

CONCORRÊNCIA

NÚMERO DO PROCESSO:	049/2014
NÚMERO DA CONCORRÊNCIA:	001/2014
DATA DA ENTREGA DOS ENVELOPES ATÉ:	27/10/2014
HORA DA ENTREGA DOS ENVELOPES ATÉ:	13:30 horas
DATA DA ABERTURA DOS ENVELOPES:	27/10/2014
HORA DA ABERTURA DOS ENVELOPES:	14:00 horas

Modalidade: Concorrência

Tipo: Técnica e Preço

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2014 PARA A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA ATENDER A CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

A Câmara Municipal de Nova Lima Estado de Minas Gerais, por meio da Comissão Permanente de Licitação, nomeada pela Portaria nº. 161, de 01 de abril de 2014 e pela Subcomissão Especial de Julgamento, a ser nomeada pelo Presidente, torna público, para conhecimento dos interessados que, de acordo com a Lei Federal nº 12.232 de 29/04/10, e com a Lei nº. 8.666/93, de 21/06/93 e suas alterações fará realizar licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, conforme processo nº. 049/2014, objetivando a contratação de empresas para prestação de serviços de publicidade e propaganda, observados os termos da Lei nº. 4.680, de 18.06.65; do Decreto nº. 57.690, de 01.02.66; do Decreto nº. 4.563, de 31/12/2002; das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), e de acordo com o disposto no presente Edital e respectivos anexos, que dele passam a fazer parte integrante, para todos os efeitos.

O recebimento das propostas técnicas Envelopes número 01, 02 e 03, e da proposta de preço Envelope número 04, dar-se-á no endereço acima, até as 13:30 horas do dia 27 de outubro de 2014 e a sessão pública para a abertura dos envelopes de números 01 e 02 referentes às propostas técnicas, será realizada às 14:00 horas do mesmo dia, no mesmo endereço, na sala de Reuniões da Câmara Municipal de Nova Lima.

Caso não haja expediente na data supramencionada, a abertura se dará no primeiro dia útil subsequente.

CAPÍTULO I – DO OBJETO E DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS

1.1 - Constitui objeto da presente licitação a qualificação, seleção e contratação de empresa para a prestação de serviços de comunicação e marketing englobando o estudo, pesquisa, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir mídias ou informar o público em geral.

1.2 - Os serviços de comunicação social terão caráter educativo, informativo, de orientação social ou de utilidade pública, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos (art. 37 §1º da Constituição Federal e art. 17 da Constituição do Estado de Minas Gerais).

1.3 - Os serviços objeto desta Licitação deverão enfatizar a política de ação da Câmara Municipal, servindo como elemento facilitador na busca de integração entre Legislativo e Sociedade, para que, em mútua cooperação, promovam o desenvolvimento econômico e social do Município de Nova Lima.

1.4. Estão incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

1.4.1 - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei 12.232 de 29/04/10.

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

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

1.5. Os serviços acima indicados serão concretizados através de:

1.5.1 estudo, concepção, execução e distribuição de peças e campanhas publicitárias e materiais de cunho informativo e/ou educativo, impressos e eletrônicos;

1.5.2 programas de comunicação institucional;

- 1.5.3 comunicados em geral;
- 1.5.4 desenvolvimento de pesquisas de opinião e de mercado;
- 1.5.5 elaboração de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de programação visual;
- 1.5.6 demais iniciativas no campo da informação, da divulgação, da publicidade e da propaganda.

1.6. Relativamente aos serviços produzidos pela contratada, todos os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto desta Licitação pertencerão ao Contratante.

CAPÍTULO II - AQUISIÇÃO DO EDITAL, CADASTRAMENTO E RETIRADA DOS ENVELOPES NÃO IDENTIFICADOS.

2.1 O Edital e seus anexos poderão ser obtidos junto à CPL no endereço mencionado, ou pelo site da Câmara Municipal de Nova Lima através do sitio www.cmnovalima.mg.gov.br

2.2. Para apresentação das propostas as empresas interessadas deverão preencher a Ficha de Cadastramento e efetuar a retirada dos envelopes não identificados para a apresentação das propostas técnicas.

CAPÍTULO III – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

3.1 - A despesa com o Contrato correrá à conta dos recursos específicos consignados no Orçamento da Câmara Municipal de Nova Lima constante(s) na(s) seguinte(s) dotações:

01.001.01.031.0001.2002 - Manutenção dos Serviços de Comunicação e Imprensa
33903900 - Outros Serviços de Terceiros – PJ

CAPÍTULO III – DOS TERMOS DE REFERÊNCIA

3.1 - Compete às empresas interessadas na participação no certame, fazer um minucioso exame das condições gerais desta licitação, dos anexos, das normas e especificações fornecidas pela Câmara Municipal de Nova Lima, de modo a poder apresentar, por escrito, até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes com as propostas técnicas, todas as divergências, dúvidas ou erros porventura encontrados, para a devida correção ou esclarecimentos. Observado o prazo legal, o licitante poderá formular consultas por e-mail: licitação@cmnovalima.mg.gov.br, ou por telefax (31) 3542-5933, informando o número do edital citado no preâmbulo.

3.2 - Não serão levadas em consideração, tanto na fase de habilitação e classificação, como na fase posterior à adjudicação, quaisquer consultas, pleitos ou reclamações, que não tenham sido formuladas por escrito e devidamente protocoladas ou transcritas em ata. Em hipótese alguma serão aceitos entendimentos verbais entre as partes.

3.3 - O prazo de vigência do Contrato será de 12 meses, contados a partir da data de sua assinatura e sua eficácia dar-se-á após a publicação, na forma da lei, podendo ser prorrogado no interesse da Câmara Municipal de Nova Lima, na forma da Lei nº. 8.666/93 e suas alterações.

3.4 - O prazo de validade das Propostas deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias consecutivos, contados do primeiro dia útil posterior à data de abertura dos envelopes 01 e 02.

3.5 - Condições de pagamento: os pagamentos serão realizados em conformidade com o Capítulo XIII deste Edital.

3.6 - O início da prestação dos serviços dar-se-á em até, no máximo, 05 (cinco) dias consecutivos após o recebimento da Autorização de Serviços.

3.7 - Para a assinatura do Contrato, fica fixado o prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da data da convocação por parte da Câmara Municipal de Nova Lima.

3.8 - O representante da empresa deverá apresentar, juntamente com a carteira de identidade:

- a) se procurador, procuração pública ou particular com pelo menos os poderes do modelo que constitui o Anexo VI;
- b) se representante legal, contrato social ou estatuto, com ata da eleição como diretor da empresa licitante.

CAPÍTULO IV – DO VALOR DO CONTRATO E CONDIÇÕES DE REAJUSTE

4.1 - O valor estimado das despesas para o contrato será de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais).

4.2 - O valor supra é estimativo e contemplará os custos internos e externos. Caso o Contrato venha a ser prorrogado, admite-se o reajustamento pela variação anual do IPCA/IBGE.

4.3 - Na hipótese de extinção do índice indicado, utilizar-se-á outro que vier a substituí-lo.

4.4 – Fica desde logo estabelecido que, eventualmente, o montante da

verba prevista no edital e no contrato poderá não ser integralmente utilizado.

CAPÍTULO V – DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

5.1 - Somente poderão participar desta licitação as empresas qualificadas como agências de propaganda nos termos do disposto no art. 3º da Lei Federal nº. 4.680/65, legalmente constituídas, que atenderem às condições deste Edital e apresentarem a documentação nele exigida.

5.2 - É vedada a participação de consórcio de empresas.

5.3 - Não poderá participar desta licitação a empresa que tenha sido declarada inidônea por quaisquer órgãos da Administração Pública ou que esteja cumprindo suspensão do direito de licitar e de contratar com os órgãos da Administração Pública de Nova Lima.

5.4 - Não poderá participar da presente licitação as empresas das quais servidor Público de qualquer esfera seja gerente, acionista controlador, responsável, técnico ou subcontratado.

5.5 - As empresas participantes deste certame deverão satisfazer as condições expressas no presente Edital, seus Anexos e legislação pertinente.

5.6 - É vedada a participação das agências com controle acionário ou diretivo pertencente, direta ou indiretamente, a veículo de comunicação ou a pessoa física que participe direta ou indiretamente do controle acionário ou diretivo do veículo.

5.7 - Antes de ser processada a licitação, a Comissão Permanente de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, modificar este edital e seus anexos, bem como adiar ou prorrogar o prazo para recebimento das propostas, devendo publicar, nos mesmos veículos nos quais foi publicado o AVISO da presente Concorrência, as alterações feitas, que, se interferirem na formulação das propostas provocarão a reabertura do prazo inicialmente estabelecido.

