguinte fórmula:

$$NF = (035 \times NT) + (0,65 \times NP).$$

Ou seja, o edital estabeleceu o peso para a valoração da Proposta Técnica expressivamente inferior para a valoração da Proposta de Preços.

A título de justificar tamanha absurdidade, cometeu outro absurdo e afronta às agências de publicidade que participam e participaram dos outros certames realizados pela Câmara Municipal de Belo Horizonte.



A justificativa para valoração maior para o preço do que para a técnica foi o de que:

"(...) historicamente, revelou-se que as campanhas produzidas para a CMBH exigiram relativamente pouca criatividade, seguindo padrões bastante convencionais, em todas as variantes do serviço (especialmente quanto ao conteúdo das campanhas e à forma de distribuição), levando a se preferir, agora, uma sobrevalia para o preço a se pagar pelas campanhas, fazendo refletir na licitação o que a prática revelou ser a realidade do serviço no âmbito da CMBH."

E arremata a malsinada justificativa:

"3.1.2 – A justificativa prevista no subitem 3.1.1 deste Anexo, inclusive, foi considerado para a simplificação das propostas técnicas, em termos formais e em termos quantitativos, tudo em consideração ao que se previu nas licitações da própria CMBH."

Ou seja, na redação do edital de licitação, a Câmara Municipal de Belo Horizonte nivelou por baixo os trabalhos publicitários institucionais até então realizados por agências de publicidade que a atenderam, assim como acena que as novas e futuras campanhas poderão, igualmente, manter o baixo padrão de qualidade, "de pouca criatividade" e, por tanto, (com a adoção da prevalência do preço sobre a técnica) prefere pagar menos pelos trabalhos a serem desenvolvidos pelas agências que vierem a ser contratadas, do que obter uma comunicação institucional de alto padrão técnico e que atinja a finalidade para a qual é realizada.

Esse reconhecimento da importância da qualificação técnica dos prestadores do serviço, assim como da preponderância da técnica sobre o preço, deu azo a que a atual lei de licitações de serviços publicitários – Lei 12.232/2010 – excluísse dos tipos de licitação, o de "Melhor Preço".

Conforme se vê do artigo 5º da citada lei, os tipos possíveis de licitação, para a contratação dos serviços publicitários, são os de "MELHOR TÉCNICA" e "TECNICA E PREÇO".

Outrossim, é de se atentar que o próprio Governo Federal utiliza, para todos os procedimentos licitatórios dos entes públicos de âmbito federal, o tipo "MELHOR TÉCNICA",

porque também reconhece, tal como o intuito da lei, a PREPONDERÂNCIA DA TÉCNICA SOBRE O PREÇO.

E quando escolhido o tipo "Técnica e Preço" pelo ente público que realiza a licitação, é estabelecida, mais uma vez, a preponderância da Técnica sobre o Preço, estabelecendo pesos diferenciados para as Propostas Técnica e de Preço, sendo que à primeira, em regra, é dado o peso 0,70 e ao segundo, o peso 0,30.

Será vencedora do certame a agência que obtiver a melhor pontuação na média ponderada entre a Proposta Técnica e a de Preço.

Seria de todo inimaginável que fosse tentado, pela Câmara Municipal de Belo Horizonte, escamotear o princípio que estabeleceu, através da lei 12.232/2010, a preponderância da Técnica sobre o Preço, na avaliação e contratação de agência de publicidade.

A aplicação dos pesos 0,35 para a Nota Técnica e 0,65 da Nota de Preço é uma ostensiva e inaceitável afronta aos princípios que ensejaram a edição da Lei 12.232/2010, no que tange à forma de avaliação das licitantes para a prestação dos serviços publicitários.

A inversão de valores na avaliação das propostas Técnica e de Preço implica em que será contratada a agência que apresentar MENOR PREÇO, não importando a qualidade de seus trabalhos, demonstrada através do desenvolvimento da campanha simulada, ficcional, para Solução do Problema de Comunicação formulado pela Câmara Municipal, através do "briefing" contido no edital de licitação.

Vencerá, se mantida essa forma de avaliação das Propostas das licitantes, não a agência mais qualificada tecnicamente para execução de serviços altamente intelectuais, de notória especialização, **mas sim a agência que apresentar menor preço, não importando, eventualmente, não ser a mais qualificada para a prestação dos serviços.**



Isso afronta também os princípios que regem o processo licitatório, dentre os quais destacam-se o da EFICIÊNCIA e o da ECONOMICIDADE, exigidos pelo direito administrativo.

Os princípios constitucionais supracitados estão intrinsecamente relacionados a uma avaliação econômico-financeira dos atos administrativos, dos quais resultem em despesas públicas, e consideram a adequação do binômio custo-benefício, ou seja, a equivalência entre a qualidade dos serviços demandados e recebidos, com vistas a atender às necessidades da administração, e o preço incorrido por esses serviços.

Além da preponderância da Técnica em relação ao Preço, adotada pela Lei 12.232/2010, cumpre destacar que a opção da Câmara Municipal, altamente perniciosa para a própria Administração Pública, pela Proposta de Preço, não resulta na efetividade de obter as melhores condições para esse ente público, pois não será a remuneração reduzida à agência contratada que implicará na redução de custos efetivos.

Como é notoriamente sabido, a verba estimada para as licitações de serviços publicitários não são destinadas exclusivamente à remuneração das agências de publicidade.

A grande parte da verba é destinada, fundamentalmente, para o pagamento da mídia (impressa, eletrônica, digital e alternativas), realizada pelos Veículos de Divulgação (cerca de 70% da verba total), além do pagamento de fornecedores externos de serviços especiais (como produção de audiovisuais, produção gráfica, produção digital e outras) e apenas residualmente (não mais do que 15% em média), como remuneração das agências de publicidade.

Portanto, a proposta de preços apresentada pelas licitantes se referirá, única e exclusivamente, à remuneração da agência, que não atinge sequer 20%(vinte por cento) de toda a verba fixada para a publicidade institucional do ente público.



Desta forma, a adoção da uma “variação” do tipo “MELHOR PREÇO” pela Câmara Municipal de Belo Horizonte para este certame, além de afrontar o princípio adotado pela Lei 12.232/2010 de priorizar a Técnica, em relação ao Preço, também não traz, efetivamente, nenhum benefício ou vantagem a esse ente público, seja porque o maior valor da verba fixada, será destinada a terceiros, que não a agência (Veículos de Divulgação e Fornecedores externos de serviços especializados), como também poderá redundar em graves prejuízos financeiros e de efetividade na comunicação, pois poderá contratar prestador de serviço de baixa qualidade técnica, cujos trabalhos não resultarão no cumprimento desejado do contrato administrativo.

Considera-se a proposta mais vantajosa para a administração aquela que contempla produto ou serviço de boa qualidade, associada a preço compatível com o praticado pelo mercado, conforme previsto no art. 43, inciso IV, da Lei 8.666/93.

Para que se obtenha a proposta mais vantajosa é necessária a especificação do produto ou serviço adequada às reais necessidades da Administração e a formulação de exigências de qualificação técnica e econômico-financeira que não restrinjam a competição e propiciem a obtenção de preços compatíveis com os de mercado, mas que afastem empresas desqualificadas do certame.

Corroborando o entendimento acima, temos o artigo 31 da Instrução Normativa Nº 3/2018 da Presidência da República, que disciplina as licitações e os contratos de serviços de publicidade a órgão ou entidade do Poder Público Federal:

“Art. 31. Dada a natureza intelectual dos serviços de publicidade, nos termos do §2º do art. 6º desta Instrução Normativa, na adoção do tipo de licitação “técnica e preço”, o peso técnico (PT) e o peso de preços (PP) deverão ser, respectivamente, seis e quatro.”

Pelo que este Impugnante requer a revisão dos critérios motivadores da escolha dos pesos elencados no Edital para a Proposta Técnica e para a Proposta de Preços, trazendo-os para os patamares adotados pela maioria dos órgãos públicos em licitações de serviços de publicidade e propaganda.



