



EDITAL

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 027/2015

A **CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA**, doravante também tratada por **CÂMARA** simplesmente, sediada na **Rua Porto Rico, 231 - Jardim São Luís - Santana de Parnaíba / SP - CEP 06502-355**, na cidade de **Santana de Parnaíba -SP**, por intermédio de sua Comissão Permanente de Licitações, torna público a quem interessar possa que, por requisição da Presidência desta Casa Legislativa, encontra-se aberta a licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, para fins de **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS TÉCNICOS, NO GERENCIAMENTO DE TODOS OS PROCESSOS RELACIONADOS À DIVULGAÇÃO DAS ATIVIDADES INSTITUCIONAIS DA CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA**, mediante as condições e as especificações estabelecidas no presente Edital e em seus anexos.

Os serviços serão realizados na forma de **execução indireta**, sendo o processo licitatório e a contratação regidos diretamente pela Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010, e complementarmente pelas Leis n.º 4.680/65, de 18 de junho de 1965, e n.º 8.666, de 21 de junho de 1993, assim como pelas normas que as alteraram, pelo Código de Defesa do Consumidor e pelas condições específicas deste Edital e dos demais documentos que o integram.

As despesas correrão por conta da Dotação Orçamentária n.º 01.02.00-3.3.90.39-01.031.0003.2003, **Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica**, do orçamento vigente e a correspondente rubrica dos orçamentos dos exercícios seguintes.

O recebimento dos envelopes contendo a **PROPOSTA TÉCNICA (Invólucros n.ºs 1, 2 e 3)** e a **PROPOSTA DE PREÇO (Invólucro n.º 4)** será feito na abertura da Sessão de Licitação, a ocorrer conforme abaixo:

Dia: 22/05/2015

Horário: 10h00 (horário de Brasília/DF).

Local: Plenário da CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA, na Rua Porto Rico, 231 - Jardim São Luís - Santana de Parnaíba / SP - CEP 06502-355, Santana de Parnaíba -SP.



Os **Documentos de Habilitação das licitantes classificadas** no julgamento final das Propostas Técnica e de Preço serão recebidos e abertos em data, hora e local a serem designados pela Comissão Permanente de Licitações (CPL) nomeada em Portaria nº 001 de 05/01/2015.

Se não houver expediente administrativo na CÂMARA na data determinada, a Sessão fica adiada para o primeiro dia subsequente em que haja expediente, mantido o mesmo horário.

Quando não mencionados em contrário, os prazos neste Edital são contados em dias corridos.

1. DO OBJETO

O objeto da presente Concorrência é a prestação de serviços técnicos de publicidade, no gerenciamento de todos os processos relacionados à divulgação das atividades institucionais da CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA, com o intuito de atender ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral.

- 1.1. Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente, que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.
- 1.2. Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:
 - a) à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
 - b) ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;
 - c) 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 desenvolvidas.

1.2.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.2, "b", terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da CÂMARA, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;



- b) aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
 - c) possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.
- 1.3. Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.
- 1.3.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 1.3. o patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento, comercializados por veículo de divulgação.
- 1.4. Para a prestação de serviços será contratada uma Agência de Publicidade, doravante denominada AGÊNCIA, que tenha suas atividades disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenha obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4.º da Lei 12.232/2010.
- 1.4.1. A Agência atuará de acordo com as solicitações da CÂMARA.
- 1.4.2. A Agência atuará por conta e ordem da CÂMARA na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1 e 1.2, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias.

2. CONDIÇÕES GERAIS

2.1 A participação nesta Concorrência implica para a licitante:

- a) a aceitação plena e irrevogável das normas constantes do presente Edital e dos seus Anexos;



- b) a confirmação de que recebeu da Comissão o invólucro n.º 1, que deverá ser retirado na sede da Câmara, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação nesta licitação;
- c) a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;
- d) a responsabilidade pela veracidade das informações e dos documentos que apresentar durante a licitação;

2.2. Não poderão participar da licitação empresas:

- a) cujo dirigente seja funcionário e/ou prestador de serviços da CÂMARA;
- b) suspensas de licitar ou impedidas de contratação com a CÂMARA, enquanto durar a suspensão ou o impedimento;
- c) declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurar o motivo determinante da punição ou até que seja promovida a reabilitação;
- d) que se encontrem sob falência decretada, concordata / recuperação judicial e extrajudicial, concurso de credores, dissolução ou liquidação.

2.3 Não é permitida:

- a) a participação de consórcio de empresas;
- b) a participação de licitante com mais de uma proposta.

2.4 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta Concorrência, independentemente da condução ou do resultado da licitação.

2.5 Poderão participar da licitação as agências integrantes de um mesmo grupo – assim entendidas, para efeito deste Edital, aquelas que tenham diretores ou sócios em comum.