5.8 - A participação na presente licitação implica na aceitação plena e irrevogável das condições constantes neste edital e seus anexos.

5.9 - As licitantes respondem pela fidelidade e legitimidade dos documentos apresentados em todas as etapas desta Licitação.

5.10 - A Comissão Permanente de Licitação dirimirá as dúvidas sobre este

edital desde que apresentadas pelos representantes legais das licitantes, por e-mail, carta ou fac-símile, até 02 (dois) dias antes do dia fixado para recebimento dos envelopes na Câmara Municipal de Nova Lima.

5.10.1 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos apenas por escrito, se possível pelas mesmas vias, ressalvado que será dado conhecimento das consultas e respostas a todas as empresas que tenham retirado o edital.

CAPÍTULO VI – DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇOS

6.1 - As licitantes deverão entregar no dia, hora e local definidos no preâmbulo deste Edital, à Comissão Permanente de Licitação, sua proposta técnica e a proposta comercial.

6.1.1. As propostas técnicas serão apresentadas em 03 (três) envelopes distintos, da seguinte forma:

6.1.1.1 Envelope 01 – destinado para a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária;

6.1.1.2. Envelope 02 – destinado para a via não identificada do Conjunto de Informações;

6.1.1.3. Envelope 03 – destinado para as vias identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e do Conjunto de Informações.

6.1.2. As Propostas de Preço serão apresentadas em 01 (um) envelope, da seguinte forma:

6.1.2.1. Envelope 04 – destinado para a via identificada referente à proposta de preço.

6.1.1 - Os invólucros destinados à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária será padronizado e fornecido previamente pela Câmara Municipal de Nova Lima sem nenhum tipo de identificação.

6.1.2 - Os invólucros identificados deverão ser opacos e indevassáveis, contendo na parte externa os seguintes dizeres:

ENVELOPE Nº. 03 – PROPOSTA TÉCNICA – Plano de Comunicação e conjunto de informações

Comissão Permanente de Licitação
Razão Social Completa da Licitante
Ref. CONCORRÊNCIA Nº. ____/2014

ENVELOPE Nº. 04 – PROPOSTA DE PREÇOS

Comissão Permanente de Licitação
Razão Social Completa da Licitante
Ref. CONCORRÊNCIA Nº. Nº. ____/2014

6.2 - Expirado o horário para a entrega dos envelopes, nenhum outro documento será aceito pela Comissão Permanente de Licitação.

6.3 - Os envelopes padronizados com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária só serão recebidos pela Comissão Permanente se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

6.4 – Será vedada a aposição a qualquer parte da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação de seu proponente.

6.5 – No envelope destinado ao Conjunto de Informações, bem como nos documentos nele contidos, não poderá haver aposição de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do Plano de Comunicação Publicitária.

6.6 - Será desclassificado o licitante que descumprir o disposto nos subitens anteriores e demais disposições do instrumento convocatório.

CAPÍTULO VII – DO CREDENCIAMENTO E RECEBIMENTO DOS ENVELOPES DE PROPOSTA TÉCNICA E PROPOSTA DE PREÇOS

7.1 - Para o credenciamento deverão ser apresentados os seguintes documentos:

a) Tratando-se de representante legal, o estatuto social, contrato social ou outro instrumento de registro comercial, registrado na Junta Comercial, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura;

b) Tratando-se de procurador, o instrumento de procuração público ou particular, do qual constem poderes como interpor recursos e desistir de sua interposição e praticar todos os demais atos pertinentes ao certame, acompanhado do correspondente documento, dentre os indicados no item anterior, que comprove os poderes do mandante para a outorga.

7.1.1 - O representante legal ou o procurador deverão identificar-se exibindo documento oficial de identificação que contenha foto.

a) Será admitido apenas 01 (um) representante para cada licitante credenciada.

b) Não será admitida a participação de um mesmo representante para mais de uma LICITANTE.

c) Os documentos para o credenciamento deverão ser entregues ao Presidente da Comissão Permanente de Licitação fora dos envelopes de propostas técnica e de preço.

7.2. DA PROPOSTA TÉCNICA

7.2.1 - A Proposta Técnica será composta de um Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no briefing constante no Anexo I deste Edital, e de um Conjunto de Informações referentes ao proponente, contendo:

7.2.2.1 – Conjunto de Informações referentes ao proponente

O Conjunto de Informações será composto por quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento do licitante à Câmara Municipal de Nova Lima bem como o nível dos trabalhos realizados por ele a outros clientes já contratados ou com contrato em execução.

Para apresentação pelos licitantes do conjunto de informações de que trata o item anterior, serão fixados os seguintes padrões:

I - Capacidade de Atendimento:

a) sob a forma de textos, a licitante apresentará, em no máximo 2 páginas:

a) sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos máximos a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de campanha, criação de peças avulsas, produção

de publicidade legal e elaboração de Plano de Mídia;

II - Repertório:

a) apresentação de um conjunto de trabalhos, produzidos e veiculados pela licitante, sob a forma de peças nas quais se incluirá apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver;

b) a licitante poderá apresentar até 08 (oito) peças para os veículos de comunicação.

c) cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da licitante, data de produção e período de veiculação.

d) os vídeos deverão ser fornecidos em DVD e os spots e/ou jingles, em CD (compact disc);

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

f) as páginas contendo o repertório serão contadas como anexos, não fazendo parte da contagem total de páginas que a proposta técnica pode conter como um todo.

7.2.2.2 Plano de Comunicação Publicitária:

A licitante apresentará Plano de Comunicação, elaborado com base no briefing (Anexo I), o qual compreenderá os seguintes quesitos:

a) **raciocínio básico**, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Nova Lima, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados; em, no máximo, 03 (três) páginas, com, no máximo 25 linhas cada.

b) **estratégia de comunicação publicitária**, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Câmara Municipal de Nova Lima em, no máximo, 03 (três) páginas, com, no máximo 25 linhas cada.

c) **ideia criativa**, sob a forma de textos e exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária; em, no

máximo, 02 (duas) páginas, com, no máximo 25 linhas cada. Os exemplos de peça contarão como anexo

c.1) Os exemplos de peças só podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout, storyboard impresso ou “monstro” de spot de rádio limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação proposto pela licitante.

d) **estratégia de mídia e não mídia**, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, em, no máximo, 06 (seis) páginas, com, no máximo 25 linhas cada.

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

- a) Folha A4;
- b) Fonte tipográfica: Arial;
- c) Tamanho 12;
- d) Espaçamento de parágrafos: simples;
- e) Quantidade de peças: especificado nas exigências da proposta;
- f) Exemplos de peças: especificado nas exigências da proposta;
- g) Sem qualquer recuo de parágrafo e apenas um espaço entre um parágrafo e outro;
- h) Margens superior, inferior, esquerda e direita: 2,5 cm.

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

7.2.2.2.3. – A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

7.3. DA PROPOSTA DE PREÇOS

7.3.1 - A Proposta de Preços deverá ser elaborada em conformidade com as condições estabelecidas neste Edital (Anexo V), digitada, sem emendas, rasuras ou entrelinhas que venham a ensejar dúvidas, reconhecendo assim,

a plena aceitação e aplicação das normas e critérios deste Edital e conter os seguintes elementos:

7.3.1.1 - A validade da proposta, que deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias consecutivos, contados do primeiro dia útil posterior à data de abertura dos envelopes 01 e 02 ;

7.3.1.2 - A CPL não considerará as propostas que não atenderem a todas as exigências desse edital e as condições da licitação;

7.3.2 - A Proposta de Preços compreenderá:

a) percentual de desconto sobre os custos internos baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, limitados a 50% (cinquenta por cento);

b) percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, com limite máximo de 15% (quinze por cento);

c) percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, com limite máximo de 15% (quinze por cento);

d) percentual de honorários incidente sobre os custos de contratação ou pagamento de serviços ou suprimentos, quando a responsabilidade da agência limitar-se exclusivamente a supervisão do mesmo, estabelecendo-se como limite o máximo de 10% (dez por cento);

e) declaração na qual a licitante:

e.1) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pela Câmara Municipal de Nova Lima na reutilização de materiais publicitários:

e.1.1) a atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado, até o equivalente aos valores praticados pelo mercado em situação igual, desde que decorrido pelo menos 01 (um) ano da cessão original;

e.1.2) aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras

consagradas, incorporadas a peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado, até o equivalente aos valores praticados pelo mercado em situação igual, desde que decorrido pelo menos 01(um) ano da cessão original dos direitos;

e.2) Considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitiva;

f) termo de cessão total e definitiva dos direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de propriedade da licitante, concebidos, criados e produzidos em decorrência do contrato que vier a ser firmado, sem qualquer remuneração adicional ou especial, mesmo após a vigência do contrato.