Inclusive, não é demais lembrar que a própria Lei n. ° 8.666/93 está carregada de tópicos de preocupação, acerca da responsabilização de eventuais responsáveis da disputa por: a) imposição de restrições indevidas à ampla concorrência; b) elaboração imprecisa de editais e c) inclusão de cláusulas que denotam o direcionamento do procedimento licitatório.

XII - DO PEDIDO

Certos que a Câmara Municipal de Belo Horizonte, seguirá fielmente os seus valores e deveres administrativos, apresentamos nossos requerimentos:

- a) A suspensão do processo licitatório, com as devidas correções apontadas nesta peça;
- b) A nova publicação do Edital com a abertura de novo prazo, onde a Câmara proceda ao enquadramento do Edital ora impugnado aos ditames e normas procedimentais da Lei 8.666/93 e da Lei 12.232/2010 e às Normas Padrão do CENP, bem assim, quanto às regras de mercado, haja vista as razões interpostas, conforme requerido ;
- c) Que se assim não for, que seja efetivada a revogação do presente procedimento administrativo licitatório pelas patentes ilegalidades cometidas, no todo ou em parte, afim de que prevaleçam as imposições legais compatíveis.
- d) caso assim não entenda, que apresente a motivação ensejadora da manutenção e finalização da Concorrência ora impugnada, conforme se encontra.

Nesses termos, pede deferimento.

Belo Horizonte - MG, 18 de setembro de 2018.



**SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO
ESTADO DE MINAS GERAIS - SINAPRO / MG**

André Vidigal Cavalcanti de Lacerda
Presidente

AGO do dia 07/11/2016, às 10h, em primeira e às 11h, em segunda convocação, para a eleição da Diretoria, do Conselho Fiscal e Suplentes, realizada na sede da Entidade, Rua Domingos Vieira, 587 – Conj: 913 – Santa Efigênia - Triênio: 1º/ 01/2017 a 31/12/2019.

O Diretor-Presidente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais - Sinapro-MG, Sr. André Vidigal Cavalcanti de Lacerda, verificando não haver quórum na 1ª convocação, às 10h, determinou, conforme estabelece o Edital, que a AGO se realizasse na 2ª convocação, com qualquer quorum às 11h. Foi aberta a segunda convocação, com a presença das agências associadas que assinam a presente ata através da "RELAÇÃO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA ASSOCIADAS Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais-Sinapro-MG, PRESENTES À AGO, DO DIA 07/11/2016, ÀS 10h, EM PRIMEIRA E ÀS 11h, EM SEGUNDA CONVOCAÇÃO, PARA a ELEIÇÃO DE DIRETORIA, CONSELHO FISCAL E SUPLENTE, PARA O TRIÊNIO: 1º/01/2017 a 31/12/2019". Em seguida, dando cumprimento ao que determina o Estatuto da Entidade, o presidente convidou o senhor Hélio Marques de Faria, Diretor da Faz Publicidade Ltda, para presidir a AGO e o senhor Sérgio Henrique Botelho, Sócio-Diretor Financeiro da Faz Publicidade Ltda, para secretariar a mesma. O convite foi por todos aprovado e teve início a AGO, com a leitura pelo senhor secretário do Edital de Convocação nos seguintes termos: "Edital de Convocação da 2ª Assembléia Geral Ordinária, data: 07/11/2016; 1ª convocação: 10h; 2ª convocação: 11h; Local: Sede da entidade, Rua Domingos Vieira, 587 – Conjunto: 913 – Santa Efigênia – Belo Horizonte - MG. Convoco as Agências de Propaganda filiadas e em dia com suas atribuições estatutárias do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais - Sinapro-MG, para a AGO, acima mencionada, com a seguinte pauta: Eleição da Diretoria, Conselho Fiscal e 3 (três) membros suplentes para o triênio: 2017/2019, conforme determina o Estatuto (Artigos 42º a 55º).

-A composição da Diretoria, e do Conselho Fiscal será feita, obedecendo ao Estatuto Social, aprovado em AGE, no dia 19/05/2016, registrado no "Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas de Belo Horizonte" e arquivado no Ministério do Trabalho e Emprego. A saber: Diretoria: Diretor-Presidente; Diretor Vice-Presidente; Diretor Secretário; Diretor Tesoureiro; Diretor de Assuntos Institucionais e Diretor de Relações Externas, Conselho Fiscal: 3 (três) membros efetivos e 3 (três) membros suplentes.

-A chapa deverá ser registrada até o dia 30/09/2016, às 17h, na Sede da entidade.

-A divulgação da(s) chapa(s) inscrita(s) será feita até o dia 04/10/2016.

-A impugnação poderá ser feita até, às 18h, do dia 07/10/2016, na sede da Entidade.

-Ocorrendo o registro de mais de 1 (uma) chapa e havendo o empate entre elas; em segunda convocação, uma terceira convocação será realizada às 20h, do mesmo dia. Encontra-se à disposição, na Secretaria Executiva da entidade, o kit com modelos de Ficha de Inscrição, de carta e de declarações necessárias ao registro de chapa, que será entregue mediante protocolo.

Belo Horizonte, 23 de Setembro de 2016. André Vidigal Cavalcanti de Lacerda, Diretor-Presidente”.

Em seguida, prosseguiu com a leitura da composição da única chapa concorrente ao pleito, assim composta: Diretor-Presidente: André Vidigal Cavalcanti de Lacerda; Diretor Vice-Presidente: José Luiz da Silva; Diretor Secretário: Juliano Torres Sales; Diretor Tesoureiro: Gustavo Garcia de Faria; Diretor de Assuntos Institucionais: Adolpho Resende Netto; Diretor de Relações Externas: Ricardo Melillo Filho e Conselheiros Fiscais, 3 membros efetivos: Antônio Carlos Ribeiro Moreira Júnior, Levi Lobato de Araújo e Simone Moreira de Abreu e 3 membros suplentes: Francisco José Tolentino Brandão, Adriano Buldrini de Souza e Thales Alves da Silva. Conforme determina o Estatuto, por haver somente uma chapa inscrita, o presidente da AGO informou que o processo de votação seria então por aclamação e procedeu a eleição nessas condições, sendo que a mesma ocorreu por unanimidade. Nada mais havendo a discutir, o senhor presidente da AGO agradeceu, em seu nome e do senhor secretário, o honroso convite e declarou encerrada a AGO. Eleita a chapa liderada pelo senhor André Vidigal Cavalcanti de Lacerda. A presente ata foi redigida, lida e aprovada por todos, fazendo parte da mesma, a relação de presenças à AGO.

Belo Horizonte, 07 de novembro de 2016.


Hélio Marques de Faria
Presidente


Sérgio Henrique Botelho
Secretário

REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS JURÍDICAS
Av. Afonso Pena, 732 - 2º Andar - Belo Horizonte / MG - Telef: (31) 3224-3578

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE MINAS GERAIS - SINAPRO - MG
AVERBADO(A) sob o nº 243, no registro 88838, no Livro A, em 14/02/2017
Belo Horizonte, 14/02/2017

Emol:(6101-0) R\$ 90.87 TFJ: R\$ 32.75 Rec: R\$ 5.45 - Total: R\$ 129.07
(8101-8) R\$ 10.84 TFJ: R\$ 3.60 Rec: R\$ 0.64 - Total: R\$ 15.08

Escritores: José Nadi Neri - Oficial / Ana Paula Neri Oliveira - Escrevente Substituto
Eduardo Wesley Rodrigues Mendes / Arnela Spadkovski Dias Da Silva / Eden Silva - Fim de Conselho

PODER JUDICIÁRIO - TJMG
CORREGEDORIA-GERAL DE JUSTIÇA
Registro Civil das Pessoas Jurídicas de Belo Horizonte - MG

SELO ELETRÔNICO NºBDN66392
CÓD. SEG :4190.7573.5260.3303
Quantidade de Atos Praticados: 00003
Emol: R\$ 107.80 TFJ: R\$ 36.35 Total: R\$ 144.15
Consulta a validade deste Selo no site <https://selos.tjmg.jus.br>



TERMO DE POSSE

DA DIRETORIA, CONSELHO FISCAL E SUPLENTES DO SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE MINAS GERAIS – SINAPRO-MG, PARA O TRIÊNIO: 2017/2019 – DE 1º/01/2017 A 31/12/2019.

