

GOVERNO DO ESTADO DE MINAS GERAIS
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



MANUAL DPDP

PROCEDIMENTOS E CONFERÊNCIA DE
DESPESAS DE PUBLICIDADE



**MINAS
GERAIS**

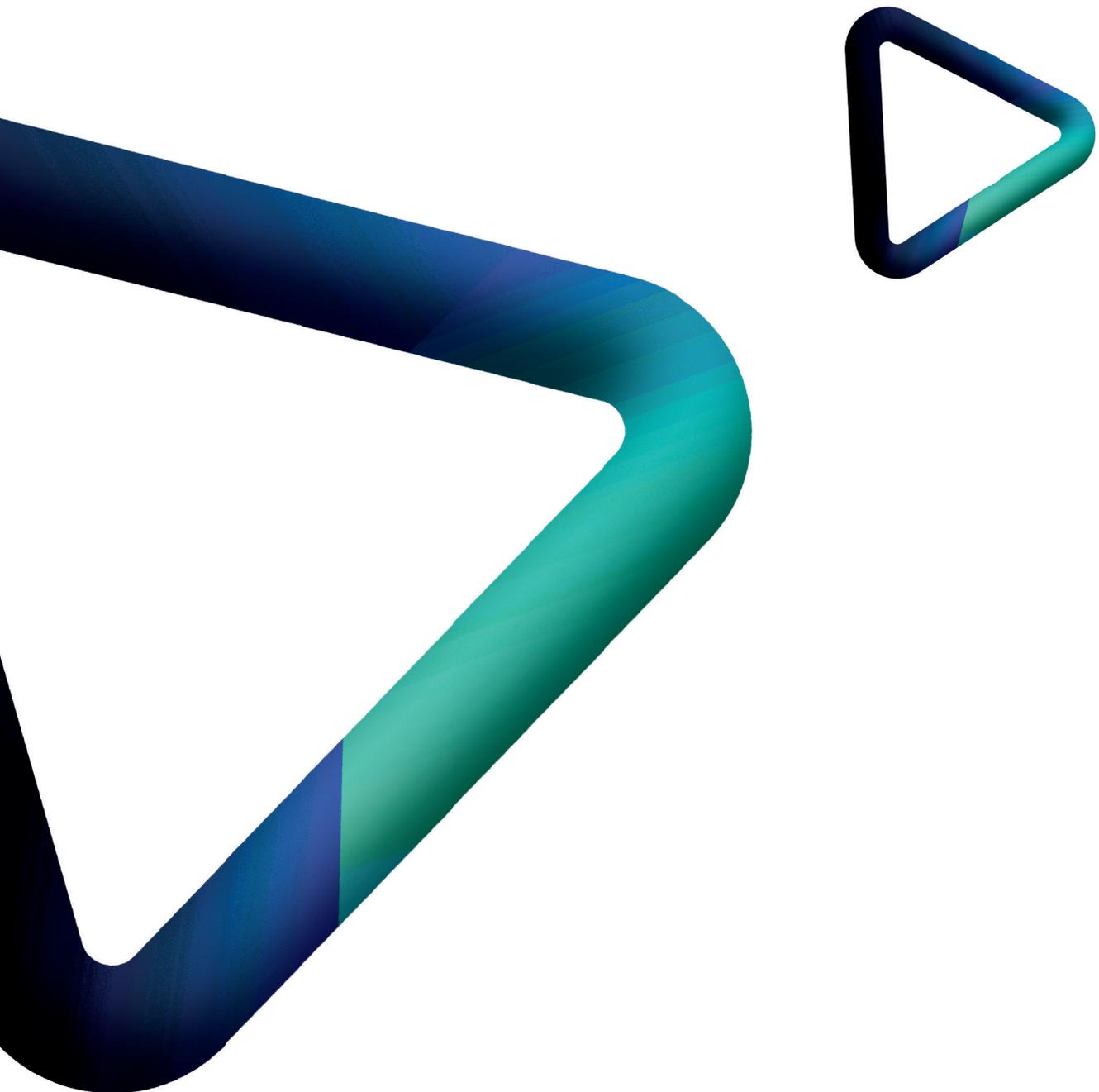
GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.



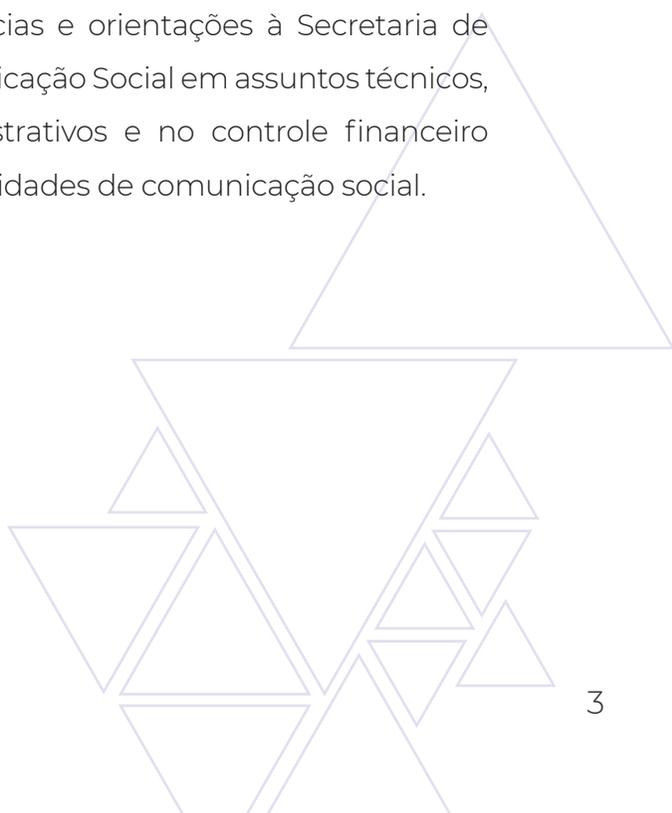
ES

QUER

TAMEN



Este manual foi elaborado para oferecer referências e orientações à Secretaria de Comunicação Social em assuntos técnicos, administrativos e no controle financeiro das atividades de comunicação social.



SUMÁRIO

1	COMPETÊNCIA LEGAL	6		
2	ESTRUTURAÇÃO E ATRIBUIÇÕES	6		
2.1	DO DIRETOR	6		
2.2	DO NPD	7		
2.3	DOS CONFERENTES	7		
2.4	DOS EXECUTORES FINANCEIROS	8		
3	ATRIBUIÇÕES DO NÚCLEO DE CONTROLE INTERNO - CI	9		
4	CRITÉRIOS PARA CONFERÊNCIA DA COMPROVAÇÃO DA DESPESA	11		
4.1	NOTA FISCAL DA AGÊNCIA	11		
4.2	ORIENTAÇÕES PARA PREENCHIMENTO NO FINANPUB – NF AGÊNCIA	12		
4.3	NOTA FISCAL DO VEÍCULO/FORNECEDOR	13		
4.4	ORIENTAÇÕES PARA PREENCHIMENTO NO FINANPUB – NF VEÍCULOS FORNECEDORES	14		
4.5	TABELAS DE PREÇOS	16		
4.6	COMPROVANTE DE AUDITAGEM	16		
4.7	COMPROVAÇÃO POR TIPO DE VEÍCULO	17		
4.7.1	TV e RÁDIO (BH)	17		
4.7.2	MÍDIAS DIGITAIS	17		
4.7.3	JORNAIS E REVISTAS	17		
4.8	ORIENTAÇÕES PARA INSERÇÃO DO ANEXO NO FINANPUB	18		
4.8.1	MÍDIA INDOOR (TV de ônibus/Elevador/Mídia Metrô/Aeroporto)	18		
4.8.2	Mídia Exterior	18		
4.8.3	Internet (portais – compra por período)	19		
4.8.4	Internet (portais – compra por entrega)	19		
4.8.5	Internet (redes sociais)	19		
4.8.6	Internet (mídia programática)	19		
4.8.7	Carro de som	19		
4.8.8	Projeto especial de Mídia	20		
4.9	PRODUÇÃO DIVERSA	20		
4.9.1	TABELA <i>Sinapro</i>	20		
4.9.2	PRODUÇÃO GRÁFICA	21		
4.9.3	PRODUÇÃO ELETRÔNICA	21		
4.9.4	PRODUÇÃO DE ANÚNCIO	22		
4.9.5	PROTOCOLO DE ENTREGA/DECLARAÇÃO	22		
4.9.6	PLACAS DE OBRAS, INDIC. E DE ESTRADA	22		
5	DOCUMENTOS COM ASSINATURA DIGITAL (ANEXADOS SEPARADAMENTE)	23		
5.1	CARTA DE CORREÇÃO	23		
5.2	CARTA DE DESCONTO	23		
5.3	CARTA EXPLICATIVA (QUANDO NECESSÁRIO)	24		
5.4	CARTA DE COMPENSAÇÃO	24		
5.5	DECLARAÇÃO NOTARIAL ELETRÔNICA	24		
5.6	CARTA DE DESISTÊNCIA	25		
5.7	CARTA PRORROGAÇÃO PRAZO DE ENTREGA	25		
6.	VERIFICAÇÃO DOS PROCESSOS ANTES DA POSTAGEM NO FINANPUB	25		
6.1	MÍDIA	25		
6.2	PRODUÇÃO	26		
6.3	ORÇAMENTAÇÃO APROVADA	27		
6.4	ORÇAMENTAÇÃO (AGÊNCIA)	27		
7.	RELATÓRIOS EXIGIDOS EM CONTRATO	28		
8.	COMPROVANTES DE REPASSE	28		
9	DOCUMENTAÇÃO COMPROBATÓRIA NO FINANPUB	29		
10	CONSIDERAÇÕES GERAIS	31		
11	REFERÊNCIAS LEGAIS	33		
12	MANUAL DE FUNCIONAMENTO DOS SERVIÇOS	34		