g) termo de compromisso de, em todas as contratações que envolverem direitos de terceiros, solicitar de cada terceiro que vier a ser contratado, 02 (dois) orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a Câmara Municipal de Nova Lima escolha uma das opções;

h) termo de compromisso de que, nos casos de cessão de direitos por tempo limitado, condicionará, sempre que necessário, a contratação de serviços com terceiros por período mínimo de 12 (doze) meses e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

i) termo de compromisso de que, quando a Câmara Municipal de Nova Lima optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

i.1) explicitem a cessão total e definitiva por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilhas sonoras, as matrizes e demais trabalhos assemelhados;

i.2) estabeleçam que a Câmara Municipal de Nova Lima poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente, sem modificações, após o término

do contrato ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;

j) termo de compromisso de fazer 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) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos;

l) termo de compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes das declarações referidas no item “e.1.1” e “e.1.2”, para os direitos de imagem de som e de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias pela Câmara Municipal de Nova Lima;

7.3.3 - Caso alguma participante conceda desconto ou proponha honorários acima dos limites estabelecidos, ou em desconformidade com as Normas-Padrão, será desclassificada;

CAPÍTULO VIII – DA ABERTURA DOS ENVELOPES, AVALIAÇÃO, JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

8.1 – A Comissão Permanente de Licitação procederá à abertura, em sessão pública, dos envelopes contendo a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária e dos envelopes contendo o Conjunto de Informações das proponentes, encaminhando as Propostas Técnicas à Subcomissão Técnica para análise e julgamento.

8.2. O julgamento da PROPOSTA TÉCNICA será feito por uma **SUBCOMISSÃO TÉCNICA**, constituída por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) destes, não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

8.2.1 - A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 06 (seis) integrantes previamente cadastrados, observando-se o mínimo de 02 (dois) profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Câmara Municipal de Nova Lima.

8.2.2 - A relação dos nomes referidos na Cláusula 8.2.1 deste edital será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

8.2.3 – Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao

sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação publicada, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

8.2.4 – Admitida a impugnação o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, ou de aguardar decisão fundamentada do Prefeito Municipal sobre sua permanência na Subcomissão Técnica.

8.2.5 – Caso a decisão proferida na impugnação seja pelo afastamento do impugnado, será elaborada e publicada nova lista e realizado sorteio complementar em data previamente estabelecida e cientificada.

8.3. A Subcomissão Técnica fará a avaliação das propostas técnicas das vias não identificadas atribuindo uma sequencia numérica a cada uma das propostas não identificadas e lavrando as respectivas atas de julgamento.

8.4. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos no instrumento convocatório.

8.5. No caso da reavaliação das propostas em função do item anterior, a diferença de pontuação entre os licitantes inicialmente empatados não poderá ser superior a 5% (cinco por cento) da pontuação atribuída, em reavaliação, ao licitante melhor pontuado.

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

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

8.8. O processamento e o julgamento das propostas técnicas obedecerão

à seguinte sequência:

8.8.1. Abertura dos 02 (dois) envelopes com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária com o Conjunto de Informações, em sessão pública, pela Comissão Permanente de Licitação;

8.8.2. Encaminhamento das propostas técnicas à Subcomissão Técnica para análise e julgamento;

8.8.3. Análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e do Conjunto de Informações, desclassificando as propostas que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

8.8.4. Elaboração, por parte da Subcomissão Técnica, de ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e do Conjunto de Informações com encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

8.8.5. Realização de sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

- a) Abertura dos envelopes com a via identificada do plano de Comunicação Publicitária e do Conjunto de Informações – Envelope 03;
- b) Comparação entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e do Conjunto de Informações, para identificação de suas autorias;
- c) Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;
- d) Proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

8.8.6. Publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo legal para interposição de recurso;

8.9. – A Subcomissão Técnica analisará os aspectos técnico-publicitários e procederá ao julgamento, consistindo em:

I – análise individualizada e julgamento do Plano de Comunicação

Publicitária, desclassificando-se as propostas que desatenderem as exigências legais ou as estabelecidas neste instrumento convocatório;

II - elaboração de ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e encaminhamento à Comissão Permanente, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

III - análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes ao Conjunto de Informações de que trata a Proposta Técnica, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

IV – elaboração de ata de julgamento dos quesitos referentes ao Conjunto de Informações e encaminhamento à Comissão Permanente, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

8.10. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica , como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, que deverão ser justificados a cada ponto atribuído em cada quesito:

8.10.1. Capacidade de Atendimento:

a) pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos indicados na proposta, às necessidades da Câmara Municipal de Nova Lima

8.10.2. Repertório:

- a) a ideia criativa e sua pertinência;
- b) a clareza da exposição;
- c) a qualidade da execução.

8.10.3 Plano de Comunicação

8.10.3.1. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

- a) das características da Câmara Municipal de Nova Lima e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações Câmara Municipal de Nova Lima com seus públicos;
- c) do papel da Câmara Municipal de Nova Lima no atual contexto social, político e econômico;
- d) do problema específico de comunicação Câmara Municipal de Nova Lima.

8.10 .3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária:

- a) a adequação do conceito e do partido temático propostos à natureza e qualificação da Câmara Municipal de Nova Lima e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação;
- b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Câmara Municipal de Nova Lima com seus públicos.

8.10 .3.3. Ideia Criativa:

- a) sua adequação ao problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Nova Lima.
- b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) a cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) sua pertinência às atividades da Câmara Municipal de Nova Lima e à sua inserção na sociedade;
- f) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) a compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.

8.10. .3.4. Estratégia de mídia e não mídia:

- a) o conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às 02 (duas) alíneas anteriores;
- d) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- e) a abrangência da estratégia apresentada;
- f) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Nova Lima

8.11.. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 80 (oitenta) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

- a) capacidade de atendimento** – 0 (zero) a 10 (dez) pontos;
- b) repertório** - 0 (zero) a 12 (doze) pontos;
- c) plano de comunicação** – 0 (zero) a 58 (cinquenta e oito) pontos a serem

distribuídos da forma abaixo indicada:

- c.1) raciocínio básico – 0 (zero) a 16 (dezesesseis) pontos;
- c.2) estratégia de comunicação publicitária – 0 (zero) a 15 (quinze);
- c.3) ideia criativa – 0 (zero) a 21 (vinte e um) pontos;
- c.4) estratégia de mídia e não mídia – 0 (zero) a 6 (seis) pontos.

8.11.1. A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Comissão responsável pela análise técnica e será calculada com 01 (uma) casa decimal após a vírgula.

8.11.2 Será classificada em primeiro lugar, na fase da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação no somatório das notas dos quesitos e as demais serão classificadas por ordem decrescente.

8.13 - Serão desclassificadas as propostas técnicas que:

- 8.13 .1 - não atenderem às disposições contidas neste Edital;
- 8.13 .2 - não alcançarem, no total, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;
- 8.13.3 - obtiverem nota 0 (zero) em quaisquer dos quesitos a que se referem os itens 7.2 e 7.3;

8.8 – O resultado final do julgamento da Proposta Técnica será publicado, abrindo-se prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea B do inciso I do art. 109 da Lei nº 8666/93.

CAPÍTULO IX – DA ABERTURA DOS ENVELOPES, AVALIAÇÃO, JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS.

9.1 – A Comissão Permanente procederá à abertura dos envelopes com as propostas de preços, em sessão pública, designada para tal fim.

9.2 -Serão desclassificadas as propostas que:

- 9.2.1 - não atenderem às disposições contidas neste Edital;
- 9.2.2 - apresentarem, em qualquer dos quesitos, valor simbólico, irrisório ou valor zero;
- 9.2.3 - apresentarem vantagens baseadas nas ofertas dos demais licitantes;
- 9.2.4 - apresentarem valores superiores aos praticados no mercado;
- 9.2.5 - apresentarem percentual de desconto sobre os custos internos superior a 50% (cinquenta por cento), baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.
- 9.2.6 - apresentarem percentual de honorários superior a 15% (quinze por

cento) incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição proporcione ou não à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação.

9.2.7 - apresentarem percentual de honorários superior a 10% (dez por cento) incidente sobre os custos de outros serviços incumbidos a terceiros, sob supervisão da licitante.

9.3 - A Comissão atribuirá notas para cada um dos quesitos a serem valorados, conforme tabela a seguir:

a) Percentual de desconto sobre os custos internos, baseados na tabela de custos referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais limitados a 50% (cinquenta por cento).

$N = \text{valor numérico do desconto em percentual}$

b) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, com limite máximo de 15% (quinze por cento).

$N = (15,0 - [\text{subtração}]) \text{ valor numérico do desconto em percentual}$

c) Percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos Veículos de divulgação, com limite máximo de 15% (quinze por cento).