Às 09h, do dia 02 de janeiro de 2017, na sede do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais – SINAPRO-MG, tomaram posse os novos diretores, membros do Conselho Fiscal e Suplentes dessa Entidade, eleitos em 07/11/2016. Para compor a mesa da solenidade, o presidente do Sinapro-MG, senhor André Vidigal Cavalcanti de Lacerda, convocou a mim, Sérgio Henrique Botelho, Diretor Financeiro da Faz Publicidade Ltda, para secretariar a solenidade, redigir e ler o **TERMOS DE POSSE**.

Em seguida, foi lida por mim a lista com nomes e funções dos novos Diretores e Membros do Conselho Fiscal e Suplentes, sendo os mesmos, convidados pelo senhor presidente André Vidigal Cavalcanti de Lacerda, para assinar o presente **TERMO DE POSSE**.

Para a Diretoria foram eleitos e tomaram posse os senhores empresários:




NOME	CARGO	ASSINATURA
André Vidigal Cavalcante de Lacerda	Diretor Presidente	
José Luiz da Silva	Vice Presidente	
Juliano Torres Sales	Diretor Secretário	
Gustavo Garcia de Faria	Diretor Tesoureiro	
Adolpho Resende Netto	Diretor de Relações Externas	
Ricardo Melillo Ribeiro Filho	Diretor de Assuntos Institucionais	

Conselho Fiscal - 3 Membros Efetivos

Antônio Carlos Ribeiro Moreira Júnior	Conselho Fiscal	
Levi Lobato de Araújo	Conselho Fiscal	
Simone Moreira de Abreu	Conselho Fiscal	

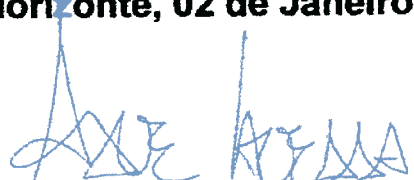


3 Membros Suplentes

Francisco José Tolentino Brandão	Membro Suplente	
Adriano Buldrini de Souza	Membro Suplente	
Thales Alves da Silva	Membro Suplente	

Verificando o comparecimento e assinatura de todos, eu, Sérgio Henrique Botelho, convidado para secretariar, redigir e ler o presente TERMO DE POSSE, assim o fiz. O presidente André Vidigal Cavalcanti de Lacerda considerou a nova Diretoria, Membros do Conselho Fiscal e Suplentes empossados. Agradeceu a presença de todos e encerrou a reunião.

Belo Horizonte, 02 de Janeiro de 2017.



André Vidigal Cavalcanti de Lacerda
Diretor-Presidente



Sérgio Henrique Botelho
Secretário

CARRERA MUNICIPAL DE BELO HORIZONTE
11/01/2018 12:10 001948 V19

REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS JURÍDICAS
Av. Afonso Pena, 732 - 2º Andar - Belo Horizonte / MG - Telefax: (31) 3224-3878

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE MINAS GERAIS - SINAPRO - MG
 AVERBADO(A) sob o nº 246, no registro 28376, no Livro A, em 14/02/2017
 Belo Horizonte, 14/02/2017
 Emot:(6101-0) R\$ 90,87 TFJ: R\$ 32,75 Rec: R\$ 5,45 - Total: R\$ 129,07
 (8101-8) R\$ 10,84 TFJ: R\$ 3,60 Rec: R\$ 0,64 - Total: R\$ 15,08

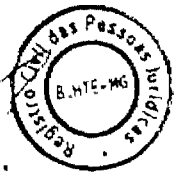
Escrituras: José Nadi Neri - Oficial; Ana Paula Neri Sivaite - Escrevente Substituto; Eicy Wessov Rodrigues Mendes - Analista; Edson Silva Pinto De Carvalho - Analista

PODER JUDICIÁRIO - TJMG
CORREGEDORIA-GERAL DE JUSTIÇA
Registro Civil das Pessoas Jurídicas de Belo Horizonte - MG

SELO ELETRÔNICO Nº BDN66399
CÓD. SEG: 4913.1561.7901.8923

Quantidade de Atos Praticados: 00003
 Emot: R\$ 107,80 TFJ: R\$ 36,35 Total: R\$ 144,15
 Consulta a validade deste Selo no site <https://selos.tjmg.jus.br>

**Alteração do Estatuto do
Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais -
SINAPRO-MG**



Arquivado no Ministério do Trabalho e Emprego e Averbado com registro de nº 88.838, no Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas de Belo Horizonte.

SUMÁRIO:

CAPÍTULO I - DA DENOMINAÇÃO, SEDE E OBJETIVO

**CAPÍTULO II - DAS PRERROGATIVAS E CONDIÇÕES DE
FUNCIONAMENTO**

CAPÍTULO III - DOS DIREITOS E DEVERES DAS FILIADAS

CAPÍTULO IV - DA ADMINISTRAÇÃO DO SINAPRO-MG

CAPÍTULO V - DAS ASSEMBLÉIAS GERAIS

CAPÍTULO VI - DAS ATRIBUIÇÕES

CAPÍTULOS VII - DAS CONDIÇÕES DE VOTAR

CAPÍTULO VIII - DAS ELEIÇÕES DE DIRETORIA E CONSELHO FISCAL

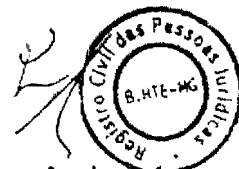
CAPÍTULO IX - DO PATRIMÔNIO

CAPÍTULO X - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

CAPÍTULO I - DA DENOMINAÇÃO, SEDE E OBJETIVO

Artigo 1º - O SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE MINAS GERAIS – SINAPRO-MG, é uma entidade sindical de primeiro grau, com duração por prazo indeterminado, integrante do Sistema Confederativo Sindical que se regerá por este Estatuto e pela legislação vigente no que lhe for aplicável.

Artigo 2º - O SINAPRO – MG tem por base territorial e jurisdicional o Estado de Minas Gerais e tem sede e foro jurídico na cidade de Belo Horizonte-MG.



Artigo 3º - A entidade tem como finalidade:

- a) Defender os direitos e interesses coletivos ou individuais da categoria econômica das Agências de Publicidade e Propaganda, inclusive em questões administrativas ou judiciais;
- b) Zelar pela fiel observância das leis vigentes, à categoria econômica representada;
- c) Zelar pela obediência aos preceitos éticos contidos no Código de Ética e Normas Padrão próprio das agências, mediante denúncia, independentemente de serem ou não associadas;
- d) Promover a formação e aperfeiçoamento técnico da atividade representada, pelo intercâmbio de ideias, experiências e conhecimentos entre suas associadas e pela organização de cursos, conferências, palestras, seminários, exposições, congressos, e outras a estes assemelhados.

CAPÍTULO II - DAS PRERROGATIVAS E CONDIÇÕES DE FUNCIONAMENTO

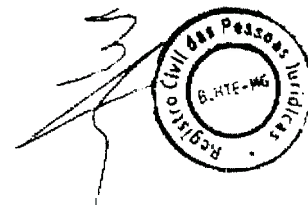
Artigo 4º - São prerrogativas do SINAPRO-MG:

- a) Representar, perante as autoridades administrativas e judiciárias, os interesses gerais da categoria representada ou os interesses individuais das empresas associadas desde que relativos à atividade econômica por ela desenvolvida e representada pela Entidade;
- b) Participar das negociações coletivas de trabalho;
- c) Eleger ou designar os representantes da respectiva categoria dentro de sua base territorial, inclusive para composição dos colegiados dos órgãos públicos;
- d) Colaborar com o Estado, como órgão técnico e consultivo, no estudo e na solução dos problemas que se relacionam com a categoria econômica representada;
- e) Promover a instituição e cobrança de contribuição a todos aqueles que participam da categoria econômica desenvolvida pelas empresas nela compreendidas;
- f) Baixar Instruções Normativas e/ou Resoluções estabelecendo regras de conduta de interesse da categoria.

