

EDITAL DE LICITAÇÃO
PROCESSO LICITATÓRIO Nº 095/2020
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2020

A **CÂMARA MUNICIPAL DE POÇOS DE CALDAS**, com sede na Rua Junqueiras, 454, CEP 37.701-033, Centro, Poços de Caldas/MG, por intermédio de seu Presidente, torna público que fará realizar licitação, na modalidade **CONCORRÊNCIA PÚBLICA**, do tipo “Técnica e Preço”, objetivando a contratação dos serviços de publicidade, descritos abaixo, mediante uma agência de publicidade e propaganda, observadas as exigências das Leis nº 4.680, de 18 de junho de 1965, 8.666, de 21 de junho de 1993 e 12.232, de 29 de abril de 2010, e demais disposições do presente Edital, da minuta de Contrato e dos Anexos que o integram, no valor estimado de R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais), num período de 12 (doze) meses.

O recebimento e abertura dos envelopes de proposta e documentação ocorrerão no dia **29 (vinte e nove) de abril de 2021, às 10:00 (dez horas) horas (horário de Brasília)**, no seguinte endereço: Anexo da Câmara Municipal, Rua Junqueiras, nº 555, Centro, CEP 37.701-033, na cidade de Poços de Caldas/MG.

1 - OBJETO

1.1. O contrato de serviços de publicidade a ser adjudicado a empresa vencedora desta Licitação terá por objeto a execução de atividades de publicidade, previstas na Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial, as de assessoria de imprensa, comunicação e relações- públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.2. Considera-se “serviços de publicidade” o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias e de informar ao público em geral.

1.3. Poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas que terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

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.

1.4. É vedado incluir outros serviços não previstos acima, em especial as atividades de pesquisas de opinião, promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações-públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza, vedação que se estende às pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade”.

1.5. Para execução dos serviços objeto do presente contrato, quando se tratar de veiculação de matéria

relativa a publicidade institucional, não fica a Câmara Municipal impedida de contratar diretamente com o Órgão Oficial do Estado e ou Município, sem que caibam à CONTRATADA o pagamento relativo a estes serviços.

1.6. Integram este Edital como se aqui estivessem transcritos os seguintes anexos:

ANEXO I – Condições Gerais para Apresentação das Propostas

ANEXO II – Modelo de Carta-Proposta

ANEXO III – Minutas de Contrato

ANEXO IV – Empregador Pessoa Jurídica/Declaração

ANEXO V – Minuta de Termo de Compromisso para a Constituição de Consórcio

ANEXO VI – Lista de Referência de Custos de Serviços Internos do SINAPRO/MG, em vigor na data do anúncio desse Edital

ANEXO VII – “Briefing” – Elaboração da Proposta Técnica

ANEXO VIII – Conteúdo da Proposta Técnica

ANEXO IX – Procedimento Para Julgamento Das Propostas

ANEXO X – Declaração de Disponibilidade de Pessoal

2. INFORMAÇÕES BÁSICAS

2.1. Modalidade/Nº: Concorrência Pública nº 001/2020

2.2. Modalidade de Licitação: Técnica e Preço

2.3. Retirada do Edital: O presente Edital poderá ser solicitado gratuitamente através do e-mail licitacao@pocosdecaldas.mg.leg.br, até a data limite de entrega de propostas, bem como acessado através do sítio www.pocosdecaldas.mg.leg.br, observados os procedimentos previstos.

2.4. Solicitação de Esclarecimento ou Impugnação:

2.4.1. Qualquer cidadão ou licitante poderá impugnar o presente edital em até 05 (cinco) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei Federal nº 8.666/1993 (Lei de Licitações).

2.4.1.1. Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até 02 (dois) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço e nos horários mencionados no subitem 2.4.2.

2.4.2. As impugnações deverão ser, obrigatoriamente, formalizadas por escrito, devidamente assinadas, e protocoladas na Câmara Municipal de Poços de Caldas, de segunda a sexta-feira, no horário de 12 às 18 h, na Rua Junqueiras, 454, Centro – Poços – MG, no prazo citado no item 2.4.1.

2.4.3. Os esclarecimentos adicionais, relativos ao texto deste Edital, quando envolverem interpretação sobre o preciso entendimento do que nele se contém, poderão ser obtidos junto à Assessoria Administrativa, até o 5º dia útil anterior à entrega dos ENVELOPES 1 e 3, pelo e-mail licitacao@pocosdecaldas.mg.leg.br

2.4.4. Os questionamentos serão respondidos e remetidos por e-mail ao solicitante.

2.4.5. O inteiro teor do pedido formulado, bem como da resposta estarão também disponíveis no site da Câmara Municipal - (www.pocosdecaldas.mg.leg.br).

2.5. Poderá participar desta concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

2.5.1. Não poderá participar desta concorrência a agência de propaganda:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com o Município de Poços de Caldas;

b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão, incorporação ou recuperação judicial;

c) que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal;

d) estrangeira que não funcione no País.

2.5.2. Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma Proposta.

2.5.3. O prazo de vigência do Contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos totalizando 60 (sessenta) meses, através de Termo Aditivo, se do interesse da Contratante.

2.7. Pagamento do Serviço Contratado: em conformidade com o prescrito no Instrumento Contratual, modelo anexo a este.

2.8. O objeto licitado será adjudicado para uma agência de propaganda, para atendimento a Câmara Municipal, através da Assessoria de Imprensa e Comunicação.

2.8.1. As despesas com os contratos resultantes desta Concorrência estão estimadas no valor de R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais) pelo período de 12 (doze) meses.

2.9. Os recursos orçamentários estimados para a presente concorrência correrão às contas:

2.9.1. Para o exercício de 2019, a dotação orçamentária da Assessoria de Imprensa e Comunicação, aprovada em orçamento Anual do Exercício de 2019, será a de nº: 01 01.006 01.031.0001 8.011 3.3.3.90.39.00.00 - Assessoria de Imprensa e Comunicação - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica, bem como da sua dotação correspondente para o exercício seguinte.

2.9.2. Caberá à agência contratada encaminhar trimestralmente à Assessoria de Imprensa e Comunicação, para fins de controle do saldo contratual, mediante recibo, o relatório de controle dos gastos efetivamente realizados, devidamente aprovado pela Assessoria.

2.10. Caberá à agência contratada apresentar garantia contratual de 5% (cinco por cento) do valor total do Contrato, representado por Fiança Bancária, Seguro-Garantia ou Caução em dinheiro ou em Títulos da Dívida Pública, conforme art. 56 da Lei nº 8.666/93.

2.10.1. O prazo de validade da garantia de que trata esse item será contado a partir da data de início da vigência do Contrato, e deverá estender-se por mais 90 (noventa) dias após a data da conclusão dos serviços.

2.11. Será permitida a subcontratação apenas dos serviços de execução externa, vedada a subcontratação dos serviços, tais como estudos, planejamento, conceituação, concepção, criação e execução interna, cujos quesitos correspondentes foram objeto de pontuação na fase de classificação desta licitação.

3. DO CREDENCIAMENTO E DA ENTREGA DAS PROPOSTAS

3.1. A licitação será processada, mediante a entrega, pelos licitantes, da documentação pertinente em cinco envelopes, conforme o que se segue:

3.1.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Especial de Licitação o documento que o credencia, junto com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

a) Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão Especial de Licitação ateste sua autenticidade.

b) Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, em original com reconhecimento de firma ou em cópia devidamente autenticada pelo cartório competente e com poderes expressos para a prática de atos pertinentes ao presente certame. Na hipótese de representação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

c) A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

d) A documentação apresentada na primeira sessão de entrega dos invólucros de Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

e) Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros no protocolo da Câmara os quais serão entregues diretamente à Comissão Especial de Licitação, na data, hora e local indicados neste Edital.

3.1.2. Proposta Técnica apresentada em 03 (três) invólucros distintos e fechados, sendo um para a Proposta Técnica – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária (INVÓLUCRO 1), um para a Proposta Técnica – Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária (INVÓLUCRO 2) e outro para a Proposta Técnica – Conjunto de Informações (INVÓLUCRO ENVELOPE 3).

3.1.3. Proposta Comercial apresentada em 01 (um) invólucro (INVÓLUCRO 4).

3.1.4. Documentos de habilitação apresentados, após convocação, em um invólucro (INVÓLUCRO 5), apenas pelo licitante classificado no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços.

3.1.5. As Propostas Técnicas e Comercial de cada Licitante - Invólucros 1 a 4 – deverão ser protocoladas e entregues na sessão pública de abertura a ser realizada no Anexo da Câmara Municipal, conforme aviso publicado nos jornais oficiais, jornais de grande circulação no Estado e também indicado no site da Câmara Municipal (www.pocosdecaldas.mg.leg.br); em invólucros separados, fechados e lacrados, constando externamente o seguinte:

**INVÓLUCRO 1 – PROPOSTA TÉCNICA
PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA
CÂMARA MUNICIPAL DE POÇOS DE CALDAS**

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2020

INVÓLUCRO 2 – PROPOSTA TÉCNICA
PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA IDENTIFICADA
CÂMARA MUNICIPAL DE POÇOS DE CALDAS
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2020
RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE
ENDEREÇO / TEL / E-MAIL DA LICITANTE.....

INVÓLUCRO 3 – PROPOSTA TÉCNICA
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES
CÂMARA MUNICIPAL DE POÇOS DE CALDAS
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2020
RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE
ENDEREÇO / TEL / E-MAIL DA LICITANTE.....

INVÓLUCRO 4 – PROPOSTA COMERCIAL
CÂMARA MUNICIPAL DE POÇOS DE CALDAS
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2020
RAZÃO SOCIAL DA LICITANTE
ENDEREÇO / TEL / E-MAIL DA LICITANTE.....

3.2. O Invólucro 1 – Plano de Comunicação - Via Não Identificada, **não deverá conter qualquer tipo de identificação** e será fornecido pela Câmara Municipal nos termos do item 4.7 deste Edital.

3.3. A abertura das Propostas será em reunião pública, a ser realizada na mesma data imediatamente após a entrega das Propostas.

3.4. O Invólucro 5, contendo os Documentos de Habilitação, será protocolado e entregue nos termos de convocação específica daquele LICITANTE classificado no julgamento final das Propostas Técnica e Comercial.

3.5. Os Documentos de Habilitação e/ou as Propostas recebidas abertas ou por algum meio eletrônico (fax/e-mail) não serão considerados.

4. PROPOSTA TÉCNICA

4.1. A Proposta Técnica, cujo conteúdo é especificado no ANEXO IX deste Edital, será composta de um plano de comunicação publicitária, pertinente às informações expressas no briefing (ANEXO VII) e de um conjunto de informações referentes ao Licitante.

4.2. A Proposta Técnica deverá conter os elementos necessários à avaliação da capacitação e qualificação da Licitante para a execução do objeto desta licitação. A não apresentação de qualquer documento exigido neste Edital ensejará a desclassificação da Proposta.

4.3. Todos os conteúdos deverão estar em língua portuguesa, salvo quanto aos termos técnicos de uso corrente, sem emendas, ressalvas ou rasuras, com páginas numeradas sequencialmente.

4.4. As empresas que participarem sob a forma de consórcio apresentarão uma única Proposta Técnica, reunindo inclusive suas campanhas e soluções de comunicação. Cada Agência deverá atender individualmente os itens 2.1, 2.2 e 2.4 (ANEXO VIII).