$N = (15,0 - [\text{subtração}]) \text{ valor numérico do desconto em percentual}$

d) Percentual de honorários incidente sobre os custos de outros serviços incumbidos a terceiros, sob supervisão da licitante, estabelecendo limite máximo de 10% (dez por cento).

$N = (10,0 - [\text{subtração}]) \text{ valor numérico do desconto em percentual}$

9.3.1 - As notas serão calculadas com 01 (uma) casa decimal.

9.3.2 - Para se chegar à nota "N" nos quesitos o valor do desconto ofertado em percentual será transformado em numeral (Ex. 10% será igual a 10)

9.4 - A nota de cada proposta de preços será obtida mediante o somatório das notas dos quesitos constantes do item 9.3.

a) A proposta de preços que obtiver o maior somatório das notas será considerada como a de menor preço.

b) A classificação das propostas de preços será feita através da aplicação do critério de julgamento do menor preço final.

9.5 - O cálculo da NOTA FINAL das propostas das licitantes será feito de acordo com a média ponderada das valorizações da Proposta Técnica e da Proposta de Preços, mediante aplicação da seguinte fórmula:

$$NF = (80 \times NPT) + (20 \times NP)$$

onde:

NF = Nota Final

NPT = Nota da Proposta Técnica

NP = Nota da Proposta de Preços

9.6 - Em caso de empate, será aplicada como primeiro critério de desempate, a Lei Complementar 123/2006. Persistindo o empate após a aplicação da referida Lei, a decisão será feita por sorteio, em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do artigo 45, §2º da Lei nº. 8.666/93.

9.7 - Erros aritméticos serão retificados da seguinte forma: se houver discrepância entre os percentuais propostos, prevalecerá o montante por extenso; e se a licitante não aceitar a correção do erro, sua proposta será rejeitada.

9.8 - A Comissão Permanente de Licitação lavrará ata dos trabalhos, apontando os fundamentos das inabilitações, desclassificações e seleções efetuadas.

9.9 - Não serão levadas em consideração vantagens não previstas neste Edital, nem ofertas de redução sobre a proposta que melhor atenda aos interesses da Câmara Municipal de Nova Lima.

9.10 - O resultado do julgamento final das propostas será publicado, abrindo-se prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8666/93.

9.11 – Julgados os recursos interpostos ou ante a ausência de sua interposição, serão convocados os licitantes classificados no julgamento final das propostas, para apresentação dos documentos de habilitação em sessão pública.

CAPÍTULO X – DO RECEBIMENTO E ABERTURA DO ENVELOPES DE DOCUMENTAÇÃO PARA HABILITAÇÃO

10.1 - O recebimento e abertura do envelope com os documentos de habilitação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas, se

dará, em sessão pública, cuja data local e horário serão comunicados previamente aos licitantes, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no presente edital.

10.2 – Os documentos de habilitação deverão ser apresentados em envelope opaco, lacrado e inviolável, com os seguintes dizeres:

ENVELOPE Nº. 05– DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Comissão Permanente de Licitação
Razão Social Completa da Licitante
Ref. CONCORRÊNCIA Nº. _____/2014

10.3 - Para a habilitação, os interessados deverão apresentar em via original, por qualquer processo de cópia devidamente autenticada por cartório competente ou por servidor da Administração Pública, publicação em órgão da imprensa oficial, observado o disposto art. 32 da Lei nº. 8.666/93, a documentação abaixo indicada:

Declarações:

- a) Declaração da não-existência de fato superveniente impeditivo da habilitação, bem como de suspensão temporária de contratar com a Administração Pública (Anexo III);
- b) Declaração de não-emprego de menor pela empresa licitante (Anexo IV).

Regularidade jurídica:

- a) Registro comercial, no caso de empresa individual.
- b) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedade comercial e, no caso de sociedade por ações, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores.
- c) Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade civil, no Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas e/ou Junta Comercial de sua sede, acompanhado de prova de diretoria em exercício.
- d) Em se tratando de ME ou EPP, apresentar a certidão da Junta Comercial que ateste tal qualificação;

Para a regularidade fiscal:

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional das Pessoas Jurídicas (CNPJ).
- b) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual e municipal, se houver, relativo ao domicílio ou sede da Licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual.

- c) Prova de regularidade com as Fazendas Federal, Estadual e Municipal, através de certidões expedidas pelos órgãos competentes da sede da Licitante e que estejam dentro do seu prazo de validade.
- d) Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS.
- e) Prova de regularidade perante o Instituto Nacional de Seguridade Social – INSS ou seja, cópia da Certidão Negativa de Débito - CND.

Para a qualificação técnica:

- a) Registro da empresa na Associação Brasileira de Agências de Propaganda - ABAP - ou no Sindicato da classe no Estado ou cidade da sede da empresa, ou declaração da Federação Nacional das Agências de Propaganda - FENAPRO - caso não exista Sindicato de classe no Estado.
- b) Certificado de Qualificação Técnica emitido pelo CENP- Conselho Executivo das Normas Padrão;
- c) Apresentação de 03 (três) atestados emitidos por pessoa jurídica de direito público ou privado que comprovem a prestação de serviços com características similares às do objeto desta licitação;
- d) Declaração da própria Licitante indicando instalações, aparelhamento e pessoal técnico adequados e disponíveis para a realização do objeto da Licitação, bem como relação contendo nome e qualificação de cada um dos membros da equipe técnica que se responsabilizará pelos trabalhos.

Para a qualificação econômico-financeira:

- a) Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada sua substituição por balanços provisórios, mas admitida a sua atualização por índices oficiais, quando encerrados há mais de três meses da apresentação da proposta, podendo, no entanto, serem atualizados segundo a variação da UFIR (Unidade Fiscal de Referência), entre a data do encerramento do balanço e a data de apresentação da proposta.
- b.1 As empresas recém constituídas que não completaram um exercício financeiro deverão apresentar Balanço Patrimonial e Demonstração Contábil de abertura, assinados por profissional legalmente habilitado.
- b.2 - A avaliação do balanço far-se-á de acordo com a seguinte fórmula:
Índice de Liquidez Geral: $AC + RLP$ maior ou igual a $1 PC + ELP$ Sendo: AC = Ativo Circulante PC = Passivo Circulante RLP= Realizável a Longo Prazo ELP= Exigível a Longo Prazo

c) Certidão negativa de falência, recuperação judicial ou extra-judicial de créditos, expedida pelo Cartório Distribuidor do local onde a Licitante é sediada, ou de execução patrimonial, expedida no domicílio da pessoa física, no máximo 90 (noventa) dias da data prevista para entrega dos envelopes.

d) A CPL, na hipótese de ocorrer a inabilitação de todos os Licitantes, poderá fixar prazo de 08 (oito) dias úteis para a apresentação de nova documentação, em consonância com a previsão estampada no artigo 48, § 3º da Lei Federal 8.666/93.

10.3.1 - Não será aceita documentação fora do prazo de validade.

10.4 – A documentação será analisada pela Comissão Permanente de Licitação que proferirá decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes, abrindo prazo para interposição do recurso previsto na alínea a do inciso I do art. 109 da Lei 8666.93.

CAPÍTULO XI – DA HOMOLOGAÇÃO, ADJUDICAÇÃO E CONDIÇÕES PARA ASSINATURA DO CONTRATO

11.1 - Após a homologação do resultado de licitação pelo Presidente da Câmara Municipal, a adjudicação dos SERVIÇOS objeto desta licitação se efetivará através de Contrato a ser firmado com a empresa vencedora, de acordo com a Minuta constante do modelo ANEXO II – MINUTA DO CONTRATO, que define os direitos e obrigações da CONTRATANTE e da CONTRATADA e da qual farão parte o presente Edital e seus Anexos, independentemente de transcrição.

11.2 - A empresa vencedora será convocada, por escrito, para a assinatura do respectivo Contrato, o que deverá fazê-lo no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a partir da data da convocação. Se esta não aceitar assinar ou não retirar o instrumento contratual no prazo estabelecido, a Comissão Permanente de Licitação poderá convocar, na ordem de classificação final, as licitantes remanescentes para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada, ou revogar a licitação, independentemente das sanções administrativas previstas nos arts. 86 a 88 da Lei nº. 8.666/93 e suas alterações.

CAPÍTULO XII – DO PRAZO

12.1 - O prazo de vigência do Contrato será de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura e sua eficácia dar-se-á após a sua publicação, na forma da lei, podendo ser prorrogado no interesse da

Câmara Municipal de Nova Lima, na forma do art. 57, II da Lei nº. 8.666/93 e suas alterações, sendo que os serviços somente poderão ser iniciados a partir da emissão da Ordem de Serviço.