3. RETIRADA DO EDITAL E ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS

3.1. A retirada deste edital deverá ser realizada na sede da CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA, na **Rua Porto Rico, 231 - Jardim São Luis - Santana de Parnaíba / SP - CEP 06502-355, na cidade de Santana de Parnaíba -SP**, das 8h às 12h e das 14h às 17h, em dias úteis, até o dia 22/05/2015, ou consultado/obtido no site oficial da Câmara de **Santana de Parnaíba -SP** no endereço <http://www.camarasantanadeparnaiba.sp.gov.br> .

3.2. Os pedidos de esclarecimentos não constituirão, necessariamente, motivo para que se alterem a data e o horário da Sessão de Licitação.

3.3. A solicitação de esclarecimento não deve utilizar termos que possam propiciar a identificação da proposta da licitante perante a Subcomissão Técnica, quando do julgamento da Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária – invólucro n.º 1.

3.4. A CÂMARA dará conhecimento das consultas e respectivas repostas, sem informar a identidade da licitante consulente, exclusivamente por meio da internet, no endereço <http://www.camarasantanadeparnaiba.sp.gov.br/>, no link de Licitações.

3.5. Cabe à licitante interessada acessar o referido endereço para conhecer as consultas e as respectivas respostas.

3.6. As alterações do Edital que afetarem a formulação da proposta serão comunicadas aos interessados que o retiraram e divulgadas pela mesma forma que se deu com o texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido.

4. IMPUGNAÇÃO AO EDITAL

4.1. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão, a licitante que não se manifestar até as **17h do dia 20/05/2015** (dois dias anteriores à data de apresentação das Propostas) e o cidadão / entidade que não se manifestar até as **17h do dia 15/05/2015** (cinco dias anteriores à data de apresentação das propostas), apontando as falhas ou irregularidades que o viciaram.

4.2. Considera-se licitante, para efeito do subitem 4.1., a empresa que tenha retirado o presente edital na forma do subitem 3.1.



4.3. A impugnação deverá ser protocolada fisicamente de segunda a sexta-feira, das 8h às 12h e das 14h às 17h, na **Rua Porto Rico, 231 - Jardim São Luis - Santana de Parnaíba / SP - CEP 06502-355, na cidade de Santana de Parnaíba -SP.**

4.4. A impugnação tempestiva não impede a licitante de participar da licitação, até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

4.5. A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail licitacoes@camarasantanadeparnaiba.sp.gov.br, caso em que o original deverá ser apresentado no endereço do subitem 4.3., no prazo de cinco dias contados da recepção do e-mail, desde que a apresentação física da impugnação atenda o prazo indicado no subitem 4.1.

4.6. A apresentação de impugnação após o prazo estipulado no subitem 4.1. ou sem o protocolo do original, no caso do subitem 4.5., implica o seu recebimento como mera informação.

5. CRENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES

5.1. A licitante poderá designar apenas 1 (um) preposto para representá-la na Sessão de Licitação.

5.2. Nenhum preposto poderá representar mais de uma licitante.

5.3. O credenciamento do preposto será realizado mediante Instrumento Público ou Particular, ou Carta de Credenciamento, conforme modelo constante do Anexo 1, que deverá outorgar poderes para a prática de todos os atos pertinentes ao certame em nome da licitante e comporá os autos do processo licitatório.

5.4. Sendo o representante sócio, proprietário ou dirigente da empresa proponente, deverá apresentar cópia do respectivo Estatuto ou Contrato Social, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

5.5. O credenciado deverá identificar-se exibindo documento de identidade, ou outro legalmente equivalente, fora dos envelopes.

5.6. A licitante que não estiver devidamente representada nos termos descritos acima não terá sua participação prejudicada no certame, entretanto, não poderá se manifestar formalmente.



5.7. Havendo substituição do representante credenciado no decorrer da licitação, e caso haja interesse em designar outro credenciado, a licitante deverá apresentar novos documentos de representação.

5.8. Caso a licitante não deseje se fazer representar na sessão de licitação, poderá encaminhar por meio de portador, na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital – os invólucros com a documentação exigida para sua participação no certame.

5.9. Não serão recebidos invólucros enviados por via postal.

6. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
I – Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico Estratégia de Comunicação Publicitária Ideia Criativa Estratégia de Mídia e Não Mídia
II – Capacidade de Atendimento	
III – Repertório	
IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

6.1.1. A Proposta Técnica deverá ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza e sem emendas ou rasuras.

QUESITOS:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

6.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no *briefing* (**Anexo 6**) e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:



I – formatação realizada conforme subitens 6.2.5. a 6.2.9.;

II – elaboração em 2 (duas) vias, quais sejam:

a) Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

i. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro n.º 2.

b) Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

ii. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via Não Identificada – sem os exemplos de peças e/ou materiais da Ideia Criativa a que se refere o subitem 6.2.3.2. – e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

SUBQUESITOS:

6.2.1. Raciocínio Básico é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da CÂMARA, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no *briefing*.