4.5. A Proposta Técnica consiste na apresentação dos quesitos especificados, em laudas quantificadas adiante, cada uma contendo no máximo 25 linhas, com espaçamento de 2 cm nas margens esquerda, direita, superior e inferior a partir da borda, em fonte Arial, corpo 12, com espaçamento entre linhas 1,5 cm, com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página. Exceção para o item 2.3 (ANEXO VIII), referente ao Portfólio, que deverá ser apresentado em anexo.

4.6. A Proposta Técnica – Invólucros 1, 2 e 3 – deverá ser elaborada em estrita observância das condições indicadas no **Briefing** e deverá ser apresentada em 3 (três) invólucros distintos, lacrados.

4.7. O invólucro 1, destinado à apresentação da Proposta Técnica – Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, será padronizado e fornecido previamente pela CONTRATANTE, sem nenhum tipo de identificação.

4.7.1. O envelope deverá ser retirado na Assessoria Administrativa da Câmara Municipal, de segunda a sexta-feira, no horário de 12:00 às 18:00 horas, situada à Rua Junqueiras, 555, Centro, CEP 37.701-033.

4.7.1.1. O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente e que apresente documento declarando o recebimento de cópia do Edital.

4.7.2. Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o ‘, bem como seu conteúdo não poderá:

- a) apresentar palavra, marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante; e
- b) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

4.8. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada e terá o mesmo teor da Via Não Identificada, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

4.8.1. O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

4.9. No Invólucro nº 3, bem como em seu conteúdo, não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

4.9.1. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

4.10. Será desclassificado o licitante que descumprir as disposições do instrumento convocatório.

5. PROPOSTA COMERCIAL

5.1. A Proposta Comercial – Envelope 4, deve estar vinculada ao objeto licitado (Item 1 do presente Edital) e deverá ser apresentada, tendo como referência a Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época da prestação dos serviços, observado o seguinte:

5.1.1. Não será aceito desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) em relação aos preços previstos na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante.

5.1.2. Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a fornecedores especializados

cadastrados junto à Administração Pública Municipal, consoante o *caput* do art. 14, da Lei Federal nº 12.232/2010. O CONTRATANTE deverá pagar à Agência “honorários” de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer Fornecedores, exceto no caso previsto no subitem 5.1.3.

5.1.3. Quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo, o CONTRATANTE pagará à Agência “honorários” de 5% (cinco por cento).

5.2. A Proposta Comercial deverá ser redigida em português, impressa por processo eletrônico, sem emendas, rasuras, borrões, acréscimos ou entrelinhas, em papel timbrado ou com carimbo padronizado da Licitante. Deverá ser datada e assinada na última folha, com o nome legível do signatário, responsável legal da Licitante. Deverá conter a denominação social, o endereço com CEP, telefone, “fax”, e-mail e o número desta Concorrência.

5.3. No preço cotado pelas licitantes considerar-se-ão todos os custos diretos e indiretos necessários à completa e perfeita realização dos serviços, objeto desta Licitação, tais como: despesas com mão de obra, incluindo sobreaviso e horas-extras, encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal, alimentação, hospedagem, transporte, tributos e contribuições parafiscais, custos de administração, bem como lucro, razão pela qual não serão considerados pleitos de acréscimos após a abertura da proposta.

5.4. Em nenhuma hipótese, será concedido prazo adicional para apresentação ou complementação dos documentos ou permitida a sua retificação.

5.5. As Licitantes deverão apresentar, dentro do Envelope 4, *01 (uma) via* da Proposta Comercial. Deverão constar na Proposta, obrigatoriamente, todos os textos contidos no modelo do ANEXO II, apresentado neste Edital.

5.6. O prazo de validade da Proposta Comercial deverá ser de 60 (sessenta) dias, a contar da data de sua apresentação.

6. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

6.1. Os Documentos de Habilitação, contidos no Envelope 5, serão apresentados apenas pela Licitante classificada no julgamento final das Propostas Técnicas e Comercial, nos termos de convocação prevista no item 3.4.

6.2. Os Documentos de Habilitação, relacionados a seguir, deverão ser apresentados em uma única via, com as páginas numeradas sequencialmente, na forma original ou em cópias autenticadas, ou através de publicações de órgão de imprensa oficial. São eles:

6.2.1. Habilitação Jurídica

a) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documento de eleição de seus administradores, devidamente registrado na Junta Comercial e publicado.

b) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

c) Registro Comercial, no caso de empresário.

d) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade

assim o exigir;

e) cópia da cédula de identidade e do CPF dos responsáveis legais da licitante.

6.2.2. Regularidade Fiscal

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ) do Ministério da Fazenda;

b) Prova de regularidade perante as Fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal do domicílio ou sede do licitante. A prova de regularidade para com a Fazenda Federal deverá ser feita mediante a apresentação da Certidão Negativa de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União (Certidão Conjunta do Ministério da Fazenda); a regularidade para com a Fazenda Estadual e Municipal, através da Certidão de Tributos Mobiliários do domicílio ou sede da Licitante, ou outra equivalente, na forma da Lei;

c) Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, através da apresentação do Certificado de Regularidade do FGTS - CRF;

d) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, através da apresentação da Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT).

6.2.2.1. Os documentos deverão estar dentro do prazo de suas respectivas validades. Aqueles que não possuírem expressamente prazo de validade somente serão aceitos quando emitidos até 90 (noventa) dias antecedentes à data de sua apresentação.

6.2.2.2. Será aceita a Certidão Positiva com Efeito de Negativa.

6.2.3. Qualificação Econômico-Financeira

a) Certidão Negativa de falência, concordata, recuperação judicial e recuperação extrajudicial, expedida pelo distribuidor da sede fiscal da pessoa jurídica, emitida em até 90 (noventa) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a.1) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, devendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrado há mais de 03 (três) meses da data de apresentação das Propostas.

b.1) a licitante com menos de 01 (um) ano de existência, que ainda não tenha balanço, deverá apresentar demonstrações contábeis envolvendo seus direitos, obrigações e patrimônio líquido e relativos ao período de sua existência;

b.2) entenda-se por “na forma da lei”:

I - sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído (art. 5º, § 2º, do Decreto-Lei nº 486/1969).

II - sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/1976);

III - sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, sujeitar-se-á às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial.

6.2.3.1. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea 'b' do subitem 6.2.3, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

b) das demonstrações contábeis referidas na alínea 'b1' do subitem 6.2.3, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (≥ 1):

$$S = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

c) O Patrimônio líquido exigido será de R\$30.000,00 (trinta mil reais) a ser apurado com base nas informações constantes do balanço do último exercício, conforme os §§ 2º e 3º do art. 31, da Lei Federal nº 8.666/93;

d) Em caso de formação de consórcio, a comprovação do patrimônio líquido exigido, será o somatório dos valores de cada consorciado, na proporção de sua respectiva participação, conforme artigo 33, inciso III, da Lei Federal nº 8.666/93.

6.2.3.2. Os índices de que tratam as alíneas "a" e "b" do subitem 6.2.3.1 serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

6.2.3.3. A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na alínea “a”, ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na alínea “b”, todos do subitem 6.2.3.1, deverá, também, incluir no Invólucro nº 5 o comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais).

6.2.4. Qualificação Técnica

a) Registro da empresa na Associação Brasileira de Agências de Propaganda – ABAP ou no Sindicato da classe no Estado ou cidade-sede da Licitante ou declaração da Federação Nacional das Agências de Propaganda – FENAPRO, caso não exista sindicato de classe no Estado, visando ao atendimento ao artigo 30, inciso I, da Lei Federal nº 8.666/93.

b) Certificado de Qualidade Técnica expedido pelo CENP – Conselho Executivo de Normas Padrão, nos termos do art. 4º, § 1º, da Lei Federal nº 12.232/2010.

c) Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características qualitativas e quantitativas com o objeto da licitação, mediante apresentação de atestado(s) expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado que tenha(m) sido ou esteja(m) sendo atendido(s) pela licitante.

d) Relação da estrutura básica da Licitante, contendo indicação das instalações e do aparelhamento adequado e disponível à execução dos serviços, bem como da Equipe Técnica que se responsabilizará pelos trabalhos.

6.2.4.1. No caso de consórcio, a documentação de habilitação deverá ser apresentada em relação a cada uma das empresas consorciadas e o Termo de Compromisso para a Constituição de Consórcio, na forma do ANEXO V, subscrito pelos representantes legais das empresas consorciadas, do qual deverão constar as seguintes cláusulas específicas:

6.2.4.1.1. A indicação do percentual de participação de cada empresa no consórcio e a designação da empresa líder que será a responsável, perante a CONTRATANTE, pelo cumprimento dos compromissos assumidos nas propostas, sem prejuízo da responsabilidade solidária das demais empresas consorciadas.

6.2.4.1.2. A CONTRATANTE reserva-se o direito de conferir as informações prestadas por meio de consultas e visitas às empresas emitentes dos atestados.

6.2.4.2. Declaração em cumprimento ao disposto no inciso XXXIII, do art. 7º, da Constituição Federal, de que não emprega menores de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e menores de 16 (dezesseis) anos, em qualquer trabalho, para efeito do disposto no inciso V, do artigo 27 e inciso XVIII, do artigo 78, da Lei 8.666/93, salvo na condição de aprendiz a partir de 14 (quatorze) anos na forma da Lei, em papel timbrado, datada e assinada pelo representante legal da empresa.

7. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

7.1. A Comissão Especial de Licitação analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitada a licitante que atender integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.

8. FORMAÇÃO DE CONSÓRCIO

8.1. As empresas que decidirem constituir-se em consórcio para participarem da Concorrência deverão apresentar, junto com os documentos de habilitação, um Termo de Compromisso, conforme ANEXO V, por instrumento público ou particular, subscrito pelos consorciados manifestando essa intenção.

8.2. O “Termo de Compromisso de Constituição de Consórcio” deverá indicar a participação societária de cada empresa.

8.3. As licitantes consorciadas ficam obrigadas a promover, antes da celebração do contrato, a constituição e o registro do consórcio, nos termos do compromisso juntado ao processo licitatório.

8.4. A indicação da empresa líder será feita sem prejuízo da responsabilidade solidária dos outros membros pelo bom desempenho do consórcio perante a CONTRATANTE e pelo integral cumprimento das obrigações assumidas, seja na fase de licitação, seja na fase de execução do CONTRATO.

8.5. A empresa líder do consórcio, em nome de todas as empresas consorciadas, se responsabilizará, perante a CONTRATANTE, por todos os aspectos administrativos, para fins desta licitação, e por todos os aspectos técnicos e administrativos para fins de execução do CONTRATO dela decorrente.

8.6. As empresas consorciadas serão solidariamente responsáveis pelos atos praticados, tanto na fase de licitação quanto na de execução do contrato. No caso de ação judicial, a CONTRATANTE poderá movê-la, contra uma ou contra todas as consorciadas.

8.6.1. É vedado a qualquer interessado participar simultaneamente da Concorrência, isoladamente e integrando consórcio, bem como integrar mais de um consórcio.

