



EDITAL DE LICITAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS Nº 002/2023

Tipo de Licitação: Técnica e Preço

DATA: 24 de agosto de 2023

HORÁRIO: 9h 30min.

A Câmara Municipal de Vereadores de Garibaldi torna público que realizará a licitação acima indicada, tendo por finalidade a contratação do objeto informado no Item 01 deste Edital, cuja direção e julgamento serão realizados por sua Comissão Municipal de Licitações, em conformidade com os preceitos da Lei nº 8.666/93 e alterações e as condições deste Edital.

1. DO OBJETO

1.1. O objeto é a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade prestados por intermédio de Agências de Propaganda, que englobam serviços técnicos de projetos de divulgação de atos, programas, serviços e campanhas da Câmara Municipal de Garibaldi, nos termos do art. 37, § 1º da Constituição da República Federativa do Brasil e Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010. A prestação de serviços de Publicidade se dará por Agências de Propaganda, anunciante e veículos de comunicação e suas recíprocas relações vigentes, observado o caráter educativo, informativo e de orientação social, conforme definido em anexo - Briefing. Tais projetos compreenderão o estudo, o planejamento, pesquisa, a concepção, a conceituação, 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 ideais ou informar o público em geral.

1.1.1. O objeto também compreende as atividades de desenvolvimento de ações de publicidade de caráter educativo, informativo ou de orientação social mediante estudo, planejamento, pesquisa, concepção, conceituação, criação, execução e a distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários na seguinte forma:

"DOE ÓRGÃOS, DOE SANGUE, SALVE VIDAS!"

Travessa 31 de Outubro, 59 – Centro – Garibaldi – RS – CEP 95720-000 - Fone: 54 3464 8400 –
www.camaragaribaldi.rs.gov.br – contato@camaragaribaldi.rs.gov.br - Ouvidoria: 0800 644 1234

- a) Criação, produção, veiculação e distribuição de programas de rádio e TV, bem como campanhas publicitárias;
- b) Criação, produção, veiculação e distribuição de anúncios de publicidade institucional e legal em emissoras de rádio, TV, jornais, revistas, internet e meios alternativos, podendo cada qual ter abrangência local, regional, estadual, nacional e/ou internacional;
- c) Realização de estudos e pesquisas dos veículos de divulgação que melhor possam difundir as campanhas e serviços do Legislativo, no que se refere a sua natureza, influência, eficiência, área de abrangência, audiência e as suas características ao custo da publicidade;
- d) Serviços de elaboração, concepção, edição, produção e distribuição de publicações impressas diversas para divulgação da Contratante em jornais, outdoors, mini-doors, empena, back light, triedo, bus door, front light, revistas, panfletos, folders e outros;
- e) Formulação e execução do Plano de Comunicação apresentado conforme anuência da Assessoria de Comunicação;
- f) Intermediação na veiculação de peças publicitárias em todos os meios de comunicação tradicionais e/ou alternativos.

1.2. É vedada a inclusão nas 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.

1.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "c" do subitem 1.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Câmara Municipal de Vereadores de Garibaldi, o público-alvo e os meios de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças.

1.4. Os estudos, resultados e análises, planos e ideias e materiais de propaganda, criados pela licitante vencedora em decorrência do fornecimento do objeto



serão de propriedade da Câmara Municipal de Vereadores de Garibaldi, o qual poderá utilizá-los conforme conveniência, mesmo após o término do contrato.

1.5. A Câmara Municipal de Vereadores de Garibaldi poderá solicitar materiais e serviços em regime de urgência, os quais deverão ser executados no prazo acordado previamente entre as partes.

1.6. A verba estimada anual que será destinada para a presente contratação é de até R\$ 370.000,00 (trezentos e setenta mil reais).

2. DOS PRAZOS

2.1. O prazo para início da prestação dos serviços é de 05 (cinco) dias após a assinatura do contrato.

2.2. O prazo de duração do contrato vigorará a partir da data de sua assinatura por um período de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado na forma da Lei, até o limite de 60 (sessenta) meses, contados da assinatura do contrato e se houver interesse da Câmara.

2.3. Se dentro do prazo, a empresa vencedora não fizer os trabalhos, o Poder Legislativo Municipal convocará os licitantes remanescentes, na ordem de classificação para a sua execução em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado.

3. DO CREDENCIAMENTO

3.1. O Credenciamento do representante da licitante, que não seja sócio-gerente ou diretor da empresa, far-se-á mediante a apresentação da Carta de Credenciamento (conforme modelo do Anexo I), e/ou instrumento público ou particular. O Credenciamento será necessário somente para as licitantes que se fizerem presentes no momento de abertura dos envelopes referentes a este certame licitatório. Será admitido apenas um representante por empresa, o qual deverá estar munido de Documento de Identidade.

3.1.1. Caso a Credencial não tenha sido assinada por sócio-gerente ou diretor da empresa, devidamente identificado no CRC (Certificado de Registro Cadastral) ou no Ato Constitutivo, deverá vir acompanhada de Procuração que conceda poderes ao signatário da Credencial.

3.1.2. A documentação apresentada na primeira sessão credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição, no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

3.2. Não poderão participar da Licitação as empresas declaradas inidôneas por ato do Poder Público, de qualquer esfera administrativa, aquelas que tiverem sob processo de falência ou concordata, aquelas suspensas temporariamente e/ou impedidas de licitar, contratar, transacionar com a Administração Pública ou qualquer de seus órgãos, o autor do projeto, pessoa física ou jurídica, e/ou empresa, da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, acionista ou detentor de mais de 5% do capital com direito a voto, ou controlador, responsável técnico ou subcontratado, se for servidor ou dirigente do órgão da entidade contratante ou responsável pela licitação, nos termos do artigo 9º da Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações.

3.3. É vedada a participação de licitante com mais de uma proposta.

4. APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS, PROPOSTA DE PREÇO E DOCUMENTAÇÃO

Deverão ser entregues à Comissão de Licitações no **dia 24 de agosto de 2023, às 9h 30min., em Garibaldi/RS**, no Plenário (Sala de Sessões) da Câmara Municipal de Vereadores, localizada na Travessa 31 de Outubro, nº 59, Centro, os 4 (quatro) envelopes distintos, contendo as Propostas Técnicas e de Preços, denominados respectivamente de:

4.1. ENVELOPE Nº 1 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – via não identificada.

4.1.1. No envelope nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada.

4.1.2. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Câmara Municipal de Vereadores de Garibaldi.

4.1.3. O envelope nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

4.1.3.1. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada na Secretaria da Câmara Municipal de Vereadores de Garibaldi e apresentado sem inclusão de qualquer marca, sinal ou palavra que por qualquer meio identifique a licitante.



4.1.3.2. Para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2, o Invólucro nº 1 não poderá:

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

4.2. ENVELOPE Nº 2 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – via identificada.

4.2.1. No envelope nº 2 deverá constar o Plano de Comunicação Publicitária – via identificada, que constituir-se-á em uma cópia do Plano de Comunicação – via não identificada, mas com a identificação da licitante e ser datado, assinado na última página e rubricado nas demais páginas por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, sem a peça da ideia criativa.

4.2.2. O envelope deverá estar lacrado e rubricado no fecho, e com a seguinte identificação no exterior:

CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES DE GARIBALDI
TOMADA DE PREÇOS Nº 002/2023
ENVELOPE Nº 2 – PROPOSTA TÉCNICA
Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
NOME DA EMPRESA LICITANTE

4.3. ENVELOPE Nº 3 – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

4.3.1. No envelope nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Solução de Problemas de Comunicação. O envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES DE GARIBALDI
TOMADA DE PREÇOS Nº 002/2023
ENVELOPE Nº 3 – PROPOSTA TÉCNICA
Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de



Problemas de Comunicação

NOME DA EMPRESA LICITANTE

4.3.2. O envelope nº 3 deverá estar lacrado, não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do envelope nº 2.

4.4. ENVELOPE Nº 4 – PROPOSTA DE PREÇO

4.4.1. No envelope nº 4 deverá ser acondicionado a Proposta de Preço da licitante. O envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES DE GARIBALDI
TOMADA DE PREÇOS Nº 002/2023

ENVELOPE Nº 4 – PROPOSTA DE PREÇO

NOME DA EMPRESA LICITANTE

4.4.2. O invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº 2.

4.5. ENVELOPE Nº 5 – DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO

4.5.1. Os documentos de habilitação deverão ser entregues à Comissão de Licitações, em dia, hora e local por ela estipulados, apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preço.

4.5.2. O envelope nº 5, contendo os documentos de habilitação, deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES DE GARIBALDI
TOMADA DE PREÇOS Nº 002/2023

ENVELOPE Nº 5 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

NOME DA EMPRESA LICITANTE

5. DA ELABORAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS – Envelopes nº 1, 2 e 3

"DOE ÓRGÃOS, DOE SANGUE, SALVE VIDAS!"