6.2.2. Estratégia de Comunicação Publicitária é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua Proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos geral e específicos de comunicação relacionados a esse desafio, expressos no *briefing*, compreendendo:

I – explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu Raciocínio Básico, devem fundamentar a Proposta de solução publicitária;

II – explicitação e defesa dos principais 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.



6.2.3. Ideia Criativa é um subquesto por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua Proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

6.2.3.1 Todas as peças e/ou materiais que compõem a campanha deverão ser listados em uma relação na qual, a critério da licitante, poderão ser inseridos comentários circunscritos à especificação de cada peça e/ou material e à explicitação das funções táticas que deles se pode esperar.

6.2.3.1.1 A relação deverá indicar as peças e/ou material que foram corporificados nos termos do subitem 6.2.3.2.

6.2.3.2 Da relação de peças e/ou material, a licitante deverá escolher e apresentar os exemplos que julgar mais indicadas para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I. Serem apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, layout e/ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça e/ou material, observadas as seguintes regras:

- a) cada redução e/ou variação de formato será considerada uma peça;
- b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de *fingers*) será considerada uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
- d) um *hotsite* e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;



e) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

f) um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

6.2.3.2.1 Só serão aceitos exemplos de peças e/ou material não finalizados.

6.2.3.2.2 Para a produção dos exemplos de peças ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

6.2.3.2.3 Na elaboração do *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução.

6.2.3.2.4 Cada exemplo de peça e/ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) formatada conforme previsão do subitem 6.2.5., VIII, destinada a facilitar seu cotejo com a relação de peças e/ou materiais a que se refere o subitem 6.2.3.1.

6.2.3.2.5 Os *storyboard* animados, *animatics*, protótipos e monstros deverão ser apresentados em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

I. *storyboards* animados e *animatics*, para TV e cinema: avi, mov, wmv, mpeg, vob;

II. protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;

III. protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

6.2.3.2.6 Os exemplos de peças e/ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro n.º 1, observado o disposto no subitem 8.2.2., II.

6.2.3.2.6.1. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro n.º 1 poderão ser dobradas.

6.2.3.2.6.2. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudique sua leitura – sem limitação de cores, com ou sem suporte e/ou passe-partout.

6.2.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia é um subquesto que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e/ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

I – justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no *briefing*;



II– simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e/ou materiais constantes da relação prevista no subitem 6.2.3.1.

6.2.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- I – período de distribuição das peças e/ou material;
- II – quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- III – valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- IV – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- V – quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia;
- VI – valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ou material de não mídia.

6.2.4.1.1. Para fins desta Concorrência, consideram-se Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

6.2.4.2. A simulação do plano de distribuição deverá observar ainda as seguintes condições:

- I – os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
- II – deve ser desconsiderado o repasse da parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;
- III – devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.



FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

6.2.5. O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

- I – caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- II – capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco.;
- III – conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- IV – espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- V – títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- VI – espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, “duplo” após título e entretítulos e entre parágrafos;
- VII – alinhamento justificado do texto;
- VIII – texto de páginas em fonte “arial”, cor “preto automático”, tamanho “12 pontos”;
- IX – numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos.

6.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e/ou materiais prevista no subitem 6.2.3.1. estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e a contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

6.2.6.1. Os textos, tabelas, gráficos e planilhas da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas.

6.2.7. Os exemplos de peças e/ou materiais integrantes do subquesto Ideia Criativa deverão ser apresentados:

I – separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 6.2.5.;

II – adequados às dimensões do invólucro no 1, cabendo à licitante observar o disposto no subitem 8.2.2, II.

6.2.8. As tabelas e os gráficos integrantes dos subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

I – ser editados em cores;



II – ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, tamanho “10 pontos”;

III – ser apresentados em papel A3 dobrado, que será considerado 2 (duas) páginas para efeito do subitem 6.2.6.

6.2.9. As tabelas, os gráficos e as planilhas integrantes do subquestos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

I – ser editados em cores;

II – ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;

III – ser apresentados em papel A3 dobrado.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

6.3. A Capacidade de Atendimento da licitante deverá ser constituída por caderno específico composto de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e/ou outros recursos por meios dos quais a licitante discriminará:

I – a relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas;

II – a quantificação e a qualificação dos profissionais que 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;

a) a qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais.

b) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da CÂMARA.

III – as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.



IV – a sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração do plano de mídia;

V – as informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da CÂMARA, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

6.3.1. Os documentos e as informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.3. deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

6.3.2. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

III – REPERTÓRIO

6.4 O Repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico. (único).

6.4.1. No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e/ou materiais, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

a) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

III – as peças e/ou materiais não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a CÂMARA seja ou tenha sido signatária;

IV – formatação na orientação retrato, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos;



V – edição em papel A4 ou A3, preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

6.4.1.1. Para cada peça e/ou material previsto no subitem 6.4.1. deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante, além de título, data de produção, período de veiculação, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

6.4.1.2. A apresentação de peças e/ou material em número inferior ao exigido no subitem 6.4.1. implica, para esse quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

6.4.1.2.1. A proporcionalidade a que se refere o subitem 6.4.1.2 será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 9.3., III.