8.7. Caso os serviços venham ser adjudicados a um consórcio, deverá ser apresentado, previamente à assinatura do CONTRATO decorrente do certame, o documento formal de sua constituição legal, contemplando cláusula de solidariedade com o seguinte teor:

8.7.1. CLÁUSULA _____: As Consorciadas declaram, para todos os fins de direito, que são solidariamente responsáveis por todas as obrigações assumidas no Contrato decorrente do Processo Licitatório nº _____ perante a CONTRATANTE, enquanto essas perdurarem, inclusive por todas as penalidades devidas em caso de descumprimento de qualquer dispositivo daquele Contrato. Assim pode a CONTRATANTE, a qualquer tempo, exigir, cobrar e/ou acionar qualquer das Consorciadas, em conjunto ou separadamente e na ordem que, a seu exclusivo critério, lhe for de maior conveniência, para o cumprimento de qualquer disposição contida no Contrato.

8.8. Os acordos de restrição e limitação da responsabilidade que as empresas integrantes do Consórcio tenham entre si não limitarão a responsabilidade das mesmas, frente à CONTRATANTE.

8.9. Sem prejuízo do direito da CONTRATANTE em rescindir o Contrato, em caso de eventual dissolução, falência ou processo de recuperação judicial ou extrajudicial de qualquer dos integrantes do Consórcio, ou, caso algum dos integrantes deste se mostre incapaz de cumprir suas obrigações contratuais, os demais integrantes assumirão as responsabilidades e compromissos do referido integrante, impedindo quaisquer consequências ou prejuízos às obrigações assumidas pelo Consórcio em decorrência do Contrato, bem como quaisquer reivindicações, reclamações, ações judiciais bem como recursos em face das CONTRATANTES em virtude de tal fato.

8.10. Os consorciados não poderão alterar as condições de habilitação requeridas.

9. COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

9.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

9.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

10. DO PROCESSAMENTO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

10.1. Os envelopes com as Propostas Técnicas (Envelopes 1 a 3) e as Propostas de Preços (Envelope 4) serão protocolados e recebidos pela Comissão de Especial de Licitação, em sessão pública, na data, local e horário determinados no preâmbulo deste Edital.

10.1.1. É vedada a presença e participação, na sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e Comercial, dos membros designados para a Subcomissão Técnica.

10.2. Os envelopes padronizados com a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária não serão recebidos pela Comissão Especial de Licitação no caso de apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a Licitante.

10.3. Recebidos os envelopes, a Comissão Especial de Licitação abrirá os Envelopes 1 – Proposta Técnica - Plano de Comunicação Via Não Identificada e Envelope 3 – Proposta Técnica - Conjunto de Informações. As propostas, com exceção da Via Não Identificada, serão rubricadas pelos seus respectivos membros e pelos representantes das Licitantes presentes à sessão, facultada a designação de um deles para representar todas as Licitantes.

10.4. Os Envelopes serão abertos e todo o seu conteúdo será encaminhado à Subcomissão Técnica, visando à sua análise e julgamento, lavrando-se ata que deverá ser firmada por todos os seus membros.

10.4.1. Enquanto a Subcomissão Técnica estiver realizando a análise destes Envelopes, estes permanecerão acondicionados no Anexo da Câmara Municipal.

10.5. A Subcomissão Técnica procederá à análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada (Envelope 1) e do Conjunto de Informações (Envelope 3), respeitado o procedimento, critérios e quesitos estabelecidos no Anexo IX, desclassificando-se as Propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas nesse instrumento.

10.6. Serão elaboradas pela Subcomissão Técnica duas atas relativas (I) ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada e (II) ao julgamento dos quesitos referentes ao Conjunto de Informações e, posteriormente, encaminhadas à Comissão Especial de Licitação, junto com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

10.7. Recebidas as atas de julgamento, a Comissão Especial de Licitação convocará sessão pública, com antecedência mínima de 2 (dois) dias úteis, destinada à apuração do resultado geral das Propostas Técnicas, com os seguintes procedimentos:

a) Abertura do Envelope 2 com a Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

b) Cotejo entre as Vias Identificadas e as Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria.

c) Verificação da Pontuação Total obtida pelos licitantes, considerados os dois Envelopes (1 e 3), julgados pela Subcomissão Técnica, para efeito de obtenção da pontuação mínima prevista no item 2.5 do Anexo IX e desclassificação daqueles que não obtiverem a pontuação mínima exigida de 70% (setenta por cento) do total dos pontos no conjunto da Proposta Técnica (Envelopes 1 e 3).

d) Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica, obtendo-se a classificação dessa etapa, observado o disposto no item 2.3 do Anexo IX.

e) Proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando-se em ata as Propostas desclassificadas e a ordem de classificação.

10.8. Cabe recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, no prazo de 5 (cinco) dias úteis da sua publicação, com a indicação das Licitantes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome das licitantes.

10.8.1. O recurso que cause alteração da classificação, enseja a republicação do resultado e reabre o prazo recursal.

10.8.2. Admite-se novo recurso apenas se fundamentado em novas razões ou novos argumentos agregados ao resultado em razão do julgamento do recurso anterior.

10.9. Não provido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, a Comissão Especial de Licitação convocará sessão pública, com antecedência mínima de 2 (dois) dias úteis, destinada à abertura do Envelope 4 com as Propostas de Preços dos licitantes classificados na fase anterior, adotando-se o procedimento e regras previstas no Anexo IX para o Julgamento da Proposta de Preço e Pontuação Final.

10.10. Cabe recurso contra o resultado do julgamento final das propostas, no prazo de 5 (cinco) dias úteis da sua publicação.

10.10.1. O recurso que cause alteração da classificação final, enseja a republicação do resultado no Diário Oficial do Estado de Minas Gerais e reabre o prazo recursal.

10.10.2. Admite-se novo recurso apenas se fundamentado em novas razões ou novos argumentos agregados ao resultado em razão do julgamento do recurso anterior.

10.11. Não provido eventual recurso interposto ou não havendo recurso contra o resultado do julgamento final das propostas, a Comissão Especial de Licitação apurará os vencedores nos termos do disposto no Anexo IX e convocará sessão pública, com antecedência mínima de (dois) dias úteis, destinada à apresentação do Envelope 5 – Documentos de Habilitação pela LICITANTE classificada no julgamento final das propostas, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e nesse Edital.

10.11.1. A avaliação dos documentos de habilitação será feita com base nas disposições previstas no item “6. Documentos de Habilitação”, do Edital, sendo consideradas habilitadas as que atenderem a todas as exigências previstas no referido item 6.

10.12. O resultado da Habilitação constará de ata de julgamento e será publicado no Jornal Oficial do Estado de Minas Gerais, salvo se presentes as LICITANTES no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata, abrindo-se o prazo legal de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

10.13. Inabilitada qualquer das LICITANTES que tenha sido considerada vencedora, essa deverá ser desclassificada e excluída da lista de classificação final e a Comissão Especial de Licitação repetirá os atos previstos a partir do item 10.11, observando a nova classificação final.

11. RESULTADO DA CONCORRÊNCIA

11.1. O resultado final da Concorrência constará da Ata de Julgamento e será publicado no Jornal Oficial do Estado de Minas Gerais, salvo se presentes os licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata, abrindo-se o prazo legal de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos nos termos da Lei Federal n.º 8.666/93.

12. DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

12.1. Reconhecida a habilitação da LICITANTE vencedora, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto.

13. DISPOSIÇÕES GERAIS

13.1. Em todas as sessões públicas serão lavradas atas circunstanciadas, assinadas pela Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das Licitantes presentes.

13.2. Das decisões da Comissão Especial de Licitação cabem recursos administrativos nos termos do art. 109 da Lei nº 8.666/93. Não serão conhecidos recursos encaminhados via “fax”, ou que não sejam dirigidos à Comissão Especial de Licitação, ou, ainda, entregues em local e horário diverso ao estipulado no subitem abaixo. As decisões dos recursos serão comunicadas às Licitantes, mediante publicação na Imprensa Oficial Municipal.

13.2.1. O recurso administrativo deverá ser protocolado na sede da Câmara Municipal, no horário de 12 às 18 h.

14. GARANTIA

14.1. Fica estabelecido que a proponente declarada vencedora da licitação, no prazo de até 30 (trinta) dias, após a data de início da vigência do Contrato, especificada em sua Cláusula Quarta, deverá apresentar garantia de 5% (cinco por cento) do valor anual do Contrato, em uma das seguintes modalidades:

- a) Caução em dinheiro ou em Títulos de Dívida Pública;
- b) Seguro-Garantia;
- c) Fiança Bancária.

14.1.1. A Caução prestada em dinheiro deverá ser recolhida em favor da CONTRATANTE, em conta bancária. O número da conta bancária deverá ser solicitado à Comissão Especial de Licitação.

14.1.2. Na Fiança Bancária a ser prestada, é obrigatória a renúncia, pelo Banco fiador, do benefício de ordem a que se referem os artigos 827, 828 e 837 do Código Civil Brasileiro. Quando prestada por instituição financeira não sediada no Brasil, a fiança deverá ser ratificada por estabelecimento bancário com agência autorizada a funcionar no Brasil e vir acompanhada de declaração do Banco, confirmando que os detentores de seu controle acionário não participam da direção ou do controle da Licitante.

14.1.3. No caso de utilização do Seguro-Garantia, a apólice correspondente indicará a CONTRATANTE como beneficiária (segurada) devendo ser adotado o modelo aprovado pela Superintendência de Seguros Privados – SUSEP, órgão vinculado ao Ministério da Fazenda. Deverá ser anexada à apólice:

- a) Certidão de Regularidade expedida pela Superintendência de Seguros Privados – SUSEP, atestando que está em total cumprimento com suas obrigações junto à mesma;
- b) Atestado emitido pelo IRB – Brasil Resseguros S.A. informando que está operando segundo suas normas e que está em dia com o pagamento das suas contas de resseguro.

14.1.4. A garantia oferecida não poderá conter qualquer tipo de ressalva ou condições que possam dificultar ou impedir sua execução ou ainda que deixem dúvidas quanto à firmeza da garantia oferecida.

14.1.5. O Seguro deverá garantir o fiel cumprimento das obrigações assumidas pelo tomador no contrato principal, firmado com a CONTRATANTE, bem como obrigações quanto ao pagamento de tributos, obrigações trabalhistas de qualquer natureza, de seguridade social, indenizações a terceiros.

14.1.6. O prazo de validade da garantia de que trata esse item será contado a partir da data de início da vigência do Contrato, especificado em sua Cláusula Quarta, e deverá estender-se por mais 90 (noventa) dias após a data da conclusão dos serviços.

14.1.7. A CONTRATANTE se reserva o direito de promover diligências para verificar a documentação

acima.

15. SANÇÕES

15.1. A recusa da adjudicatária em assinar o Contrato, no prazo estabelecido no item 17.1, caracterizará o descumprimento integral da obrigação assumida, sujeitando-a a multa de 10% (dez por cento) do valor total a contratar, sem prejuízo das demais penalidades previstas neste Edital.

15.2. A penalidade prevista no item acima poderá ser aplicada junto com as estabelecidas nas Cláusulas do Inadimplemento Contratual, da Rescisão e Penalidades da Minuta de Contrato - ANEXO III deste Edital, garantida a defesa prévia do interessado, no respectivo processo, no prazo de 02 (dois) dias úteis.

16. REVOGAÇÃO E ANULAÇÃO DA LICITAÇÃO

16.1. A autoridade competente para determinar a contratação poderá revogar a licitação em face de razões de interesse público, derivadas de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou por provocação de qualquer pessoa, mediante ato escrito e fundamentado.