Travessa 31 de Outubro, 59 – Centro – Garibaldi – RS – CEP 95720-000 - Fone: 54 3464 8400 –
www.camaragaribaldi.rs.gov.br – contato@camaragaribaldi.rs.gov.br - Ouvidoria: 0800 644 1234

A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

Quesitos	Subquesitos
I – Plano de Comunicação Publicitária	a) Raciocínio Básico; b) Estratégia de Comunicação Publicitária; c) Ideia Criativa; d) Estratégia de mídia e não mídia.
II – Capacidade de Atendimento	
III – Repertório	
IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

5.1. O envelope nº 1, contendo o Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada, será composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de mídia e não mídia e deverá ser elaborado com base no *Briefing* (anexo V), observadas as seguintes disposições:

5.1.1. Raciocínio Básico – sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Vereadores de Garibaldi, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados. Deverá ser elaborado no máximo em 4 (quatro) laudas de 30 linhas cada, fonte “Times New Roman”, corpo 12, espaçamento entre linhas 1,5, papel tamanho A4.

5.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária – sob a forma de texto, que indicará e defenderá linhas gerais da proposta para suprir o desafio de alcançar resultados e metas de comunicação desejadas pela Câmara Municipal de Vereadores de Garibaldi. Deverá ser elaborado em no máximo 4 (quatro) laudas de 30 linhas cada, fonte “Times New Roman”, corpo 12, espaçamento entre linhas 1,5, papel tamanho A4.

5.1.3. Ideia criativa – sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do licitante aos desafios e metas por ele explicitado na estratégia de comunicação publicitária. As peças apresentadas serão limitadas a 01 (uma) peça para cada um dos seguintes meios:

- Jornal;
- Folder;
- Rádio;

- TV;
- Internet.

5.1.4. Estratégia de mídia e não mídia – exposta em forma de texto de no máximo 03 (três) páginas de folha tamanho A4, de 40 (quarenta) linhas cada, permitida a inclusão de tabelas que não serão computadas na contagem do tamanho máximo de páginas (apenas como anexo), apresentando simulação de planos de distribuição das peças de que trata o subitem 5.1.3., deste item acompanhada de memória, em que se explicitem e justifiquem as premissas assumidas.

5.1.5. O Envelope 1, bem como seu conteúdo, não poderão ter qualquer marca sinal, símbolo ou outro elemento que identifique seu titular, devendo sua autoria ser revelada somente no momento de cotejo com o Envelope 2, conforme previsto no Art. 11, § 4º, VII, “b” da Lei nº 12.232/2010.

5.2. O Plano de Comunicação Publicitária Identificado (ENVELOPE Nº 2), sem o exemplo de peça da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.3. O ENVELOPE Nº 3 – Informações do Proponente deverá conter as informações sobre a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação do proponente, da seguinte forma explicitados:

5.3.1. Capacidade de Atendimento, demonstrada por meio de:

- a) relação nominal dos principais clientes atendidos pela proponente, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
- b) descrição da estrutura de atendimento e serviços a serem disponibilizados para a execução do contrato administrativo de serviços publicitários, pela proponente, tudo acompanhado dos respectivos contatos telefônicos e eletrônicos.
- c) quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (contendo, no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminado-se as áreas específicas e quantidades mínimas, que deverão contemplar, no mínimo:

c.1) quantificação e qualificação dos profissionais da proponente que permanecerão disponíveis para a execução do contrato, discriminados de acordo com os serviços de atendimento, planejamento, criação, produção, mídia, administrativo e financeiro;

c.2) sistemática de atendimento, discriminadas as obrigações a serem cumpridas pelo serviço de atendimento da proponente para execução do contrato, inclusive em relação a prazo, em dias úteis, a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de peça avulsa ou campanha, produção de publicidade e elaboração de plano de mídia;

c.3) estratégia para continuidade dos serviços de atendimento, no caso de substituição do profissional responsável.

d) atestado(s) emitido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que comprove(m) que a proponente executou ou está executando, a contento, serviços de natureza publicitárias, similares ao objeto da presente licitação, com indicação clara do cargo ou função da pessoa que assina o atestado, bem como da identificação do tomador dos serviços (razão social, CNPJ e endereço da sua sede).

5.3.2. Repertório, com a apresentação, na forma de peças e respectivas fichas técnicas do conjunto de trabalhos concebidos e veiculados pela proponente, podendo ser apresentadas até 05 (cinco) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou características de cada uma, desde que acompanhadas de ficha técnica, com indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, seu título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de, pelo menos, um veículo de comunicação que a divulgou.

5.3.3. Relato de Soluções de Problemas de Comunicação, devendo ser apresentados até dois casos, com exposição das soluções de problema de comunicação, referendados pelos respectivos contratantes/anunciantes, sendo vedada a apresentação de ações de comunicação solicitadas e/ou contratadas pela Câmara Municipal de Vereadores de Garibaldi, limitados estes a 4 (quatro) laudas, em folha de tamanho A4, de 30 linhas cada, com fonte de texto "Times New Roman", corpo 12, espaçamento entre linhas de 1,5. Será permitida a apresentação de até 5 peças para cada relato.

5.4. A critério da Câmara Municipal de Vereadores de Garibaldi, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do futuro contrato administrativo.

6. DO JULGAMENTO E CRITÉRIOS PARA AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1. O julgamento da Proposta Técnica estará a cargo da Subcomissão Técnica, constituída em conformidade com os parágrafos 1º ao 9º do Art. 10 da Lei nº 12.232/2010, quando serão observados os seguintes critérios:

A. Para a seleção das empresas, serão analisadas as Propostas Técnicas, avaliando-as através dos fatores relacionados abaixo:

I – Pela avaliação quantitativa da apresentação do **Plano de Comunicação** serão atribuídas notas no intervalo de **0 (zero) a 40 (quarenta) pontos**, considerando-se a seguinte distribuição, referentes aos itens:

a) clareza de **raciocínio básico** apresentado, onde a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no *Briefing* (Anexo V): **0 (zero) a 10 (dez) pontos;**

b) coerência e exequibilidade dos dados oferecidos, bem como o nível de explicitação da **estratégia de comunicação**, sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar: **0 (zero) a 10 (dez) pontos;**

c) consistência da **ideia criativa** e os resultados obtidos, devendo a licitante apresentar campanha publicitária com exemplos de no mínimo 5 (cinco) peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação: **0 (zero) a 10 (dez) pontos;**

d) aplicabilidade da **estratégia de mídia e não mídia** em função da verba disponível para execução do objeto, deverá ser demonstrado a capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha com simulação de plano de distribuição das peças propostas, acompanhada de tabela, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas: **0 (zero) a 10 (dez) pontos.**

II – Pela avaliação do conteúdo da **Capacidade de Atendimento** serão atribuídas notas de intervalo de **0 (zero) a 30 (trinta) pontos**, observando-se a distribuição a seguir:

- a) adequação do **currículo dos profissionais** colocados à disposição da Câmara Municipal de Vereadores de Garibaldi à estratégia de comunicação apresentada e demais exigências: **0 (zero) a 10 (dez) pontos**;
- b) **capacidade e experiência de atendimento**, acerca das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato: **0 (zero) a 10 (dez) pontos**;
- c) qualidade do trabalho atestado por seus clientes: **0 (zero) a 10 (dez) pontos**;

III – Pela avaliação do **Repertório** serão atribuídas notas de intervalo de **0 (zero) a 15 (quinze) pontos**.

IV – Pelo **Relato de Soluções de Problemas de Comunicação** serão atribuídas notas de intervalo de **0 (zero) a 15 (quinze) pontos**.

6.2. A nota da **Proposta Técnica** está limitada ao máximo de **100 (cem) pontos** e será obtida com base nos critérios referidos no subitem 6.1.

6.3. A Subcomissão Técnica atribuirá pontos a cada um dos quesitos e subquesitos.

6.4. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios previstos neste edital.

6.5. Persistindo a diferença de pontuação após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo dessa licitação.

6.6. A pontuação final da proposta técnica corresponderá a soma das notas de cada quesito.

6.7. Serão desclassificadas as propostas que deixarem de atender as exigências deste edital, especialmente nos casos de:

a) houver aposição, na via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, de marca, inclusive dobraduras, sinal, impresso ou qualquer elemento que, de alguma forma, possa identificar o licitante proponente;

b) obtiver **nota 0 (zero)** em qualquer dos quesitos técnicos;

c) não obtiver, no somatório final dos quesitos, a **nota mínima de 60 (sessenta) pontos**.

7. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA FINANCEIRA – ENVELOPE Nº 4

7.1. O ENVELOPE Nº 4 deverá conter:

a) proposta financeira, rubricada em todas as páginas e assinada na última, pelo representante legal da empresa;

b) prazo de validade da proposta, não inferior a 90 (noventa) dias consecutivos da apresentação, observado o disposto no §3º, art. 64 da Lei nº 8.666/93 e alterações.