Artigo 5º - São deveres do SINAPRO-MG:

- a) Respeitar as normas constitucionais, as leis e regulamentos, especialmente sobre a atividade econômica de propaganda e publicidade;
- b) Manter os livros sociais destinados a registro de presença e lavratura de atas das Assembleias Gerais, das reuniões de Diretoria e Conselho Fiscal, bem como para registro das empresas associadas;
- c) manter registros contábeis e fiscais dispostos segundo o ordenamento jurídico aplicável;

d) Manter serviço de assistência judiciária para seus Associados.



Artigo 6º - São condições para o funcionamento do **SINAPRO-MG**:

- a) Observância rigorosa das leis especialmente as vigentes sobre a atividade econômica que representa, dos princípios morais e compreensão dos deveres cívicos;
- b) Abstenção de qualquer propaganda, não somente de doutrinas incompatíveis com as instituições e os interesses nacionais, mas também de candidatura a cargos eletivos estranhos aos interesses do **SINAPRO-MG**;
- c) Inexistência do exercício de cargos eletivos cumulativamente com os empregos remunerados pelo **SINAPRO-MG**;
- d) Manutenção, em sua sede, de um livro de registro de filiadas;
- e) Proibição de ceder, gratuita ou remuneradamente, sua sede a quaisquer entidades de índole político-partidária;
- f) Não filiação a organizações internacionais sem prévia licença das filiadas.

CAPÍTULO III - DOS DIREITOS E DEVERES DAS FILIADAS

Artigo 7º - A toda empresa que participe da categoria econômica representada, tendo a prestação de serviços de publicidade e propaganda como sua atividade principal, satisfazendo às exigências da legislação pertinente, assiste o direito de ser filiada.

Artigo 8º - As Agências de Publicidade e Propaganda admitidas ao quadro social do **SINAPRO-MG** poderão sofrer sanções e cancelamento de sua filiação, caso ocorram denúncias que desabonem a atividade da mesma, julgadas pela Diretoria e submetidas à apreciação de uma Comissão de Ética especialmente convocada para isso e que julgue procedentes essas denúncias, encaminhando-as a uma AGE especialmente convocada para tal.

Artigo 9º - São direitos das filiadas:

- a) Tomar parte, votar e ser votado nas Assembléias Gerais, fazendo-se representar na forma do disposto em seu estatuto ou contrato social, ou por pessoa credenciada através de documento aceito pelo **SINAPRO - MG**;
- b) Requerer medidas para solução de seus interesses;
- c) Utilizar os serviços de assistência prestados pela Entidade, observadas as normas e condições estabelecidas;
- d) Oferecer denúncia para Assembléia Geral, no prazo de 30 (trinta) dias, contra os atos lesivos de direito ou contrários a esse Estatuto;
- e) Requerer à Diretoria, com no mínimo, 10 (dez) outras filiadas quites com suas obrigações sindicais e sociais, a convocação da Assembléia Geral Extraordinária, justificando-a pormenorizadamente;



f) Requerer expressamente a desfiliação do Sindicato, quando julgar necessário, bastando para tanto protocolar o pedido na Secretaria do **SINAPRO/MG**.

§ 1º - No caso da alínea "d" deste artigo, a denúncia será por escrito e o prazo conta-se da data de conhecimento do evento lesivo;

§ 2º - O prazo para a Assembléia se manifestar sobre a denúncia de que trata a alínea "d" supra, será de 90 (noventa) dias, contados da data de protocolo da denúncia;

§ 3º - Os direitos conferidos pela Federação aos Sindicatos filiados são intransferíveis.

Artigo 10º - São deveres das filiadas para com o **SINAPRO-MG**:

- a) Respeitar e fazer respeitar este Estatuto e os preceitos legais aplicáveis à atividade econômica publicitária, zelando por toda a legislação específica do setor de Agências de Publicidade e Propaganda;
- b) Comparecer às Assembléias Gerais e às Reuniões para que for convocado, devendo acatar as deliberações emanadas das Assembléias, da Diretoria e das Comissões formadas, inclusive em processos éticos e administrativos, sem prejuízo da faculdade de utilização dos recursos cabíveis;
- c) Prestigiar o **SINAPRO-MG** por todos os meios ao seu alcance e propagar o espírito associativo entre integrantes da categoria econômica;
- d) Pagar pontualmente as mensalidades associativas, fixadas pela Assembléia Geral;
- e) Respeitar os regulamentos e regimentos internos do Sindicato, elaborados e aprovados para cada setor de acordo com as normas estatutárias;
- f) Representar perante o Sindicato, devidamente documentado, contra outras Agências, Veículos e Fornecedores, sobre atos antiéticos, assim considerados conforme a legislação em vigor;
- g) Respeitar e cumprir as Instruções Normativas e/ou as Resoluções baixadas pela Diretoria do Sindicato.

§ único - Os pagamentos efetuados após a data de vencimento estarão sujeitos à multa de 2% (dois por cento) e juros de 1% (um por cento) ao mês, "pro rata tempore", ou a outros percentuais conforme determinar leis específicas, sem necessidade de AGE para a substituição desses percentuais.

Artigo 11º - Das penalidades às filiadas:

As filiadas estão sujeitas às penalidades de suspensão e eliminação do quadro associativo da Entidade.

§1º - Serão suspensos os direitos das filiadas que:

- a) Não comparecerem a 3 (três) Assembléias Gerais consecutivas, sem justa causa;

b) Desacatarem a Assembléia Geral ou a Diretoria;

c) Infringirem qualquer das normas estatutárias;

d) Apresentarem-se como representantes do **SINAPRO-MG**, sem estarem credenciadas para tanto.



§2º - Serão eliminadas do quadro social, aquelas que:

a) sem motivo justificado, atrasarem em 3 (três) meses o pagamento de suas mensalidades, contribuições sindicais e confederativa;

b) reincidirem no cometimento de falta já punida com suspensão, ou cometerem falta que atente contra os interesses coletivos do quadro associativo do Sindicato;

c) deixarem a atividade econômica dentro da base territorial do **SINAPRO-MG**.

§3º - Em razão da menor gravidade da falta e a exclusivo critério da Diretoria, as faltas sujeitas à pena de suspensão poderão ser objeto de advertência;

§4º - Em razão da gravidade da falta e a exclusivo critério da Diretoria, as faltas sujeitas a eliminação poderão ser agravadas com comunicado ao **CENP - CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO** ou divulgação pública através do site do **SINAPRO-MG**;

§5º - As penalidades serão impostas pela Diretoria, devendo ser precedida da audiência da filiada que deverá aduzir, por escrito, sua defesa, cabendo, da penalidade imposta, recurso à Assembléia Geral, que deliberará por maioria de votos dos presentes;

§6º - A filiada será convocada para a audiência por meio físico;

§7º - A diretoria decidirá no prazo de até 30(trinta) dias e comunicará a filiada por meio físico;

§8º - Da decisão da diretoria caberá recurso para a Assembléia Geral, no prazo de 10 (dez) dias, contados da intimação da decisão, sem efeito suspensivo;

§9º - A Assembléia decidirá no prazo de até 90 (noventa) dias contados do protocolo do recurso.

Artigo 12º - Durante o decurso da pena de suspensão, que não poderá ultrapassar 90 (noventa) dias, a filiada deixará de ter direitos, mas continuará com seus deveres sociais; na forma do Capítulo III deste Estatuto.

Artigo 13º - A filiada que tenha sido eliminada do quadro associativo, poderá reingressar ao **SINAPRO-MG** desde que se reabilite, a juízo da Assembléia Geral ou liquide seus débitos, quando se tratar de atraso de pagamento.



§ÚNICO – Se a eliminação referida no “caput” deste artigo decorrer de decisão por infração ética, disciplinar ou legal, a readmissão da Agência somente poderá ser concedida se aquele comprovar ter eliminado a falta cometida e as conseqüências dela decorrentes.

Artigo 14º - Respondem solidariamente pela dívida junto ao **SINAPRO-MG** as pessoas físicas sócio-titulares da filiada inadimplente, mesmo quando participarem de outra empresa.