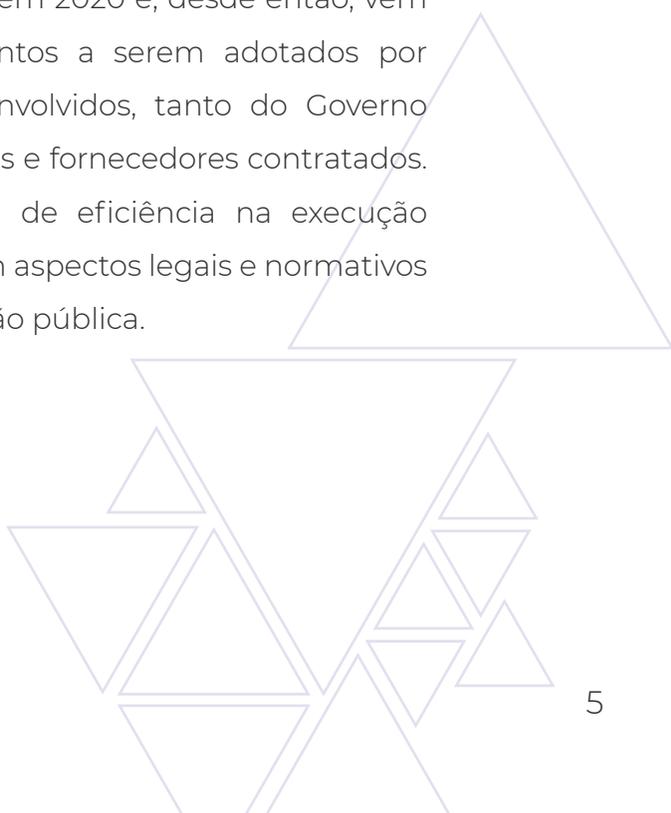


OBJETIVO

Este manual estabelece, no âmbito da Secretaria de Estado de Comunicação Social do Governo de Minas, os procedimentos internos de análise, desenvolvimento e execução de demandas de ações de publicidade, desde o seu início até a liquidação, pagamento das respectivas despesas e comprovação do repasse aos fornecedores.

Constituem ações de publicidade, para fins deste manual, os serviços integrantes do objeto dos contratos firmados pela Secom com as agências de publicidade licitadas.

O manual será periodicamente atualizado, com vistas ao aprimoramento constante dos procedimentos, bem como ao alinhamento do novo fluxo de trabalho estabelecido pela digitalização dos processos por meio do Sistema Eletrônico de Informações (SEI) e do Sistema de Tramitação de Processos de Despesa de Comunicação (Finanpub), cuja implantação iniciou-se em 2020 e, desde então, vem trazendo novos procedimentos a serem adotados por todos os departamentos envolvidos, tanto do Governo quanto das agências licitadas e fornecedores contratados. O trabalho visa à garantia de eficiência na execução contratual, alinhamento com aspectos legais e normativos e com boas práticas de gestão pública.



7. **COMPETÊNCIA** LEGAL



O Art. 14º do Decreto nº 48.642, de 23/06/2023, que dispõe sobre a organização da Secretaria de Estado de Comunicação Social, estabelece que:

Art. 14º - A Diretoria de Processamento das Despesas de Publicidade tem como competência apoiar a Superintendência Central de Publicidade, prestando orientação em assuntos técnicos, administrativos e no controle financeiro das atividades de publicidade, com atribuições de:

I - providenciar o atendimento de serviços de publicidade aprovados pela Superintendência Central de Publicidade;

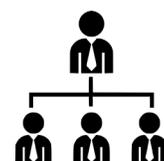
II - preparar informações e elaborar minutas de atos e correspondências;

III - controlar, executar e avaliar atividades relativas ao processo de realização da despesa de publicidade e da execução financeira e orçamentária, conforme as normas que disciplinam a matéria;

IV - observar e fazer cumprir, no âmbito de suas atribuições, as diretrizes e políticas públicas de transparência e combate à corrupção;

V - atender às demandas de serviços financeiros para publicidade aprovados pela Secom.

2. **ESTRUTURA** E ATRIBUIÇÕES



Para a efetivação dos serviços relativos à execução das despesas de comunicação, a Diretoria de Processamento das Despesas de Publicidade (DPDP) se estruturou com dois núcleos informais: “Núcleo de Processamento de Despesas - NPD” e “Núcleo de Controle Interno - CI” e atribuiu funções a seus funcionários da seguinte forma:

2.7 Atribuições do Diretor

1. Coordenar as ações e demandas da Diretoria;
2. Participar de reuniões diversas relativas às atividades do setor;
3. Elaborar documentos para subsidiar a Superintendência Central de Publicidade;
4. Realizar estudo para fins de elaboração de minutas de atos e correspondências para a Superintendência Central de Publicidade, quando necessário.

2.2 Atribuições do Núcleo de Processamento de Despesas - NPD

Os funcionários deste núcleo foram divididos em “Conferentes” e “Executores Financeiros”.



2.3 Atribuições dos conferentes

1. Acessar o Sistema Financeiro de Publicidade - Finanpub - com login e senha previamente cadastrados.

2. Receber os processos novos para conferência de acordo com a lista automática do Sistema:

- a.** Conferir se todos os dados foram preenchidos corretamente pela agência.
- b.** Analisar se todos os documentos referentes aos processos de despesas de comunicação foram anexados conforme determina o manual da Secom.
- c.** Conferir no SEI documentos relativos aos processos de despesas.
- d.** Conferir se os valores cobrados estão de acordo com o contrato, tabela de preços e/ou orçamentação.
- e.** Efetuar e verificar os cálculos relativos às despesas apresentadas.
- f.** Conferir a autenticidade de documentos e assinaturas digitais.
- g.** Verificar tabelas no FTP, e no sistema Finanpub.
- h.** Consultar CNPJ.
- i.** Verificar os impostos conforme legislação vigente.
- j.** Receber e verificar os processos devolvidos e reencaminhados pelas Agências e se as incorreções foram solucionadas.
- k.** Atestar, no sistema, se os processos de despesas de comunicação estão corretos.
- l.** Encaminhar os processos, no Finanpub, para análise da Coordenação, quando houver incorreções a serem analisadas.

3. Participar de reuniões quando convocados.

4. Atender aos gestores nas demandas do setor.

5. Seguir o manual e a legislação pertinentes à execução das despesas.

6. Emitir guias de ISSQN/PBH.

7. Comunicar ao seu diretor quaisquer eventualidades.

8. Lidar com desafios e situações inesperadas referente aos processos com alto grau de complexidade.

2.4 Atribuições dos executores financeiros



1. Gerar especificação de conformidade para empenhos, reforços e anulações e liquidações das despesas de publicidade demandadas no Portal de Compras/MG.
2. Descentralizar recursos orçamentários referentes às despesas de publicidade para a efetivação de empenhos, reforços e anulações das despesas demandadas no SIAFI/MG.
3. Efetivar empenhos, reforços e anulações das despesas demandadas no SIAFI/MG.
4. Emitir guias de impostos diversos e pagamento judicial.
5. Executar o processo de liquidação e pagamento das despesas de publicidade no SIAFI/MG. (Agências e impostos)
6. Emitir declarações.
7. Acompanhar a execução dos contratos de comunicação através de planilha de controle de saldo contratual.
8. Elaborar planilhas para publicação trimestral de gastos de publicidade e de fornecedores pagos.
9. Elaborar relatórios gerenciais diversos para o atendimento das especificidades de cada demanda.
10. Atender as agências e demais setores envolvidos com a comunicação do Estado de Minas Gerais.
11. Monitorar, atender ações e tramitar documentos no SEI.
12. Solicitar aos gestores verbas financeiras quando da necessidade de recursos para cobrir as despesas de comunicação.
13. Receber no Finanpub, para análise, os processos das despesas de comunicação.
14. Realizar lançamentos das execuções referentes às liquidações e aos pagamentos de despesas no Finanpub e no SEI.
15. Inserir dados e anexos nos sistemas utilizados.
16. Coordenar as ações e demandas da execução financeira.
17. Participar de reuniões diversas relativas às atividades da Diretoria.
18. Elaborar documentos para subsidiar o diretor da Diretoria de Processamento das Despesas de Publicidade, as agências e órgãos controladores e demais setores que trabalham com a comunicação do Estado.

19. Realizar estudo para auxiliar na produção de resoluções e manuais para o diretor da DPDP, quando necessário.
20. Conferir lançamentos no Finanpub de notas conferidas e não enviadas antes de serem encaminhadas para os fiscais técnicos.
21. Encaminhar via Finanpub as notas fiscais conferidas e não enviadas para assinatura dos fiscais técnicos.
22. Receber no Finanpub as notas fiscais assinadas pelos fiscais técnicos e encaminhar para o Controle Interno.
23. Receber no Finanpub as notas fiscais certificadas pelo Controle Interno.
24. Organizar processos físicos, quando for o caso, prontos para liquidação.
25. Produzir e enviar lista de pagamentos para as agências.
26. Conferir no Finanpub repasses realizados pelas agências.
27. Encerrar as notas fiscais no Finanpub tramitando para o SEI da campanha.
28. Incluir veículos de mídia e itens de serviço nos fornecedores já cadastrados no Finanpub.
29. Acompanhar e atender as solicitações diversas enviadas ao e-mail: diretoriatecnica@governo.mg.gov.br .
30. Atender as exigências de cada secretaria na execução e comprovação dos TDCO's.
31. Atender os veículos.
32. Receber documentos físicos que não possuem a versão eletrônica, como notas fiscais de bloco, cartas de veículos, comprovantes de produção gráfica, jornais e revistas.
33. Comunicar aos gestores, por e-mail, o descumprimento pela agência das cláusulas dos contratos relativas à execução das despesas e pagamentos.
34. Catalogar e organizar processos de despesa de comunicação físicos e demais documentos pagos (anteriores à implantação do digital), atendendo a todos os protocolos da MGS antes de encaminhar os documentos para arquivo.

3. ATRIBUIÇÕES DO NÚCLEO DE **CONTROLE INTERNO - CI**



Os funcionários desse núcleo foram divididos em “Coordenadora” e “Fiscais Administrativos”. Suas atribuições são:

1. Acessar os sistemas financeiros de Publicidade (Finanpub e SEI) com login e senha previamente cadastrados.
2. Receber os processos para conferência e certificação disponibilizados no Finanpub e no SEI.