7.2. A proposta deverá conter os PERCENTUAIS (%) DE DESCONTO conforme descrito abaixo. O percentual deverá ser expresso com 2 (duas) casas decimais, à vista, válido para ser praticado desde a data da apresentação da proposta, até o efetivo pagamento, da seguinte forma:

a) percentual de desconto a ser concedido sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços, emitida pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Sul;

b) percentual de honorários referente a remuneração das Agências, decorrente de trabalhos de produção/suprimentos/serviços realizados tecnicamente por terceiros, a partir de estudo ou de criação intelectual das Agências e sob sua supervisão e responsabilidade, limitado a 15% (quinze por cento) sobre o valor do custo de produção/suprimentos/serviços externos.

7.2.1. Os percentuais deverão ser ofertados com base nos valores constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul, relativamente aos serviços prestados internamente na Agência.

7.3. Nos percentuais de desconto propostos serão considerados todos os encargos salariais, previdenciários, encargos sociais, fiscais, comerciais, trabalhistas, tributários, fretes, seguros, tarifas, descarga, transporte, responsabilidade civil e demais despesas incidentes ou que venham a incidir sobre os serviços, objeto desta licitação.

7.3.1. Entende-se por encargos, referentes à proposta, os tributos (impostos, taxas), contribuições fiscais e parafiscais, emolumentos, fornecimento de mão de obra especializada, os instituídos por leis sociais, administração, lucros, equipamentos e ferramental, transporte de material, de pessoal, estada, hospedagem, alimentação e qualquer despesa, acessória e/ou necessária, não especificada neste edital.

7.3.2. Os percentuais de desconto propostos serão considerados completos e suficientes para a prestação dos serviços, objeto desta licitação, sendo desconsiderada qualquer reivindicação de pagamento adicional devido a erro ou má interpretação de parte da licitante.

7.3.3. Todos os serviços executados a mais por comprovada negligência ou imperícia por parte da licitante vencedora não serão pagos pela Câmara, bem como, os serviços reprovados e não refeitos.

7.4. A proposta deverá estar acompanhada de **DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS**, conforme modelo constante no Anexo VI.

7.5. Na elaboração da proposta de preço, a licitante deverá considerar as seguintes obrigações na prestação dos serviços:

7.5.1. Incluir no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado.

7.5.2. Constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporadas à peça, licenciamentos de uso das obras artísticas preexistentes e os de cessão dos demais direitos.

7.5.3. Executar o objeto contratado com completa organização, elevada qualidade e no prazo estipulado.

7.5.4. Realizar com seus próprios recursos todas as obrigações relacionadas com o objeto desta licitação, de acordo com as especificações determinadas neste edital e em seus anexos.

7.5.5. Cumprir a legislação federal, estadual e municipal pertinente, bem como se responsabilizar pelos danos e encargos de qualquer espécie, decorrentes de ações ou omissões, culposas ou dolosas, que praticar durante a execução do contrato.

7.5.6. Pagar e recolher todos os impostos e demais encargos fiscais, bem como todos os encargos trabalhistas previdenciários, sociais e comerciais, prêmios de seguro e de acidente de trabalho, que forem devidos em decorrência do objeto desta licitação.

7.5.7. Divulgar informações acerca da prestação dos serviços, objeto desta licitação, que envolvam o nome da Câmara Municipal de Vereadores de Garibaldi, somente mediante autorização expressa do Presidente.

7.5.8. Orientar a produção das peças gráficas (folhetos, cartazes, etc.) aprovadas pela Câmara.

7.5.9. A quantidade de material a ser utilizado na veiculação somente será definida após a aprovação de mídia pela Câmara e sua reprodução dar-se-á a partir da aprovação das peças.

7.5.10. Registrar se possível o serviço entre a Câmara e a licitante vencedora, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

7.5.11. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Câmara, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da licitante vencedora pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria licitante.

7.5.12. A licitante vencedora deverá realizar, com seus próprios recursos e/ou mediante a contratação de terceiros, todos os serviços relacionados com o objeto deste certame, de acordo com as especificações estipuladas pela Câmara.

7.5.13. A licitante vencedora poderá contratar outras empresas, para execução total ou parcial de alguns dos serviços, mediante anuência prévia, por escrito, da Câmara, permanecendo, perante este, todas as suas responsabilidades contratuais.

7.6. A licitante vencedora não poderá substituir os membros da equipe técnica, salvo casos justificados e mediante concordância da Câmara, satisfeitas todas as exigências do presente edital, nos termos do artigo 30, § 10 da Lei n.º 8.666/93.

7.7. A licitante vencedora deverá manter atualizados, durante a vigência do contrato, telefone, e-mail e endereço, devendo comunicar a Contratante, qualquer alteração de dados.

8. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.1. As propostas comerciais serão analisadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e em seus anexos.

8.2. Será desclassificada a proposta comercial que contiver qualquer condição para prestação dos serviços, objeto desta licitação, e/ou consignar valor superior ao da verba destinada à contratação administrativa, preços globais ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços praticados no mercado.

8.3. A proposta comercial terá como nota **máxima 30 (trinta) pontos**, de acordo com os seguintes critérios:

Item	Descontos	Pontos
P1	Percentual de desconto sobre os custos dos serviços – Custos Internos – previstos na alínea "a", do item 7.2;	80% de desconto = 30 pontos 70% de desconto = 25 pontos 60% de desconto = 20 pontos 50% de desconto = 15 pontos 40% de desconto = 12 pontos 30% de desconto = 10 pontos 20% de desconto = 5 pontos
P2	Percentual de honorários incidentes sobre a remuneração das Agências, decorrente de trabalhos de produção/ suprimentos/ serviços realizados tecnicamente por terceiros, a partir de estudo ou de criação intelectual das Agências e sob sua supervisão e responsabilidade, limitado a 15% (quinze por cento) sobre o valor do custo de produção/ suprimentos/ serviços externos, nos termos do item 7.2 alínea "b";	A pontuação obtida pela empresa corresponderá ao percentual de honorários ofertados, da seguinte forma: 5% ou abaixo de 5% = 30 pontos de 6 a 7% = 25 pontos de 8% a 9% = 20 pontos de 10% a 11% = 15 pontos de 12% a 13% = 10 pontos de 14% a 15% = 5 pontos
	CÁLCULO DA NOTA FINAL: [(P1 + P2) / 2] = ____ = PONTUAÇÃO DA PROPOSTA COMERCIAL (PP)	

8.4. A nota final da proposta comercial será obtida a partir do cálculo final das notas de cada um dos quesitos constantes da tabela referida no item 8.3.

8.5. A proposta de preços que obtiver o maior somatório de pontos será considerada como a de menor preço.

NOTA FINAL

8.6. Será considerada vencedora a licitante que apresentar a proposta mais vantajosa, assim entendido a que alcançar o maior número de pontos, somadas as notas da Proposta Técnica e da Proposta Financeira, considerando a aplicação da seguinte formula:

$$NT = (\text{Pontuação Técnica}) + (\text{Pontuação de Preços}) / 2$$

Onde: NT = Nota Final

9. DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

9.1. O julgamento dar-se-á pelo critério de **TÉCNICA E PREÇO**, obedecendo aos critérios contidos neste edital e art. 46 da Lei n.º 8.666/93 e suas alterações.

9.2. A Comissão de Licitações considerará vencedora a licitante que obtiver **MAIOR NOTA FINAL**, ou seja, cujas propostas técnica e de preço apresentarem o maior somatório de pontos.

9.3. Em caso de empate entre duas ou mais propostas, após obedecido o disposto no inciso II, § 2º, do art. 3º da Lei n.º 8.666/93, e observada a Emenda Constitucional n.º 6, de 15/08/1995, será realizado o sorteio, em ato público, com convocação prévia de todos as licitantes, conforme prevê o § 2º do art. 45 do Estatuto Licitatório.

9.4. Serão desclassificadas as propostas que não atenderem às exigências do presente edital e da lei pertinente às licitações.

10. DA ELABORAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO – ENVELOPE Nº 5

10.1. Os documentos de habilitação serão apresentados “**somente**” pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, em obediência ao inciso XI, do artigo 11, da Lei nº 12.232/2010, e deverão atender ao que segue:

10.1.1. Declaração de que não há fato impeditivo de licitar com o Município (Modelo Anexo II);

10.1.2. Declaração assinada pelo representante legal da empresa de que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos (Modelo Anexo III);

10.1.3. Certificado de Registro Cadastral expedido por órgão público em vigor ou atender a todas as condições exigidas para o cadastramento até o terceiro dia anterior à data do recebimento das propostas, observada a necessária qualificação.

10.1.4. HABILITAÇÃO JURÍDICA

- a)** Ato constitutivo, Estatuto ou Contrato Social em vigor, devidamente registrado em caso de sociedades comerciais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- b)** Indicação no ato constitutivo, no caso de Sociedades Civis, acompanhada de prova, indicando a diretoria em exercício;
- c)** Registro Comercial no caso de empresa individual;
- d)** Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e de ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

10.1.5. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

- a)** Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigível e apresentado na forma da Lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados a mais de 3 (três) meses da data de apresentação das propostas. Serão utilizados os seguintes indicadores para verificação da situação financeira das licitantes:

- ÍNDICE DE LIQUIDEZ CORRENTE (LC);
- ÍNDICE DE LIQUIDEZ REAL (LG);
- SOLVÊNCIA GERAL.

$$LC = \frac{AC}{PC} \text{ Igual ou superior a } 1$$

$$LG = \frac{(AC + RLP)}{(PC + ELP)} \text{ Igual ou superior a } 1$$

$$SG = \frac{A \text{ REAL}}{PC + ELP} \text{ Igual ou superior a } 1,5$$

LC - avalia a capacidade da empresa de saldar suas obrigações à curto prazo.