CAPÍTULO XIII – DO ACOMPANHAMENTO E DA FISCALIZAÇÃO

13.1 - A execução dos serviços será acompanhada pelo órgão requisitante ou pelo servidor responsável por esse acompanhamento, designado representante da Câmara Municipal de Nova Lima, nos termos do art. 67 da Lei nº. 8.666/93, o qual deverá atestar a realização dos serviços contratados, observado o Capítulo XIV deste Edital, sem o qual não será permitido qualquer pagamento.

13.1.1 - O órgão requisitante designará, formalmente, o servidor ou os servidores responsáveis pelo acompanhamento dos serviços, os quais são responsáveis pela atestação provisória e/ou definitiva dos mesmos, observados os artigos 73 e 74 da Lei nº. 8.666/93 e suas alterações.

13.2 - Fica estabelecido que a fiscalização não terá qualquer poder para eximir a CONTRATADA de quaisquer obrigações previstas neste instrumento.

13.3 - A fiscalização solicitará à CONTRATADA todas as informações e esclarecimentos necessários ao perfeito conhecimento e controle dos serviços.

13.4 - A ação ou omissão, total ou parcial da fiscalização, não exime a Contratada de total responsabilidade pela suas obrigações trabalhistas e previdenciárias.

13.5 - A fiscalização acompanhará a execução dos serviços, solucionando quaisquer casos concernentes a estes que forem de sua competência, levando-os ao conhecimento do responsável pela contratação.

CAPÍTULO XIV – REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

14.1 - A remuneração à CONTRATADA pelos serviços prestados será feita nos termos da Cláusula Sexta da minuta do Contrato, consoantes honorários estabelecidos em sua Proposta de Preços.

14.2 - A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula sexta da minuta do Contrato (Anexo II).

CAPÍTULO XV – SUPRESSÕES OU ACRÉSCIMOS

15.1 - A CONTRATADA obrigar-se-á a aceitar os acréscimos e/ou supressões que se fizerem necessários nos serviços em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial contratado, atualizado, nos termos do art. 65, §1º da Lei nº. 8.666/93.

15.2 - Com fulcro no art. 65, §2º da Lei nº. 8.666/93, as supressões não poderão exceder os limites acima mencionados, salvo as supressões resultantes de acordo celebrado entre as partes contratantes.

CAPÍTULO XV I – DAS PENALIDADES

16.1 - Mediante prévia autorização do Executivo, poderão ser aplicadas as seguintes sanções administrativas, garantida a ampla defesa e o contraditório:

16.1.1 - por atraso injustificado:

- a) multa de 0,3% ao dia até o trigésimo dia, incidente sobre o valor da nota de empenho ou documento equivalente;
- b) multa de 0,6% ao dia, a partir do 31º dia de atraso, incidente sobre o valor da nota de empenho ou documento equivalente, sem prejuízo da rescisão do contrato a partir do 60º dia de atraso;

16.1.2 - por infração a cláusula contratual que não gere inexecução do contrato:

- a) multa de 5% sobre o valor da nota de empenho ou documento equivalente;

16.1.3 - por inexecução total do contrato:

- a) advertência;
- b) multa de 20% sobre o valor total do contrato;
- c) suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com a Administração por prazo não superior a 02 (dois) anos;
- d) declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Câmara Municipal de Nova Lima enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição, ou até que seja promovida a reabilitação da empresa desde que ressarcidos os prejuízos sofridos pela Câmara Municipal de Nova Lima e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base na alínea anterior.

16.1.4 - multa de 20% sobre o valor do Contrato por recusa injustificada em receber ou retirar a nota de empenho ou documento equivalente, dentro do prazo de 05 (cinco) dias, contados da notificação.

16.2 - O prazo para apresentação de defesa encontra-se indicado no art. 87, §§1º e 2º da Lei nº. 8.666/93.

CAPÍTULO XVII – DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

17.1 - Das decisões proferidas pela Comissão Permanente de Licitação, caberão recursos na forma do art. 109 da Lei nº. 8.666/93.

CAPÍTULO XVIII – DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

18.1 - A entrega das propostas implica na aceitação integral das cláusulas e condições da presente licitação.

18.2 - Somente poderão tomar quaisquer decisões em nome das licitantes os representantes que comprovarem tal condição, por intermédio de documento próprio.

18.3 - Poderão ser convidados a colaborar com a CPL, profissionais de reconhecida competência técnica, desde que não vinculados direta ou indiretamente a quaisquer das licitantes, e que comporão a SUBCOMISSÃO TÉCNICA.

18.4 - A Câmara Municipal de Nova Lima se reserva o direito de revogar ou anular a presente licitação, nos casos previstos em lei.

18.5 - Ocorrendo a inabilitação de todas as licitantes ou desclassificação de todas as propostas, a Câmara Municipal de Nova Lima poderá fixar às licitantes o prazo de 08 (oito) dias úteis para a apresentação de nova documentação ou de outras propostas escoimadas das causas que as levaram à inabilitação ou à desclassificação.

18.6 - É facultada à Comissão Permanente de Licitação ou autoridade superior em qualquer fase desta Licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente da Proposta.

18.7 - A supervisão e a coordenação dos serviços, objeto deste Edital, assim como o relacionamento com a CONTRATADA, são atribuições da Assessoria de Comunicação.

18.8 - É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

18.9 - Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a Câmara Municipal de Nova Lima comunicará os fatos verificados ao Ministério Público, para as providências devidas.

18.10 - Em caso de empate, será aplicada como primeiro critério de desempate, a Lei Complementar 123/2006. Persistindo o empate após a aplicação da referida Lei, a decisão será feita por sorteio, em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do artigo 45, §2º da Lei nº. 8.666/93.

18.11 - É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se o autor às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº. 8.666/93.

18.12 - Antes do aviso oficial do resultado desta Licitação, não serão fornecidas quaisquer informações referentes à adjudicação do Contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

18.13 - Com exceção daquelas apresentadas pela licitante que vier a ser contratada, as peças integrantes dos quesitos Repertório, Relatos de Solução de Problemas de Comunicação e Proposta Técnica serão devolvidas às respectivas licitantes, no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis a partir da assinatura do Contrato. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a Câmara Municipal de Nova Lima providenciará sua destruição.

18.14 - A critério da Comissão Permanente de Licitação, todas as decisões referentes a esta Licitação poderão ser divulgadas:

a) nas reuniões de abertura de envelopes, se todas as licitantes estiverem presentes;

b) no Diário Oficial do Estado ou no local de costume da Câmara Municipal de Nova Lima;

c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

18.15 - Todo o material produzido e pago pela Câmara Municipal de Nova Lima será de sua propriedade, ficando sua utilização sujeita às determinações da legislação aplicável a direitos autorais e a direitos de imagem.

18.16 - Para fins desta licitação, o briefing (Anexo I) atende às exigências do Projeto Básico a que se referem os arts. 11 e 12 da Lei nº. 8.666/93.

18.17 - A Câmara Municipal de Nova Lima recomenda que as licitantes elaborem suas Propostas de Preços tendo como referência as disposições contidas nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

18.18 - Correrão por conta da Câmara Municipal de Nova Lima as despesas que incidirem sobre a formalização do Contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº. 8.666/93.

18.19 - Fica eleito o Foro da Comarca de Nova Lima, para dirimir quaisquer dúvidas oriundas do edital e futuro Contrato.

18.20 - Integram este Edital os seguintes anexos:

a) Anexo I – Briefing;

b) Anexo II - Minuta de Contrato;

c) Anexo III - Declaração de Inexistência de Superveniência de Fatos Impeditivos;

d) Anexo IV - Declaração de Inexistência de Empregado Menor na Empresa Licitante;

e) Anexo V – Planilha de Preços Sujeitos a Valoração;

f) Anexo VI – Minuta de Carta Credencial.

Nova Lima, 12 de setembro de 2014.

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA

NÚMERO DO PROCESSO:	049/2014
NÚMERO DA CONCORRÊNCIA:	001/2014
DATA DA ENTREGA DOS ENVELOPES ATÉ:	27/10/2014
HORA DA ENTREGA DOS ENVELOPES ATÉ:	13:30 horas
DATA DA ABERTURA DOS ENVELOPES:	27/10/2014
HORA DA ABERTURA DOS ENVELOPES:	14:00 horas

ANEXO I

Comunicação Governamental (Briefing Informativo)

Cliente: Câmara Municipal de Nova Lima

Introdução: Câmara Municipal de Nova Lima – MG abre licitação para contratação de empresa de publicidade que atenderá a Câmara Municipal de Nova Lima, em conformidade com o presente Edital de Concorrência para Serviços de Publicidade e Propaganda. Este briefing, de caráter informativo e orientador, em sintonia com o inteiro teor do Edital e a ele submetido, destina-se a fornecer alguns parâmetros balizadores às agências que se interessarem em participar da licitação.