6.4.2. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

6.5. A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação, planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

6.5.1. A apresentação de apenas 1(um) relato no caderno específico implica, para esse quesito, pontuação máxima equivalente à metade da pontuação máxima prevista no subitem 9.3., IV.

6.5.2. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a CÂMARA seja ou tenha sido signatária.

6.5.2.1 - A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, mediante a rubrica do autor do referendo em todas as suas páginas.

6.5.2.2 Na última página do relato, deverá constar a indicação do nome empresarial do cliente e a assinatura do seu respectivo signatário, acompanhada do seu nome e cargo ou função.



6.5.3. Para cada Relato é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou material – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 6.5. – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentadas separadamente (soltas);

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 6.5., ou ser apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais:

a) se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.

III – para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

6.5.4. Os documentos e as informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.5. deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial” tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seu ato constitutivo.

6.5.4.1. Qualquer página com os documentos e as informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em que, para fins do limite previsto no subitem 6.5., o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

7. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

7.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo 3, informando o percentual de honorário incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material, assim como à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir o efeito das mensagens, em consonância com novas tecnologias, e o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, nos termos do art. 11 da Lei 4.680/65, observando-se ainda que:

I - não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) e nem abaixo de 10% (dez por cento) sobre serviços externos de produção;



II – não será aceito desconto superior a 30% (trinta por cento) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

III – não serão aceitos honorários com desconto superior a 20% (vinte por cento) e inferior a 10% (dez por cento) sobre o custo dos serviços de criação e de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, quando realizados externamente e intermediados pela Agência.

IV – Os honorários incidentes sobre serviços de pesquisas de pré-testes e pós-testes sobre campanhas e peças publicitárias desenvolvidas pela agência acompanharão a disposição do item 7.1., I acima.

V – se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validado o percentual por extenso;

VI – o percentual proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

VII – o percentual proposto deverá contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.);

VIII – os honorários propostos deverão observar o item 15;

IX– A Proposta de Preço deverá ter declaração da licitante:

a) comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à CÂMARA as vantagens obtidas;

b) informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Nona do Anexo 6 – Minuta de Contrato.

7.2. A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido (Anexo 3) e deverá ser:

- I. datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos;
- II. firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado



7.2.1. Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.

7.2.2. A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada a de menor preço aquela que receber melhor pontuação, referente à concessão de percentual de honorários sobre produção externa e de percentual de descontos sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

7.2.3. O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias, a contar da data de abertura da Sessão de Licitação, indicada na epígrafe deste Edital.

8. DISPOSIÇÕES GERAIS

8.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão acondicionada em três invólucros distintos, conforme subitens 8.2., 8.3. e 8.4., e a Proposta de Preço, no invólucro n.º 4, conforme subitem 8.5., na data, hora e local indicados no tópico “Sessão de Licitação” do preâmbulo deste Edital.

8.1.1 O invólucro n.º 1 será padronizado e fornecido pela CÂMARA mediante solicitação formal da licitante à Comissão pelo e-mail licitacoes@camarasantanadeparnaiba.sp.gov.br (**com cópia para: licitarcamara@hotmail.com**) ou de segunda a sexta-feira, das 8h às 12h ou das 14h às 17h, na sede desta Câmara Municipal.

8.1.1.1. O invólucro n.º 1 deverá ser retirado por portador que dará recibo, no qual constarão os seguintes dados da empresa: nome empresarial, CNPJ, endereço, telefone e e-mail.

8.1.2. Os invólucros n.ºs 2, 3 e 4 serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até sua abertura.

ATENÇÃO: O invólucro n.º 5, contendo os Documentos de Habilitação, deverá ser entregue em sessão pública específica, nos termos do item 10.

INVÓLUCRO N.º 1

8.2. No invólucro n.º 1, invólucro padronizado fornecido pela CÂMARA, deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, de que trata o subitem 6.2, *caput* e inciso II, “a”.

8.2.1. O invólucro n.º 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

8.2.2. Para preservar, até a abertura do invólucro n.º 2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro n.º 1 não poderá:



- I. Apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro n.º 2;
- II. Estar danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

ATENÇÃO: Recomenda-se cuidado no manuseio do invólucro n.º 1, a fim de evitar que qualquer dano ou deformação venha a gerar, nos termos do subitem 12.8.2., o impedimento em participar desta licitação.

INVÓLUCRO N.º 2

8.3. No invólucro n.º 2 deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada** de que trata o subitem 6.2., *caput* e inciso II, “b”.

8.3.1. O invólucro n.º 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação: PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO N.º 2

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA
CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015

EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante) CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante).

INVÓLUCRO N.º 3

8.4. No invólucro n.º 3 deverão estar acondicionados os cadernos específicos, documentos e informações referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de que tratam os subitens 6.3. a 6.5.