16.2. A anulação do procedimento licitatório induz à do Contrato.

16.3. No caso de revogação ou anulação da presente licitação, ficam assegurados o contraditório e a ampla defesa.

17. ASSINATURA DO CONTRATO

17.1. Após a homologação da Concorrência pela Autoridade Competente, a licitante vencedora será convocada a assinar o contrato nos termos da minuta – ANEXO III, deste Edital, no prazo de 5 (cinco) dias após a notificação pela CONTRATANTE.

17.2. A adjudicatária decairá do direito à contratação, não comparecendo no prazo acima determinado para a assinatura do contrato, reservando-se a CONTRATANTE o direito de convocar a segunda classificada, e assim sucessivamente, para negociações, observadas as condições propostas pela primeira classificada, inclusive quanto ao preço.

17.3. O foro competente para dirimir quaisquer controvérsias oriundas da presente Concorrência será o da Comarca de Poços de Caldas - MG, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

18. ACOMPANHAMENTO DO CONTRATO

18.1. As informações sobre a execução do contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgadas em sítio próprio aberto para o contrato na rede mundial de computadores, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

18.1.1. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

18.2 A agência contratada deverá, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas.

19. DISPOSIÇÕES GERAIS DA EXECUÇÃO DO CONTRATO

19.1. A Fiscalização do Contratado e guarda de toda a documentação resultante deste caberá à Assessoria de Imprensa e Comunicação da Câmara Municipal.

19.2. Os custos e as despesas de veiculação apresentados à CONTRATANTE para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente. Nas praças não cobertas por serviço de checagem, deve ser apresentada Declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação da qual devem constar, pelo menos, as informações constantes no item abaixo.

19.2.1. Razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável legal da empresa ou outro com poderes para tal, nome do programa, dia e horário da veiculação.

19.2.2. Pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

19.2.2.1. É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência e não estão compreendidos na obrigação estabelecida no subitem 19.2.1 acima.

19.3. A equação econômico-financeira definida na licitação e no contrato não se altera em razão da vigência ou não de planos de incentivo referidos no subitem 19.2.1.1 acima, cujos frutos estão expressamente excluídos dela.

19.4. Sob pena de aplicação das sanções previstas no caput do artigo 87 da Lei 8.666/93, a agência de propaganda não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo previstos no subitem 19.2.1.1 aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

19.5. O desrespeito ao disposto no item acima constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da agência contratada e a submeterá a processo administrativo em que, uma vez comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no caput do art. 87, da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993.

19.6. Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria, inclusive quando o repasse do desconto-padrão à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

19.7. Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela CONTRATANTE poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, previstas no item 1.3 deste Edital.

19.8. O fornecimento de bens ou serviços especializados exigirá sempre a apresentação pela CONTRATADA à CONTRATANTE de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

19.8.1. No caso do item acima, a CONTRATADA 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.

19.8.1.1.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 Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, está dispensado do procedimento previsto no subitem acima.

19.9. Após a assinatura do contrato, a Contratada terá o prazo de até 05 (cinco) dias úteis para indicar, por escrito, os nomes dos profissionais que comporão a equipe técnica, conforme modelo do Anexo X, sendo:

a) 01 (um) publicitário;

b) 01 (um) responsável pela produção de imagens e fotos;

c) 01 (um) coordenador geral, com poderes para deliberar sobre todas as questões relacionadas com o presente contrato.

Poços de Caldas, 03 de março de 2021.

MARCELO HEITOR DA SILVA

PRESIDENTE

ANEXO I

CONDIÇÕES GERAIS PARA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

1. CONDIÇÕES GERAIS

1.1. A simples apresentação de proposta importa irrestrita e irrevogável aceitação das condições da Licitação e dos termos deste Edital, por parte das participantes.

1.2. A não apresentação, no momento próprio, de qualquer documento exigido neste Edital, implicará a rejeição da proposta da interessada ou em sua desqualificação, se for o caso.

1.3. Observado o disposto no item anterior, a **CONTRATANTE** reserva-se o direito de solicitar esclarecimentos ou informações complementares relativos às propostas e aos documentos de habilitação apresentados, bem como exigir a exibição do documento original, caso haja dúvida quanto à autenticidade da cópia. A falta ou insuficiência do atendimento dessa solicitação excluirá a interessada do processo seletivo.

1.4. Quaisquer alterações realizadas no presente edital serão publicadas da mesma forma como se deu a publicação original.

1.5. Até a celebração do contrato, a **CONTRATANTE** reserva-se o direito de, a seu exclusivo critério, revogar a licitação por interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, ou anulá-la por ilegalidade, de ofício ou mediante provocação de terceiros, bem como cancelar a adjudicação e desclassificar a proposta vencedora, se tomar conhecimento de fato, anterior ou posterior ao julgamento, que demonstre dolo ou má fé da licitante, ou que comprometa a sua idoneidade técnica, financeira ou administrativa, sem que destas decisões possam resultar, em qualquer caso, reclamações ou direito à indenização de espécie alguma.

1.6. Nenhuma empresa participante deste processo de seleção pode ignorar a legislação no que diz respeito aos efeitos da execução do contrato pela vencedora.

ANEXO II
MODELO DE CARTA-PROPOSTA

CÂMARA MUNICIPAL DE POÇOS DE CALDAS
À COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO
LICITAÇÃO DE PUBLICIDADE

Assunto: Processo Licitatório nº 095/2020

Concorrência nº 001/2020 **Data:** ___ / ___ / ____

Objeto: Contratação dos serviços de publicidade através de agência de publicidade e propaganda.

Prezados Senhores:

Após tomarmos conhecimento de todos os documentos deste Edital de Licitação, submetemos à apreciação da **CONTRATANTE** a nossa proposta de preços.

Certificamos que todos os documentos foram examinados, e que assumimos total responsabilidade por quaisquer erros ou omissões na preparação desta proposta.

Confirmamos a disponibilidade de equipamentos e equipe técnica necessária à execução dos serviços, por ocasião da contratação nos termos do Anexo X.

SERVIÇOS	FORMA DE PAGAMENTO	VALOR DO DESCONTO CONCEDIDO EM (%)
Contratação dos serviços de publicidade	Percentual de desconto concedido sobre os custos internos de produção (criação e montagem) de propaganda, baseado na Lista de Referência de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda de Minas Gerais (SINAPRO)	___ % (extenso)

No caso de adjudicação do objeto licitado, concordamos em assinar os Contratos no prazo estabelecido pela **CONTRATANTE**.

Declaramos:

- aceitar integralmente as regras desta **Concorrência**, bem como a legislação a que ela está subordinada;
- não adotar relação trabalhista caracterizando trabalho forçado ou análogo a trabalho escravo, para

fins do disposto nas Leis n º 9.777, de 30/12/1998, nº 10.803, de 11/12/2003 e Lei Complementar nº 75, de 20/05/93;

- conhecer o volume de serviços a serem executados, bem como possuir equipe técnica qualificada que atenda à perfeita prestação dos serviços objeto desta contratação;

As condições apresentadas nesta proposta serão mantidas por um período de 60 (sessenta) dias, a contar da data de sua apresentação.

Caso seja declarado vencedor, a pessoa indicada para assinatura do instrumento contratual é:

NOME COMPLETO:

CARGO/QUALIFICAÇÃO:

CPF OU IDENTIDADE:.....

Assinatura do representante legal da Licitante (devidamente qualificado)

Razão Social:

CNPJ/MF:

Endereço:

CEP:

Telefone:

ANEXO III

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO Nº

Pelo presente instrumento de contrato, que entre si fazem, de um lado a **CÂMARA MUNICIPAL DE POÇOS DE CALDAS**, com sede na Rua Junqueiras, 454, devidamente inscrita no CNPJ sob o nº 21.401.757/0001-67, representada neste ato por seu Presidente, denominado simplesmente **CONTRATANTE**, e de outro lado a empresa, inscrita no CNPJ sob o nº, vencedora da Concorrência nº 001/2020, neste ato representada pelo Sr.(a)....., portador(a) da Carteira de Identidade expedida pela SSP-....., inscrito no CPF sob o nº, denominada neste ato de **CONTRATADA**, têm justo e contratado pelas cláusulas abaixo declaradas o seguinte:

Cláusula 1ª - DA FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

1.1. O presente Contrato é regido pela Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações posteriores, elaborado em decorrência do Processo Licitatório nº 95/2020, Concorrência nº 001/2020.

1.2. Este Contrato também está amparado pelas Leis Federais nº 4.680, de 18 de junho de 1965, nº 12.232, de 29 de abril de 2010, Decreto Federal nº 57.690, de 1 de fevereiro de 1966, Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, de 1978, e Normas Padrão de Atividade Publicitária, contidas em documento assinado pelas entidades nacionais representativas dos segmentos que compõem esta atividade, em São Paulo, no dia 16/12/1998, sob a orientação do CENP – Conselho Executivo das Normas Padrão.

Cláusula 2ª - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

2.1. As despesas correrão por conta da Dotação Orçamentária para 2018 de nº. 06.8.011 3.3.90.39.00.00.00 0100 - Assessoria de Imprensa e Comunicação - Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica.

2.2. Nos exercícios financeiros futuros, as despesas correrão à conta das dotações próprias que forem aprovadas nos respectivos orçamentos.

Cláusula 3ª - DO OBJETO

3.1. O presente Contrato tem a finalidade a prestação de serviços de propaganda e publicidade sendo estes entendidos como os definidos na Lei Federal nº 12.232/2010 de comunicação social e publicidade institucional, em apoio às atividades legislativas da Câmara Municipal, e outros conforme especificações constantes nos Anexos do Edital, junto com a proposta da CONTRATADA, que passam a integrar este instrumento, independentemente de transcrição.

3.2. Para execução dos serviços objeto do presente contrato, quando se tratar de veiculação de matéria relativa à publicidade institucional, não fica a Câmara Municipal impedida de contratar diretamente com o Órgão Oficial do Município/Estado, sem que caibam à CONTRATADA pagamento relativo a estes serviços.

Cláusula 4ª – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

4.1. A CONTRATADA obriga-se a atender aos critérios do Poder Legislativo e sob sua supervisão, nos termos da Lei, do edital de licitação e seus anexos, quanto aos serviços a serem executados.

4.2. Cumprir os Anexos e o Edital na íntegra, que ficam fazendo parte integrante deste Contrato, como se aqui estivessem transcritos.

4.3. Mobilizar e disponibilizar todos os recursos necessários à prestação dos serviços, bem como equipe técnica;

4.4. Cumprir todas as normas éticas e técnicas aplicáveis para a boa execução dos serviços, ainda que autorizada sua execução por terceiros.

4.5. A CONTRATADA desenvolverá as Campanhas Publicitárias à medida da necessidade verificada pela Câmara Municipal, seja quanto às campanhas informativas, educacionais, institucionais, conforme Ordens de Serviços emitidas pela Assessoria de Imprensa e Comunicação.

4.6. Os honorários pela execução dos serviços, despesas com deslocamentos de equipamentos e outros que incidam sobre o objeto do presente contrato, dentro do Município, estão inclusos no percentual da Tabela e Comissão da Agência.

4.7. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem no objeto deste contrato, em até 25% (vinte e cinco) do valor inicial atualizado, conforme previsto na Lei Federal nº 8.666/93;

4.8. Responder por danos dolosos ou culposos causados aos bens do Poder Legislativo, à sua imagem ou a terceiros, por seus funcionários bem como por contratados que estejam trabalhando sob sua orientação.

4.9. Reparar, às suas expensas, os serviços rejeitados pela Mesa Diretora, pela Assessoria de Imprensa e Comunicação da Câmara Municipal, efetuados em discordância com o estabelecido ou solicitado.