3. Conferir as despesas decorrentes dos contratos firmados entre a Secretaria de Estado de Comunicação Social de Minas Gerais e as agências de publicidade. As despesas são registradas cronologicamente e disponibilizadas para análise, conferência e certificação.
4. Receber os processos para conferência e certificação disponibilizados no Finanpub e no SEI.
5. Conferir no Finanpub se todos os dados foram preenchidos corretamente.
6. Analisar se todos os documentos referentes aos processos de despesas de comunicação foram autorizados, registrados cronologicamente, e disponibilizados para acompanhamento, conferência e certificação, conforme determina o manual da Secom.
7. Conferir se os valores cobrados estão de acordo com o serviço autorizado.
8. Efetuar e verificar os cálculos relativos às despesas apresentadas.
9. Conferir a autenticidade de documentos e assinaturas digitais.
10. Verificar tabelas no FTP e no sistema Finanpub.
11. Conferir as notas fiscais das agências/veículos/fornecedores, tabelas de preços, contrato e remunerações das agências (valores, datas, CNPJ), assim como os demais documentos, obedecendo as regras e normas obrigatórias para a execução do processo, da mesma forma, os atestes do recebimento satisfatório dos serviços contratados pelos fiscais técnicos responsáveis pela demanda das campanhas publicitárias.
12. Atestar, como Fiscal Administrativo, que o serviço foi realizado conforme contratado.
13. Devolver ao NPD através do Finanpub, quando houver inconsistência nos documentos analisados.
14. Receber os documentos com as correções, conferir e tramitar para a Coordenadora do Controle Interno.
15. Certificar os processos de despesa de publicidade tramitando para o NPD.
16. Comparecer às sessões públicas, com base no art. 14, parágrafo 2º da Lei nº 12.232/2010 acompanhando e autenticando os documentos apresentados, assinando as atas conclusivas com posterior verificação de sua inserção no SEI para checagem dos serviços aprovados.
17. Verificar se todos os documentos inseridos no SEI estão autorizados eletronicamente obedecendo a cronologia da execução das despesas.
18. Acompanhar o serviço de publicidade aprovado através das agências contratadas em processo licitatório legal.
19. Acompanhar processos de despesas de comunicação no SEI verificando todas as movimentações como inclusões de documentos ou substituições, seus objetivos, assinaturas digitais e datas.

4. CRITÉRIOS PARA CONFERÊNCIA DA COMPROVAÇÃO DA DESPESA

Conforme Manual de Regras, Normas e Procedimentos de Publicidade, após a ação ser devidamente autorizada e os objetivos solicitados no briefing executados, a agência de publicidade envia para a Diretoria de Processamento das Despesas de Publicidade, via Sistema Finanpub, toda a documentação que comprova as despesas de publicidade.



Tem início, dessa forma, um processo de análise fiscal e processual, no qual o material é submetido a uma minuciosa conferência de dados, documentos, registros e informações, seguindo os padrões determinados pela lei e por este manual.

Com toda a documentação aprovada pelo NPD, o processo segue para o Núcleo de Controle Interno para análise da regularidade e certificação do mesmo, garantindo, dessa forma, a eficiência do controle.

Quando todo o processo é aprovado em seus aspectos técnicos, fiscais, processuais e legais, o Núcleo de Processamento de Despesas efetua a liquidação e recebe autorização do ordenador de despesas para o pagamento à agência de publicidade, no valor reservado via empenho e nos termos que regem as relações entre o Governo do Estado e as agências de publicidade. A agência, após receber seu pagamento, deverá pagar seus fornecedores no prazo estipulado em contrato e enviar a comprovação do repasse ao Governo.

Os documentos que autorizam o planejamento, a criação, a produção, a distribuição, a veiculação, a supervisão, a avaliação e o acompanhamento de campanhas publicitárias, publicações legais, promoções, materiais de divulgação e outros serviços necessários às ações de comunicação social dos órgãos da Administração Direta devem ser emitidos pelas agências de publicidade de forma clara e sem rasuras, devendo conter os seguintes dados a serem inseridos e anexados no Finanpub.

4.7 Nota Fiscal da agência



No documento deverá constar:

- Dados da Secretaria: razão social, endereço completo, CNPJ, município e UF. (Conforme contrato)
- Data de emissão da NF (que deverá ser posterior a data de emissão da NF do veículo e da autorização do serviço).
- Data de vencimento ou condição de pagamento deverá ser “contra apresentação”.
- No campo discriminação do serviço, deve constar número do AP/PI, nome da campanha, nome e número das notas fiscais dos veículos, seguido dos respectivos valores.

- Alíquota e valor dos impostos, cuja retenção é de responsabilidade da Secom (IR TOTAL, INSS TOTAL e ISSQN APENAS da agência) informar também, no campo discriminação dos serviços, os impostos dos veículos citados acima, exceto o ISSQN dos mesmos, cuja obrigação do recolhimento é da agência.
- A cláusula do contrato referente à reversão com o percentual já atingido.
- Base legal do regime especial de tributação quando houver.

Observação: O envio da nota fiscal da agência fisicamente, deve ocorrer somente quando houver alguma nota fiscal do veículo ou comprovação física da despesa, cuja entrega também seja obrigatória e esteja em faturamento no mesmo documento

4.2 Orientações para preenchimento no Finanpub - NF da agência

- Atenção para o nome da campanha, visto que uma palavra faz diferença. Caso o nome da campanha seja inserido incorretamente, a execução financeira será realizada no empenho errado (Ex: TDCO Aedes 2022 e Aedes 2022)



- ESTIMATIVA DE CUSTO e N° DE PÁGINA: só deve ser preenchido quando existir custo interno da agência na EC/OC.
- PRODUTO E SERVIÇO: inserir conforme abaixo:
 - Quando a nota fiscal da agência faturar qualquer tipo de veiculação de mídia referente a publicidade, usar: VEICULAÇÃO – COMISSÃO PUBLICIDADE.
 - Quando a nota fiscal da agência faturar veiculação de edital, usar: EDITAIS - COMISSÃO EDITAL.
 - Quando a nota fiscal da agência faturar apenas serviços internos, usar: PRODUÇÃO - INTERNO AGÊNCIA.
 - Quando a nota fiscal da agência faturar qualquer tipo de produção (foto/ produção gráfica/pesquisa), usar: PRODUÇÃO - COMISSÃO DE PRODUÇÃO.
 - Quando a nota fiscal da agência faturar qualquer tipo de produção junto com serviço interno, usar: PRODUÇÃO - INTERNO AGÊNCIA + COMISSÃO.
 - Quando a nota fiscal da agência não tiver comissão, usar: PRODUÇÃO – SEM COMISSÃO (criado recentemente).
 - A nota fiscal que no Finanpub estiver aguardando conferência, quando for solicitada pela agência, será excluída do sistema e novo registro deverá ser realizado.

4.3 Nota fiscal do veículo / fornecedor



No documento deverá constar:

- Dados da Secretaria: razão social, endereço completo, CNPJ, município e UF.
- Data da emissão na nota fiscal do veículo deverá ser posterior a última data veiculação.
- Data de vencimento ou condição de pagamento deverá ser “contra –apresentação”.
- No campo discriminação do serviço deve constar número do AP/PI e o nome da campanha.
- Especificar valor líquido e do desconto padrão referente à comissão da agência e de acordo com o CENP.
- Não será aceita a nomenclatura “Comissão” para identificação do valor na agência
- Deverá constar o número e data da emissão da AIDF, data da impressão da nota fiscal, e data limite para emissão.
- Alíquota e valor dos impostos quando for devido. É obrigatório o destaque de IRRF na nota fiscal. Caso o veículo/fornecedor seja isento, é obrigatória a informação da base legal.
- Valor por extenso igual ao numérico.

Observações:

- Ainda será obrigatório enviar para a DPDP as notas fiscais (1ª via) que forem emitidas manualmente pelos veículos/fornecedores, tais como NF em bloco e também as impressas em que não seja possível verificar a autenticidade eletronicamente. Encaminhar também a nota da agência a qual a nota do veículo está vinculada.
- No caso de NF vencida, quando for o caso, deverá vir acompanhada de revalidação do prazo, emitida pelo agente fazendário da AIDF.
- Caso a nota acima não tenha o número da AIDF impresso, é necessário anexar cópia da mesma, autenticada pelo agente fazendário.
- Em caso de extravio de NF emitida manualmente, deverá ser apresentada cópia da via fixa da mesma, autenticada pelo agente fazendário, acompanhada de carta do veículo assinada digitalmente (em papel timbrado, com número do CNPJ), declarando o extravio.
- Caso a NF do veículo não contenha prazo de validade, será considerado o previsto na lei.
- Não serão aceitas rasuras de espécie alguma no preenchimento da NF.
- Para fins de comprovação de despesa por veículo isento da emissão da nota fiscal serão aceitos:
 - Nota fiscal avulsa, que poderá ser adquirida na repartição fazendária do domicílio do prestador do serviço.
 - Fatura ou duplicata do fornecimento do serviço constando o diploma legal da isenção da emissão da nota fiscal.
 - Recibo com assinatura digital informando o diploma legal da isenção da emissão da nota fiscal.
 - Fatura ou duplicata do fornecimento do serviço acompanhada de diploma legal da isenção da emissão da nota fiscal.
 - Deverá ser consultada a autenticidade das notas fiscais eletrônicas no site correspondente.