8.4.1. O invólucro n.º 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO N.º 3

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA



CONCORRÊNCIA N.º 001/2015

EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante) CNPJ
(indicar o CNPJ da licitante)

ATENÇÃO: O invólucro n.º 3, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõem, não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro n.º 2.

INVÓLUCRO N.º 4

8.5. O invólucro n.º 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA DE PREÇO – INVÓLUCRO N.º 4
CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA
CONCORRÊNCIA N.º 001/2015

EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante) CNPJ
(indicar o CNPJ da licitante)

9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

9.1. O critério de julgamento para classificação das licitantes será o de TÉCNICA E PREÇO, nos termos do art. 5.º da Lei n.º 12.232/2010 e dos artigos 45, parágrafo 1.º, III, e 46, parágrafo 2.º, incisos I e II, da Lei 8.666/93, sendo estabelecido o peso 0,80 para a Proposta Técnica e o peso 0,20 para a Proposta de Preço.

9.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista no item 11, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

a) Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão sobre:

- – o desafio de comunicação.



➤ – as necessidades da CÂMARA para enfrentar o desafio de comunicação.

b) Estratégia de Comunicação Publicitária:

- i. Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CÂMARA e ao desafio de comunicação;
- ii. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- iii. Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CÂMARA com seus públicos;
- iv. Adequação e exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;
- v. Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta;
- vi. Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da CÂMARA, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos geral e específicos de comunicação e a verba disponível.

c) Ideia criativa

- i. Adequação ao desafio de comunicação;
- ii. Adequação à Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida pela licitante;
- iii. Adequação ao universo cultural do público-alvo;
- iv. Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- v. Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- vi. Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- vii. Pertinência às atividades de comunicação da CÂMARA, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- viii. Desdobramentos comunicativos que enseja conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados;



- ix. Exequibilidade das peças e/ou materiais;
 - x. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos.
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia
- i. Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo;
 - ii. Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
 - iii. Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais em relação aos dois subitens anteriores (9.2, I, d, "i" e "ii");
 - iv. Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da CÂMARA;
 - v. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou materiais;
 - vi. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

- a) Tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da CÂMARA;
- d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) Operacionalidade do relacionamento entre a CÂMARA e a licitante, esquematizado na proposta;



f) Relevância e utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da CÂMARA, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

III – REPERTÓRIO

- a) Ideia Criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs resolver;
- b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material;
- c) Clareza da exposição das informações prestadas.

IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

- a) Evidência de planejamento publicitário;
- b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) Relevância dos resultados apresentados;
- d) Concatenação lógica da exposição.

9.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesito e subquesito:

I – Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco)

- a) Raciocínio Básico: 5 (cinco);
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária: 20 (vinte);
- c) Ideia criativa: 25 (vinte e cinco);



d) Estratégia de Mídia e Não Mídia: 15 (quinze)

II – Capacidade de Atendimento: 15 (quinze)

III – Repertório: 10 (dez)

IV – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: 10 (dez)

9.3.1. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 9.3., obedecidos a intervalos de 0,5 (meio) ponto.

9.3.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.

9.3.3. 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 objetivos previstos neste Edital.

9.3.3.1 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, 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 ou ao subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

9.3.4. A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

9.4. Será desclassificada a licitante que:

I – não observar as determinações e as exigências deste Edital;

II – não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de 50 (cinquenta) pontos;

III – tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas.



9.5. Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 9.4., I, II e III.

9.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia e Não Mídia e nos quesitos: Capacidade de Atendimento, Repertório, Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

9.6.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 12.9., ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

9.7. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica.

JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

9.8. Na sessão pública designada pela Comissão de Licitações serão abertos os Invólucros n.º 4 – Proposta Comercial que serão rubricados pela Comissão de Licitação e pelas agências presentes.

9.8.1. Uma vez classificadas as Propostas Comerciais, será composto o preço de referência através da fixação dos menores custos de todas as propostas das licitantes classificadas tecnicamente, ou seja, a referência deverá representar a maior vantagem ofertada, extraído-se de todas as classificadas os itens de melhor preço (menores honorários e maiores descontos, nos limites estabelecidos por este Edital) de forma que seja auferida a maior vantagem econômica aos cofres públicos.