CAPÍTULO IV - DA ADMINISTRAÇÃO DO SINAPRO-MG

Artigo 15º - O **SINAPRO-MG** terá como órgãos de administração e deliberação:

- a) A Assembléia Geral;
- b) A Diretoria;
- c) O Conselho Fiscal.

Artigo 16º- A Diretoria será composta de 6 (seis) diretores, a saber: Diretor- Presidente, Diretor Vice-Presidente, Diretor-Secretário, Diretor-Tesoureiro, Diretor de Assuntos Institucionais, Diretor de Relações Externas, eleitos com mandato de 3 (três) anos pela Assembleia Geral, podendo ser reeleita por até 1 (um) mandato consecutivo.

§ Único - Na hipótese de renúncia, destituição, falecimento ou impedimento permanente de um dos membros da Diretoria, a substituição para o seu cargo deverá ser feita por indicação de metade mais um dos Diretores, ou ainda acumulado interinamente pelo Presidente.

Artigo 17º - O Conselho Fiscal será composto de 3 (três) membros efetivos e 3 (três) membros suplentes eleitos em Assembléia Geral, na forma deste Estatuto, conjuntamente com a Diretoria.

§ Único - Os cargos aqui citados serão ocupados por ordem de menção na chapa eleita, o mesmo se aplicando aos suplentes.

CAPÍTULO V - DAS ASSEMBLÉIAS GERAIS

Artigo 18º - A Assembléia Geral será constituída pelas filiadas, na plenitude de seus direitos sociais.

Artigo 19º - A Assembléia Geral reunir-se-á:

- I. Ordinariamente:



- a) para examinar as contas da Diretoria, o Balanço Geral do exercício anterior e o Parecer do Conselho Fiscal emitido sobre ele;
- b) para aprovação da Proposta Orçamentária para o ano seguinte;
- c) para preenchimento dos cargos eletivos.

II. Extraordinariamente:

- a) sempre que a superveniência de questões exigirem sua convocação;
- b) a requerimento da maioria das filiadas quites, que especificarão, pormenorizadamente, os motivos da convocação;
- c) para discussão e aprovação de negociações coletivas de trabalho; para atender requerimento de filiada em razão do disposto no art. 9º, alínea "d" e parágrafos;
- d) nas demais hipóteses previstas neste Estatuto.

§ 1º- A aprovação do Balanço e Contas da Diretoria deverá ocorrer até 30 de março do ano seguinte;

§ 2º- A aprovação da Proposta Orçamentária deverá ocorrer até 30 de novembro do ano anterior;

§ 3º- As Assembléias Gerais requeridas na forma prevista no artigo 9º, alíneas "d" e "e" deste Estatuto, não poderão ser recusadas pela Diretoria, que deverá convocá-las dentro do prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados da data de recebimento do requerimento.

Artigo 20º - As Assembléias Gerais serão soberanas nas suas resoluções, não contrárias às leis vigentes e a este Estatuto. Suas deliberações serão tomadas por maioria de votos dos filiados presentes, exceto quando exigido pelo estatuto quorum qualificado.

§ Único- Nas Assembléias serão exclusivamente tratados os assuntos constantes dos respectivos editais de convocações.

Artigo 21º - A convocação das Assembléias Gerais será feita pelo Diretor- Presidente por Edital, com intervalo de 7 (sete) dias úteis entre a data da convocação e a da sua realização, devendo constar da mesma, local, dia e hora de sua realização, bem como a ordem do dia.

§ ÚNICO - A Entidade poderá, ainda, efetuar essa convocação:

- a) por edital publicado em 1 (um) jornal;
- b) por envio de correspondência pela ECT;
- c) por meio de fax com emissão de documento eletrônico como comprovante de remessa;
- d) por meio de correio eletrônico (e-mail) com emissão de documento eletrônico como comprovante de remessa.



Artigo 22º - Para realização das Assembléias Gerais será necessário, em 1ª Convocação, a presença mínima de 50% (cinquenta por cento) mais 1 (um) dos filiados quites com suas obrigações estatutárias e em segunda convocação qualquer número de filiados presentes, devendo, entre a 1ª e a 2ª convocação, haver um espaço mínimo de 30 (trinta) minutos e no máximo de 60 (sessenta) minutos.

§ Único - Para deliberações referentes à destituição de administradores e alteração do estatuto é exigido o voto concorde de 2/3 (dois terços) dos presentes à Assembléia especialmente convocada para esse fim, não podendo ela deliberar, em primeira convocação, sem a maioria absoluta dos associados, ou com menos de 1/3 (um terço) nas convocações seguintes.

Artigo 23º - As Assembléias Gerais serão presididas:

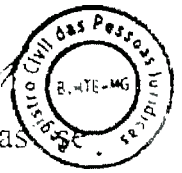
- a. Ordinárias relativas à aprovação da proposta orçamentária e ao balanço, por um Conselheiro Fiscal ou por um associado indicado pelos presentes; relativa à eleição, por um associado não pertencente à diretoria e/ou às chapas envolvidas no pleito ou por uma personalidade especialmente convidada;
- b. Extraordinárias serão presididas pelo Diretor-Presidente e, na sua ausência, na forma prevista neste Estatuto.

§ ÚNICO - As Assembléias Gerais serão secretariadas pelo Diretor-Secretário e, na sua ausência, por um associado presente livremente convidado pelo presidente dos trabalhos.

CAPÍTULO VI - DAS ATRIBUIÇÕES

Artigo 24º - À Diretoria compete, além de outras atribuições legais e estatutárias:

- a) Colaborar com o Diretor-Presidente na administração do SINAPRO-MG;
- b) Cumprir e fazer cumprir este Estatuto, suas próprias decisões e as das Assembléias Gerais;
- c) Reunir-se, ordinariamente, pelo menos uma vez por mês em calendário a ser definido, e extraordinariamente, mediante convocação do Diretor-Presidente, quantas vezes forem necessárias, lavrando-se, de todas as reuniões, atas dos respectivos trabalhos;
- d) Fazer organizar, por contabilista legalmente habilitado, até 30 de novembro de cada ano, a proposta de orçamento da receita e da despesa, submetendo-a para aprovação à Assembléia Geral;
- e) Ajustar as dotações orçamentárias que se apresentarem insuficientes para o atendimento das despesas, ou não incluídas nos orçamentos correntes ao fluxo de gastos, mediante abertura de créditos adicionais solicitados à Assembléia Geral;



- f) Submeter as próprias contas à Assembléia Geral que sobre elas manifestará, com o parecer do Conselho Fiscal;
- g) Aplicar as penalidades previstas neste Estatuto;
- h) Deliberar sobre os atos de administração patrimonial;
- i) Exercitar quaisquer outros poderes legais não reservados especialmente à Assembléia Geral ou ao Conselho Fiscal;
- j) Nomear comissões para estudo e pareceres sobre os diversos assuntos que interessam à categoria;
- k) Organizar o quadro de pessoal, admitir e demitir funcionários e prestadores de serviços autônomos, fixar os seus vencimentos, consoante as necessidades do serviço;
- l) Prestar contas de sua gestão no exercício financeiro correspondente, providenciando o levantamento do Balanço da Receita e Despesa, Livro Diário e Livro Caixa que contarão com as assinaturas do contador, do Diretor-Presidente, do Tesoureiro e do Conselho Fiscal;
- m) Decidir em conjunto com o Presidente o destino de recursos interpostos tempestivamente pelos associados, nos casos previstos neste estatuto e que for de sua competência;
- n) Elaborar o resumo dos principais acontecimentos administrativos e político-sindical, verificados no curso do ano anterior, acompanhado do Balanço Geral do Exercício Financeiro, instruído com os seguintes elementos:
 - 1. comparativo da receita orçada com a arrecadada;
 - 2. comparativo das despesas autorizadas com as realizadas;
 - 3. balanço financeiro e patrimonial;
 - 4. demonstração das variações patrimoniais;
 - 5. termo de conferência dos valores em caixa;
 - 6. demonstração especial de aplicação da contribuição sindical arrecadada;
 - 7. extrato de conta corrente de confirmação de saldos em depósitos na data de balanço, fornecido pelo estabelecimento bancário em que a entidade mantenha conta;
 - 8. parecer do Conselho Fiscal.
- o) Baixar Instruções Normativas e/ou Resoluções estabelecendo regras de conduta de interesse da categoria econômica representada, ad referendum da Assembléia Geral.