4.4 Orientações para preenchimento no Finanpub - NF veículos / fornecedores



- CNPJ e RAZÃO SOCIAL DO VEÍCULO/FORNECEDOR: esses dados devem estar iguais à nota fiscal do terceiro. Qualquer divergência deve ser encaminhada à Diretoria de Processamento das Despesas de Publicidade (DPDP), através de e-mail, para análise e resolução.
- VEÍCULOS DE MÍDIA: escolher o nome que equivale ao veículo autorizado na AP. O nome do veículo é composto por:
 - Tipo de mídia:
 - Carro de som
 - Mídia OOH
 - Jornal Impresso- JR
 - Rádio - RD
 - Rede social (utilizado para Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter etc.) - RS
 - Revista - RV
 - Portal (utilizado para sites dos veículos) - PN
 - Televisão – TV
 - Nome do veículo
 - Frequência (quando houver)
 - Cidade da veiculação (quando houver)
 - Carro de som – Alô Alô Comunicação
 - Mídia OOH - D Mídia Brasil
 - Jornal - JR Folha de São Paulo/SP
 - Rádio - RD Divinal FM/Lagoa da Prata
 - Rede Social – Puzzle Soluções Digitais
 - RV Em Voga/Juiz de Fora
 - Portal – Portal Uai
 - Televisão - TV Band/Uberaba
- Se houver divergência no nome do veículo de mídia cadastrado, encaminhar e-mail para esta Diretoria.
- TIPO ABRANGÊNCIA/MUNICÍPIO – REGIONAL: este campo deverá ser preenchido com o nome da cidade onde ocorreu a veiculação e/ou prestação do serviço, não importando a cidade do escritório.
 - Exemplos:
 - JR O Tempo/Betim: será lançado Betim
 - TV Band/Uberaba: será lançado Uberaba
- **Seguir o esquema abaixo para preenchimento no Finanpub:**

CAMPOS

TIPO DE VEICULAÇÃO	ABRANGÊNCIA	MUNICÍPIO - REGIONAL
VEICULAÇÃO POR CIDADE	Municipal - Regional	Selecionar a cidade de veiculação autorizada na AP
REGIONAL (que não inclua BH)	Interior	Deixar em branco
VEICULAÇÃO ESTADUAL	Minas Gerais	Deixar em branco
VEICULAÇÃO NACIONAL	Nacional	Deixar em branco
VEICULAÇÃO INTERNACIONAL	Internacional	Deixar em branco

- N° DA PÁGINA (AP OU OC): deve ser inserido o número da página do documento inicial que o terceiro está inserido.
- PRODUTO/SERVIÇO: a informação selecionada deve ser conforme o tipo de serviço prestado por terceiros seguindo esta classificação:
 - CARRO DE SOM:
PUBLICIDADE – VEICULAÇÃO – CARRO DE SOM
 - MÍDIA OOH:
PUBLICIDADE – MÍDIA ALTERNATIVA – ABRIGO DE ÔNIBUS
PUBLICIDADE – MÍDIA ALTERNATIVA – BACKBUS
PUBLICIDADE – MÍDIA ALTERNATIVA – BANCA DE JORNAL
PUBLICIDADE – MÍDIA ALTERNATIVA – BUSDOOR
PUBLICIDADE – MÍDIA ALTERNATIVA – OUTDOOR
PUBLICIDADE – MÍDIA ALTERNATIVA – PAINEL ELETRÔNICO
 - JORNAL – JR:
Publicação de editais: EDITAL – EDITAIS – VEICULAÇÃO DE EDITAIS
Veiculação de campanhas institucionais: PUBLICIDADE – VEICULAÇÃO – VEICULAÇÃO DE ANÚNCIO
 - RÁDIO – RD:
PUBLICIDADE – VEICULAÇÃO – VEICULAÇÃO DE ANÚNCIO
 - REDE SOCIAL:
PUBLICIDADE – INTERNET – REDE SOCIAL
 - MÍDIA PROGRAMÁTICA:
PUBLICIDADE – INTERNET – MÍDIA PROGRAMÁTICA
 - REVISTA – RV:
PUBLICIDADE – VEICULAÇÃO – VEICULAÇÃO DE ANÚNCIO
 - PORTAL:
PUBLICIDADE – INTERNET – PORTAL
 - TELEVISÃO - TV:
PUBLICIDADE - VEICULAÇÃO - VEICULAÇÃO DE ANÚNCIO
 - PROJETO ESPECIAL DE MÍDIA:
PUBLICIDADE - PROJETO DE MÍDIA
 - PRODUÇÃO GRÁFICA:
PRODUÇÃO - PRODUÇÃO - PRODUÇÃO GRÁFICA (utilizar apenas este)
 - PRODUÇÃO ELETRÔNICA:
PRODUÇÃO - ÁUDIO E VÍDEO - CAPTAÇÃO DE VÍDEO E FOTO
PRODUÇÃO - ÁUDIO E VÍDEO - FILME
PRODUÇÃO - ÁUDIO E VÍDEO - JINGLE
 - FOTO:
PRODUÇÃO – FOTOS – BANCO DE IMAGENS
PRODUÇÃO – FOTOS – CESSÃO DE USO
PRODUÇÃO – FOTOS – PRODUÇÃO DE FOTOS ETC.
 - PESQUISA:
PESQUISA – SERVIÇO – PESQUISA

Se o serviço correspondente não estiver associado ao terceiro, é de responsabilidade da agência solicitar o cadastro por e-mail antes de enviar o faturamento.

- DATA DE AUTORIZAÇÃO VEICULAÇÃO/PRODUÇÃO: a data a ser inserida é a data que o gestor do contrato autorizar o serviço no SEI. Se houver cancela e substitui, a data que vale é a primeira data.
- DATA DE VEICULAÇÃO: inserir a data em que foi veiculado conforme auditoria.
- VALOR IR (R\$) / VALOR INSS (R\$): deve ser preenchido quando destacado na nota fiscal de terceiros.
- OBSERVAÇÃO NOTA FORNECEDOR: inserir a base legal quando o veículo/fornecedor for isento de retenção de Ir.

4.5 Tabelas de preços

- As tabelas deverão ter a aprovação da DCC
- Deverão ser consultadas no FTP ou cadastro do veículo no Finanpub e não precisam ser inseridas no processo.

Observação: A tabela passará a integrar a documentação obrigatória e estará disponível no Finanpub, no espaço destinado a cada veículo/fornecedor.

4.6 Comprovantes de auditoria

No documento deverá constar:

- Assinatura digital do responsável pelas informações.
- Número do CNPJ e responsável pela emissão.
- Razão Social e CNPJ da Secretaria, de acordo com a AP/ PI.
- Nome, Título/peça da campanha, de acordo com o PI.
- Razão Social e número do CNPJ do veículo, de acordo com a AP/ PI.
- Período de veiculação, de acordo com a AP/ PI.
- Quantidade e formato das inserções (5", 10", 15", 30", 45" ou 60"), de acordo com o solicitado.
- Colocação: horário das inserções (rádio) ou nome e horário do programa onde as inserções foram feitas (TV).
- No caso de auditoria de painéis eletrônicos, incluir o link de geolocalização do painel. Sendo a auditoria digital, não será necessário enviar fotos para comprovar a veiculação em painéis eletrônicos.



Créditos: site gov.br

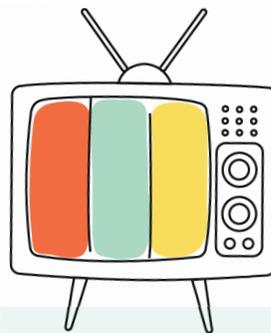
Observações:

- Declarações Notariais Eletrônicas só serão aceitas quando autorizadas pela Superintendência Central de Publicidade e deverão ser inseridas no processo.
- Em caso de incorreção no comprovante que não seja possível corrigir, deverá ser apresentada carta da empresa de auditoria assinada digitalmente, em papel timbrado e com número de CNPJ, para avaliação e aprovação da SCP.
- As agências deverão estar atentas ao nome da Secretaria inseridos nos relatórios de auditoria, para não conflitar com os dados das APs. Para minimizar erros, inserir nos relatórios de auditoria apenas Secom e o nome correto da campanha.

4.7 Comprovação por tipo de veículo

4.7.1 TV E RÁDIO (BH)

- Comprovante de auditagem.



Observações:

- A tolerância é de 10 minutos antes ou 10 minutos após a faixa horária solicitada.
- A data de emissão do comprovante deverá ser posterior a última data de veiculação.
- Em caso de alteração na programação autorizada, deverá ser apresentada carta

justificativa do veículo, assinada digitalmente, com número de CNPJ, e carta da agência, assinada digitalmente, justificando a alteração e informando que não houve prejuízo no resultado da campanha, com o despacho assinado pelo do contrato.

Deverá ser enviada também carta de desconto de valor equivalente à diferença, quando a compensação se der em programa de menor custo ou houver falhas não passíveis de compensação.

- A Superintendência Central de Publicidade encaminhará a relação dos veículos em que esse comprovante é obrigatório.

4.7.2 MÍDIAS DIGITAIS:

- Relatório de auditagem.

4.7.3 JORNAIS E REVISTAS:

• **Jornal:**

- Página física inteira do jornal contendo o anúncio autorizado de acordo com o solicitado (verificar formato – cm x col, P&B ou policromia -, colocação – capa, página ímpar, página indeterminada e data da veiculação etc.).

• **Revista:**

- Exemplar físico completo da edição onde deverá constar anúncio veiculado de acordo com o solicitado (verificar formato – página inteira, ½ página, rodapé –, colocação – capa, contracapa, 2ª ou 3ª capa, página indeterminada e data de veiculação).

Observações:

- As notas relativas às veiculações de jornais, revistas e de serviços gráficos, e seus respectivos comprovantes, continuarão sendo encaminhados, mas somente a nota da agência, do veículo e os referidos comprovantes. Os demais documentos continuarão sendo obrigatórios no processo de despesas inseridos no Finanpub.
- Há tolerância de, no máximo, 3 mm a menos nas veiculações dos jornais.

- Se a página do anúncio não comprovar a quantidade de colunas solicitadas, deverá ser inserida no Finanpub e enviada a edição completa do jornal. Se a edição completa do jornal não comprovar, será aceita uma edição imediatamente anterior ou posterior que confirme o número de colunas.
- Em caso de alteração da data ou caderno da veiculação, deverá ser enviada carta justificativa do veículo em papel timbrado, com número do CNPJ, assinada digitalmente, carta da agência atestando que não houve prejuízo no resultado da campanha, e carta de desconto, quando for o caso. A carta da agência deverá ser inserida no SEI e assinada, via despacho, pelo gestor do contrato.
- Em caso de extravio de um exemplar de jornal original, será aceita cópia em tamanho natural, autenticada em cartório e acompanhada de carta da agência declarando que o mesmo não foi faturado anteriormente.
- No caso de ausência da data na capa do exemplar, deverá ser apresentada carta justificativa do veículo, assinada digitalmente, informando o número da edição e a data de início da circulação.

4.8 Orientações para inserção do anexo no Finanpub

- Imagem nítida do comprovante deve constar a quantidade de colunas, nome do jornal, data e o anúncio completo.
- Imagem nítida de toda comprovação dos dados necessários.