9.8.2. Feita a classificação das Propostas Comerciais, serão avaliadas e valoradas as propostas segundo os critérios abaixo:

a) Desconto sobre honorários de produção externa, fixados nos limites estabelecidos no quesito 7, I:
- maior desconto: 50 pontos
- segundo maior desconto: 35 pontos
- terceiro maior desconto: 25 pontos
- quarto maior desconto: 15 pontos
- demais descontos: 5 pontos
b) Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de



- maior desconto: 50 pontos
- segundo maior desconto: 35 pontos
- terceiro maior desconto: 25 pontos
- quarto maior desconto: 15 pontos
- demais descontos: 5 pontos

9.8.3. Será considerada a melhor proposta comercial aquela que atingir a maior pontuação através da fórmula abaixo:

NFPC = Nota Final da Proposta Comercial

D1 – Desconto concedido sobre honorários de produção externa

D2 – Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo

NFPC = D1 + D2

IULGAMENTO DA MELHOR PROPOSTA, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS

9.9. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto no art. 46, parágrafo 2.º, incisos I e II, da Lei 8.666/93:

$$PF = (NFPT \times 0,80) + (NFPC \times 0,20)$$

PF = Pontuação Final

NFPT = Pontuação Final relativa à Proposta Técnica
NFPC = Pontuação Final relativa à Proposta Comercial



9.9.1 Na ocorrência de empate, o desempate dar-se-á através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

- a) Raciocínio Básico;
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- c) Ideia Criativa;
- d) Estratégia de Mídia e Não Mídia; e nos quesitos:
- e) Capacidade de Atendimento;
- f) Repertório; e
- g) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

9.9.2 Depois da utilização do critério de desempate disposto no item 9.9.1., persistindo o empate, a decisão far-se-á através de sorteio.

9.9.3 Não se considerará nenhuma oferta ou vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem baseado em ofertas de outras licitantes.

9.9.4 Não se admitirá proposta que apresente percentual de descontos simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

9.9.5 Será considerada vencedora a licitante mais bem classificada no julgamento final das Propostas, com a aplicação da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto no subitem 9.9.

10. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

10.1. As licitantes cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão.

10.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 12.12.



10.2. Os Documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no invólucro n.º 5, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO N.º 5 CÂMARA

MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA

CONCORRÊNCIA N.º 001/2015

EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante)

10.2.1. O invólucro n.º 5 será providenciado pela licitante e deverá ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.2.2. Os Documentos de Habilitação deverão ser apresentados em uma única via, acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, a partir da primeira página interna, e deverão ser apresentados:

I – em original, ou

II – sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial, ou

III – em cópia autenticada por cartório competente, ou

IV – em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação.

ATENÇÃO: Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão.

10.3 Os documentos referentes à **HABILITAÇÃO JURÍDICA** são:

I – cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;

II - registro comercial, em caso de empresa individual;

III – ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária e, no caso de sociedade por ações, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores;



a) os documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais da licitante, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência.

IV – inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

V - decreto de autorização de funcionamento no País, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

10.2.3. Os documentos referentes à REGULARIDADE FISCAL e TRABALHISTA são:

I – prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;

II – prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou à sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação;

III – Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;

IV – Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND;

V – Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;

VI – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;

VII – certidões negativas de débitos ou não, expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante.

10.3.1.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as Fazendas Públicas ou com a Seguridade Social esteja com a exigibilidade suspensa.

10.3.1.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

10.3.1.3. Será considerada válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

10.3.2 Os documentos referentes à QUALIFICAÇÃO TÉCNICA são:

I – certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei 12.232/2010, art. 4.º e seu

§ 1.º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);



II – declaração(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante presta(ou) à(s) declarante(s) serviço de publicidade cujas atividades sejam, pelo menos, similares às do objeto deste Edital, conforme Anexo 4;

10.3.3 A QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA será comprovada mediante apresentação

I – de certidão negativa de falência e concordata/recuperação judicial e extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;

a) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

b) será considerada válida pelo prazo de 180 (cento e oitenta) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

II – do Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, vedada a substituição por balancetes ou balanços provisórios.

a) as sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de 1 (um) ano deverão apresentar o balanço de abertura ou intermediário, conforme o caso;

b) os balanços patrimoniais e demonstrações contábeis deverão ser apresentados de acordo com a legislação e as normas contábeis que regem a matéria;

c) o patrimônio líquido poderá ser atualizado pelo IGPM-FGV quando o balanço estiver encerrado há mais de 3 (três) meses da data da licitação.

10.3.3.1. A licitante deverá comprovar que possui, na data do recebimento do invólucro n.º 5:

I – patrimônio líquido igual ou superior a R\$ 30.000,00 (trinta mil reais).

II – Índice de Solvência Geral – ISG, Índice de Liquidez Corrente – ILC e Índice de Liquidez Geral – ILG maiores do que 1,0 (um);

10.3.3.1.1. Para a comprovação do Patrimônio Líquido e dos índices contábeis, o cálculo sobre o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis do último exercício social deverão ser realizados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.



10.3.3.1.2. A licitante que tiver apresentado resultado igual ou menor do que 1 (um) no cálculo do ISG, ILC e ILG deverá comprovar patrimônio líquido mínimo igual ou superior a R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais).

10.3.3.1.3. Nos cálculos envolvendo moeda (R\$), caso sejam necessários arredondamentos, a segunda casa à direita da vírgula, correspondente aos centavos, será arredondada para cima, quando, na ocorrência de uma terceira casa, esta for maior ou igual a 5 (cinco).