§ Primeiro – As decisões da Diretoria deverão ser tomadas por maioria de votos e com a presença de mais da metade de seus membros.

§ Segundo - A Associada da qual fizer parte o Diretor Presidente será isenta da Contribuição Social citada na letra "a" do artigo 56º deste Estatuto, enquanto este permanecer no cargo.



Artigo 25º - Compete ao **Diretor-Presidente**, além de outras atribuições legais estatutárias:

- a) Dirigir o **SINAPRO-MG** e representá-lo, ativa e passivamente, em juízo e fora dele, podendo para esse fim, constituir procuradores ou prepostos;
- b) Convocar e presidir as Reuniões de Diretoria e as Assembléias Gerais;
- c) Assinar as atas das Reuniões de Diretoria e Assembléias Gerais, a proposta orçamentária anual, o balanço patrimonial e papéis em geral;
- d) Ordenar as despesas autorizadas e visar os cheques e contas a pagar, juntamente com o Diretor-Tesoureiro;
- e) Autorizar a nomeação de funcionários e fixar seus vencimentos segundo as necessidades de serviço, "ad referendum" da Diretoria;
- f) Fazer executar as resoluções e deliberações da Diretoria e das Assembléias Gerais;
- g) Nomear "ad referendum" da Diretoria: Diretor-Executivo, em regime trabalhista ou de prestação de serviço de assessoria;
 - a. Conselhos Especiais com o objetivo de melhor orientar os destinos do **SINAPRO-MG**;
 - b. Câmaras Setoriais com o objetivo de discutir determinados assuntos que digam respeito ao relacionamento de suas filiadas com segmentos empresariais;
 - c. Diretores "Ad Hoc" que venham complementar as reais necessidades da atual Diretoria.

§Único - Os mandatos dos membros dos Conselhos Especiais, Câmara Setoriais e Diretores Ad Hoc não poderão ser superiores ao mandato em curso.

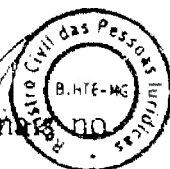
Artigo 26º - Ao **Diretor Vice-Presidente** compete:

- a) Substituir o Diretor-Presidente em seus impedimentos eventuais ou temporários;
- b) Coordenar a Diretoria para que esta possa se desempenhar de suas atividades;
- c) Desenvolver trabalhos especiais para os quais for designado pelo Diretor-Presidente;
- d) Auxiliar o Presidente no desempenho das atribuições que são conferidas pelo presente Estatuto.

Artigo 27º - Ao **Diretor-Secretário** compete:

- a) Substituir o Diretor Vice-Presidente em seus impedimentos;
- b) Dirigir e fiscalizar os serviços da secretaria;
- c) Diligenciar para a boa guarda dos arquivos do **SINAPRO-MG**;
- d) Redigir as atas das Reuniões de Diretoria e Assembléias;

- e) Coordenar a implantação e o desenvolvimento de Delegacias Regionais no interior do Estado de Minas Gerais.



Artigo 28º - Ao **Diretor-Tesoureiro** compete:

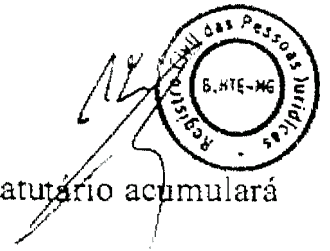
- a) Substituir o Diretor-Secretário em seus impedimentos;
- b) Ter sob sua guarda e responsabilidade os valores do **SINAPRO-MG**;
- c) Assinar com o Diretor-Presidente os cheques e efetuar os pagamentos e recebimentos autorizados;
- d) Dirigir e fiscalizar os trabalhos da Tesouraria;
- e) Apresentar ao Conselho Fiscal o balanço anual e a proposta orçamentária para o exercício seguinte;
- f) Criar, manter e gerir convênios diversos (de saúde, de alimentação, transporte etc).

Artigo 29º - Ao **Diretor de Assuntos Institucionais** compete:

- a) Substituir o Diretor-Tesoureiro em seus impedimentos;
- b) Substituir o Diretor de Relações Externas em seus impedimentos;
- c) Receber denúncias de posturas antiéticas, investigá-las e recomendar à Diretoria a tomada de medidas cabíveis;
- d) Elaborar e coordenar campanhas, promoções e eventos que visem o respeito e o fortalecimento do **SINAPRO-MG**, da atividade econômica e das empresas do setor;
- e) Manter em alto nível relacionamento com veículos e fornecedores, objetivando a melhoria dos negócios da atividade econômica;
- f) Manter contato com outras entidades, instituições ou empresas, visando o oferecimento de soluções para o desenvolvimento do setor.

Artigo 30º - Ao Diretor de **Relações Externas** compete:

- a) Substituir o Diretor de Relações Institucionais em seus impedimentos;
- b) Elaborar e executar, mantendo em alto nível, atividades que visem o relacionamento com órgãos dos governos federal, estadual e municipal, cobrindo todo o estado de Minas Gerais;
- c) Organizar congressos, cursos e palestras que visem o desenvolvimento econômico da atividade e a ascensão social das pessoas que militam no setor;
- d) Elaborar planos de ação e estratégia que visem aperfeiçoar o **SINAPRO-MG** dentro de seus objetivos;
- e) Manter contatos com entidades de classe estaduais e nacionais, objetivando uma somatória de esforços no sentido de solucionar pendências e encontrar meios para o desenvolvimento do negócio.



Artigo 31º - Em caso de vacância de cargo da Diretoria, o substituto estatutário acumulará as funções até final de mandato.

Artigo 32º - Ao **Conselho Fiscal** compete:

- a) Dar parecer sobre a proposta orçamentária do **SINAPRO-MG** para o exercício financeiro seguinte;
- b) Opinar sobre as despesas extraordinárias;
- c) Reunir-se ordinariamente uma vez por semestre e extraordinariamente quando convocado;
- d) Dar parecer sobre o Balanço do exercício findo e lançar no mesmo seu visto.

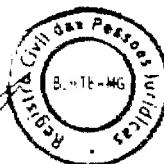
§ÚNICO - Os pareceres do Conselho Fiscal terão validade com a assinatura da maioria dos Conselheiros.

Artigo 33º - São atribuições administrativas do **Diretor-Presidente**:

- a) Convocar e presidir as reuniões da Diretoria ou Conselho Fiscal na ausência do Diretor Vice-Presidente ou por delegação deste;
- b) Presidir as sessões públicas de natureza sócio-cultural;
- c) Dar posse aos Diretores Regionais;
- d) Assinar, com um dos diretores presentes, as atas das reuniões da Diretoria ou Conselho Fiscal na ausência do Diretor-Secretário ou por delegação deste;
- e) Despachar a correspondência e o expediente interno;
- f) Assinar todas as comunicações dirigidas às autoridades e as que não sejam de obrigações estatutárias do Diretor- Vice Presidente ou de outro Diretor, inclusive memoriais e sugestões de medidas de interesse das Agências de Publicidade e Propaganda filiadas;
- g) Superintender e fiscalizar a organização da sede social;
- h) Abrir, rubricar e encerrar os livros da Secretaria;
- i) A administração de pessoal;
- j) Propor à Diretoria a criação de Diretores "ad hoc" ou Comissões Especiais.

Artigo 34º - Os membros da Diretoria e do Conselho Fiscal perderão o mandato nos seguintes casos:

- a) Malversação ou dilapidação do patrimônio social;
- b) Grave violação deste Estatuto;
- c) Abandono do cargo na forma prevista neste Estatuto;
- d) Transferência de cidade que importe no afastamento do exercício do cargo;
- e) Mudança de atividade econômica não enquadrada no grupo representado pelo Sindicato.