4.8.1 MÍDIA INDOOR (TV de ônibus/Elevador/Mídia Metrô/Aeroporto):

- Relatório de auditoria.

4.8.2 MÍDIA EXTERIOR:

• Busdoor/Backbus:

- Relatório de auditoria. Quando não houver, ou o custo da auditoria for superior a 70% do valor da comissão da agência, enviar:
 - Relação que conste a identificação dos ônibus em que a exibição foi instalada, de acordo com a AP.
 - Checking fotográfico das peças exibidas, que possibilite identificação do número de ônibus, linhas, placas do veículo e jornal do dia (no primeiro e último dia de veiculação).

4.8.2 MÍDIA EXTERIOR:

• Outdoor/Abrigo de ônibus / Relógio de rua / Cabine telefônica/ Banca de revista / Frontlight – ESTÁTICOS:

- Relação dos locais - município e endereços em que a exibição foi instalada, de acordo com o solicitado em AP.

- Checking fotográfico das peças exibidas, que possibilite identificação dos locais de exibição.

Observações:

As veiculações de TV de ônibus, TV de Elevador, Busdoor, Backbus, Outdoor, Abrigo de Ônibus, Relógio de Rua, Banca de Revistas, Frontlight que forem auditadas por “tag” ou outro dispositivo, seguirão as mesmas regras para veiculação em rádios.

4.8.3 INTERNET (PORTAIS – COMPRA POR PERÍODO):

- Relatório de auditoragem

4.8.4 INTERNET (PORTAIS – COMPRA POR ENTREGA):

- Relatório de auditoragem

4.8.5 INTERNET (REDES SOCIAIS):

- Relatório de auditoragem
- Apresentação de três orçamentos.

4.8.6 INTERNET (MÍDIA PROGRAMÁTICA):

- Relatório de auditoragem
- Apresentação de três orçamentos.



Observações:

- Quando da impossibilidade de auditoragem em redes sociais, é aceito o relatório de entregas realizadas na empresa, relatório gerencial da agência e declaração notarial, com base no artigo 299 do Código Penal Brasileiro.

- Uma margem de 5% a menos poderá ser aplicada em processos de redes sociais e mídia vante jornal programática na comprovação.

4.8.7 CARRO DE SOM:

- Mapa do trajeto realizado para veiculação (Google Maps), durante todo o período autorizado via AP, assinado digitalmente.

- Comprovante de auditoragem, quando possível, ou declaração notarial.

- Foto onde seja possível identificar o veículo.

4.8.8 PROJETO ESPECIAL DE MÍDIA

- Auditoria das contrapartidas oferecidas, incluindo bonificações.
- Mapa original detalhado das postagens orgânicas, assinado digitalmente, anexado separadamente no Finanpub, onde deverá constar número do CNPJ do veículo, nome e CNPJ da Secom, nome, título/peça da Campanha, de acordo com o que foi autorizado e com a proposta.
- É necessária a emissão de declaração notarial para as postagens orgânicas

Observações:

- O projeto especial de mídia deverá ser faturado conforme a proposta, em uma única nota fiscal da agência, sendo proibida a compensação de qualquer natureza em outro período ou projeto do mesmo veículo.
- Todas as veiculações e bonificações deverão apresentar comprovantes de auditoria.
- A proposta deverá ter sido inserida no SEI e aprovada antes do início de qualquer veiculação.

4.9 Produção diversa



4.9.1 Tabela do Sinapro.

- Tabela do Sinapro deverá ser anexada quando houver cobrança de serviço interno da agência.

Observações:

- Existem valores diferenciados, conforme determinado no contrato e edital, atentar para os valores percentuais cobrados.
- Observar a validade das tabelas em consonância com a data da assinatura da EC.

4.9.2 Produção gráfica

- Exemplar da peça (folder, volante, convite, envelope, adesivos etc.), de acordo com a EC ou OC (verificar tamanho, cor, material e qualquer outra especificação referente ao serviço solicitado).
- Checking fotográfico que permita a identificação do material no local, quando a despesa for orçada com instalação.
- Protocolo de entrega físico ou declaração do Órgão solicitante ou fiscal do contrato atestando o serviço realizado, no caso de instalação e retirada da peça.

Observações:

- As notas relativas aos serviços gráficos e seus respectivos comprovantes continuarão sendo encaminhados fisicamente, mas somente a nota da agência, do fornecedor e os referidos comprovantes. Os demais documentos deverão ser inseridos no Finanpub.
- No caso de formatos que impossibilitem ser anexados ao processo (ex: banner, relógio de rua, faixas), será aceito o layout do mesmo e suas especificações.
- A orçamentação realizada pela Diretoria de Cotação e Cadastramento só poderá ser utilizada após ter sido inserida no SEI e devidamente aprovada, não sendo necessário sua inclusão no processo no Finanpub.

4.9.3 Produção eletrônica



- Anexar o arquivo separadamente no Finanpub, com a peça produzida de acordo com a EC (onde seja possível identificar conteúdo, formato e título da peça).
- Protocolo de entrega físico ou e-mail de recebimento contendo todas as informações da EC, quando se tratar de produção sem veiculação autorizada pela Secom.

Observações:

- Quando se tratar de arquivo muito extenso, que não seja possível anexar diretamente no Finanpub, a agência deverá solicitar à Diretoria de Processamento das Despesas de Publicidade, por e-mail, a adequação do mesmo para inclusão no processo de despesas.
- Quando se tratar de produção para internet, o arquivo deverá ser anexado ao sistema, incluindo o link para verificação.

4.9.4 Produção de anúncio

- Layout ou “print” do anúncio, em caso de anúncios de jornais e revistas, banner de internet etc., de acordo com EC.

4.9.5 Protocolo de entrega / Declaração

- Data de entrega.
- Órgão solicitante.
- Nome da campanha e/ou título da peça.
- Nome legível, cargo, MASP, matrícula ou identificação do funcionário que recebeu a peça.
- Local de entrega, de acordo com o orçamento da Diretoria de Cotação.
- Quantidade de peças entregues.
- Nome do fornecedor.
- Descrição da peça entregue.

Observações:

- Em caso de serviço de instalação e/ou retirada de placas, banners, faixas, palcos etc. deverá ser anexada Declaração da Secretaria demandante.
- No caso de aluguel de mailing, anexar declaração da ECT (Empresa de Correios e Telégrafos).

4.9.6 Placas de obras indicativas de estrada

- Layout da peça, quando a despesa for referente a produção ou somente distribuição, de acordo com a EC.
- Checking fotográfico que permita a identificação do local, quando a despesa for referente a instalação, de acordo com a EC.
- Declaração de que o serviço foi realizado pelo responsável da solicitação.



5. DOCUMENTOS COM ASSINATURA DIGITAL ANEXADOS SEPARADAMENTE

Devem ser anexados separadamente no Finanpub além de estarem arquivados no processo completo:

5.1 Carta de correção (quando necessário)



- Pode ser emitida tanto pelo veículo, quanto pela agência.
- Deve conter o nome do veículo, o número e data de emissão da NF.
- Data de emissão da carta deve ser posterior a data da NF que será corrigida.
- Deve constar o número do CNPJ e assinada digitalmente.

Observações:

- Não serão aceitas cartas de correções para alterar data de emissão da NF, valores ou número do CNPJ.
- No caso de **NF avulsa ou NF eletrônica**, a carta de correção deverá ser do próprio veículo.

5.2 Carta de desconto (quando necessário)

- Data da carta com emissão posterior a data de emissão da nota fiscal sobre a qual será aplicado o desconto.
- Emitir em papel timbrado, com número do CNPJ do veículo, e assinada digitalmente.
- Destinar a carta à Secretaria de Estado de Comunicação Social.
- Mencionar o número da nota fiscal e data de emissão.
- Informar o motivo do desconto, valor da NF, valor do desconto e novo valor a ser considerado.
- Para descontos de produção, a carta deve ser validada pela DCC.
- **MOTIVOS:**
 - **Rádio:** quantidade de inserções abaixo do solicitado, ou custo unitário maior do que o valor de tabela.
 - **TV:** falha em alguma inserção ou compensação de inserção em programa de menor valor.
 - **Jornal:** anúncio com tamanho menor (informar diferença de centimetragem), anúncio P&B quando o solicitado foi colorido, ou divergência de número de colunas.
 - **Backbus/Busdoor/Abrigo de ônibus/Relógio:** quantidade diferente da solicitada.
 - **Serviços:** alteração do produto ou na quantidade produzida.

Observações: Anexar memória de cálculo.

5.3 Carta explicativa (quando necessário)



- Utilizar para justificar qualquer alteração na veiculação ou na produção do material. A carta explicativa do veículo será sempre acompanhada por cartas da agência.
- Emitir em papel timbrado, com CNPJ do veículo e assinatura.
- Destinar a Carta à Secretaria de Estado de Comunicação Social.

Observações:

- Verificar se a data de emissão está coerente com o desenvolvimento processual.
- O gestor do contrato só dará “ciente” ou “de acordo” em cartas explicativas da agência. Essas cartas são inseridas no SEI pelos responsáveis na SCP e a assinatura do gestor ocorre por meio de despacho.
- As cartas dos veículos poderão ser destinadas às agências.
- A carta explicativa enviada pela secretaria que fizer referência a apenas um processo deverá ser original. Caso faça referência a dois ou mais processos, o original deverá ser enviado para a Secom, e uma cópia deve ser anexada a cada processo.

5.4 Carta de compensação

- Utilizada quando inserções não veiculadas em um ou mais dias foram compensadas em outros, dentro do período da campanha.

Observações:

- A carta de compensação deverá ser acompanhada de carta da agência, que será inserida no SEI pelos gerentes de mídia e assinadas pelo gestor do contrato, por meio de despacho. Importante informar, quando de fato ocorrer, que a alteração nos dias de veiculação não causou prejuízo para o resultado da campanha.

5.5 Declaração notarial eletrônica (Quando autorizada pela SCP - Modelo)

- Utilizada em substituição ao comprovante de auditoria, quando não for possível auditar, e somente após autorização formal por e-mail da Superintendência Central de Publicidade.

5.6 Carta de desistência (quando houver)

• No caso de desistência de um ou mais fornecedores na orçamentação, a empresa deverá apresentar carta informando a impossibilidade ou a desistência de realizar o serviço, e a agência deverá enviar carta justificando a contratação do 2º colocado.