I – Contexto

CÂMARA DE NOVA LIMA

A Câmara Municipal é o órgão Legislativo do município, composta por dez vereadores eleitos diretamente pelo povo, por meio do sistema de voto proporcional dos partidos. Nela estão claramente representadas as diversas correntes de opinião que se agrupam nos partidos políticos e os interesses de diversos segmentos da população. Suas funções não se limitam a elaborar leis, como também, fiscalizar, deliberar, controlar e julgar as ações do Executivo.

O PAPEL DO LEGISLATIVO

O vereador é o representante do povo e tem várias funções como, elaborar e apresentar projeto de Lei e projeto de resolução, fiscalizar os atos do prefeito, dos secretários e seus auxiliares e encaminhar os pedidos e reclamações dos moradores para o prefeito ou para as secretarias da

Prefeitura.

MESA DIRETORA

É a gestora no cumprimento de tarefas administrativas e executivas, destacando-se os atos de direção da Casa, administração e execução dos assuntos de deliberações aprovadas em reuniões. A mesa diretora é eleita por um período de dois anos, não podendo o vereador ser reeleito para o mesmo cargo, em uma mesma Legislatura.

COMISSÕES PERMANENTES

São órgãos técnicos, formados por vereadores, que se encarregam dos estudos e exames prévios das matérias relacionadas aos projetos de Leis que são apreciados pelo Plenário da Câmara. Também exercem o acompanhamento dos planos e programas governamentais e a fiscalização orçamentária do município, no âmbito dos respectivos campos temáticos e áreas de atuação.

São nove as Comissões Permanentes da Câmara Municipal: Legislação e Justiça; Orçamento, Finanças e Tomada de Contas; Serviços Públicos Municipais; Direitos Humanos; Meio Ambiente; Redação Final; Participação Popular; Segurança Pública, Trânsito e Transportes e Saúde Pública.

ADMINISTRATIVO

A Casa Legislativa conta com cerca de 140 servidores, divididos em diversas áreas. Dentre elas, estão as assessorias criadas para orientar os legisladores, coordenar as ações da Câmara e dar encaminhamento aos tramites legislativos. São elas: Jurídica, Urbanismo e Infraestrutura Jurídica, Recursos Humanos, Parlamentar, Controle, Administração, Orçamentário, Comunicação, Procurador-adjunto, Apoio Orçamentário, Procurador, Financeiro e Institucional.

II – Descrição e Análise da Situação Específica

Em 2013, o Legislativo teve como premissa ouvir as demandas da população para criar Projetos de Lei que estivessem em consonância com o que Nova Lima mais precisa. Nas áreas de saúde, educação, segurança, cultura, desenvolvimento, obras e esporte foi possível ver a atuação firme da Câmara de Vereadores de Nova Lima.

A Câmara Municipal está presente, cobrando ações do executivo,

fiscalizando os projetos e recursos utilizados e valorizando as iniciativas dos cidadãos na construção de uma cidade mais justa e com oportunidades reais de crescimento para todos.

Com o propósito de divulgar essa presença, dar transparência às ações, estreitar os laços com as comunidades e mostrar que a Câmara está mais aberta para a população, algumas ações tiveram início, como a criação de um jornal mensal, com edição de 20 mil exemplares entregues nas casas dos moradores e a reativação das notícias publicadas no site da instituição. Em resposta às mudanças solicitadas com as manifestações, a Casa Legislativa promoveu ainda, um grande corte de gastos, economizando cerca de R\$ 100.000,00 mensais.

Em 2014, a Casa Legislativa quer promover mais ações e reafirmar o propósito de continuar a interlocução com as entidades de classe, os moradores e as comunidades para que a cidade cresça no rumo certo, com desenvolvimento ordenado e qualidade de vida para os cidadãos.

Com o propósito de mostrar à sociedade esses compromissos que vem sendo cumpridos, a proposta está em criar uma campanha que terá caráter mensal para levar até os moradores, todos os Projetos de Lei aprovados no mês em questão, assim como as diversas ações efetivadas pelo Legislativo. Outra proposta que deve conter na campanha está em promover essas ações também para o público jovem.

Objetivo da comunicação

1. Tornar públicas as ações da Câmara de Nova Lima a todos os munícipes
2. Mobilizar o cidadão a participar ativamente da vida política do município
3. Reafirmar a importância da instituição para o município e seus munícipes.
4. Consolidar a imagem positiva da Câmara de Nova Lima perante a opinião pública da cidade.

Públicos de interesse: população geral de Nova Lima e público jovem.

Recursos próprios de Comunicação:

Assessoria de Comunicação e Imprensa

Site: www.cmnovalima.mg.gov.br

Jornal Câmara em Pauta

Jornal Interno Nossa Casa

Estruturação do projeto de comunicação

O projeto de comunicação deve ser estruturado e apresentado segundo critérios estabelecidos no edital de licitação e pelo briefing, a saber:

- a) Norteamento da campanha: explicar desde o raciocínio básico até a elaboração das estratégias;
- b) Ações de comunicação: apresentar as ações de comunicação propostas, descritas em detalhe;
- c) Plano de Mídia: apresentar planejamento de mídia estruturado, distribuindo a verba disponível para o projeto por peça, por meio, por veículo e por período de veiculação;
- d) Ideia criativa: apresentar a ideia criativa, contendo todas as peças;
- e) Assinatura da Campanha: a campanha deverá ser assinada com a logomarca da Câmara Municipal de Nova Lima;
- f) Verba: R\$ 100.000,00 (cem mil reais).

Observações finais

Deve o licitante levar em conta que estamos falando de uma instituição pública, cuja importância política exige sobriedade, mas não falta de criatividade; exige postura mas não soluções burocráticas. O bom senso ensina que a identidade da instituição deve ser mantida, respeitando o Manual de Identidade Visual.

Lembramos ainda que a utilização de conteúdo textual ou visual que contrariem os valores, crenças e anseios democráticos da Câmara Municipal de Nova Lima e/ou os mecanismos legais que regem as ações municipais, estaduais, federais, ou que firam os direitos dos cidadãos e da instituição, assim como conceitos que configurem promoção pessoal a qualquer membro da Câmara Municipal e/ou agencia licitante, é passível de desclassificação ou perda de pontos segundo critérios adotados pela equipe de licitação.

Juliana Ferreira Silva Rocha
Assessora de Comunicação da Câmara Municipal de Nova Lima

CONCORRÊNCIA

NÚMERO DO PROCESSO:	049/2014
NÚMERO DA CONCORRÊNCIA:	001/2014
DATA DA ENTREGA DOS ENVELOPES ATÉ:	27/10/2014
HORA DA ENTREGA DOS ENVELOPES ATÉ:	13:30 horas
DATA DA ABERTURA DOS ENVELOPES:	27/10/2014
HORA DA ABERTURA DOS ENVELOPES:	14:00 horas

Proposta para TP 02

INSERÇÕES PARA PUBLICAÇÃO EM GUIAS DE COMPRAS

Inserções de 1/4 de página	12 unidades (x3)
Inserções de 1/3 de página	24 unidades (x3)
Inserções de 1/2 de página	12 unidades (x3)
Inserções de 01 página	06 unidades (x3)

PEÇAS GRÁFICAS

Folder	12 modelos
Cartazes	06 modelos
Flyer	12 modelos
Convites (sem envelope)	24 modelos
Postais	48 modelos
Convites (com envelopes)	06 modelos

LONAS E FAIXAS

Outdoor com (locação da placa)	12 modelos
Banner	12 modelos
Faixas (impressa digital)	24 modelos
Faixas (silk)	48 modelos

JORNAL

Papel Jornal, formato tabloide 08 páginas	12 unidades
---	-------------

REVISTA

Capa em papel tríplice formato A4	
52 páginas em papel couché fosco gramatura 90g/m2	02 unidade

INTERNET E MÍDIAS SOCIAIS

Concepção, criação e desenvolvimento de site	01 unidade
Manutenção do site	500 h
Concepção, criação e desenvolvimento de fanpage	01 unidade
Sistema de cadastro e envio de newsletter/notícias	01 unidade
Vídeos	
Institucional CMNL 5'	01 unidade
Institucional Projetos 5'	01 unidade
Institucional das Ações Legislativas 5'	01 unidade
Compacto dos Projetos 2'	02 unidade

CONCORRÊNCIA

NÚMERO DO PROCESSO:	049/2014
NÚMERO DA CONCORRÊNCIA:	001/2014
DATA DA ENTREGA DOS ENVELOPES ATÉ:	27/10/2014
HORA DA ENTREGA DOS ENVELOPES ATÉ:	13:30 horas
DATA DA ABERTURA DOS ENVELOPES:	27/10/2014
HORA DA ABERTURA DOS ENVELOPES:	14:00 horas

Anexo II

Concorrência N^o...../14
MINUTA DE CONTRATO

Contrato que entre si celebram o município de _____ e a empresa..... para prestação de serviços de comunicação, abrangendo a divulgação das realizações da Câmara Municipal de Nova Lima, bem como a criação, produção e veiculação de campanhas institucionais específicas.