§1º - A perda do mandato será declarada pela Assembléia Geral;

§2º - Toda suspensão ou destituição de cargo administrativo deverá ser precedida de notificação que assegure ao interessado pleno direito de defesa, cabendo recurso na forma deste Estatuto.

Artigo 35º - Na hipótese de perda de mandato, as substituições se farão de acordo com o disposto neste Estatuto.

Artigo 36º - Havendo renúncia ou destituição de qualquer membro da Diretoria, assumirá automaticamente o cargo vacante, o substituto legal previsto neste Estatuto, observado o disposto nele contido.

§1º - As renúncias serão comunicadas, por escrito, ao Diretor-Presidente do **SINAPRO-MG**;

§2º - Em se tratando de renúncia do Diretor-Presidente do **SINAPRO-MG**, esta será notificada, igualmente por escrito, ao seu substituto legal que, dentro de 3 (três) dias corridos, reunirá a Diretoria para conhecimento do ocorrido;

§3º - Se o terceiro dia coincidir com sábado, domingo ou feriado, a reunião ocorrerá no primeiro dia útil seguinte;

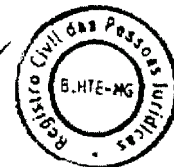
§4º - Nos casos tratados no parágrafo 2º, fica garantido ao substituto legal o direito de concorrer a um mandato seguinte.

Artigo 37º - Ocorrendo à renúncia coletiva da Diretoria e do Conselho Fiscal, o Diretor-Presidente, ainda que resignatário, convocará uma Junta provisória que deverá tomar as providências necessárias à realização de novas eleições para a investidura dos cargos de Diretoria e do Conselho Fiscal, no prazo máximo de 30 (trinta) dias da data da carta de renúncia coletiva e obedecidos os demais prazos deste Estatuto.

Artigo 38º - Em caso de abandono de cargo, proceder-se-à na forma dos artigos anteriores, não podendo, entretanto, o membro da Diretoria ou do Conselho Fiscal que houver abandonado o cargo, ser eleito para qualquer mandato de administração sindical, no período imediatamente posterior ao ocorrido.

§ÚNICO - Considera-se abandono de cargo, a ausência não justificada a 3 (três) reuniões sucessivas da Diretoria ou do Conselho Fiscal.

Artigo 39º - Ocorrendo o falecimento de membro da Diretoria a substituição será procedida da forma estabelecida neste Estatuto.



DO PROCESSO ELEITORAL

CAPÍTULOS VII – DAS CONDIÇÕES DE VOTAR

Artigo 40º - São condições para o exercício do direito de voto:

- a) Fazer-se representar na forma deste Estatuto;
- b) Estar quite e em pleno gozo dos direitos sociais.

§ÚNICO - Cada filiado, para efeito de votação, terá direito a 1 (um) voto.

Artigo 41º - Os cargos da Diretoria e do Conselho Fiscal só deverão ser conferidos a brasileiros.

CAPÍTULO VIII - DAS ELEIÇÕES DA DIRETORIA E CONSELHO FISCAL

Artigo 42º - As eleições para a Diretoria e Conselho Fiscal do **SINAPRO-MG** serão realizadas conforme estabelecido neste edital. O Edital de Convocação deverá ser divulgado 45 (quarenta e cinco) dias antes da eleição, contendo:

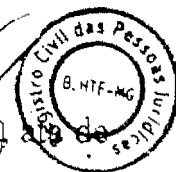
- a) Data, horário e local da votação;
- b) Prazo para registro das chapas e horário de funcionamento da Secretaria;
- c) Prazo para impugnação de candidaturas;
- d) Data de nova eleição em caso de empate entre as chapas mais votadas.

§1º - O Edital poderá prever uma terceira convocação da assembléia, para prazo máximo de 10 (dez) dias da realização da primeira e da segunda convocação, para o caso de ocorrer empate nas 2 (duas) primeiras convocações.

§2º - O Edital de Convocação das Eleições que se refere o parágrafo anterior deve ser publicado, pelo menos uma vez, em jornal de grande circulação na base territorial ou no Diário Oficial do Estado, enviado por e-mail e afixado na sede do Sindicato e em suas delegacias.

Artigo 43º - O requerimento de registro da chapa, em 2 (duas) vias, endereçado ao Diretor-Presidente do **SINAPRO-MG** e entregue exclusivamente na sede da Entidade, será assinado pelo candidato que a encabeça ou por um de seus integrantes, sendo instruído com :

- a) Ficha de qualificação a ser retirada na secretaria e assinada pelo candidato;
- b) Prova de residência;
- c) Cópia da carteira de identidade;



- d) Em se tratando de membro do Conselho de Administração da empresa, eleição e posse no mesmo;
- e) Declaração do candidato, sob as penas da lei, que não foi condenado em qualquer processo criminal.

§1º - O preenchimento dos cargos de Diretoria e Conselho Fiscal é restrito a sócio ou membro do Conselho de Administração de empresas filiadas;

§2º - É obrigatório um prazo mínimo de 1 (um) ano de filiação da empresa ao SINAPRO-MG para concorrência à eleição de Diretoria e Conselho Fiscal;

§3º - É obrigatório o prazo mínimo de 2 (dois) anos de fundação da empresa como Agência de Publicidade e Propaganda na cidade-sede da Entidade.

Artigo 44º - O registro das chapas, que deverá observar a composição prevista nos artigos deste Estatuto, será realizado na Secretaria do SINAPRO-MG, no horário indicado no Edital de convocação, no prazo de 7 (sete) dias, contados da data da Divulgação do Edital, na forma prevista neste Estatuto, sendo fornecido protocolo do recebimento da documentação.

Artigo 45º - Será indeferido o registro da chapa, que não contenha candidatos a todos os cargos eletivos ou que não esteja acompanhado dos documentos exigidos neste Estatuto.

§1º - Verificando-se irregularidades na documentação apresentada, será o requerente do registro notificado para supri-la no prazo de 2 (dois) dias. Esgotando o prazo sem correção da irregularidade, o registro será recusado;

§2º - Se a irregularidade afetar a documentação individual de qualquer candidato, a recusa do registro apenas atingirá o seu nome, podendo o requerente do registro da chapa, no prazo de 2 (dois) dias da ciência do despacho, substituí-lo por outro candidato;

§3º - Do indeferimento do registro de candidato ou de chapa, caberá recurso, sem efeito suspensivo, no prazo de 2 (dois) dias, para a Assêmblea Geral, convocada especialmente para apreciar o recurso.

Artigo 46º - Encerrado o prazo para registro das chapas, o Diretor-Presidente do SINAPRO-MG determinará:

- a) A imediata lavratura de ata, que mencionará as chapas registradas, que será por ele assinada juntamente com um candidato de cada chapa;
- b) Até 2 (dois) dias subseqüentes, deverão ser divulgadas às filiadas, as chapas registradas, através de circular, e confeccionada a cédula única, onde deverão figurar todas as chapas registradas, com os nomes dos candidatos;



- c) O decurso de prazo sem registro de chapa obrigará o Diretor-Presidente convocar, no prazo máximo de 7 (sete) dias corridos da data-limite para inscrição de chapa, nova eleição, observando-se os demais prazos deste Estatuto.

Artigo 47º - A impugnação de candidaturas poderá ser feita até o 3º (terceiro) dia seguinte a divulgação da relação das chapas registradas, devendo ser apresentada em petição fundamentada dirigida ao Diretor-Presidente do **SINAPRO-MG** e subscrita pelo impugnante, sendo fornecido protocolo do recebimento do requerimento.

Artigo 48º - Cientificado em 2 (dois) dias, o candidato impugnado terá o prazo de 2 (dois) dias para apresentar contra-razões.

Artigo 49º - Instruído o processo em 2 (dois) dias, o Diretor-Presidente do **SINAPRO-MG** convocará a Diretoria para, no prazo de 2 (dois) dias, decidir a controvérsia fundamentadamente, comunicando-a aos interessados.