5.7 Carta de prorrogação de prazo de entrega (quando houver)

- Emitida pela secretaria demandante quando há qualquer atraso na aprovação da peça que impeça a entrega do material na data solicitada no processo da Diretoria de Cotação.
- A data de emissão dessa carta deve estar entre a data de recebimento dos orçamentos e a data prevista da entrega do material.

Observações:

- Toda carta de fornecedor anexa ao processo deverá ser original, em papel timbrado assinada digitalmente e com número do CNPJ.
- A carta da secretaria que fizer referência a apenas um processo deverá ser original. Caso faça referência a dois ou mais processos, o original deverá ser enviado para a Secom e uma cópia anexada a cada processo.

6. Verificação dos processos antes da postagem no Finanpub

Antes de os processos serem inseridos no Finanpub, comprovando a execução dos serviços, as agências, obrigatoriamente, deverão verificar:

6.1 Mídia

AP (Autorização de Publicação) aprovada ou documento equivalente. Não é necessário incluir cópia no processo de despesa no Finanpub, pois esse documento estará no SEI.

- Se já foi inserida no SEI e se foi assinada pelo gestor do contrato.
- Data de emissão igual ou posterior a data do empenho.
- Data do início da veiculação posterior a data de autorização do gestor do contrato (data do despacho no SEI).
- Número do PI.
- Dados corretos da Secretaria de Estado de Comunicação Social
- Dados dos veículos – Razão Social e número do CNPJ.

- Valores cobrados - iguais ou abaixo do preço de tabela.
- Cálculo de comissão da agência com percentual e valor de acordo com edital e contrato.
- **Campo Formato:**
 - Rádio/ Televisão: Secundagem (5", 10", 15", 30", 45" ou 60").
 - Jornal: Cm x Col (centímetro x coluna), P&B ou policromia.
 - Revista: Página inteira, ½ página, rodapé etc.
 - Outdoor/ Back light/ Front light: Painel, Painel duplo etc.
 - Busdoor/ Backbus/ Abrigo de Ônibus/ Relógio de Rua: unidades.
- **Campo Colocação:**
 - Rádio: faixa horária rotativa (7h às 19h) ou determinada (quando solicitado)
 - Televisão: nome dos programas e se a inserção é em programa inédito ou reprise.
 - Revista/Jornal: página indeterminada, capa, contracapa etc.
 - Outdoor/Abrigo de ônibus/Relógio de Rua: locais de instalação.

6.2 Produção

EC/OC (ORDEM DE CUSTOS) aprovada.

Não é necessário incluir cópia no processo de despesa no Finanpub, pois esse documento estará no SEI.

- Se foi inserida no SEI e assinada pelo gestor do contrato.
- Verificar se todos os campos de cabeçalho estão preenchidos corretamente (cliente, campanha, produto/espécie e data).
- Data da EC posterior a orçamentação realizada pela Diretoria de Cotação ou agência.
- Especificação do material orçado e/ou serviço orçado, data e local de instalação e retirada de peças, de acordo com o processo da Diretoria de Cotação, quando for o caso.
- Cálculo de desconto sobre serviço prestado e honorários da agência de acordo com edital e contrato.
- Lista de demais fornecedores consultados, de acordo com a orçamentação realizada (no mínimo 2 orçamentos).

Observações:

- Caso não haja concorrência devido à exclusividade do serviço prestado (ex: traço de artista, comprovada habilidade em determinada área, ilustração, aluguel de cromo ou fotografia), tal informação deverá constar no campo de especificações do serviço.

6.3 Orçamentação aprovada

- Não é necessário incluir cópia no processo de despesa no Finanpub, pois esse documento estará no SEI.
- Se foi inserida no SEI e assinada a autorização (despacho).
- A Diretoria de Cotação e Cadastramento - DCC / Secom será responsável pela realização dos orçamentos de produção gráfica e produção/installação de placas de obras. O processo da DCC é formado por:
 - E-mail da DCC com as especificações da peça a ser orçada, data de entrega do orçamento, local e data de entrega do material a ser produzido.
 - Orçamentos dos fornecedores, onde deve constar data e horário de envio do orçamento, de acordo com e-mail da DCC; nome e CNPJ do fornecedor; descrição das peças orçadas, de acordo com e-mail da DCC; custo unitário e/ou total das peças orçadas.
 - Indicador de preços, onde deve constar número da cotação; descrição, quantidade e prazo de entrega da peça orçada; valores, de acordo com os orçamentos constantes no processo; destaque do fornecedor ganhador da cotação; assinatura do responsável pela cotação.

Observações:

- Em caso de impossibilidade do 1º colocado realizar o serviço, deverá constar no processo carta de desistência esclarecendo os motivos e carta da agência informando o motivo da convocação do 2º colocado, com aprovação da DCC - Secom.
- Em caso de empate de valor entre os dois primeiros colocados, a DCC irá verificar e comprovar o horário de envio, classificando e informando à agência o fornecedor ganhador pelo critério de primeiro envio.
- Caso não tenham três orçamentos, a DCC deverá inserir comparativo de preços anteriormente orçados para o mesmo tipo de trabalho. Estando os valores de acordo com o histórico levantado, os orçamentos serão validados pela DCC.

6.4 Orçamentação (agência)

- Quando verificada a impossibilidade de orçamentação pela DCC, a agência será autorizada a realizar a cotação e deverá seguir os critérios adotados pela DCC
- No caso de serviço referente a produção eletrônica, tradução de textos, produção de fotos etc., a orçamentação será realizada diretamente pelas agências, com consulta a no mínimo três fornecedores.
- Os orçamentos dos fornecedores, assinados digitalmente, devem ser apresentados em PDF timbrado, com número do CNPJ, devendo constar nome do Órgão solicitante (Secom);

data de emissão do orçamento; descrição das peças orçadas (tamanho, quantidade, material e/ou serviço a ser realizado); valor unitário e total das peças/serviços orçados; endereço completo, telefone de contato e nome do responsável pela proposta.

Observações:

- Quando da reutilização de serviços de produção eletrônica, deverá constar orçamento da empresa detentora dos direitos autorais das peças.
- No caso de serviços exclusivos, anexar o orçamento da empresa detentora do mesmo.

7. Relatórios exigidos em contrato

- Caberá às agências contratadas encaminhar à Diretoria de Processamento das Despesas de Publicidade (DPDP) todo relatório gerencial que vier a ser solicitado.

8. Comprovantes de repasse

- Após o recebimento da lista de pagamentos efetuados pelo Governo de Minas à agência, a mesma deverá apresentar o comprovante de repasse aos veículos/fornecedores no prazo estipulado pelo contrato.

Observações:

- No caso de pagamentos via PIX, os mesmos deverão ser nominais à razão social veículo/fornecedor – Vedado o repasse em nome de funcionários, sócios ou responsáveis legais.
- É permitido pagamento para conta “pessoa física”, via PIX, para Microempresário Individual - MEI. Mas no campo de observações do comprovante, deverá ser informado o número da nota fiscal da agência, do veículo e o CNPJ completo o qual se refere o repasse.
- Para pagamento via “PIX” é aceito apenas como chave o CNPJ do veículo/fornecedor (exceto MEI).
- **Em todos os comprovantes de repasse deverão constar OBRIGATORIAMENTE:**
 - Os dados da agência: Razão Social e CNPJ completo – não poderá ser feito por PIX de funcionário, sócios ou responsáveis legais da agência,
 - Dados do favorecido: Razão Social, CNPJ completo e número de sua nota fiscal. (Quando as informações não vierem automaticamente no comprovante, as mesmas deverão ser informadas no campo de descrição/observação do mesmo, no ato do repasse.)
 - O comprovante de repasse, que deverá ser assinado digitalmente pela agência e constar o valor pago e o número da identificação bancária do repasse (ID/Transação/Autenticação).
 - O comprovante enviado para comprovação do repasse deverá ser somente em PDF ou JPEG.

9. DOCUMENTAÇÃO COMPROBATÓRIA NO FINANPUB



Este anexo faz parte do Manual da DPDP que objetiva instruir os interessados quanto às regras para a inserção dos documentos como anexo no sistema Finanpub, além das orientações para preenchimento dos campos do sistema presentes anteriormente.

I. Ordem dos documentos da comprovação da despesa

O anexo para a comprovação da despesa deve ser único, no formato PDF, contendo todos documentos, sendo:

• Mídia:

- Carta de correção ou carta explicativa para a NF da agência (quando houver).
- Nota fiscal da agência.
- Carta de correção ou carta explicativa para a NF do veículo (quando houver).
- NF do veículo.
- Auditoria (quando houver) ou declaração notarial (quando autorizado).
- Comprovante de veiculação (atentar para as exceções)
- Orçamentação realizada pela agência.

• Produção Gráfica:

- Carta de correção ou carta explicativa para a NF da agência (quando houver).
- Nota fiscal da agência.
- Carta de correção ou carta explicativa para a NF do fornecedor (quando houver).
- NF do fornecedor.
- Protocolo de entrega.
- Tabela do Sinapro (quando necessário)
- Comprovação do serviço.

• Produção Eletrônica (orçamentação feita pela agência)

- Carta de correção ou carta explicativa para a NF da agência (quando houver).
- Nota fiscal da agência.
- Carta de correção ou carta explicativa para a NF do fornecedor (quando houver).
- NF do fornecedor.
- Protocolo de entrega (quando houver)
- Tabela do Sinapro (quando necessário)
- Orçamentos
- Comprovação do serviço

• Serviço interno

- Carta de correção ou carta explicativa para a NF da agência (quando houver).
- Nota fiscal da agência.
- Protocolo de entrega (quando houver)
- Tabela do Sinapro (quando necessário)
- Comprovação do serviço.

Observações:

- Documentos inseridos e autorizados no SEI não devem fazer parte do processo no Finanpub.
- Todos os comprovantes do serviço autorizado e que possam ser salvos em formato PDF (jornal, mapa de veiculação, revista, checking fotográfico, folder etc.) deverão estar no arquivo único da nota fiscal no Finanpub, seguindo sempre a ordem cronológica já informada anteriormente.
- Exceção aberta para as comprovações de produção eletrônica que não podem ser salvas em PDF e, nesses casos, deverão ser salvas como novo anexo, nomeado da seguinte forma: COMPROVANTE + sigla NF + o número da NF. Exemplo: COMPROVANTE NF 2021.563.
- Os documentos assinados digitalmente inclusos no arquivo único devem ser inseridos separadamente para a autenticidade da assinatura do site oficial. Não inserir documentação repetida, sem valor processual ou para simples conferência no anexo.