10.3.4 - A licitante também deverá incluir no invólucro n.º 5 declaração elaborada conforme modelo do Anexo 3 – I, afirmando:

- I – conhecimento do instrumento convocatório;
- II – atendimento ao art. 27, inciso V, da Lei 8.666/93;
- III – inexistência de impedimento para a participação;
- IV – elaboração independente da Proposta.

10.4. O CNPJ da licitante deverá ser o mesmo compreendido no cadastro junto à Câmara e/ou em todos os Documentos de Habilitação, não sendo permitido uso de documentos pela matriz quando emitidos para a sua filial e vice-versa.

10.4.1. Excetuam-se da restrição a que se refere o subitem 10.4. os documentos que, por sua própria natureza, forem comprovadamente emitidos somente em nome da matriz ou da filial.

10.5. Não serão aceitos “protocolos de entrega” ou “solicitação de documentos” expedidos por quaisquer órgãos, em substituição aos documentos exigidos neste Edital.

10.6. A licitante que se alegar desobrigada de apresentar qualquer um dos Documentos de Habilitação deverá inserir no invólucro n.º 5 declaração ou certificado expedido por órgão competente ou legislação em vigor que comprovem essa condição.

10.7. A verificação pela Comissão nos sites oficiais das entidades emissoras de certidões constitui meio legal de prova.

10.8. Serão consideradas habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

11. SUBCOMISSÃO TÉCNICA



11.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitações da CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e do julgamento das Propostas Técnicas.

11.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 3 (três) membros formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

11.2.1. Um dos membros da Subcomissão Técnica não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a CÂMARA.

11.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorrerá por sorteio, em sessão pública, dentre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 9 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela CÂMARA.

11.3.1. A relação de nomes será publicada na Imprensa Oficial do Estado de São Paulo e no site da Câmara Municipal, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

11.3.2. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação de nomes, mediante apresentação de justificativa à Comissão.

11.3.2.1. 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.

11.3.2.2. 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 neste item 11.

11.3.2.3. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 11.3.

11.3.2.4. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.



11.3.3. A sessão pública para o sorteio será realizada em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 11.3.1. e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

11.3.4. O sorteio, processado pela Comissão, será realizado em duas etapas:

- I – 1 (um) membro que não tenha vínculo com a CÂMARA;
- II – 2 (dois) membros que tenham vínculo com a CÂMARA.

11.3.5. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

12. SESSÕES DE LICITAÇÃO

12.1 A reunião de licitação será realizada em 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.

12.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da licitação, ocorridos durante as Sessões de Licitação, serão registrados em ata circunstanciada.

12.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 5.2.

12.3. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns dentre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas Técnicas, de Preço e os Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.

12.4. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos à análise e ao julgamento da Subcomissão Técnica, por esta Subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação dos princípios básicos da licitação.

12.5. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.

12.6. A Comissão poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.



12.7. Se os invólucros lacrados das licitantes desclassificadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados da homologação desta Concorrência, prazo depois do qual serão destruídos.

PRIMEIRA SESSÃO

12.8. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

I – identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2.;

II – apresentação à Comissão dos invólucros n.ºs 1, 2, 3 e 4.

III – exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;

IV – rubrica no fecho dos invólucros n.º 2 e n.º 4 e subsequente acondicionamento desses invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e pelos representantes das licitantes;

V – abertura dos invólucros n.ºs 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes.

12.8.1. Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, nenhum outro invólucro, documento ou embalagem será recebido.

12.8.2. O invólucro n.º 1, com a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:

I – não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitante antes da abertura do invólucro n.º 2;

II – não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

12.8.2.1. O não recebimento do invólucro n.º 1 implica o não recebimento dos demais invólucros da licitante e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.

12.8.3. A Comissão, antes da abertura dos invólucros de n.º 1, 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.



12.8.4. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

12.8.5. Se ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos invólucros n.ºs 1 e 3 for constatada ocorrência que possibilite inequivocamente a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros, até que expire o prazo para recursos relativos a esta fase.

12.8.6. Os invólucros n.ºs 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e a responsabilidade da Comissão.

12.8.7. Abertos os invólucros n.ºs 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo, decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

12.8.8. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros n.ºs 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos:

I – encaminhamento, pela Comissão, à Subcomissão Técnica, dos invólucros de n.º 1, com as Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

II – análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

III – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilhas com as pontuações e de justificativas das razões que as fundamentaram em cada caso;

IV – encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros de n.º 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

V – análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

VI – elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativas das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.8.9. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 9.4., I, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.