4.10. Responder pela correção e qualidade dos serviços, ainda que autorizada a execução através de terceiros, observadas as normas éticas e técnicas aplicáveis.

4.11. Responsabilizar-se por qualquer infração do direito de uso de ideias, métodos ou processos legalmente protegidos, respondendo por eventuais indenizações.

4.12. Apresentar, sempre que solicitado, os comprovantes de pagamento dos encargos previdenciários de seus funcionários bem como de contratados que prestam serviços junto à CONTRATANTE.

4.13. Cumprir toda a legislação pertinente à área de Jornalismo, Publicidade e outras correlatas.

4.14. A CONTRATADA deverá discriminar em sua Nota Fiscal/Fatura os serviços prestados.

4.14.1. O faturamento deverá vir acompanhado:

- a) do comprovante da prestação de serviços;
- b) da Nota Fiscal/Fatura do fornecedor com a descrição obrigatória do período da prestação de serviços;
- c) Cds ou Dvds, folders, campanhas e/ou materiais de amostragem conforme descrito na Nota Fiscal;
- d) grades de programações;
- e) relatórios solicitados pela Assessoria de Imprensa e Comunicação.

4.15. A CONTRATADA obriga-se a executar o objeto descrito neste contrato e no Edital, em escritório

localizado no Município de Poços de Caldas, devendo, inclusive, informar o endereço, bem como e-mail e telefone para contato.

4.16. Caso a CONTRATADA não possua sede no Município, a mesma terá o prazo de 30 (trinta) dias úteis, a contar da assinatura do contrato, para apresentar um endereço sede no Município de Poços de Caldas para:

- a) atender aos fornecedores e prestar informações sobre o faturamento e previsão de pagamento;
- b) apresentar à CONTRATANTE, para pagamento, os custos e as despesas de veiculação acompanhados de demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente. Nas praças não cobertas por serviço de checagem deve ser apresentada Declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável legal da empresa ou outro com poderes para tal, nome do programa, dia e horário da veiculação;
- c) repassar à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação;
- d) encaminhar trimestralmente à Assessoria de Imprensa e Comunicação para fins de controle do saldo contratual, mediante recibo, o relatório de controle dos gastos efetivamente realizados.

Cláusula 5ª - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

5.1. Efetuar os pagamentos em conformidade com as cláusulas 8ª e 9ª, e demais atribuições contidas neste Contrato, mediante Termo de Aceitação de Serviço emitido pela Assessoria de Imprensa e Comunicação Social, responsável pela fiscalização do Contrato.

5.2. Efetuar todos os pagamentos necessários junto à imprensa falada, escrita, televisionada e outros meios de mídia que vierem a ser utilizados, através da CONTRATADA, desde que previamente autorizados pela Assessoria de Imprensa e Comunicações.

Cláusula 6ª - DA FISCALIZAÇÃO DO CONTRATO

6.1. Compete à Assessoria de Imprensa e Comunicação da Câmara Municipal e à Mesa Diretora fiscalizar e receber os serviços executados pela CONTRATADA, bem como atestar a qualidade dos mesmos, providenciando, inclusive, a aplicação de penalidades, na forma da lei.

6.2. Os projetos ou atividades concluídos serão recebidos provisoriamente pelos fiscalizadores, sendo de inteira responsabilidade da CONTRATADA qualquer ajuste/correção que se fizer necessário aos trabalhos.

6.3. Comunicar à CONTRATADA, imediatamente e por escrito, toda e qualquer irregularidade, imprecisão ou desconformidade verificada na execução do contrato, assinalando-lhe prazo para que a regularize sob pena de serem-lhe aplicadas as sanções legais e contratuais previstas.

6.4. Promover o recebimento provisório e o definitivo no prazo fixado.

6.5. A Assessoria de Imprensa efetuará a guarda de toda documentação proveniente deste contrato, quais sejam: notas de jornais, rádios, Tvs, Dvds, cartazes, mídia, etc, com exceção da nota fiscal da CONTRATADA e empenhos.

Cláusula 7ª - DO PRAZO

7.1. O prazo de vigência do Contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos totalizando 60 (sessenta) meses, através de Termo Aditivo, se do interesse da Contratante.

Cláusula 8ª - DO VALOR DO CONTRATO

8.1. O valor estimado à execução do Plano de Comunicação, para o período de 12 (doze) meses é de R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais).

8.2. A CONTRATADA será remunerada na forma das disposições legais aplicáveis à espécie obedecido o desconto fixo concedido na sua Proposta Comercial, ou seja, ___% (___), sobre os custos internos de produção estabelecidos na Lista de Referência do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

8.3. Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a fornecedores especializados, desde que credenciados pela Câmara Municipal de Poços de Caldas, não se admitindo a sua seleção aleatoriamente pela agência de propaganda. O CONTRATANTE deverá pagar à Agência “honorários” de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer Fornecedores, exceto nas situações previstas no item acima.

8.4. Quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo o CONTRATANTE pagará à agência “honorários” de 5% (cinco por cento).

8.5. O preço referido no item 8.1 desta Cláusula inclui todos os custos diretos e indiretos necessários à completa e perfeita execução dos serviços, tais como as despesas com mão de obra e os encargos de natureza trabalhista, previdenciária, fiscal e de seguros, tributos e contribuições parafiscais, assim como o lucro, razão pela qual nenhum outro valor será devido pela CONTRATANTE em decorrência da execução dos serviços contratados.

CLÁUSULA 9ª - DA FORMA DE PAGAMENTO

9.1. À CONTRATANTE fica reservado o direito de não efetuar o pagamento se, no ato de aceitação da prestação dos serviços, estes não estiverem de acordo com as condições pactuadas ou a nota fiscal não estiver acompanhada dos devidos comprovantes necessários.

9.2. As despesas como viagens, estadias, alimentação, transporte, quando houver necessidade de trabalho fora do Município, devidamente justificada e autorizada pela Presidência, serão reembolsadas, após análise da Presidência, com as devidas apresentações das notas fiscais dos gastos, em nome da Câmara Municipal.

9.3. A Câmara Municipal não se responsabiliza por pagamentos de honorários em trabalhos exercidos fora do Município de Poços de Caldas/MG.

9.4. Os custos com ligações locais, interurbanas e fotocópias, referentes aos trabalhos executados dentro da sede da Câmara Municipal, ficam por conta da CONTRATANTE, e os custos destes serão, mensalmente vistos e aprovados pela Assessoria de Imprensa e Comunicação.

9.5. Os materiais como: DVD, CD, deverão ser requisitados ao Setor de Comunicação e Cerimonial, que providenciará o material e encaminhará relatório mensal, que ficará arquivado com o expediente da CONTRATADA.

9.6. A CONTRATANTE pagará à CONTRATADA as importâncias correspondentes aos serviços prestados, desde que satisfeitas as exigências constantes nas cláusulas deste Contrato, principalmente no que diz respeito à qualidade e à obediência ao disposto nos Anexos do Edital.

9.7. A CONTRATANTE se exime do pagamento de quaisquer despesas que a CONTRATADA contrair sem prévia autorização.

9.8. A CONTRATADA receberá, pelos serviços intermediados junto aos veículos de comunicação e demais prestadores de serviços publicitários, os percentuais máximos estipulados em lei, sendo que estes valores serão indicados na Nota Fiscal a título “Comissão da Agência”.

Cláusula 10ª - DA RESCISÃO CONTRATUAL

10.1. A inexecução total ou parcial do contrato ou sua execução irregular, enseja a sua rescisão, com as consequências contratuais e aquelas previstas na Lei de Licitações.

10.2. Também enseja a rescisão contratual a subcontratação total do seu objeto, a associação da CONTRATADA com outrem, a cessão ou transferência total, bem como a fusão, cisão ou incorporação, sem anuência da CONTRATANTE;

10.3. Em conformidade com o art. 79 da Lei nº 8.666/93, a rescisão do Contrato poderá ser:

I - por ato unilateral e escrito da Administração Pública, nos casos enumerados nos incisos I a XII e XVII do artigo 78 da supracitada Lei;

II - amigável, por acordo entre as partes, reduzido a termo no processo respectivo, desde que haja conveniência para a Administração;

III - judicial, nos termos da legislação.

10.3.1. Na hipótese de a rescisão ser procedida por culpa da CONTRATADA, fica a CONTRATANTE autorizada a reter a garantia do contrato, quando esta for exigida, e/ou pagamentos eventualmente devidos, até o limite do valor dos prejuízos comprovados.

10.3.2. Quando a rescisão ocorrer com base nos incisos XII a XVII do art. 78 da Lei nº 8.666/93, sem que haja culpa da CONTRATADA, será esta ressarcida dos prejuízos regularmente comprovados que houver sofrido.

Cláusula 11ª - DAS SANÇÕES

11.1. Pela inexecução parcial do ajuste, multa de 10% (dez por cento), a ser calculada sobre o valor total estimado do contrato.

11.2. Pela inexecução total do ajuste, multa de 15% (quinze por cento), a ser calculada sobre o valor total estimado do contrato.

11.3. Pelo atraso injustificado na entrega e divulgação dos trabalhos, que deverá ser de conformidade com as cláusulas e anexos do Edital:

I) Advertência escrita em caso de reincidência;

II) Multa, nos seguintes limites máximos:

a) 0,3% (três décimos por cento) por dia, até o trigésimo dia de atraso, sobre o valor do fornecimento não

realizado;

b) 10% (dez por cento) sobre o valor do contrato, em caso de recusa da CONTRATADA em efetuar o reforço de garantia;

c) 20% (vinte por cento) sobre o valor do fornecimento não realizado, no caso de atraso superior a 30 (trinta) dias, ou entrega de objeto com vícios ou defeitos ocultos que o torne impróprio ao uso a que é destinado, ou diminuam-lhe o valor ou, ainda, fora das especificações contratadas.

III) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração.

IV) declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, no prazo mínimo de 02 (dois) anos.

11.4. As multas são autônomas e a aplicação de uma não exclui a outra.

11.5. A Câmara Municipal reserva-se ao direito de descontar da garantia, do valor das faturas de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrar diretamente ou, ainda, quando for o caso, judicialmente, da CONTRATADA, os valores correspondentes às multas que eventualmente forem aplicadas.

Cláusula 12ª - DIREITOS AUTORAIS

12.1. A CONTRATADA cederá, total e definitivamente, à Câmara Municipal, os direitos patrimoniais de uso dos direitos de autoria intelectual (criação, textos, estudos análises, planos, produção, direção, arte-finalização e assemelhados de sua propriedade, produzidos em decorrência do presente ajuste.

12.2. O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas nas cláusulas deste ajuste.

12.3. A Câmara Municipal poderá utilizar referidos direitos diretamente ou por meio de terceiros, com ou sem modificações, respeitada a legislação pertinente, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, não cabendo à CONTRATADA o direito a qualquer indenização.

12.4. Nas contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA solicitará cessão de direitos total e definitiva.

12.5. A CONTRATADA detalhará nos orçamentos de produção os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra consagrada, incorporada à peça e os de cessão dos demais direitos, ficando a critério da Presidência a aceitação final.

12.6. As peças criadas, em razão do presente, poderão ser reutilizadas a critério da Câmara Municipal, por outros órgãos, entidades ou sociedades que integrem a Administração Direta ou Indireta do Município de Poços de Caldas, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, podendo ficar expresso a autoria.