II. Extensões e tamanho dos arquivos aceitos no sistema

São compatíveis apenas arquivos com as extensões: 7z, bz2, csv, gz, html, jpeg, jpg, json, mp4, mpeg, mpg, odp, ods, ogg, ogv, pdf, svg, tar, tgz, txt, xml, zip.

O tamanho máximo de cada documento é 40 Mb. Caso o volume de arquivos supere o tamanho de 40 Mb, deverá ser feita a inserção em partes de até 40 Mb.



10. CONSIDERAÇÕES GERAIS

1. Deverá ser inserido, no Finanpub, no campo específico no cadastro da nota do veículo a numeração da página da AP (Autorização de Publicação) ou EC (Estimativa de Custo) na qual o veículo/fornecedor está inserido.

2. Deverá ser inserido, no Finanpub, no campo específico do cadastro da nota da agência o número da EC quando se tratar de serviços internos.

3. Ainda será obrigatório o envio das notas fiscais físicas dos veículos que forem emitidas manualmente pelo veículo/fornecedor, ou seja, notas fiscais em bloco e/ou de impressão. Para melhor controle, encaminhar também a nota da agência. Somente notas fiscais eletrônicas de veículos não serão enviadas, ficando assim a agência dispensada de enviar a sua nota relativa a esse processo.

4. Notas relativas a veiculações de jornais, revistas e de serviços gráficos e seus respectivos comprovantes e protocolos de entrega, continuarão sendo encaminhados, massamente a nota da agência, do veículo e os comprovantes. Os demais documentos, conforme manual, continuarão sendo obrigatórios no processo de despesas inseridos no Finanpub.

5. Não anexar documentos desnecessários no Finanpub.

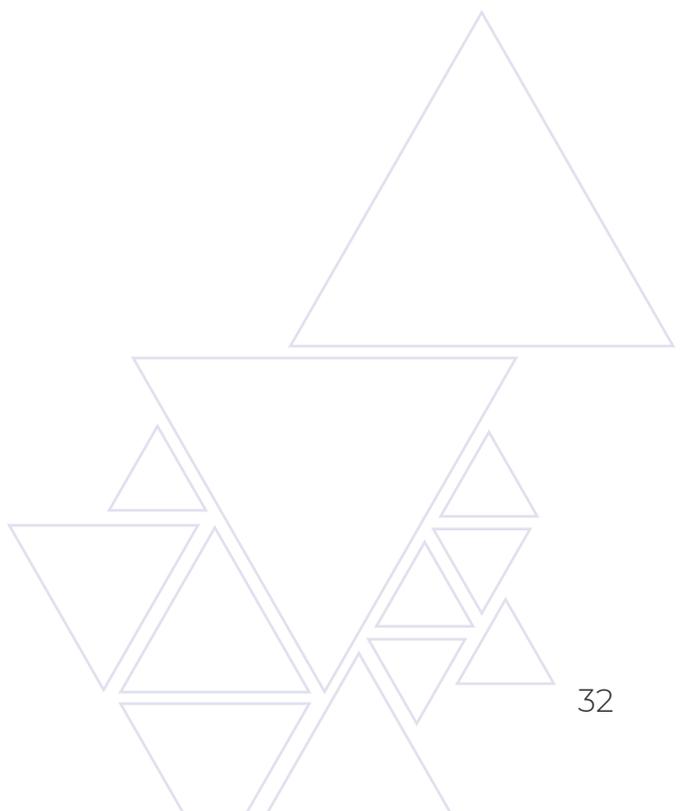
6. Quando da conferência das notas relativas ao item 4 o processo físico não estiver na Diretoria de Processamento das Despesas de Publicidade (DPDP), a mesma será excluída do Finanpub e será considerada nova data de conferência.

7. As notas de despesas relativas aos projetos, obrigatoriamente deverão ser faturadas em uma única nota da agência, de acordo com a proposta.

8. Os preenchimentos de todos os campos necessários do Finanpub, bem como a ordem de digitalização dos documentos deverá ser seguida rigorosamente e, de acordo com o manual, as notas que forem devolvidas por esses motivos retornarão para a agência e irão para o final da lista única de conferência, sendo considerada nova data e nova nota a conferir, independentemente da primeira data de tramitação.



9. As agências devem cadastrar as notas somente na hora da tramitação, não deixando notas cadastradas para tramitar depois. As notas cadastradas e não tramitadas serão excluídas e só poderão ser cadastradas novamente com autorização do gestor do sistema.
10. Os campos Razão Social, Veículo de Mídia e Item de Serviço, no Finanpub, deverão ser preenchidos de acordo com o serviço prestado pelo veículo/fornecedor. Em caso de dúvidas, consultar a DPDP. Notas preenchidas incorretamente serão devolvidas.
11. A nota fiscal que estiver na DOT aguardando conferência e for solicitada pela agência será automaticamente excluída e novo registro deverá ser feito.
12. Somente tramitar notas no Finanpub após todos os questionamentos e irregularidades atendidos.
13. A agência deverá receber as notas devolvidas pela DOT diariamente.
14. Os documentos assinados digitalmente deverão ser anexados separadamente, para que seja possível a verificação da autenticidade do mesmo.
15. Todo o processo observa os termos das leis que regem a atuação de uma agência de publicidade licitada.
16. É de inteira responsabilidade da agência o acompanhamento e a supervisão de todo o trabalho autorizado.



77. REFERÊNCIAS **LEGAIS**

• **Lei nº 4.320, de 17 de março de 1964**, que institui Normas Gerais de Direito Financeiro para elaboração e controle dos orçamentos e balanços da União, dos Estados, dos Municípios e do Distrito Federal.



• **Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965**, que dispõe sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda.

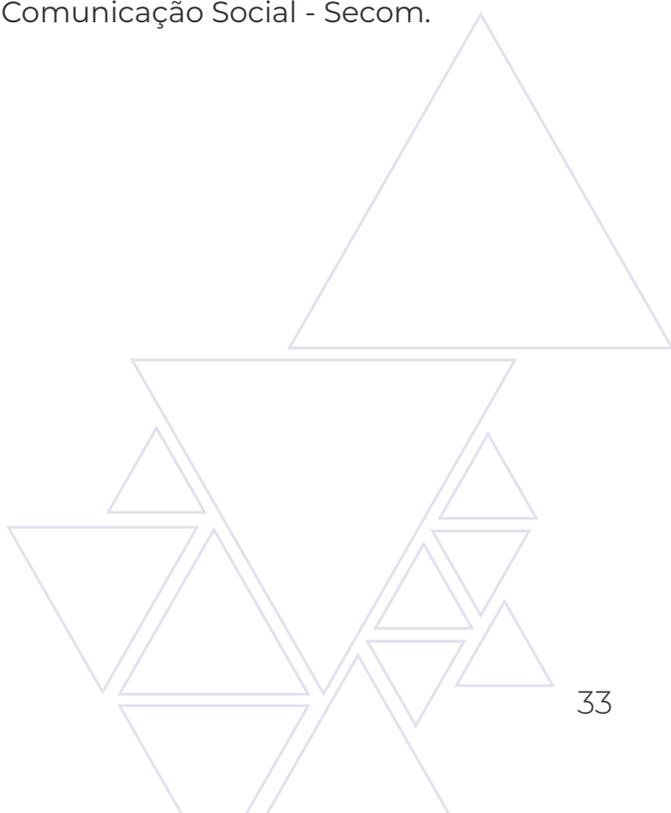
• **Instrução Normativa STN nº 6, de 31 de outubro de 2007**, que dispõe sobre a Conformidade de Registro de Gestão.

• **Decreto 45.141, de 20 de julho de 2009**, estabelece que fica centralizado na Secretaria de Estado de Comunicação Social – o exercício do controle técnico e financeiro das atividades executadas por agências de publicidade e propaganda para a administração direta e indireta do Poder Executivo do Estado de Minas Gerais.

• **Lei nº 12.232, de 29 de abril de 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.

• **Instrução Normativa RFB nº 1.234, de 11 de janeiro de 2012**, que dispõe sobre a retenção de tributos e contribuições nos pagamentos efetuados a pessoas jurídicas pelo fornecimento de bens e serviços.

• **Art. 14º Decreto 48.642, de 23 de junho de 2023**, que dispõe sobre a organização da Secretaria de Estado de Comunicação Social - Secom.



12. MANUAL DE **FUNCIONAMENTO** **DOS SERVIÇOS**

1. Os processos referentes à despesa com publicidade deverão, obrigatoriamente, iniciar com a emissão prévia do empenho no SIAFI/MG.

2. O empenho deverá acobertar despesas do exercício corrente, não acobertando despesas de exercícios futuros.



3. Todo empenho deverá ter um nome que o acompanhará até o final. Exemplo: Campanha: “Minas Avança/ano (xxxx) ”.

a) As ECs (Estimativas de Custo), PMs (Planos de Mídia), Pls (Pedidos de Inserção), notas fiscais das agências e demais documentos que comprovarão a despesa deverão ser assim identificados.

4. O pedido de abertura de empenho é autorizado pelo ordenador de despesas via SEI e enviado para a DPDP.

5. O Executor Financeiro realiza a abertura do empenho através do Portal de Compras e SIAFI, ficando à disposição do ordenador de despesas para assinatura.

6. Após assinada, a nota de empenho é anexada no SEI e os dados do empenho são cadastrados no Finanpub, pelo Executor Financeiro.

7. Após a realização dos serviços, os prestadores de serviço emitem a nota fiscal ou equivalente e enviam juntamente com os documentos comprobatórios da despesa, para a agência responsável pela campanha.

8. A agência recebe esta documentação, confere conforme o item 2.3 e emite a nota fiscal faturando para a Secretaria de Estado de Comunicação Social.