LG - mede a capacidade da empresa de liquidar suas dívidas à curto e longo prazo.

SG - expressa a capacidade da empresa de liquidar suas dívidas no caso de falência.

AC = Ativo Circulante

PC = Passivo Circulante

RLP = Realizável a Longo Prazo

ELP = Exigível a Longo Prazo

A REAL = Ativo Total diminuído dos valores não passíveis de conversão em dinheiro (ex: ativo diferido, despesas pagas antecipadamente, imposto de renda diferido, etc.).

A licitante deverá apresentar os índices exigidos, **já calculados**, com base nas fórmulas apresentadas.

Obterão classificação econômica-financeira, relativa ao Balanço Patrimonial, as licitantes que apresentarem, pelo menos, dois ou três indicadores iguais ou superiores aos estabelecidos no presente Edital.

b) Certidão negativa de falência ou concordata expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, em prazo não superior a trinta (30) dias da data da apresentação do documento.

10.1.6. REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

a) Prova de Regularidade com a Fazenda Federal, mediante a apresentação da Certidão negativa de débitos relativos aos tributos federais e à dívida ativa da União, em vigor;

b) Prova de regularidade com a Fazenda Estadual;

c) Prova de regularidade com a Fazenda Municipal, sendo da sede do Licitante;

d) Prova de regularidade junto ao Fundo de Garantia por tempo de serviço (FGTS);

e) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

10.1.7. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

a) Comprovante de Registro ou Inscrição da licitante na entidade profissional competente: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade – ABAP, **em vigor**, para atendimento do art. 30, inciso I, da Lei n.º 8.666/93;

b) Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento concedido pelo CENP Conselho Executivo das Normas-Padrão, atestando que a licitante tem estrutura profissional técnica e de conjunto mínimo de informações e dados de mídia, na configuração estabelecida pelo Anexo “A” e item 2.5.3 das Normas-Padrão, incorporadas ao sistema legal por força do Decreto n.º 4.563/2002, para atendimento do art. 30, inciso II, da Lei n.º 8.666/93;

c) Atestado de experiência, expedido por órgãos públicos, ou por empresas públicas ou privadas, comprovando a execução, pela licitante, de atividades pertinentes e compatíveis com o objeto da licitação.

10.2. A empresa que pretenda utilizar dos benefícios previstos nos art. 42 à 45 da Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006, deverá apresentar, no envelope de habilitação, além de todos os documentos previstos no item 06, **declaração, firmada por contador e responsável legal da licitante, de que se enquadra como microempresa ou empresa de pequeno porte;**

10.3. A microempresa e a empresa de pequeno porte, que possuir restrição em qualquer dos documentos de regularidade fiscal, previstos nos subitens 10.1.6 deste edital, terá sua habilitação condicionada à apresentação de nova documentação, desde que comprove a sua regularidade em cinco dias úteis, a contar da data em que for declarada vencedora do certame.

10.3.1. O benefício de que trata o item anterior não eximirá a microempresa e a empresa de pequeno porte da apresentação de todos os documentos, ainda que apresentem alguma restrição.

10.3.2. O prazo de que trata o item **10.3** poderá ser prorrogado uma única vez, por igual período, a critério da Comissão de Licitação, desde que seja requerido pelo interessado, de forma motivada e durante o transcurso do respectivo prazo.

10.3.3. A não regularização da documentação, no prazo fixado no item 10.3, implicará a decadência do direito à contratação, sem prejuízo das penalidades previstas neste edital, sendo facultado ao Poder Legislativo convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

OBS: Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original ou cópia xerox autenticada, ou publicação em órgão da imprensa oficial. Pode a Comissão de Licitação autenticar as cópias, à vista do original.

11. DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

11.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Permanente Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que serão feitas pela Subcomissão Técnica.

11.2. A Subcomissão Técnica será composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas,

sendo que 1/3 dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com a Câmara.

11.3. A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Poder Legislativo Municipal.

11.3.1. A relação dos nomes referidos nos subitens anteriores será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 5 (cinco) dias anteriores à data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

11.3.2. Para os fins do cumprimento do disposto na Lei n.º 12.232/2010, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar os nomes da relação a que se referem os subitens anteriores, mediante recurso escrito.

11.3.3. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

11.3.4. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto no art.10 da Lei n.º 12.232/2010.

11.3.5. A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no §4º do art. 10 da Lei n.º 12.232/2010 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

11.3.6. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o Poder Legislativo, nos termos dos §§1º, 2º e 3º do art. 10 da Lei n.º 12.232/2010.

11.4. Caberá à Subcomissão Técnica:

a) analisar individualmente e julgar as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste edital;

b) elaborar e encaminhar à Comissão Permanente de Licitações os documentos relativos ao julgamento da qualificação técnica das licitantes, compreendidos pela ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, planilha com as pontuações dos quesitos e justificativa escrita das razões que as fundamentaram;

c) manifestar-se, em caso de eventuais recursos dos licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitada pela Comissão de Licitações.

12. DO PROCEDIMENTO – ABERTURA DOS ENVELOPES

12.1. No dia, hora e local designados no preâmbulo deste edital, presentes as licitantes ou seus representantes e as demais pessoas que queiram assistir ao ato, a Comissão de Licitações procederá no recebimento e na abertura dos envelopes de número 1, 2, 3 e 4, se for o caso, e registrará em ata a presença dos participantes. Após a hora designada, nenhum outro documento ou proposta serão aceitos pela Comissão.

12.2. Primeira Sessão

12.2.1. A **primeira sessão pública** será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a)** identificar os representantes das licitantes, por meio dos documentos exigidos no item 3 deste edital;
- b)** receber os envelopes n.º 1, 2, 3 e 4;
- c)** conferir se os envelopes estão em conformidade com as disposições deste edital.

12.2.2. O envelope n.º 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, **só será recebido pela Comissão de Licitações se não:**

- a)** estiver identificado;
- b)** apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do envelope n.º 2;
- c)** estiver danificado ou deformado pela peça, material e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do envelope n.º 2.

12.2.2.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 12.2.2, a Comissão de Licitações **não** receberá o envelope n.º 1, o que também a impedirá de receber os demais envelopes da mesma licitante.

12.2.2.2. Ocorrida alguma das hipóteses previstas no subitem 12.2.2, ou mais de uma delas, a licitante estará eliminada do processo licitatório.

12.2.3. A **primeira sessão** prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os envelopes n.º 2 e 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Licitações, e separá-los dos envelopes n.º 1 e 3;

b) retirar e rubricar o conteúdo dos envelopes n.º 1;

c) abrir os envelopes n.º 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os envelopes n.º 1 e 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão por e-mail fornecido pela licitante.

12.2.3.1. A Comissão de Licitações, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 12.2.3, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

12.2.3.2. Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos envelopes n.º 1 e 3, a Comissão de Licitações e/ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Licitações desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.2.4. A Comissão Especial de Licitações **não** lançará nenhum código, sinal ou marca nos envelopes n.º 1 e nos documentos que compõem a via *não identificada* do Plano de Comunicação Publicitária.

12.2.5. Abertos os envelopes n.º 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Licitações.

12.2.6. Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão de Licitações na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem 12.2.7 e seguintes. Caso contrário, a Comissão de Licitações divulgará o resultado conforme subitem 12.6, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

12.2.7. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:

- a)** encaminhamento, pela Comissão de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b)** análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c)** elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Especial de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.3. Segunda Sessão

12.3.1. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (envelopes nº 1 e 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Licitações convocará as licitantes para participar da **segunda sessão pública**, com a seguinte pauta básica:

- a)** identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b)** abrir os envelopes nº 2;
- c)** cotejar as vias *não identificadas* (envelope nº 1) com as vias identificadas (envelope nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d)** elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e)** proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica e registrar em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;
- f)** informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do subitem 12.6 deste edital com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a', da Lei nº 8.666/93.

12.3.2 Além das demais atribuições previstas neste edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos das licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão de Licitações.

12.4. Terceira Sessão

12.4.1. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitações convocará as licitantes, na forma do subitem 12.6 deste edital, para participar da **terceira sessão pública**, com a seguinte pauta básica:

- a)** identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b)** abrir os envelopes n.º 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitações e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c)** colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos envelopes n.º 4;
- d)** analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e)** identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f)** declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços a licitante mais bem classificada nos termos do subitem 9.2 deste Edital;
- g)** informar o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do subitem 12.6 deste edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a', da Lei n.º 8.666/93.