12.7. A CONTRATANTE poderá aproveitar para veiculação, peças já produzidas anteriormente, ficando, a CONTRATADA, isenta de quaisquer outros pagamentos.

12.8. A CONTRATADA se responsabiliza por qualquer infração do direito de uso de ideias, métodos ou processos legalmente protegidos, sendo que toda e qualquer violação ao direito autoral será de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA, respondendo por eventuais indenizações.

Cláusula 13ª - DA GARANTIA

13.1. A CONTRATADA terá até 30 (trinta) dias corridos, após a assinatura do contrato, para prestar garantia em favor da Câmara Municipal, correspondente a 5% (cinco por cento) do valor do contrato, conforme cláusula 7ª deste instrumento, em uma das modalidades previstas no Art. 56, § 1º, da Lei Federal nº 8.666/93.

Cláusula 14ª – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

14.1. Este contrato interpreta a expressão completa e exclusiva do acordo entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, prevalecendo sobre quaisquer propostas verbais ou escritas, e outras comunicações entre as partes relacionadas com o objetivo deste contrato.

14.2. Todas as despesas e responsabilidades perante as leis trabalhistas, previdenciárias, fiscais e de acidente de trabalho decorrentes da relação empregatícia correrão por conta exclusiva da CONTRATADA, bem como impostos federais, estaduais e municipais.

14.3. Sempre que for exigido pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar alvará de funcionamento e certidões emitidos pelos órgãos competentes.

14.4. Os trabalhos de pesquisa, assim entendidos aqueles que terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do presente contrato serão orçados de forma independente desta licitação.

Cláusula 15ª - DO FORO

15.1. As partes elegem o foro da Comarca de Poços de Caldas/MG, com renúncia a qualquer outro por mais privilegiado que seja, para dirimir as questões resultantes deste Contrato.

E, por assim haverem acordado, declaram ambas as partes aceitar todas as disposições estabelecidas nas cláusulas do presente Contrato, bem como observar fielmente outras disposições legais e regulamentares sobre o assunto, firmando-o em duas vias, na presença das testemunhas abaixo assinadas.

Poços de Caldas, ____ de _____ de 2021.

Câmara Municipal de Poços de Caldas

Marcelo Heitor da Silva

Presidente

Contratada

Representante Legal

TESTEMUNHAS:

1) Nome:

CPF:

2) Nome:

CPF:

ANEXO IV
EMPREGADOR PESSOA JURÍDICA

DECLARAÇÃO

Ref.: (identificação da licitação)

....., inscrito no CNPJ nº, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a), portador(a) da Carteira de Identidade nº e do CPF nº, **DECLARA**, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz ().

(data)

(representante legal)

Observação: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima.

ANEXO V

MINUTA DE TERMO DE COMPROMISSO DE CONSTITUIÇÃO DE CONSÓRCIO

(nome da empresa) , com sede em, na Av/Rua, inscrita no CNPJ sob o nº,
(nome da empresa), com sede em, na Av/Rua, inscrita no CNPJ sob o nº e (nome da empresa), com sede em, na Av/Rua, inscrita no CNPJ sob o nº, em conjunto com as denominadas **COMPROMISSADAS**;

Considerando que a **Concorrência Pública nº 001/2020**, em pauta, permite a participação de empresas em consórcio para a apresentação conjunta de proposta; e considerando que as empresas, acima qualificadas, têm interesse em participar desta Concorrência em consórcio formado por elas; têm entre si pactuados, nos termos do disposto no art. 33, I, da Lei Federal nº 8.666/93, e para os fins nele previstos, o presente **TERMO DE COMPROMISSO DE CONSÓRCIO**, que ajustam segundo as cláusulas e condições adiante dispostas:

Cláusula 1ª

1.1 Por este instrumento as **COMPROMISSADAS** assumem o compromisso de elaborarem proposta conjunta para a prestação dos serviços de publicidade, promovida pela **CÂMARA MUNICIPAL DE POÇOS DE CALDAS** e, caso sejam vencedoras da licitação, constituirão um **CONSÓRCIO** para a prestação dos referidos serviços, mediante a celebração de Contrato de Constituição de Consórcio que conterà, entre outras, as condições exigidas no Edital respectivo e estipuladas neste instrumento, que celebram em caráter irrevogável e irretroatável.

Cláusula 2ª

2.1. Cada **COMPROMISSADA** terá uma participação no **CONSÓRCIO** a ser constituído, cabendo-lhes iguais responsabilidades nas atividades a serem desenvolvidas.

Cláusula 3ª

§ 1º. As **COMPROMISSADAS** e futuras consorciadas são solidariamente responsáveis entre si pelos atos praticados, tanto na fase de licitação quanto na de execução do contrato decorrente da Concorrência.

§ 2º. A liderança do **CONSÓRCIO** será exercida pela empresa, a quem competirá representá-lo perante a **CONTRATANTE**, respondendo diretamente pelo integral cumprimento de todas as obrigações assumidas, sem prejuízo da responsabilidade solidária das demais **COMPROMISSADAS**.

Cláusula 4ª

4.1. As **COMPROMISSADAS** obrigam-se a apresentar todos os documentos e a praticar todos os atos exigidos no Edital da Licitação para a apresentação da proposta, bem como a cumprir todas as futuras exigências relacionadas aos serviços.

Cláusula 5ª

5.1. As **COMPROMISSADAS** não poderão, seja isoladamente, seja integrando outro consórcio, participar de outros ajustes, grupos ou entidades que tenham objetivos relativos à presente concorrência.

Cláusula 6ª

6.1. As **COMPROMISSADAS** manterão confidencialidade de todas as informações, dados e documentos produzidos ou intercambiados sob o presente, obrigando-se a não divulgá-los a terceiros, sob qualquer forma

e a qualquer tempo, sem o consentimento formal da outra parte.

Cláusula 7ª

7.1. O **CONSÓRCIO** será constituído nos termos dos artigos 278 e 279 da Lei n.º 6.404/76, e atendidas às exigências estatutárias das **COMPROMISSADAS**, devendo por estas ser administrado.

§ 1º. As consorciadas serão solidárias entre si.

§ 2º. As deliberações do **CONSÓRCIO** serão tomadas na proporção das respectivas cotas de participação.

§ 3º. As **COMPROMISSADAS** poderão constituir um **COMITÊ DE GERENCIAMENTO**, que se incumbirá da coordenação das atividades a serem desenvolvidas, o qual deverá ser composto por um representante de cada parte.

Cláusula 8ª

8.1. Os custos incorridos na execução das atividades e obrigações de responsabilidade do **CONSÓRCIO** serão rateados proporcionalmente entre as partes.

Cláusula 9ª

9.1. O presente **COMPROMISSO** entra em vigor na data de sua assinatura e permanecerá em vigor até a consecução dos objetivos para o qual é celebrado.

Cláusula 10ª

10.1. As partes elegem o foro da comarca de Poços de Caldas/MG para dirimir as questões oriundas do presente **COMPROMISSO**, com renúncia expressa a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E por assim haverem ajustado, firmam este instrumento, em (...) vias de igual teor e forma, e para um só efeito legal, na presença das testemunhas abaixo nomeadas e assinadas.

Poços de Caldas, __ de _____ de 2021.

EMPRESA

EMPRESA

EMPRESA

EMPRESA

TESTEMUNHAS:

Nome - RG/CPF

Nome - RG/CPF

ANEXO VI

Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais

TABELA ATUAL DO SINAPRO ESTÁ DISPONÍVEL SEPARADAMENTE

ANEXO VII

BRIEFING

Com o objetivo de orientar as Agências de Publicidade, interessadas em participar da Concorrência da Câmara Municipal de Poços de Caldas, seguem informações necessárias à elaboração de propostas pelas empresas, conforme estabelece o artigo 6o, inciso II da Lei n. 12.232/2010.

As agências proponentes deverão desenvolver Raciocínio Básico, Ideia Criativa e Estratégia de Comunicação Publicitária, com base no seguinte briefing:

1 – Orientação

Conforme dispõe a Constituição Federal em seu artigo 37, § 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”.

2 – Histórico

Em Poços de Caldas, o regime das Câmaras Municipais teve início em 1892, data em que se deu início à escolha do local para construção da Casa da Câmara. Enquanto era preparada a instalação, as reuniões eram realizadas na casa do Coronel José Custódio Dias de Araújo, na rua Marquês de Paraná, hoje rua Assis Figueiredo.

Em 1900, a Câmara passou a funcionar na Praça Pedro Sanches, sendo depois transferida para o prédio da prefeitura. Em 1983, o município adquiriu o espaço onde a Câmara se encontra atualmente.

A Câmara Municipal de Poços de Caldas possui uma Mesa Diretora que é composta da seguinte forma: o presidente, que é eleito pelos vereadores e cumpre mandato de dois anos, o vice-presidente, o 1º secretário e o 2º secretário. Cabe ao presidente representar a instituição, interpretar e fazer cumprir as normas internas, controlar as despesas de administração do Poder Legislativo, manter a ordem, dentre outras atribuições.

Além de fiscalizar as ações do Executivo e de todos que fazem parte da administração municipal, a Câmara exerce seu papel através da elaboração de projetos, anteprojetos, indicações e requerimentos, que

têm como objetivo sugerir melhorias, solicitar informações e propor a criação de leis para o município. Temas importantes, relacionados ao desenvolvimento da cidade e à qualidade de vida da população, são discutidos frequentemente, seja em audiências públicas ou também em reuniões ordinárias, reuniões de comissões permanentes e reuniões informais dentro e fora da Câmara.

Com o passar dos anos, o contato entre o Poder Legislativo e a comunidade tornou-se mais amplo e constante, em especial pela expansão das redes sociais. Dessa forma, surgem outros canais de comunicação que precisam ser explorados e trabalhados de forma a deixar claro que a Câmara de Poços caminha junto com as grandes transformações do país e com os anseios da população.

O objetivo sempre foi mostrar à sociedade que o trabalho do Legislativo Municipal é de fundamental importância para o desenvolvimento da cidade. “O vereador só trabalha em dias de sessão”, “o vereador recebe muito pelo pouco que faz”, “o vereador só vai à Câmara uma vez por semana” são frases repetidas por vários cantos e a necessidade de informar o que, realmente, acontece e o que é feito dentro de uma Câmara tornou-se ação primordial. Com o decorrer do tempo e com as informações compartilhadas milhões de vezes na Internet, é imprescindível que a relação com os munícipes seja intensa, constante e eficaz. Caso essa relação não seja trabalhada da forma correta, muito se perde no reconhecimento dos trabalhos realizados pela instituição. Além disso, com a população menos informada, a participação popular é mínima.

3 – Problema

O poder público, especialmente as Câmaras Municipais, enfrentam hoje alguns problemas. Os motivos passam pela situação crítica do país, pela atuação não condizente com o cargo de parlamentares em outras cidades e pela falta de uma comunicação adequada. A pouca participação popular, como já exposto acima, acarreta situações singulares, que carecem de um trabalho assertivo na busca pela informação correta e pelo envolvimento da população no que diz respeito à vida de cada um.

Apesar de nos últimos anos termos observado uma evolução quanto à participação da população nas atividades promovidas pela Câmara Municipal de Poços de Caldas, ainda notamos uma falta de entusiasmo com as ações legislativas. A maioria dos debates e demais eventos promovidos visando à discussão de melhorias na qualidade de vida dos moradores e no crescimento da cidade ainda não atrai um público considerável. Até mesmo temas relevantes não incentivam a participação popular, exceto quando se referem a grupos de interesse.