A Câmara Municipal de Nova Lima _____, com sede à Praça Bernardino de Lima, nº229, Centro, em Nova Lima - MG, inscrita no CNPJ sob o nº _____, representada pelo seu Presidente, Sr. Nélio Aurélio de Souza, doravante denominado CONTRATANTE, e a empresa....., inscrita no CNPJ sob o nº....., representada pelo Senhor....., doravante denominada CONTRATADA, com fundamento no edital de licitação Concorrência nº 001./2014, de/...../2014, celebram o presente contrato mediante as cláusulas e condições a seguir:

I - CLÁUSULA PRIMEIRA - OBJETO

1.1 - O objeto do presente contrato é a prestação de serviços de comunicação e marketing englobando o estudo, pesquisa, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público em geral, conforme condições descritas

no Edital, seus Anexos e nas propostas da contratada.

1.2 - Os serviços de comunicação social terão caráter educativo, informativo, de orientação social ou de utilidade pública, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos (art. 37 §1º da Constituição Federal e art. 17 da Constituição do Estado de Minas Gerais)

PARÁGRAFO PRIMEIRO – Para execução dos serviços objeto do presente contrato, quando se tratar de veiculação de matéria relativa a publicidade institucional, não fica a Câmara Municipal de Nova Lima impedida de contratar diretamente com o Órgão Oficial do Estado, ou ainda com jornais e rádios sem que caibam à CONTRATADA pagamento relativos a estes serviços.

PARÁGRAFO SEGUNDO - Integram o presente contrato, independentemente de transcrição, o Edital e demais documentos vinculados à Concorrência nº 001/2014 .

II - CLÁUSULA SEGUNDA - VIGÊNCIA

2.1. O contrato terá vigência inicial de 12 (doze) meses, a partir de sua celebração, podendo ser prorrogados, através de termo aditivo devidamente formalizado, por até 04 (quatro) períodos consecutivos e iguais ao inicial, de acordo com o inciso II do artigo 57 da Lei Federal 8.666/93.

III - CLÁUSULA TERCEIRA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

3.1 – responder pela correção e qualidade dos serviços, ainda que autorizada a sua execução por terceiros, observando as normas éticas e técnicas aplicáveis, reparando, removendo, reconstituindo ou substituindo às suas expensas, no total ou em parte, o objeto deste Contrato, quando se verificarem vícios, defeitos ou incorreções, resultantes da execução ou de materiais empregados. A Câmara Municipal de Nova Lima, no todo ou em parte, o serviço ou fornecimento executado em desacordo com o contrato.

3.2 – submeter à aprovação da CONTRATANTE os trabalhos a serem executados com os respectivos custos;

3.3 – apresentar planejamento de mídia e definição do impacto total desejado para cada campanha;

3.4 – indicar, por escrito, um representante para, em seu nome, coordenar a execução dos serviços, com poderes para deliberar sobre todas as

questões relacionadas com o presente contrato;

3.5 – alocar os recursos materiais e humanos necessários à execução dos serviços, assumindo integral e exclusiva responsabilidade por todos e quaisquer ônus trabalhistas e previdenciários, fiscais, comerciais e outros decorrentes do presente contrato.

3.6 – responsabilizar-se por qualquer infração do direito de uso de ideias, métodos ou processos legalmente protegidos, sendo que toda e qualquer violação ao direito autoral será de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA, respondendo por eventuais indenizações

3.7 – responder por eventuais danos causados ao Município de Nova Lima e a terceiros decorrentes de culpa ou dolo seus ou de seus prepostos na execução dos serviços contratados, cumprindo-lhe, quando envolvidos terceiros, promover, em seu próprio nome e às suas expensas, as medidas judiciais ou extrajudiciais necessárias;

3.8 – transferir para a CONTRATANTE, os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto do presente Contrato, relativamente aos serviços da agência.

3.9 – atender aos fornecedores e prestar informações sobre o faturamento e previsão de pagamento.

3.10 – entregar as notas fiscais no prazo fixado pela Cláusula Sexta deste Contrato.

3.11 - A contratada deverá executar os serviços de acordo com as Ordens de Serviços emitidas pela Assessoria de Comunicação Social da CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, ou outra área ou responsável designado pela Presidência, observadas as demais responsabilidades previstas na legislação que rege os serviços objeto deste contrato.

3.12 – O fornecimento de bens ou prestação de serviços especializados, relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do presente contrato, nos termos da Lei nº 12.232/2010, exigirá sempre a apresentação pelo Contratado ao Contratante de 03 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido, sendo que o Contratado procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em seção pública convocada e realizada sob fiscalização do Contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5 (zero virgula cinco por cento), do valor global do contrato.

3.12.1. O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% do limite previsto na alínea “a” do inciso II do artigo 23 da Lei nº 8.666/93 está dispensado do procedimento previsto no item anterior.

3.13 - Os custos e as despesas de veiculação apresentados ao contratante para pagamento deverão ser acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

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

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

3.15. As agências de propaganda não poderão, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses dos contratantes, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

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

3.17 – Para todas as Ordens de Serviços emitidas pela CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA a contratada deverá apresentar orçamento prévio, com base nos preços da Tabela de Custos Referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, deduzidos dos respectivos descontos constantes na Proposta de Preços apresentada pela contratada no processo licitatório.

3.18– A contratada só iniciará a realização dos serviços solicitados após a aprovação do respectivo orçamento pela CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

IV - CLÁUSULA QUARTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

4.1 - Efetuar os pagamentos nos termos estipulados na Cláusula VI deste contrato.

4.2 - Fornecer à contratada as condições e informações adequadas e necessárias para o bom desenvolvimento dos trabalhos, observando, em especial, a antecedência de prazos que sejam suficientes para a produção dos trabalhos solicitados.

V - CLÁUSULA QUINTA – SANÇÕES, MULTAS E PENALIDADES

5.1 - O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas caracterizará a inadimplência da adjudicatária contratada, sujeitando-se as sanções previstas no artigo 87 da Lei 8.666/93, e, em especial:

a) Pelo atraso injustificado na entrega do objeto da licitação ou inexecução total ou parcial:

a.1 - até 05 (cinco) dias, multa de 0,33% (zero vírgula trinta e três por cento) sobre o valor da obrigação, por dia de atraso.

a.2 - superior a 05 (cinco) dias, multa de 0,50% (zero vírgula cinquenta por cento) sobre o valor da obrigação, por dia de atraso.

a.3 - pela inexecução total ou parcial do ajuste, multa de 10% (dez por cento), calculada sobre o valor do objeto não entregue.

b) - Suspensão temporária do direito de licitar e contratar com a Câmara Municipal de Nova Lima, conforme disposto no inciso III do art. 87 da Lei 8.666/93;

c) - Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública Municipal de Nova Lima enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição, ou até que seja promovida a reabilitação perante a autoridade que aplicou a penalidade;

d) - Caso venha desistir da execução dos serviços, além de outras cominações legais, a multa será de 10% (dez por cento) sobre o valor do contrato.

VI - CLÁUSULA SEXTA – CUSTOS - CONDIÇÕES DE FATURAMENTO E PAGAMENTO

6..1 – Os custos para a execução dos serviços objeto deste contrato estão estimados em R\$

6..2 - O faturamento pelos trabalhos realizar-se-á tomando-se como período de medição intervalos mínimos de 30 (trinta) dias.

6..3 - Em caso de prorrogação do prazo de execução dos trabalhos, ou de acréscimos ou supressões, conforme previsto no § 1º do artigo 65 da Lei 8.666/93, as parcelas referentes ao faturamento deverão acompanhar o previsto nos aditivos contratuais a serem realizados.

6.4 - As notas fiscais deverão vir acompanhadas de 1 exemplar ou cópia de cada trabalho realizado, além do Relatório de Atividades desenvolvidas no período em faturamento, e de cópia da Tabela de Custos Referenciais do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais e comprovante de regularidade fiscal com a Previdência Social e com o Fundo de Garantia Por Tempo de Serviço – FGTS.

6.5 - Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

6.5.1 -Honorários de ____% (_____ por cento) incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços de terceiros, realizados com a efetiva intermediação da CONTRATADA, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição lhe proporcione o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação;

6.5.2 -Honorários de ____% (_____ por cento) incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços de terceiros, realizados com a efetiva intermediação da CONTRATADA, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação;

6.5.3 -Honorários de ____% (_____ por cento) incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços incumbidos a terceiros, sob supervisão da CONTRATADA;

6.5.4- _____% (_____ por cento) dos valores previstos na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de(o)_____, a título de ressarcimento dos custos internos dos trabalhos realizados pela própria CONTRATADA;

6.5.5- Os layouts reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA;

6.5.6 - Despesas com o deslocamento de profissionais da CONTRATADA ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade.