12.5. Quarta Sessão

12.5.1 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitações convocará as licitantes classificadas no julgamento final das propostas, na forma do subitem 12.6 deste edital, para participar da **quarta sessão pública**, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na ata;
- b) receber e abrir os envelopes n.º 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitações e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos envelopes n.º 5;
- e) informar: o resultado da habilitação; que o resultado da habilitação será publicado na forma do subitem 12.6 deste edital, com a indicação das licitantes habilitadas e inhabilitadas, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei n.º 8.666/93;
- f) publicar na forma do subitem 12.6 deste edital o nome da licitante vencedora desta licitação, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

12.6. A juízo da Comissão de Licitações, ressalvadas aquelas situações previstas na Lei n.º 8.666/93, as decisões referentes a este processo licitatório poderão ser divulgadas conforme a seguir:

- a) nas sessões de abertura de envelopes;
- b) na Imprensa oficial da Câmara;
- c) por qualquer outro meio que permite o recebimento da comunicação pelas licitantes.

12.7. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 3, deste edital.

12.8. Os integrantes da Subcomissão Técnica **não** poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços.

12.9. Antes do aviso oficial do resultado desta licitação, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

12.10. Qualquer tentativa da licitante influenciar a Comissão de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

13. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

13.1. Dos atos da Administração, decorrentes do procedimento licitatório e na execução do Contrato Administrativo, cabem os recursos previstos no artigo 109 da Lei nº 8.666/93.

13.2. Os recursos devem observar os seguintes requisitos:

- a)** serem digitados e devidamente fundamentados;
- b)** conter a assinatura do Representante Legal da recorrente ou de seu procurador devidamente habilitado;
- c)** serem protocolados diretamente à Comissão Permanente de Licitações, dentro do prazo legal;
- d)** caso as licitantes interpuserem recursos administrativos através de meio eletrônico, deverão ser transmitidos dentro do prazo recursal e seus originais serem entregues no prazo de 1 (um) dia útil após a data de término do prazo recursal, sob pena de ser considerado deserto ou prejudicado.

13.3. Os requisitos constantes no item acima também serão aplicados aos pedidos de esclarecimentos e impugnações feitas ao edital.

14. DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

14.1. Encerrada a fase de julgamento, a Comissão classificará a proposta mais vantajosa do objeto ao(s) licitante(s) vencedor(es) e encaminhará o processo ao Sr. Presidente da Câmara Municipal de Vereadores para que o homologue e adjudique.

14.2. O Presidente se reserva o direito de, a qualquer tempo, revogar ou anular o presente processo licitatório, por razões de interesse público advindas de fato superveniente, devidamente comprovado ou por atos ilegais durante o procedimento Licitatório.

15. DA CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

15.1. Esgotados os prazos e as instâncias recursais na forma do Artigo 109 da Lei régia, o licitante cuja proposta foi homologada como vencedora, será chamado para celebrar o contrato que integra esta licitação, mediante comunicação expressa, devendo

fazê-lo no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data em que receber a comunicação.

15.2. Nos termos do inciso 2º do art. 64 da Lei 8.666/93, poderá o Poder Legislativo, quando o convocado se recusar a assinar o contrato ou retirar o documento equivalente, no prazo estabelecido, convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições da primeira classificada, inclusive quanto aos preços ou revogar a licitação, independentemente da combinação estabelecida pelo art. 81 da legislação citada.

15.3. Ao vencedor do certame que se recusar a assinar contrato, serão aplicadas as sanções legais cabíveis, de acordo com o artigo 81 da Lei nº 8.666/93.

15.4. O Contrato celebrado a partir desta licitação, em caso de inexecução total ou parcial, poderá ser rescindido com base no artigo 77 e de acordo com o artigo 78 e seguintes da Lei nº 8.666/93, a critério da Câmara.

16. DA FISCALIZAÇÃO E RECEBIMENTO DO OBJETO:

16.1. A fiscalização da execução do contrato será realizada nos termos da Lei nº 8.666/93.

17. DO PAGAMENTO E DO PRAZO

17.1. O pagamento será efetuado mensalmente, a partir do 15º (décimo quinto) dia do mês subsequente ao da prestação dos serviços, mediante a apresentação da cópia da fatura correspondente às publicações e/ou veiculações efetivadas de cada órgão do **CONTRATANTE** o comprovante de execução dos serviços, autorizações da Assessoria de Comunicação, bem como os comprovantes de quitação dos serviços tomados no mês anterior ao que se encontra em vigor, e de acordo com a proposta de preços apresentada, sempre levando em consideração o desconto proposto, sob a tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul.

17.2. Caso o objeto do certame esteja em consonância com o disposto na Instrução Normativa RFB nº 2110, de 17 de Outubro de 2022, do Ministério da Previdência Social, a contratada ficará sujeita a retenção de 11% (onze por cento) do valor da mão-de-obra.

17.3. Não será concedido reajustamento de preços durante a vigência do futuro contrato, exceto se Lei Federal assim determinar, hipótese em que os reajustes serão concedidos de acordo com a norma legal.

17.4. Por opção da CONTRATADA e mediante justificativa apresentada para a CONTRATANTE, o pagamento das propagandas para as empresas que fizerem divulgações em televisão, rádio e jornal, poderá ser feito diretamente a estas empresas.

18. DO PRAZO

18.1. O licitante vencedor se obriga a iniciar o serviço no prazo máximo de 5 (cinco) dias, após a assinatura do contrato.

18.2. O prazo de duração do contrato será pelo período de 12(doze) meses, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos até o limite de 60(sessenta) meses, contados da assinatura do contrato.

18.3. Se dentro do prazo, o convocado não fizer os trabalhos, o Poder Legislativo Municipal convocará os licitantes remanescentes, na ordem de classificação para a sua execução em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado.

19. DOTAÇÕES ORÇAMENTÁRIAS

As despesas resultantes desta licitação correrão por conta de dotação orçamentária própria.

Órgão: 01 – Câmara Municipal de Vereadores

U.O.: 01 – Câmara Municipal de Vereadores

01.031.0006.2012 - Publicidade do Legislativo

3.3.90.39 – Outros serviços de terceiros PJ (122)

20. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

20.1. Independentemente das sanções penais cabíveis e da indenização por perdas e danos e no caso de não cumprimento do proposto neste Edital, o Poder Legislativo poderá aplicar as seguintes sanções, cumuladas ou não, como outras previstas no mesmo diploma legal:

a) advertência, por escrito, sempre que ocorrerem pequenas irregularidades, para as quais haja concorrido:

b) multa de 0,5 % (meio por cento) por dia de atraso, limitado esta a 15 (quinze) dias, após o qual será considerado inexecução contratual;

c) multa de 8% (oito por cento) no caso de inexecução parcial do contrato, cumulada com a pena de suspensão do direito de licitar e o impedimento de contratar com a Administração pelo prazo de 01 (um ano);

d) multa de 10 % (dez por cento) no caso de inexecução total do contrato, cumulada com a pena de suspensão do direito de licitar e o impedimento de contratar com a Administração pelo prazo de 02 (dois anos).

Observação: as multas serão calculadas sobre o montante não adimplido do contrato, e deverá ser recolhida à Fazenda Municipal, até a data do primeiro pagamento a ser feito à CONTRATADA, após a aplicação da mesma.

21. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

21.1. A Comissão ou a autoridade superior poderá, em qualquer fase da licitação, promover diligências destinadas a esclarecer ou a complementar a instrução do processo.

21.2. Os casos omissos, bem como dúvidas serão resolvidos pela Comissão de Licitações, que se valerá dos dispositivos legais inerentes às Licitações. O Poder Legislativo poderá revogar a presente licitação por razões de interesse público, sem que haja qualquer direito a indenização. Não serão admitidas nesta licitação empresas que estiverem impedidas de licitar.

21.3. A apresentação de proposta significa a aceitação dos termos desta licitação e vincula as partes nos termos do diploma jurídico que a rege.

21.4. É de inteira e expressa responsabilidade da licitante vencedora todas as obrigações sociais e de proteção aos seus empregados, bem como as despesas necessárias para a execução do objeto do contrato, incluindo custos de fretes, mão de obra, equipamentos, equipamentos mecânicos, viaturas, recursos humanos e materiais, encargos sociais, fiscais, comerciais, trabalhistas, previdenciários e quaisquer outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento das obrigações decorrentes deste Edital.

21.5. A licitante vencedora submete-se às exigências, descontos e/ou retenções exigidos pelo INSS, IR e ISS.

21.6. Os documentos dos licitantes inabilitados não retirados do Setor de Licitações e Contratos Administrativos no prazo de 30 (trinta) dias serão inutilizados.

21.7. Esta licitação será processada e julgada com a observância do contido na Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações, bem como na Lei nº 12.232/2010, normas



contidas neste edital e sua minuta de contrato, anexos, e as demais disposições legais cabíveis na espécie.

21.8. As licitantes que tiverem eventuais dúvidas na interpretação dos termos deste Edital poderão ser sanadas por meio do telefone (54) 3464-8400 ou solicitadas, por escrito, no máximo em até 03 (três) dias úteis antes da data fixada para a abertura da Licitação, qual seja, na Câmara Municipal de Garibaldi, situada na Travessa 31 de Outubro, nº 59, Centro, Garibaldi/RS.