Voltando novamente à questão das redes sociais, o aumento da participação nesses canais fez com que informações falsas circulassem com maior frequência, prejudicando também o trabalho que é feito pelos vereadores. Assim, fica claro que ações contínuas devem ser planejadas para que o objetivo final seja

alcançado, ou seja, para que o trabalho sério e comprometido esteja sempre em evidência.

Diante desses fatos, a finalidade do presente Briefing é nortear as atividades que deverão ser realizadas pela agência contratada pela Câmara, notadamente no que diz respeito à divulgação de ações, reuniões e discussões que afetam diretamente a vida do cidadão (entre elas as audiências públicas, reuniões de comissões e demais eventos), além de incentivar a participação popular no processo democrático, levando o público a conhecer o trabalho realizado pelo Legislativo; Assim, a agência deverá propor medidas na área da Comunicação Social que tentem solucionar tais problemas.

4 – Objetivos

Ações contínuas que envolvam informação, transparência e participação são os principais objetivos. Mostrar o trabalho que é feito “nos bastidores”, em especial nas reuniões de comissões, para que a cidade cresça e a qualidade de vida esteja presente no dia a dia das pessoas é muito importante. A tão almejada participação popular só será realidade com esse trabalho consistente, planejado e de transformação.

A agência vencedora do processo licitatório terá, dentre outras, as seguintes atribuições:

Realizar pesquisa de opinião para que se tenha dados concretos a fim de planejar as ações de mídia;

Estudo e planejamento de estratégias de comunicação que atendam às necessidades da Câmara Municipal de Poços de Caldas;

Planejamento, criação, apresentação, produção e execução de um Plano de Comunicação Publicitária, abrangendo serviços de publicidade e propaganda com caráter informativo;

Realização de publicidade institucional, divulgando informações sobre atos e programas da Câmara Municipal;

Planejamento, criação de peças e campanhas, produção, edição, diagramação, arte final, divulgação e veiculação em jornais, revistas, rádios, televisão, outdoors e portais de Internet, locais e regionais.

5 – Plano de Comunicação

5.1 – Divulgação rotineira das ações da Câmara:

- Criação de anúncios para os jornais locais sobre: datas de audiências públicas, reuniões de comissões e eventos diversos; principais leis aprovadas, sempre mostrando a importância da norma e benefícios que ela trará à sociedade; resumo da produção legislativa, visando à prestação de contas contínua do trabalho da Câmara à população; temas relacionados ao desenvolvimento da cidade e à qualidade de vida da população (meio ambiente, saúde, educação, entre outros).
- Criação e produção de VTs: campanhas com temas pré definidos e divulgação institucional;
- Criação e produção de Vts destinados à mídia indoor;
- Criação e produção de spots para divulgação nas rádios locais (incluindo rádios comunitárias e a emissora oficial do município), com informações que serão as mesmas veiculadas na TV, adequando o formato para esse veículo;
- Produção e contratação de publicidade por meio de outdoor e busdoor;
- Criação e veiculação de e-mail marketing sobre as atividades institucionais da Câmara;
- Gestão e monitoramento de mídias sociais, além da veiculação de publicações institucionais da Câmara em redes sociais.

5.2 – Jornais Mensal e Trimestral

- Elaboração de Jornal Mural (mensal), com informações diversas, seguindo a mesma linha adotada em outros veículos. O Jornal seria afixado em locais estratégicos, como pontos de ônibus, padarias, lanchonetes, unidades de saúde, escolas, dentre outros;
- Elaboração de um Jornal Trimestral (estilo revista). Distribuição em pontos estratégicos: consultórios médicos, Fórum, Unidades de Saúde, dentre outros. Conteúdo: institucional (o que a Câmara faz, como se elabora uma lei, dentre outros assuntos); divulgação do que foi realizado no trimestre, visando à prestação de contas do trabalho da Câmara à população; assuntos de utilidade pública; seção destinada a crianças e jovens; leis aprovadas.

5.3 – Internet

- Criação de um Portal, dentro do site da Câmara, destinado aos projetos institucionais;
- Divulgação de banners e links para o site da Câmara em outros sites de interesse.

- Elaboração de campanhas específicas para redes sociais, envolvendo todas as questões já abordadas acima.

5.4 – Material Informativo

- Criação e produção de folders/cartazes/cartilhas sobre história e funções da Câmara, projeto institucionais, audiências públicas, temas relacionados à qualidade de vida da população (educação, saúde, meio ambiente, entre outros)

5.5 – Vídeos Específicos

- Criação de Vts – Prestação de contas;
- Criação de Vts esporádicos – como é o trabalho da Câmara, passo a passo de elaboração de leis, entre outros;
- Criação de Vts sobre a história da Câmara.
- Criação de Vídeo Institucional da Câmara (versões adulto e infantil)

Poços de Caldas, 03 de março de 2021.

Ana Amélia Franco
Assessora de Imprensa e Comunicação

ANEXO VIII

CONTEÚDO DA PROPOSTA TÉCNICA

ENVELOPES 1 E 2 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

As Licitantes deverão apresentar os textos abaixo, elaborados a partir das informações do Briefing.

1.1. Raciocínio Básico – Texto apresentado em formato A4, de até 5 (cinco) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da **CONTRATANTE**, a compreensão da Licitante sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados. Deve conter a avaliação do papel de comunicação publicitária como instrumento de comunicação social utilizado pela **CONTRATANTE**, considerando a compreensão de suas atividades, de sua relação com seus diversos públicos e de sua dimensão social, política e econômica.

1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária – Texto apresentado em formato A4, de até 5 (cinco) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejados pela **CONTRATANTE** e onde se definem os objetivos de comunicação e como as campanhas publicitárias apresentadas no item “Ideia Criativa” pretendem resolvê-los.

1.3. Ideia Criativa – Texto apresentado em formato A4, de até 3 (três) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, apresentando a resposta criativa da **Licitante** aos desafios e metas por ele explicitados na “Estratégia de Comunicação Publicitária”, contendo os temas e os conceitos a serem desenvolvidos pela campanha publicitária baseada no Briefing; acompanhado de esboços (layouts, textos, roteiros e storyboards) de peças da campanha para cada meio de divulgação nela proposto pela **LICITANTE**. As peças da campanha destinadas à mídia impressa ou outras apresentações deverão ser apresentadas em pranchas com no máximo 42x30 cm (formato A3) e as peças eletrônicas em CD ou DVD ou Pen drive. Fica estabelecido o limite de três peças da campanha por meio (esboços, lay-outs, spots, storyboards etc). Essas peças de criação não fazem parte do limite estabelecido de texto, de 3 laudas, proposto neste item.

1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia – Texto apresentado em formato A4, de até 5 (cinco) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, em que a explicitará e justificará a estratégia e as táticas por ela sugeridas, em função da verba disponível para a campanha apresentada, incluindo seleção de meios e considerando a necessidade de atingir o público de todo o Município de Poços de Caldas; alternativas de mídias segmentadas; planilhas e quadro-resumo que identificarão as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, em função da verba disponível para a campanha apresentada. As planilhas e quadro-resumo não fazem parte do limite estabelecido de cinco laudas para este item.

ENVELOPE 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

2.1. Capacidade de Atendimento – Texto apresentado em formato A4, de até 25 (vinte e cinco) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, para o conjunto dos subitens:

a) Histórico da **LICITANTE** e perfil dos seus principais executivos.

b) Indicação da estrutura operacional.

c) Relação de clientes atendidos e respectivos produtos, com a data do início e término do atendimento (quando for o caso).

d) Distribuição do número de empregados por departamento

e) Sistemas operacionais adotados nas áreas de atendimento, planejamento, criação, produção gráfica, produção eletrônica e mídia e outras informações que a LICITANTE julgar relevantes.

2.2. Investimento em Estrutura de Atendimento – Texto apresentado em formato A4, de até 5 (cinco) laudas, com 25 linhas, com espaçamento de 2 cm das margens esquerda e direita a partir da borda, com fonte Arial corpo 12, através do qual a licitante ou consórcio especificará investimentos em estrutura ou serviços a serem colocados sem ônus, à disposição do cliente. Discriminar se a agência possui acordos operacionais, parcerias ou empresas coligadas, que oferecerão à licitante bancos de dados, serviços de institutos de pesquisas, ferramentas que avaliem a eficácia da comunicação, acompanhamento de mídia, que possam ser usados para apoio, caso necessário, à comunicação da licitante fora do Município.

2.3. Portfólio – Conjunto de trabalhos realizados pela LICITANTE, com no mínimo dez e no máximo doze peças de qualquer natureza, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes em CD's ou DVDs, e os spots e jingles em CD's, apresentados em anexo. As fichas técnicas deverão conter a razão social do cliente, o tipo e o título da peça, indicação de um veículo onde foi inserida e o mês e ano de sua veiculação. As peças impressas deverão ser apresentadas em pranchas com o máximo de 42 x 30 (formato A3).

2.4. Cases – Duas campanhas de propaganda completas, desenvolvidas anteriormente pela LICITANTE, com apresentação de relato dos problemas que cada campanha se propôs resolver e os resultados alcançados, referendado com a assinatura do anunciante, em até quatro laudas cada relato. Em anexo, deverão estar 5 (cinco) exemplos, no máximo, das peças utilizadas. As peças impressas deverão ser apresentadas em pranchas com o máximo de 42 x 30 (formato A3).

ANEXO IX

PROCEDIMENTO PARA JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

1. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO – JULGAMENTO FINAL

1.1. O julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame serão realizados exclusivamente com base nos critérios especificados no Edital e a seguir.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

No julgamento das Propostas Técnicas serão adotados os seguintes procedimentos:

2.1. A Subcomissão Técnica receberá e analisará, separadamente, dois grupos de envelopes contendo as Propostas Técnicas apresentadas pelas Licitantes: os Envelopes 1, relativos ao Plano de Comunicação Publicitária Via não Identificada e os Envelopes 3, relativos ao Conjunto de Informações.

2.2. A nota de cada licitante, relativa a cada grupo de envelopes, será a soma das notas recebidas em cada subitem abaixo, considerando a seguinte pontuação máxima:

ENVELOPE 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA NÃO IDENTIFICADA

Raciocínio Básico	25 pontos
Estratégia de Comunicação Publicitária	15 pontos
Ideia Criativa	20 pontos
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 pontos
TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS	70 PONTOS

ENVELOPE 3 – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

Capacidade de Atendimento	05 pontos
Investimento em Estrutura de Atendimento	05 pontos
Portfólio	05 pontos
Cases	05 pontos
TOTAL MÁXIMO POSSÍVEL DE PONTOS	20 PONTOS

2.3. As propostas serão julgadas mediante critérios técnicos, devendo a subcomissão técnica observar os seguintes aspectos no julgamento de cada quesito:

2.3.1. “Raciocínio Básico”:

- a) O conhecimento da ação do Poder Legislativo e da comunicação, no atual contexto social, político e econômico.
- b) O conhecimento das características do Poder Legislativo e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação.
- c) O entendimento do problema e dos objetivos de comunicação estabelecidos pelo Briefing.
- d) O posicionamento publicitário proposto e o entendimento das formas de relação entre a **CONTRATANTE** e seus diversos públicos.