Eventuais exceções, no exclusivo interesse do(a) CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo(a) CONTRATANTE;

6.5.7 - A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pelo(a) CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este Contrato;

6.5.8 - As formas de remuneração estabelecidas nesta Cláusula poderão ser renegociadas, no interesse do(a) CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste Contrato.

6.6 - Desconto de Agência

6.6.1 - Além da remuneração prevista nesta Cláusula, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência, calculado sobre os preços de tabela ou sobre os preços acertados para a veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, a ser concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e com o art. 11 do Regulamento da Lei nº 4.680/65, aprovado pelo Decreto nº 57.690/66 e alterado pelo Decreto nº 4.563/2002.

6.6.2 - Caso o montante do investimento feito pelo(a) CONTRATANTE em mídia permita, a CONTRATADA repassará a ela parte de seu desconto de agência, observado o disposto no Anexo "B" das Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

6.7 - Direitos Autorais

6.7.1 - A Contratada cede à Contratante, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das idéias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste Contrato.

6.7.1.1 - O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas nesta Cláusula.

6.8 - O pagamento será efetuado até o quinto dia útil após a aceitação e conferência da Nota Fiscal e Relatório de Atividades pela área ou servidor designado para a fiscalização da execução contratual.

VII - CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO DOS SERVIÇOS

7.1. A fiscalização dos serviços e da execução contratual será feita pela Assessoria de Comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA ou órgão similar ou diretamente pela(s) solicitante(s) do(s) serviço(s)

realizado(s).

CLÁUSULA OITAVA– RESCISÃO

8.1. A rescisão do presente Contrato obedecerá ao previsto nos artigos 77 a 80 da Lei Federal nº 8.666/93, com suas alterações vigentes, podendo ocorrer:

a) por ato unilateral e escrito da Câmara Municipal de Nova Lima, nos casos enumerados nos incisos I a XII do artigo 78 da Lei 8.666/93;

b) amigavelmente, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo da licitação, desde que haja conveniência para a Câmara Municipal de Nova Lima.

c) judicial, nos termos da legislação

CLÁUSULA NONA – DISPOSIÇÕES GERAIS

.9.1 – Constituem ônus de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA todos os encargos tributários, obrigações trabalhistas e previdenciários decorrentes da execução do presente contrato.

.9.2 – A CONTRATADA obriga-se, durante a vigência do contrato a manutenção da habilitação requerida para participação no processo licitatório, comprovado mensalmente, pelo menos, sua regularidade em relação aos encargos previdenciários e quitação com as Fazendas Municipal, Estadual e Federal.

.9.3 – Ressalvados os trabalhos que pela sua natureza reclamem a execução por terceiros, a CONTRATADA obriga-se a não subcontratar os serviços objeto do presente contrato.

.9.4 – A abstenção pelo Município de _____, do exercício dos direitos que lhe são assegurados neste Contrato não será considerada novação ou renúncia.

9.5 – Aplicam-se ao presente contrato as disposições da Lei Nacional 12.232 de 29 de abril de 2010, Lei Nacional nº. 4.680, de 18.06.65; do Decreto nº. 57.690, de 01.02.66; do Decreto nº. 4.563, de 31/12/2002; das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão), da Lei Nacional 8.666/93, em especial aquelas constantes dos seus artigos 54 a 88, estando o mesmo vinculado ao Edital de Concorrência nº ____/2014 e a proposta da contratada.

9.6 - A CONTRATANTE providenciará a publicação deste Contrato na Imprensa Oficial em forma resumida, em obediência ao disposto no parágrafo único do art. 61 da Lei Federal nº. 8.666/93.

X - CLÁUSULA DÉCIMA - DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

.10.1 - As despesas decorrentes desta licitação correrão pela seguinte dotação orçamentária do orçamento vigente.

01.001.01.031.0001.2002 - Manutenção dos Serviços de Comunicação e Imprensa
33903900 - Outros Serviços de Terceiros – PJ

XI - CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – FORO

11.1.- As partes elegem o foro da Comarca de Nova Lima para dirimir dúvidas originadas na execução deste contrato.

_____,/...../ 2014.

.....
Presidente da Câmara Municipal de Nova Lima
CONTRATANTE

.....
CONTRATADA

Testemunhas: 1 _____

CONCORRÊNCIA

NÚMERO DO PROCESSO:	049/2014
NÚMERO DA CONCORRÊNCIA:	001/2014
DATA DA ENTREGA DOS ENVELOPES ATÉ:	27/10/2014
HORA DA ENTREGA DOS ENVELOPES ATÉ:	13:30 horas
DATA DA ABERTURA DOS ENVELOPES:	27/10/2014
HORA DA ABERTURA DOS ENVELOPES:	14:00 horas

ANEXO III

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATOS IMPEDITIVOS À HABILITAÇÃO (MODELO)

(Nome da Empresa)

.....
....., CNPJ nº, sediada em
....., DECLARA, sob as penas da lei, que até
a presente data, inexistem fatos impeditivos para sua habilitação no
presente processo licitatório, ciente da obrigatoriedade de declarar
ocorrências posteriores.

(local), de de 2014.

.....
Nome completo e assinatura do declarante
CPF e RG

CONCORRÊNCIA

NÚMERO DO PROCESSO:	049/2014
NÚMERO DA CONCORRÊNCIA:	001/2014
DATA DA ENTREGA DOS ENVELOPES ATÉ:	27/10/2014
HORA DA ENTREGA DOS ENVELOPES ATÉ:	13:30 horas
DATA DA ABERTURA DOS ENVELOPES:	27/10/2014
HORA DA ABERTURA DOS ENVELOPES:	14:00 horas

ANEXO IV

DECLARAÇÃO DE NÃO EMPREGAR MENOR (MODELO)

(Nome da Empresa)

.....
.....

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

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

.....

Local e data.

.....

(identificação e assinatura do representante legal)

CONCORRÊNCIA

NÚMERO DO PROCESSO:	049/2014
NÚMERO DA CONCORRÊNCIA:	001/2014
DATA DA ENTREGA DOS ENVELOPES ATÉ:	27/10/2014
HORA DA ENTREGA DOS ENVELOPES ATÉ:	13:30 horas
DATA DA ABERTURA DOS ENVELOPES:	27/10/2014
HORA DA ABERTURA DOS ENVELOPES:	14:00 horas

ANEXO V

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO Concorrência Nº. ____ / ____

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a) desconto a ser concedido à _____, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda: ____% (____por cento);
- b) honorários a serem cobrados da _____ referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: ____% (____por cento);
- c) honorários a serem cobrados da _____, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: ____% (____por cento);
- d) honorários a serem cobrados da _____, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros, referentes, entre outros, ao desenvolvimento de pesquisas de mercado e de opinião, à elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de programação visual: ____% (____por cento);
- e) de conformidade com os investimentos de mídia, feitos pela _____, repassaremos (ou não) um percentual do desconto de Agência concedido pelos Veículos, segundo o estabelecido no Anexo B à Convenção Nacional Tripartite denominada “Normas-Padrão da Atividade Publicitária”, tutelada pelo CENP.

_____, ____ de _____ de _____
(nome da licitante)

Representante legal

CONCORRÊNCIA

NÚMERO DO PROCESSO:	049/2014
NÚMERO DA CONCORRÊNCIA:	001/2014
DATA DA ENTREGA DOS ENVELOPES ATÉ:	27/10/2014
HORA DA ENTREGA DOS ENVELOPES ATÉ:	13:30 horas
DATA DA ABERTURA DOS ENVELOPES:	27/10/2014
HORA DA ABERTURA DOS ENVELOPES:	14:00 horas

ANEXO VI

CRENCIAMENTO ESPECÍFICO (MODELO)

Pelo presente, a empresa....., situada na Rua, CNPJ nº, por seu (diretor ou sócio com poderes de gerência), outorga ao Sr., RG nº, amplos poderes para representá-la junto à Câmara Municipal de Nova Lima (inserir nome do município), na Concorrência Nº XX/2014, PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº, inclusive poderes para interpor ou desistir de recursos, receber intimações, enfim, praticar todos os atos que julgar necessário ao citado processo, podendo o credenciado receber intimações no seguinte endereço:(Rua, número, complementos, bairro, cidade, unidade da federação, CEP).

(Local e Data)

(Nome e assinatura do subscritor, devidamente identificado)

Obs.: firma reconhecida em cartório ou duas testemunhas qualificadas.