§1º - O Diretor-Presidente do **SINAPRO-MG** submeterá a decisão da Diretoria à homologação da Assembléia Geral, convocada, extraordinariamente, para este fim no prazo de 3 (três) dias, a contar da decisão;

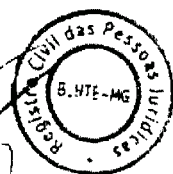
§2º - Acolhida a impugnação de qualquer candidato, em qualquer fase do processo eleitoral, o requerente do registro da chapa poderá substituí-lo no prazo de 2 (dois) dias, da ciência da decisão, caso em que o nome do substituto será comunicado, por circular, às filiadas.

Artigo 50º - Aberta a Assembléia Geral Ordinária, convocada para eleição da Diretoria e do Conselho Fiscal, o Diretor-Presidente do **SINAPRO-MG** escolherá 2 (duas) pessoas idôneas, filiadas ou não, para presidir e funcionar como secretário. A própria mesa diretora da Assembléia Geral apurará os votos.

§1º - As pessoas escolhidas não podem ser candidatas nem pertencer à diretoria do **SINAPRO-MG**;

§2º - O voto será por chapa e poderá ser exercido durante o período de votação, pessoalmente, através de seu representante legal, por fax ou carta enviada para o local da votação, no dia da eleição, desde que em papel timbrado da filiada, ou ainda por correio eletrônico (e-mail) via internet desde que perfeitamente identificado.

Artigo 51º - Encerrado o processo de votação, imediatamente a seguir, o Presidente da Assembléia abrirá a urna na presença de todos e contará o número de cédulas, caso haja 2 (duas) ou mais chapas inscritas. Acrescerá a elas os votos exercidos por fax, correio eletrônico ou carta. Estando em ordem, será iniciada a apuração, proclamando o resultado e registrando na ata da Assembléia todos os fatos ocorridos.



§ÚNICO - Em se tratando de chapa única, a eleição será feita por aclamação.

Artigo 52º - O recurso contra o resultado das eleições será dirigido ao Diretor- Presidente do **SINAPRO-MG**, no prazo de 3 (três) dias contados da data do pleito, assinado pelo filiado impugnante e será protocolizado na Secretaria da Entidade.

§ÚNICO - Serão aplicáveis à tramitação do processo as regras previstas neste Estatuto no que couber.

Artigo 53º - Se o recurso versar sobre inelegibilidade de algum candidato, não implicará na suspensão da posse dos demais, reservando-se a vaga para ele, em caso de provimento do recurso ou mantendo o cargo vago em caso de não provimento.

Artigo 54º - Quando os prazos estabelecidos neste Estatuto coincidirem com sábado, domingo ou feriados, o fato ocorrerá no primeiro dia útil seguinte.

Artigo 55º - A posse da Diretoria e do Conselho Fiscal ocorrerá no primeiro dia útil do mês seguinte ao mês das eleições.

CAPÍTULO IX - DO PATRIMÔNIO

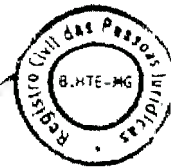
Artigo 56º - Constitui patrimônio do **SINAPRO-MG**:

- a) Contribuições sociais mensais;
- b) Contribuição Sindical;
- c) Contribuição Confederativa;
- d) Doações e legados;
- e) Taxa de admissão;
- f) Outras rendas não especificadas acima.

§1º - O critério da contribuição social mensal, estipulado neste Estatuto não poderá sofrer alteração sem prévio pronunciamento da Assembléia Geral.

§2º - Os valores das contribuições sociais mensais serão estabelecidos de acordo com o seguinte critério:

- a. Faixa de contribuição 1 – Filiadas com até 5 (cinco) empregados e/ou colaboradores;
- b. Faixa de contribuição 2 – Filiadas com 6 (seis) a 10 (dez) empregados e/ou colaboradores;
- c. Faixa de contribuição 3 – Filiadas com 11 (onze) a 15 (quinze) empregados e/ou colaboradores;



- d. Faixa de contribuição 4 – Filiadas com 16 (dezesseis) a 20 (vinte) empregados e/ou colaboradores;
- e. Faixa de contribuição 5 – Filiadas com 21 (vinte e um) a 25 (vinte e cinco) empregados e/ou colaboradores;
- f. Faixa de contribuição 6 – Filiadas com 26 (vinte e seis) a 30 (trinta) empregados e/ou colaboradores;
- g. Faixa de contribuição 7 – Filiadas com 31 (trinta e um) a 35 (trinta e cinco) Oempregados e/ou colaboradores:
- h. Faixa de contribuição 8 – Filiadas com mais de 36 (trinta e seis) empregados e/ou colaboradores.

§3º - Nenhuma contribuição poderá ser imposta às filiadas além das determinadas expressamente em lei ou neste Estatuto.

Artigo 57º - A administração do patrimônio do SINAPRO-MG, constituído da totalidade dos bens que o mesmo possuir, compete à Diretoria.

Artigo 58º - Os bens imóveis só poderão ser alienados mediante permissão expressa da Assembléia Geral, e pelo quorum mínimo de 2/3 das filiadas com direito a voto.

Artigo 59º - Os atos que importam malversação ou dilapidação do patrimônio do SINAPRO-MG são equiparados ao crime de peculato, julgado e punidos de conformidade com a legislação penal.

CAPÍTULO X - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Artigo 60º - Os membros da Diretoria, bem como os associados, não respondem, principal ou subsidiariamente, pelas obrigações contraídas pelo SINAPRO-MG.

Artigo 61º - No caso de dissolução do Sindicato, que somente se verificará por determinação expressa da Assembléia Geral, para este fim especialmente convocada e com a presença mínima de 2/3 (dois terços) das associadas em dia com suas obrigações; o seu patrimônio, pagas as dívidas legítimas, decorrentes de suas responsabilidades, terá a destinação que a Assembleia Geral determinar.

Artigo 62º - O presente Estatuto entrará em vigor na data de sua aprovação. e, só poderá ser reformado por uma Assembléia Geral para esse fim especificamente constituída, com quorum na forma estabelecida pelo presente Estatuto e incumbindo a Diretoria de providenciar os registros competentes.



A presente alteração do Estatuto foi aprovada na 2ª Assembleia Geral Extraordinária, realizada no dia 19 de maio de 2016, em primeira convocação, às 18h00 e em segunda convocação, às 18h30, na sede da Entidade, rua Domingos Vieira, 587 – Conj: 913 – Santa Efigênia – Belo Horizonte – MG.

Belo Horizonte, 20 de maio de 2016.

André Vidigal Cavalcanti de Lacerda

André Vidigal Cavalcanti de Lacerda
Diretor-Presidente

José Luiz da Silva

José Luiz da Silva
Diretor Vice-Presidente

Levi Lobato de Araújo

Levi Lobato de Araújo
Diretor Secretário

Wanderlei Damasceno de Azevedo

Wanderlei Damasceno de Azevedo
OAB/MG 49.957
Assessor Jurídico

REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS JURÍDICAS
Av. Afonso Pena, 732 - 2º Andar - Belo Horizonte - MG - Telefone: (31) 3224-0073

SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO ESTADO DE MINAS GERAIS - SINDAPRO/MG
AVERBAÇÃO(A) sob o nº 231, no registro 88838, no Livro A, em 19/07/2016
Belo Horizonte, 19/07/2016

Emol: (6101-0) R\$ 84,15 TFJ: R\$ 30,33 Rec: R\$ 5,05 - Total: R\$ 119,53
(8101-8) R\$ 95,19 TFJ: R\$ 31,73 Rec: R\$ 5,70 - Total: R\$ 132,62

[Signature]



REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS JURÍDICAS
Av. Afonso Pena, 732 - 2º Andar - Belo Horizonte - MG - Telefone: (31) 3224-0073

PODER JUDICIÁRIO - TJMG
CORREGEDORIA-GERAL DE JUSTIÇA
Registro Civil das Pessoas Jurídicas de Belo Horizonte - MG

SELO ELETRÔNICO Nº ATJ23086
CÓD. SEG. 3642.5623.3713.3690

Quantidade de Atos Praticados 00020
Emol R\$ 190,09 TFJ R\$ 62,06 Total R\$ 252,15
Consulta a validade deste Selo no site <https://selos.tjmg.jus.br>