9. Essa nota é cadastrada e tramitada juntamente a todos os documentos, para a DPDP, pela agência via Finanpub.

10. Diariamente, as notas fiscais são recebidas pela DPDP através do Finanpub, que possui um sistema de distribuição pela ordem de chegada das mesmas.

11. O “Conferente” acessa o sistema e inicia a conferência de acordo com suas atribuições e critérios de conferência constantes no item 2.3.

12. Conforme análise do servidor, a nota poderá ser:

a) Caso encontrada alguma inconsistência, será tramitada para o status “aguardando avaliação”, onde o diretor da DPDP analisará as inconsistências e definirá sobre a devolução para a agência para as devidas correções. Após corrigida, esta nota será tramitada pela agência e retornará para o “conferente” que a analisou.

b) Se estiver correta, será tramitada para o “Executor Financeiro” com o status de “conferida não enviada”.

13. O “Executor Financeiro” tramita a nota para conferência e assinatura do fiscal do contrato. Após assinada, a nota é retornada para o executor que a encaminha para o “Controle Interno” para certificação da despesa.

14. O Fiscal Administrativo confere a nota e:

a) Se estiver incorreta, devolve para o “Conferente”.

b) Se estiver correta, atesta, conforme sua atribuição e faz a tramitação para a Coordenadora.

15. A Coordenadora certifica a nota e a tramita para o Núcleo de processamento de Despesa.

16. O Executor Financeiro recebe a nota certificada, prepara uma planilha com todas as demais notas certificadas e executa as liquidações das despesas no Portal de Compras e no SIAFI. Após, os dados das liquidações são lançados no Finanpub.

17. De acordo com a planilha de notas fiscais liquidadas, havendo disponibilidade financeira no SIAFI, é efetuado o pagamento para a agência. Caso contrário, é necessário solicitar a liberação financeira para pagamento.



a) A solicitação financeira é feita via e-mail para a Diretoria de Contabilidade e Finanças da Secretaria de Estado de Comunicação Social.

18. O Imposto de Renda - IRRF é retido no ato do pagamento conforme legislação vigente.

19. O pagamento de cada nota fiscal gera uma Ordem de Pagamento - “OP”, que fica disponível no SIAFI para assinatura do ordenador de despesas.

20. Após assinatura digital do ordenador de despesas é produzida uma lista de pagamento por agência e enviada por e-mail para as mesmas. Esta lista de pagamento possui informações como: número da OP, data de registro, data de pagamento no banco, data limite para o repasse a terceiros e data limite para comprovação do repasse.

21. Os prazos de repasse e comprovação que constam na lista de pagamento são informados conforme contrato vigente.

22. Os dados do pagamento à agência são lançados no Finanpub e:

a) As notas fiscais que possuem valores de terceiros são tramitadas para o status “paga à agência aguardando confirmação pagamento fornecedor”. A agência tem a responsabilidade de inserir a data do repasse e anexar o comprovante.

b) As notas fiscais de serviços prestados apenas pela agência são tramitadas para o status “aguardando envio para o SEI”.

23. Em cima da mesma planilha de liquidação são emitidas as guias de ISSQN no Programa DES da Prefeitura de Belo Horizonte, para o pagamento no SIAFI.

24. Quando há retenção de INSS, não tem emissão de guia e sim pagamento separado no SIAFI.

25. Os dados dos pagamentos de impostos também são inseridos no Finanpub. Quando for o caso de pagamento de imposto através de guia, este documento é inserido no Finanpub.

26. Dentro do prazo de comprovação do repasse a terceiros, a agência deve inserir o comprovante deste repasse e informar a data no Finanpub.

27. Ao término deste prazo, é conferido pelos executores financeiros se o repasse foi feito corretamente. Caso a agência preencha a data de repasse em atraso ao estipulado em contrato, o executor Financeiro recebe um aviso automático, por e-mail, do Finanpub. Após análise, medidas são tomadas.

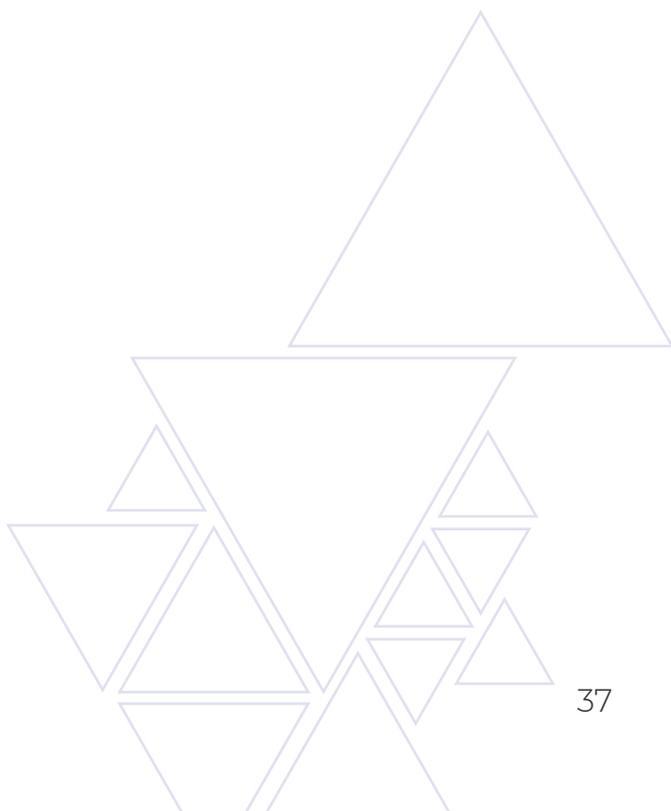


28. Findo o processo de pagamento e a comprovação do repasse, a nota fiscal é tramitada para o SEI.

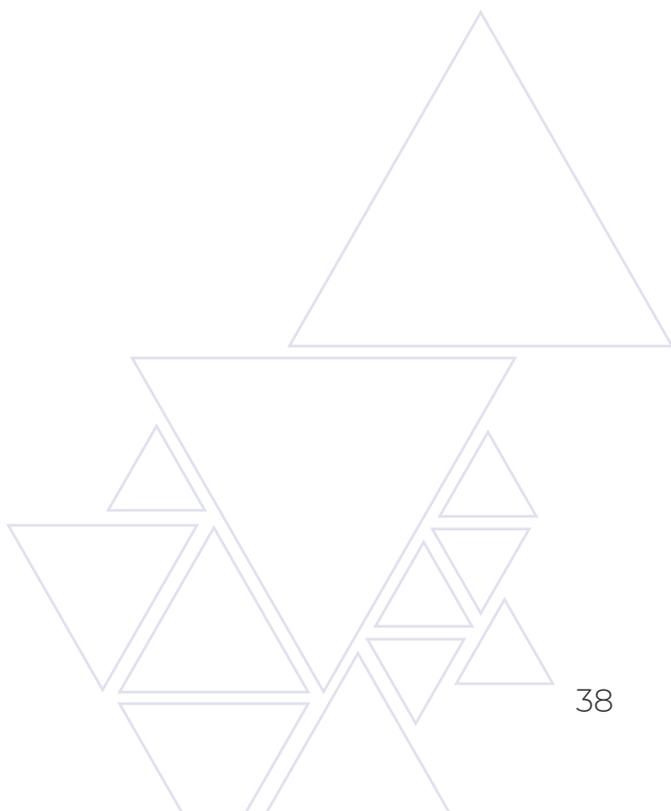
Observação:

A Secretaria trabalha com a celebração de Termo de Descentralização de Crédito Orçamentário com outras Secretarias, ou seja, a Secretaria demandante cede à Secom o crédito orçamentário e o crédito financeiro para a execução de uma campanha publicitária em um dos nossos contratos vigentes. Em contrapartida, a execução da despesa é de responsabilidade da Secretaria-Geral, nas unidades administrativas e executoras da Secretaria demandante, por isso, algumas regras podem ser alteradas.

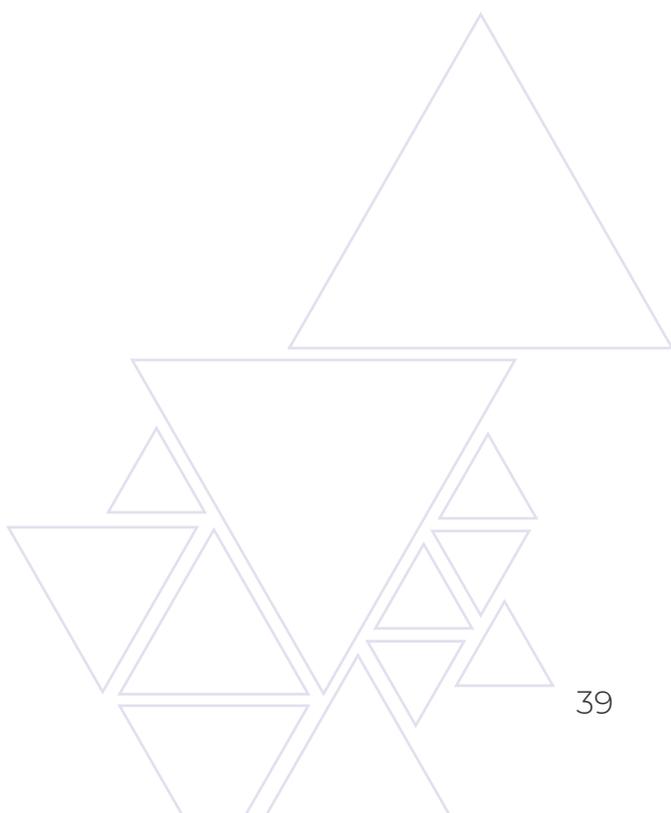
ANOTAÇÕES:



ANOTAÇÕES:



ANOTAÇÕES:





 **EXPEDIENTE:**

SECRETÁRIO DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Bernardo Assis Fonseca Santos

SUPERINTENDENTE DE PUBLICIDADE:

Lucélia Takako Morioka

CONTEÚDO:

Cláudio Márcio Guisoli
José Geraldo Cerqueira de Melo
Juliana de Paula Marçal
Simone Ribeiro Pereira Soares

COLABORAÇÃO DE CONTEÚDO:

Camilla Grazielle Freitas Gomes

DIAGRAMAÇÃO:

Warlei Lamas

Versão novembro / 2023.

SECOM



**MINAS
GERAIS**

GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.