21.9. As impugnações, esclarecimentos, recursos, contrarrazões, entre outros, deverão ser entregues na Câmara Municipal de Garibaldi, situada na Travessa 31 de Outubro, nº 59, Centro, Garibaldi/RS, das 8h às 11h30min e das 13h30min às 17h, de segunda a sexta-feira, em dias úteis, sob pena de não admissibilidade.

21.10. Fazem parte deste edital:

Anexo I – Modelo de Credenciamento;

Anexo II – Modelo de Declaração específica de que a empresa proponente não foi declarada Inidônea para licitar ou contratar com o Poder Público;

Anexo III – Modelo de declaração que a empresa proponente não emprega menor de 16 anos;

Anexo IV – Briefing;

Anexo V – Declaração de Tratamento dos Direitos Autorais;

Anexo VI – Minuta de Contrato;

Anexo VII – Critérios de Julgamento das Propostas Técnicas.

Garibaldi, 20 de julho de 2023.

Cássio Fachi
Presidente



A N E X O I – MODELO DE CREDENCIAMENTO

TOMADA DE PREÇOS Nº: 002/2023

CREDENCIAMENTO

Pela presente credenciamos o Sr....., portador da cédula de identidade com RG Nº.....para participar em procedimento licitatório, consistente na Tomada de Preços nº 002/2023 podendo praticar todos os atos inerentes ao referido procedimento, no que diz respeito aos interesses da Representada.

Garibaldi,...de.....de 2023.

Representada



**A N E X O II – MODELO DE DECLARAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS Nº: 002/2023**

M O D E L O D E D E C L A R A Ç ã O

A/C COMISSÃO DE LICITAÇÃO

Declaro, sob as penas da Lei, para fins da Tomada de Preços nº 002/2023, que a empresa..... não está sob os efeitos da penalidade administrativa de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, nos termos do inciso IV, do art. 87, da Lei 8.666/93, bem como que comunicarei qualquer fato ou evento superveniente à entrega dos documentos de habilitação que venha alterar a atual situação quanto à capacidade jurídica, técnica, regularidade fiscal e idoneidade econômico-financeira.

(data, nome e assinatura do representante)



A N E X O III – MODELO DE DECLARAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS Nº: 002/2023

MODELO DE DECLARAÇÃO

A/C Comissão de Licitações

Tomada de Preços nº: 002/2023

....(licitante)...., inscrito no CNPJ nº, por seu representante legal Sr(a)....., portador(a) da Carteira de Identidade nºe do CPF nº, DECLARA, para fins do dispositivo no inciso V, do art. 27 da Lei nº 8.666, 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 dezesesseis anos.

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

(data, nome e assinatura do representante)



A N E X O IV – BRIEFING

TOMADA DE PREÇOS Nº: 002/2023

BRIEFING – AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Contexto

A Comunicação da Câmara de Vereadores de Garibaldi é informativa, educativa, de prestação de serviço e orientação social, buscando a valorização do trabalho do Legislativo como instituição e dos Parlamentares como seus legítimos representantes.

As funções legislativas consistem na elaboração de leis sobre assuntos constitucionalmente permitidos como de sua competência, aprovando projetos que se transformam em leis impactando de alguma forma a vida das pessoas. É importante enaltecer que a atividade parlamentar acontece além das sessões plenárias e das reuniões de Comissões Técnicas Permanentes. Cada parlamentar representa uma parcela da população. A decisão dos rumos do município passam pelo exame do Poder Legislativo.

Problema Geral de Comunicação

O cidadão precisa entender a importância do Poder Legislativo e ter o esclarecimento de que a atividade parlamentar vai além de participar de sessões.

Problema específico de Comunicação

A campanha publicitária de caráter institucional deverá expressar a relevância do papel da Câmara de Vereadores de Garibaldi e de que forma a atuação do Parlamentar pode impactar positivamente na vida do cidadão.

Objetivos

Desta forma, a campanha deve informar, explicar e aproximar a população deste conceito, conscientizando-a sobre a importância do Poder Legislativo.

Enunciado do Plano de Comunicação Publicitária para avaliação

Com base no contexto acima, as agências concorrentes deverão criar um Plano de Comunicação Publicitária com a apresentação de textos e peças que simulem uma campanha publicitária de caráter institucional que deverá expressar a relevância do papel da Câmara de Vereadores de Garibaldi e de que forma a atuação do Parlamentar pode impactar positivamente na vida do cidadão. O Valor hipotético deve ser de até R\$ 60.000,00. O período de divulgação é 60 dias.



A N E X O V – DECLARAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS Nº: 002/2023

À COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÕES

DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS

(Razão Social da Licitante) _____, por meio de seu Diretor ou Responsável Legal, declara, sob as penas da lei, que tratará a questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir dentro do que determina a Lei do Direito Autoral - Lei n.º 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, e conforme o Capítulo 3, item 3.7, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, **com cessão definitiva à Câmara Municipal de Garibaldi dos direitos patrimoniais de uso**, conforme discriminado abaixo:

a) Para os direitos de autoria intelectual, abrangendo criação, textos, direção de arte, fotos, arte-finalização e material audiovisual, tais como trilha sonora original ou a partir de obra pré-existente que não seja de domínio público, *jingles*, *spots*, comerciais para TV e cinema e para uso público em eventos - incluindo direção, e produção - e assemelhados, tanto criados e produzidos pela própria agência, como por empresas ou profissionais especializados contratados pela Agência;

b) Para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas pré-existentes (ou de reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de vigência do contrato, com a definição de um percentual do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso.

Por ser expressão da verdade, firmamos a presente.

_____, em _____ de _____ de 2023.

Nome completo e assinatura do representante legal da empresa



A N E X O VI – MINUTA DO CONTRATO
TOMADA DE PREÇOS Nº: 002/2023

MINUTA DE CONTRATO Nº/2023

Contrato celebrado entre a CÂMARA MUNICIPAL DE GARIBALDI, sito na Travessa 31 de Outubro, 59, Centro, inscrito no CNPJ nº 08.988.711/0001-28, representada pelo Sr. Presidente, Cássio Fachi, brasileira, separada, residente e domiciliada na Rua José Sion, 58, apto 101, bairro Centro, Garibaldi/RS, inscrito no Cadastro de Pessoas Físicas sob o nº 602.746.890-49, doravante denominada **CONTRATANTE** e a empresa, sita .. Rua,,/.., inscrita no CNPJ sob o nº/....., representada neste ato por,,, residente e domiciliado na,,/.., inscrito no Cadastro de Pessoas Físicas sob o nº-.., doravante denominada **CONTRATADA**, para executar a prestação de serviços descritos na **Tomada de Preços nº: 002/2023**.

O presente contrato tem seu respectivo fundamento e finalidade na consecução do objeto contratado, descrito abaixo, constante do **Processo Licitatório Tomada de Preços nº: 002/2023**, regendo-se pela Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, Lei 12.232/2010 e legislação pertinente, assim como pelas condições do edital referido e suas especificações, pelos termos da proposta e pelas cláusulas a seguir expressas, definidoras dos direitos, obrigações e responsabilidades das partes.

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

O presente contrato tem por objeto a contratação de empresa especializada na prestação de serviços técnicos de projetos de divulgação de atos, programas, serviços e campanhas da Câmara Municipal de Garibaldi, nos termos do art. 37, parágrafo 1º da Constituição da República Federativa do Brasil e, artigo 2º da Lei 12.232 de 29 de abril de 2010, para Prestação de Serviços de Comunicação por Agência de Propaganda, Anunciante e Veículos de comunicação e suas recíprocas relações vigentes, observando o caráter educativo, informativo e de orientação social. Tais projetos compreenderão o planejamento, estudo, concepção, pesquisa, produção, execução, veiculação, bem como a distribuição de materiais, peças e campanhas de interesse do Legislativo.

1.2. Os serviços de Comunicação, Propaganda e Marketing compreendem campanhas de lançamento e Sustentação de Comunicação Institucional, Educativas, Comunitárias, conforme especificações a seguir:

A) Criação, produção, veiculação e distribuição de programas de rádio e TV, bem como campanhas publicitárias;

B) Criação, produção, veiculação e distribuição de anúncios de publicidade institucional e legal em emissoras de rádio, TV, jornais, revistas, internet e meios alternativos, podendo cada qual ter abrangência local, regional, estadual, nacional e/ou internacional;

C) Realização de estudos e pesquisas dos veículos de divulgação que melhor possam difundir as campanhas e serviços do Legislativo, no que se refere a sua natureza, influência, eficiência, área de abrangência, audiência e as suas características ao custo da publicidade;

D) Serviços de elaboração, criação, edição de publicações impressas diversas para divulgação da Contratante em jornais, *outdoors*, *mini-doors*, empena, *back light*, *triedo*, *bus door*, *front light*, revistas, panfletos, *folders*, *spot para rádio* e outros;

E) Criação de identidade visual (logotipos) conforme a necessidade da Assessoria de Imprensa, juntamente com seu manual de identidade visual;

F) Formulação do Plano de Comunicação;

G) Execução do Plano de Comunicação apresentado conforme anuência da Assessoria de Imprensa;

H) Intermediação na veiculação de peças publicitárias em todos os meios de comunicação tradicionais e/ou alternativos;

I) Disponibilização de serviço de Clipping (monitoramento de notícias sobre a Câmara Municipal de Garibaldi na mídia) dos telejornais regionais, dos programas noticiosos das rádios e dos veículos impressos regionais e correio eletrônico;

1.3. É vedada a inclusão nas 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.