2.3.2. “Estratégia de Comunicação Publicitária”:

- a) O entendimento das questões apresentadas e o grau em que a campanha apresentada atende ao Briefing.
- b) A adequação dos conceitos e das linhas de comunicação propostos e as possibilidades de desdobramentos positivos para a comunicação da **CONTRATANTE** com seus diversos públicos, além de suas possibilidades de execução dentro dos parâmetros estabelecidos no Briefing.
- c) A consistência lógica e a clareza na argumentação.

2.3.3. “Ideia Criativa”:

- a) A relação de coerência e consequência com o que estiver proposto nos dois subitens anteriores.
- b) Sua pertinência às atividades da **CONTRATANTE** e à sua inserção na sociedade.
- c) A qualidade criativa das peças publicitárias apresentadas.
- d) A originalidade e simplicidade da ideia criativa e a inventividade no uso das mídias.
- e) A exequibilidade das peças.
- f) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.
- g) “Estratégia de Mídia e Não Mídia”:
- h) O raciocínio estratégico e tático.
- i) O conhecimento dos hábitos de consumo de meios dos diversos públicos e a capacidade analítica demonstrada no exame desses hábitos.
- j) A criatividade e o conhecimento demonstrados na definição da estratégia e na escolha dos meios.
- k) A coerência da proposta de mídia com o planejamento apresentado nos subitens 1.1, 1.2 e 1.3 (Anexo I).
- l) A pertinência, a otimização e a oportunidade das propostas sobre o uso das diversas mídias, convencionais e alternativas.

2.3.4. “Capacidade de Atendimento”:

- a) O “currículo” dos principais executivos da Licitante, principalmente nas áreas de planejamento, criação, mídia e atendimento.
- b) As estruturas técnica e operacional da Licitante para suprir as necessidades da conta publicitária a ser atendida, principalmente em relação ao quadro de profissionais que será colocado à disposição da **CONTRATANTE**;
- c) A sistemática de atendimento a ser adotada no relacionamento entre a Licitante e a equipe técnica da

CONTRATANTE.

2.3.5. “Investimento em Estrutura de Atendimento”:

a) os investimentos e facilidades em estrutura ou serviços a serem colocados à disposição do cliente, tais como banco de dados, pesquisas de opinião ou audiência, acordos operacionais com empresas ou consultorias especializadas em áreas não cobertas diretamente pela Licitante.

2.3.6. “Portfólio”:

- a) a qualidade e adequação do trabalho criativo;
- b) a pertinência da solução apresentada ao problema de comunicação;
- c) a qualidade de execução dos trabalhos.

2.3.7. “Cases”:

- a) o encadeamento lógico da exposição;
- b) a evidência de planejamento publicitário;
- c) a consistência dos resultados apresentados pelas campanhas.

2.4. A nota atribuída a determinado quesito será proporcional ao cumprimento de todos os aspectos acima citados para cada um deles;

2.5. Cada aspecto será avaliado em relação aos requisitos constantes deste Edital e seus anexos e, ainda, comparativamente em relação às demais propostas apresentadas, mediante justificativa expressa que aponte as diferenças existentes entre elas, sendo-lhe atribuída nota que variará conforme a seguinte escala: **PÉSSIMO (de 0 a 20% da nota) – RUIM (de 21 a 40% da nota) – REGULAR (de 41 a 60% da nota) – BOM (de 61 a 80% da nota) – MUITO BOM (de 81 a 90% da nota) – ÓTIMO (de 91 a 100% da nota).**

2.5.1. Para efeito de julgamento pela Subcomissão Técnica, serão classificadas somente as Propostas Técnicas que obtiverem, no mínimo, 60% (sessenta por cento) do total de pontos de cada grupo, ou seja, 42 (quarenta e dois) pontos no Plano de Comunicação Via não Identificada e 12 (doze) pontos no Conjunto de Informações.

2.6. Serão desclassificadas as Propostas:

2.6.1. Que não contiverem todos os dados exigidos no Edital;

2.6.2. Em que as Licitantes não demonstrarem possuir a qualificação, a experiência e a estrutura administrativa e técnica necessárias e adequadas para garantir a realização e conclusão do objeto licitado, obtendo índice de pontuação inferior ao estabelecido no item 2.5.1 acima ou zero em qualquer um dos quesitos.

2.6.2.1. Será determinada a pontuação obtida pelos licitantes em cada envelope, por meio do somatório das médias aritméticas das notas atribuídas pelos membros da Subcomissão Técnica a cada um dos quesitos, observado o seguinte:

a) a pontuação atribuída a um quesito sempre deverá ser reavaliada quando a diferença entre a maior e a menor pontuação atribuída por membro da Subcomissão Técnica, para uma mesma empresa, for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito;

b) persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão

e passará a compor o processo da licitação.

2.7. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação da Licitante antes da abertura do invólucro de que trata o subitem 4.8.

2.8. Serão elaboradas pela Subcomissão Técnica duas atas relativas (I) ao julgamento do Plano de Comunicação Publicitária Via Não Identificada e (II) ao julgamento dos quesitos referentes ao Conjunto de Informações e, posteriormente, encaminhadas à Comissão Especial de Licitação, junto com as Propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

2.9. Após identificada a autoria do Plano de Comunicação Publicitária pela Comissão Especial de Licitação, serão desclassificadas as Proponentes que não obtiverem no mínimo, 70% (setenta por cento) do total dos pontos no conjunto da Proposta Técnica (Envelopes 1 e 3), ou seja, 63 (sessenta e três) pontos.

2.10. Apuradas as pontuações de cada licitante classificado na Etapa Técnica, será atribuída nota 10 (dez) àquele que houver obtido o maior número de pontos no conjunto da Proposta Técnica, atribuindo-se aos demais, notas diretamente proporcionais à sua classificação, por pontos, em relação àquele que recebeu nota 10 (dez), de acordo com a seguinte fórmula:

$$NPT = 10 \times \frac{T_i}{T_o}, \text{ onde:}$$

NPT = nota da Proposta Técnica em exame, para efeito de sua classificação;

T_i = pontuação da Proposta Técnica em exame,

T_o = pontuação da melhor Proposta Técnica.

3. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

3.1. A proposta de preço contrará quesitos representativos das formas de remuneração vigentes no mercado publicitário;

3.2. As Propostas de Preços das Licitantes classificadas na fase anterior serão avaliadas e classificadas de acordo com os pontos atribuídos, da seguinte forma:

a) 10 (dez) pontos à Proposta que oferecer maior percentual de desconto incidente sobre os custos internos de produção (criação e montagem) das empresas ou consórcios, apurados em relação aos previstos na Lista de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, deferindo-se pontos proporcionais às restantes, conforme a seguinte fórmula:

$$NPC = 10 \times \frac{VNPdP}{VNMPdP}, \text{ onde}$$

NPC = Nota da Proposta Comercial;

VNPdP = Valor numérico do percentual de desconto proposto;

VNMPdP = Valor numérico do maior percentual de desconto proposto.

3.3. Com base na análise dos fatores indicados, a Comissão fará a classificação das Propostas de Preços, desclassificando aquelas que:

- a) não apresentarem desconto, apresentarem desconto inferior a 50% (cinquenta por cento) ou apresentarem desconto de 100% (cem por cento) sobre os custos internos de produção (criação e montagem) de propaganda, renunciando à totalidade da remuneração;
- b) não atingirem a pontuação mínima exigida das PROPONENTES nesta etapa da Licitação, a fim de que possam ser classificadas, que é de 7 (sete) pontos, o equivalente a 70% (setenta por cento) do total de pontos possíveis.

3.4. Se todas as propostas forem desclassificadas, a Comissão poderá fixar para as Licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novas propostas, escoimadas das causas que tenham determinado a desclassificação. As novas propostas deverão ser apresentadas em ENVELOPES lacrados, que serão recebidos em sessão pública, observando-se o procedimento de avaliação e julgamento estabelecido nos subitens anteriores.

4. CLASSIFICAÇÃO FINAL

4.1. A classificação das Licitantes far-se-á, dessa forma, de acordo com a média ponderada das valorações das Propostas Técnica e de Preço, considerando que a Proposta Técnica terá como pontuação máxima 80% (oitenta por cento) do total possível de pontos e a Proposta Comercial terá como pontuação máxima 20% (vinte por cento) do total possível de pontos.

4.1.1. As notas das Propostas Técnicas terão peso 8 (oito) e as notas das Propostas de Preços terão peso 2 (dois), sendo classificadas as Licitantes, segundo a ordem decrescente da nota média ponderada, obtida com a aplicação da seguinte fórmula:

$$NMP = \frac{8(NPT) + 2(NPC)}{10}, \quad \text{onde:}$$

NMP = nota média ponderada final;

NPT = nota da Proposta Técnica;

NPC = nota da Proposta Comercial

4.1.2. No cálculo da Nota Média Ponderada Final (NMP), será adotada a precisão até a segunda casa após a vírgula e arredondamento para o centésimo superior para valores iguais ou superiores a 0,005.

4.1.3 Para efeito de desempate entre os LICITANTES que obtiverem a mesma Nota Média Ponderada Final, será considerada a maior nota obtida nos seguintes quesitos, pela ordem:

- a) Raciocínio Básico
- b) Ideia Criativa
- c) Estratégia de Comunicação Publicitária

- d) Portfólio
- e) Capacidade de Atendimento
- f) Investimento em Estrutura de Atendimento
- g) Estratégia de Mídia e Não Mídia
- h) Cases.

4.1.4. Persistindo o empate na classificação final, após verificadas as normas de desempate estabelecidas acima, a Concorrência será decidida por sorteio, em sessão pública, para a qual serão todas as Licitantes convocadas.

5. APURAÇÃO DOS VENCEDORES

5.1. Ultrapassado o prazo recursal e homologado o resultado do julgamento pela autoridade competente da **CONTRATANTE**, os Contratos objeto deste Edital serão adjudicados às Licitantes consideradas vencedoras nos termos dos itens seguintes.

5.2. A agência ou consórcio vencedor(a) é aquele(a) que obtiver maior Nota Média Ponderada Final.

ANEXO X

DECLARAÇÃO DE DISPONIBILIDADE DE PESSOAL

A Licitantedeclara, para fins de participação nesta Concorrência, que assume o compromisso de disponibilizar, em até 05 (cinco) dias úteis da assinatura do contrato, equipe técnica contendo, no mínimo, o seguinte pessoal:

- a) 01 (um) publicitário;
- b) 01 (um) responsável pela produção de imagens e fotos;
- c) 01 (um) coordenador geral.

Por ser verdade,

Firma a presente.

Poços de Caldas,/...../2021.

Licitante

Representante Legal

ASSESSORIA JURÍDICA

**PROCESSO LICITATÓRIO N° 095/2020
CONCORRÊNCIA N° 001/2020**

OBJETO: o presente Contrato tem a finalidade a prestação de serviços de propaganda e publicidade sendo estes entendidos como os definidos na Lei Federal nº 12.232/2010 de comunicação social e publicidade institucional, em apoio às atividades legislativas da Câmara Municipal, e outros conforme especificações constantes nos Anexos do Edital, junto com a proposta da CONTRATADA, que passam a integrar este instrumento, independentemente de transcrição.

O processo de licitação mencionado acima foi examinado por esta Assessoria, em cumprimento ao disposto no parágrafo único do Art. 38, da Lei Federal 8.666/93, e aprovado após as correções indicadas, tendo sido visto e assinado pelo signatário.

Poços de Caldas, 03 de março de 2021.

Cristiano Sales Medeiros

Assessor Jurídico