1.4. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “c” do item 1.2 terão a finalidade de :

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Câmara de Vereadores de Garibaldi, o público-alvo e os meios de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

- b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças.

1.5. Os estudos, resultados e análises, planos e ideias e materiais de propaganda, criados pela licitante vencedora em decorrência do fornecimento do objeto serão de propriedade da Câmara de Vereadores de Garibaldi, o qual poderá utilizá-los conforme conveniência, mesmo após o término do contrato.

1.6. A Câmara de Vereadores de Garibaldi poderá solicitar materiais e serviços em regime de urgência, os quais deverão ser executados no prazo acordado previamente entre as partes.

1.7. A verba destinada para a presente licitação é de até R\$ 370.000,00 (trezentos e setenta mil reais) anuais.

1.8. Quando da execução dos serviços, será considerada a análise situacional em relação à população que se quer atingir, mediante Ordens de Serviço (OS) expedidas pela **CONTRATANTE** ao tempo e consoante às suas necessidades, segundo critérios discricionários, circunstancialmente.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO PREÇO

2.1. O CONTRATANTE pagará o preço de cada serviço de acordo com os valores constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul, relativamente aos serviços prestados internamente na Agência, aplicados os percentuais ofertados na proposta de preço da CONTRATADA, livre de encargos, conforme segue:

2.1.1. O percentual de desconto sobre os sobre os custos dos serviços – Custos Internos é de% (.....).

2.1.2. Percentual de honorários incidentes sobre a remuneração das Agências, decorrente de trabalhos de produção/ suprimentos/ serviços realizados tecnicamente por terceiros, a partir de estudo ou de criação intelectual das Agências e sob sua supervisão e responsabilidade e de de% (.....).

2.1.3. A CONTRATADA fará jus ao desconto de agência à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, a ser concedido pelos veículos de

comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei n.º 4.680/1965, aprovado pelo Decreto n.º 57.690/1966, e as Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

2.1.4. A CONTRATADA deverá obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

2.1.5. Todos os serviços executados a mais por comprovada negligência ou imperícia por parte da CONTRATADA não serão pagos pelo CONTRATANTE, bem como, os serviços reprovados e não refeitos.

2.1.6. No preço ajustado estão incluídos todos os custos com recursos humanos e materiais, fretes, equipamentos, viaturas, bem como encargos fiscais, sociais, comerciais, trabalhistas e previdenciários e quaisquer outras despesas necessárias à prestação dos serviços ora contratados.

2.1.7. Os percentuais de desconto contratados serão considerados completos e suficientes para a prestação dos serviços, objeto deste contrato, sendo desconsidera qualquer reivindicação de pagamento adicional devido a erro ou má interpretação de parte da CONTRATADA.

2.1.8. Pela execução dos serviços e se verificados os quantitativos estimados na Cláusula Primeira, a **CONTRATADA** receberá o valor total estimado em até R\$ 370.000,00 (trezentos e setenta mil reais) anuais.

CLÁUSULA TERCEIRA – DO PAGAMENTO

3.1. O pagamento será efetuado mensalmente, de acordo com a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul e aplicados os percentuais de desconto apresentados na Cláusula Segunda, a partir do 15º (décimo quinto) dia do mês subsequente ao da prestação dos serviços, mediante a apresentação da cópia da fatura correspondente às publicações e/ou veiculações efetivadas de cada órgão do CONTRATANTE o comprovante de execução dos serviços, autorizações da Assessoria de Comunicação, bem como os comprovantes de quitação dos serviços tomados no mês anterior ao que se encontra em vigor.

3.1.1. Caso o objeto do certame esteja em consonância com o disposto na Instrução Normativa Nº 03, de 14 de julho de 2005, do Ministério da Previdência Social, a contratada ficará sujeita a retenção de 11% (onze por cento) do valor da mão-de-obra.

3.1.2. A CONTRATADA submete-se às exigências, descontos e/ou retenções exigidos pelo INSS, ISS e IR, sobre o percentual de comissão de agência.

3.1.3 As notas fiscais emitidas pela CONTRATADA deverão estar de acordo com os valores unitários e totais, constantes na planilha da proposta da CONTRATADA.

3.1.4. Caso a CONTRATADA possua empregados que façam parte da execução deste contrato em condições especiais de trabalho, de acordo com o art. 145 da Instrução Normativa RFB nº 971, de 13.11.2009, a CONTRATADA deverá emitir Nota Fiscal específica para os serviços prestados em condições especiais pelos segurados empregados ou discriminar na Nota Fiscal a remuneração destes segurados.

3.1.5. Havendo a utilização de trabalhadores da CONTRATADA nas condições do art. 145 da Instrução Normativa RFB nº 971, de 13.11.2009, e não havendo a discriminação do valor destes serviços na forma prevista no parágrafo único do art. 145 da Instrução Normativa RFB nº 971, de 13.11.2009, o CONTRATANTE aplicará a regra do art. 146 da referida Instrução Normativa para fins de retenção previdenciária.

3.1.6. A inadimplência da CONTRATADA com relação aos encargos sociais, trabalhistas, fiscais e comerciais ou indenizações não transfere ao CONTRATANTE a responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto contratado, de acordo com o artigo 71, parágrafo 1.º, da Lei Federal n.º 8.666/93.

CLÁUSULA QUARTA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas decorrentes do presente contrato correrão à conta das seguintes dotações orçamentárias:

Órgão: 01 – Câmara Municipal de Vereadores

U.O.: 01 – Câmara Municipal de Vereadores

01.031.0006.2012 - Publicidade do Legislativo

3.3.90.39 – Outros serviços de terceiros PJ (122)

CLÁUSULA QUINTA – DO REAJUSTE DOS PREÇOS

5.1. Não será concedido reajustamento de preços durante a vigência do contrato, exceto se Lei Federal assim determinar, hipótese em que os reajustes serão concedidos de acordo com a norma legal.

5.1.1. Havendo reajuste o percentual aplicado será até a média obtida dos índices do IGPM e IPCA, dos últimos doze meses.

CLÁUSULA SEXTA – DO RECEBIMENTO

6.1. A **CONTRATANTE** designará um servidor como responsável pelo acompanhamento e fiscalização dos serviços.

6.1.1. Os serviços serão recebidos e aceitos após sumária inspeção realizada pela Assessoria de Comunicação Social do **CONTRATANTE**, podendo ser rejeitados caso desatendam às especificações exigidas.

CLÁUSULA SÉTIMA – DOS PRAZOS

7.1. O presente contrato terá vigência de 12(doze) meses, podendo ser prorrogado por iguais e sucessivos períodos até o limite de 60(sessenta) meses, se houver interesse, contados da assinatura do contrato.

7.1.1. A **CONTRATADA** se obriga a iniciar o serviço no prazo máximo de 5 (cinco) dias, após a assinatura do contrato.

CLÁUSULA OITAVA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

8.1. Compete ao **CONTRATANTE**:

I - receber, fiscalizar, orientar, impugnar, dirimir dúvidas emergentes da execução do objeto contratado;

II - efetuar os pagamentos nos prazos estabelecidos na Cláusula Terceira do presente contrato;

III - fornecer e colocar à disposição da **CONTRATADA** todos os elementos e informações que se fizerem necessárias à execução dos serviços;

IV - proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

V - notificar, formal e tempestivamente, a **CONTRATADA** sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato, bem como multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

CLÁUSULA NONA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

9.1. A CONTRATADA obriga-se:

I - executar os serviços segundo especificações deste contrato, das solicitações do CONTRATANTE e nos prazos estipulados;

II - arcar com encargos salariais, previdenciários, encargos sociais, fiscais (ICMS e outros), comerciais, trabalhistas, tributários, fretes, seguros, tarifas, descarga, transporte, responsabilidade civil e demais despesas incidentes ou que venham a incidir sobre os serviços resultantes deste contrato, bem como os riscos atinentes à atividade;

III - entende-se por encargos, referentes a este contrato, os tributos (impostos, taxas), contribuições fiscais e parafiscais, emolumentos, fornecimento de mão de obra especializada, os instituídos por leis sociais, administração, lucros, equipamentos e ferramental, transporte de material, de pessoal, estada, hospedagem, alimentação e qualquer despesa, acessória e/ou necessária, não especificada neste contrato;

IV - arcar com ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato;

V - responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedades ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato;

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

VII - cumprir fielmente o contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas;

VIII - atribuir os serviços a profissionais legalmente habilitados e idôneos;

IX - responsabilizar-se pela solicitação, recebimento e aprovação final das provas gráficas de materiais publicitários aprovados pelo CONTRATANTE.

X - disponibilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento constante Proposta Técnica na prestação dos serviços, objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo CONTRATANTE;

XI - assegurar os empregados contra riscos de acidentes de trabalho;

XII - assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado;

XIII - responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados;

XIV - apresentar, quando solicitada pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais;

XV - indenizar terceiros e ao CONTRATANTE por eventuais prejuízos ou danos decorrentes de dolo ou culpa, durante a execução do contrato, ou após o seu término, em conformidade com o artigo 70 da Lei n.º 8.666/93, assim como no caso de demora e/ou de omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade;

XVI - guiar-se pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade e promoção que estejam de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes;

XVII - informar a CONTRATANTE, durante a vigência do contrato, qualquer mudança de endereço, telefone, fac-símile ou outros.

CLÁUSULA DÉCIMA - DA INEXECUÇÃO DO CONTRATO

10.1. A contratada reconhece os direitos do Poder Legislativo em caso de rescisão administrativa, previstos no artigo 77 da Lei Federal 8.666/93, sendo que a rescisão deste contrato implicará na retenção de créditos decorrentes da contratação, até o limite dos prejuízos causados a contratante.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS PENALIDADES E DAS MULTAS

11.1. Nos termos do disposto no art. 87 e §§ da Lei nº 8.666/93 e suas posteriores alterações, pela inexecução parcial ou total deste contrato, o CONTRATANTE poderá aplicar à CONTRATADA às seguintes penalidades, isoladamente ou em conjunto, sempre garantida a prévia defesa em processo administrativo:

I – advertência, por escrito, sempre que verificadas pequenas irregularidades para as quais haja concorrido;

II - multa graduada conforme a infração;

III - suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração pública, por prazo não superior a 02 (dois) anos;

IV - rescisão do contrato pelos motivos previstos no art. 78 da Lei nº 8.666/93 e alterações;

V - declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, nos casos de falta grave com comunicação aos respectivos registros cadastrais, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir o CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso III.

11.1.1 Será aplicada multa de 0,3% (três décimos por cento) ao dia, limitado até o trigésimo dia de atraso, após esse prazo será considerado inexecução contratual, sendo a multa calculada sobre o valor total contratado, quando a CONTRATADA sem justa causa, deixar de cumprir no prazo estabelecido a obrigação assumida.

11.1.2. Será aplicada multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total da contratação, quando a CONTRATADA:

I - recusar-se a assinar o contrato, estando sua proposta no prazo de validade;

II - prestar informações inexatas ou criar embaraços à fiscalização;

III - executar o objeto contratado em desacordo com os projetos, normas técnicas e especificações, independentemente de fazer, às suas expensas, as correções necessárias;

IV - cometer infrações às normas legais de qualquer das esferas de governo, respondendo, ainda, pelas multas aplicadas pelos órgãos competentes, em razão da infração cometida;

V - desatender as determinações da fiscalização;

VI - cometer faltas reiteradas na execução do objeto do contrato;

VII - não iniciar, sem justa causa, a execução do contrato no prazo fixado;

VIII – ocasionar sem justa causa a inexecução parcial do contrato.

11.1.3. Será aplicada multa de 20% (vinte por cento), calculada sobre o valor total da contratação, quando a CONTRATADA:

I - ocasionar, sem justa causa, atraso superior a 30 (trinta) dias na execução do objeto contratado;

- II - recusar-se a executar, sem justa causa, no todo ou em parte, o objeto contratado;
- III - praticar, por ação ou omissão, imprudência, negligência ou imperícia, dolo ou má fé, qualquer ato que venha a causar danos ao CONTRATANTE ou a terceiros independentemente da obrigação de reparar os danos causados;
- IV – ocasionar sem justa causa a inexecução total do contrato;

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA– DA RESCISÃO

12.1. Além dos motivos enumerados no art. 78 da Lei nº 8666/93 o contrato poderá ser rescindido a qualquer tempo independente de notificação judicial ou extrajudicial se a CONTRATADA:

- I – não cumprir com as cláusulas contratuais, especificações, projetos ou prazos;
- II - cumprir irregularmente ou com lentidão as cláusulas contratuais, especificações projetos e prazos, levando a Administração a comprovar a impossibilidade da conclusão da obra, do serviço, do fornecimento dos prazos estipulados;
- III - atrasar injustificadamente o início da obra, serviço ou fornecimento;
- IV - paralisar a obra, o serviço ou o fornecimento, sem justa causa e prévia comunicação à Administração;
- V – subcontratar, salvo quando previamente autorizado pela CONTRATANTE, transferir ou ceder parcial ou totalmente o objeto deste contrato a terceiros;
- VI – proceder a alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa, que prejudique a execução do contrato;
- VII – desatender as determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como a de seus superiores;
- VIII - cometer reiteradamente faltas na sua execução;
- IX - falir, requerer concordata ou for instaurada insolvência civil;
- X - demonstrar incapacidade, desaparecimento, inidoneidade técnica ou má-fé.

12.1.1. As multas a que aludem as cláusulas anteriores não impedem que o CONTRATANTE rescinda unilateralmente o contrato, ou aplique, também, outra das penalidades previstas.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DAS RESPONSABILIDADES E OBRIGAÇÕES:



13.1. A CONTRATADA responsabiliza-se integral e exclusivamente pelas despesas realizadas durante o objeto pactuado, assim como por todos os encargos trabalhistas, previdenciários, cíveis e tributários decorrentes das relações que ajustar com empregados ou prepostos seus, eventualmente utilizados para auxiliar, ou decorrentes de danos por qualquer razão causados a terceiros, sem qualquer responsabilidade solidária do contratante, aos quais desde logo, nesta assegura o direito de regresso contra a contratada, em vindo a ser solidariamente responsabilizado.

13.2. A CONTRATADA fica obrigada a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no todo ou em parte, o objeto executado, no qual se verificar vício, defeito ou incorreção, resultante de má execução ou dos materiais empregados.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DISPOSIÇÕES GERAIS:

14.1. Os casos omissos serão resolvidos à luz da Lei Federal nº 8.666/93, de 21 de junho de 1993, recorrendo-se à analogia, aos costumes e aos princípios gerais de direito.

14.2. Elegem as partes, independente de qualquer outro por mais privilegiado que for, o Foro da Comarca de Garibaldi/RS, para dirimir quaisquer dúvidas ou questões do presente contrato.

14.3. E, por estarem justos e contratados, assinam o presente contrato em 03(três) vias de igual teor e forma, o qual, lido e achado conforme, é assinado pelas partes contratantes e pelas testemunhas.

Garibaldi/RS,..... de 2023.

Cássio Fachi

Presidente

CONTRATADA

A N E X O VII – CRITÉRIO DE JULGAMENTO PROPOSTAS TÉCNICAS

TOMADA DE PREÇOS Nº: 002/2023

CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

(Os critérios que seguem tem a finalidade de apoio e complementaridade aos requisitos previstos em edital, e na possibilidade de conflito ou divergência deverão prevalecer os requisitos do edital)

Quesito / Subquesito	Atributos a considerar no julgamento
Plano de Comunicação Publicitária	
Subquesitos	
Raciocínio básico apresentação pela licitante da acuidade de compreensão de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do anunciante, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) de comunicação a serem enfrentados.	a) das funções e do papel do anunciante nos contextos sociais, político e econômico; problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s). b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do anunciante com seus públicos; c) das características do anunciante e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação; e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo anunciante; f) das necessidades de comunicação do anunciante para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).
Estratégia de comunicação publicitária apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo anunciante, compreendendo: a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária; b) explicitação e defesa dos principais	a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do anunciante e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação; b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos; c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do anunciante com seus públicos; d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do anunciante;

pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.	e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta; f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.
Ideia criativa apresentação pela licitante de campanha publicitária com exemplos de peças e/ou material que corporifiquem objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.	a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do anunciante; b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante; c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo; d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta; e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem; f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta; g) sua pertinência às atividades do anunciante e à sua inserção nos contextos sociais, político e econômico; h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados; i) a exequibilidade das peças e ou do material; j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.
Estratégia de mídia e não mídia constituída de: a) apresentação, em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório; b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará as peças e ou material destinados a veiculação,	a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários; b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos; c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores; d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação

exposição ou distribuição e suas respectivas inserções, quantidades e custos nominais de produção e de veiculação, exposição ou distribuição.	próprios do anunciante (se indicados no briefing); e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material; f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.
---	--

Quesito/ Subquesito	Atributos a considerar no julgamento
Capacidade de Atendimento	
Apresentação, pela licitante, de informações compreendendo: a) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição e poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento; b) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;	a) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; b) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do anunciante; c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
Repertório	
Apresentação pela licitante de trabalhos por ela, concebidos e veiculados, conforme constantes nos Atestados, expostos ou distribuídos, sob a forma de peça e/ou material.	a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido; b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; c) a clareza da exposição das informações prestadas;
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	
Apresentação pela licitante de soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.	a) a evidência de planejamento publicitário; b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução; c) a relevância dos resultados apresentados;