12.8.9.1. O disposto no subitem 12.8.9. não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos invólucros de n.º 2.

12.8.10. As planilhas previstas nos incisos III e VI do subitem 12.8.8. conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO

12.9. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros n.ºs 1 e 3), as respectivas planilhas de julgamento e os demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- I** – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;
- II** – abertura do receptáculo contendo os invólucros de n.ºs 2 e 4;
- III** – abertura e rubrica do conteúdo dos invólucros de n.º 2 e rubrica no fecho do invólucro n.º 4;
- IV** – cotejo das Vias Não Identificadas (invólucro n.º 1) com as Vias Identificadas (invólucro n.º 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- V** – elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao Plano de Comunicação Publicitária e, separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;
- VI** – proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- VII** – adoção dos procedimentos previstos no subitem 9.6., em caso de empate, após a decisão final, inclusive das Propostas de Preço;
- VIII** – informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação.



TERCEIRA SESSÃO

12.10. A Comissão convocará as licitantes classificadas para participar da terceira sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;
- II - abertura dos invólucros de n.º 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;
- III - julgamento das Propostas de Preço com a identificação das propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- IV - declaração das vencedoras do julgamento final das Propostas, quais sejam, as 5 (cinco) licitantes mais bem classificadas na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;
- V- informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com indicação da ordem de classificação.

QUARTA SESSÃO

12.11. A Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para participar da quarta sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- I – identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;
- II – recebimento e abertura dos invólucros n.º 5, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;
- III – informação de que o resultado da habilitação será divulgado na forma da lei, com indicação dos proponentes habilitados e dos inabilitados;

12.12 Na hipótese de todas as Propostas de Preço serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar às licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novos documentos ou propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.



12.12.1. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste Edital e entregue em sessão pública.

12.13. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente, observado o subitem 1.3.1., homologará e adjudicará seu objeto à licitante vencedora.

13. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

13.1 Dos atos decisórios ou que resultem em aplicação de penalidade cabe recurso, interposto em forma impressa, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.

13.1.1. A intimação dos atos decisórios será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo para decisões sobre o recebimento e o julgamento das Propostas e sobre a habilitação ou a inabilitação de licitantes, se presentes os prepostos das licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata.

13.1.2. A intimação da aplicação da penalidade será realizada por notificação direta à licitante.

13.2. O recurso contra o julgamento das propostas e o recurso contra a habilitação ou a inabilitação de licitantes terá efeito suspensivo e o seu acolhimento importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

13.2.1. A Comissão poderá, motivadamente, atribuir efeito suspensivo ao recurso contra os demais atos.

13.3. A continuidade da sessão de licitação, no caso de interposição de recurso, será comunicada aos interessados por e-mail.

13.4. Os recursos interpostos serão comunicados às partes interessadas, que poderão apresentar contrarrazões no prazo de 5 (cinco) dias úteis a partir do término do prazo do recorrente, sendo-lhes assegurada vistas dos elementos indispensáveis à defesa dos seus interesses.

13.5. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, que poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, para decisão.

13.6. Os recursos interpostos fora do prazo legal e/ou subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pela licitante não serão conhecidos.

ATENÇÃO: O uso de recursos ou de meio meramente protelatórios para tentar impedir o curso normal do processo licitatório é crime tipificado no art. 93 da Lei 8.666/93, sujeitando a licitante às sanções legais e administrativas aplicáveis.



14. PENALIDADES

14.1 Ensejará a aplicação de multa no percentual de 0,5% (meio por cento) sobre a estimativa de despesas previstas no subitem 16.1., sem prejuízo da aplicação de outras penalidades previstas na Lei 8.666/93, a licitante que, convocada dentro do prazo de validade de sua proposta:

- I – recusar-se, injustificadamente, a assinar o contrato;
- II – não atender às condições previstas no subitem 15.2., inviabilizando a contratação.

14.1.1. A multa deverá ser recolhida na CÂMARA no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação, sob pena de execução judicial.

14.1.2. O disposto no subitem 14.1. não se aplica às licitantes remanescentes, convocadas na forma do subitem 15.3.1.

14.2. Ensejará a aplicação de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a CÂMARA, pelo período de 6 (seis) meses até 2 (dois) anos:

- I – a recusa injustificada de assinar o Termo de Contrato;
- II – a não manutenção das condições de habilitação;
- III – a prática de atos ilícitos, visando frustrar os objetivos da licitação;
- IV – a condenação definitiva por prática dolosa de fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- V – a prática de atos ilícitos, demonstrando não ter idoneidade para contratar com a Administração.

14.2.1. A penalidade de suspensão temporária de participação em licitação e o impedimento de contratar poderá ser aplicada sem prejuízo da aplicação da multa prevista no subitem 14.1.

14.3. Poderá ainda ser aplicada a penalidade de Declaração de Inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, na forma do Inciso IV e do parágrafo 3.º do art. 87 da Lei 8.666/93, na ocorrência dos casos do artigo 88 da mesma Lei.

14.4. Não serão aplicadas penalidades na ocorrência de casos fortuitos ou de força maior.



15. CONTRATAÇÃO

15.1 A contratação será formalizada mediante assinatura do contrato, para o que a(s) licitante(s) adjudicatária(s) terá(ão) o prazo de 10 (dez) dias úteis contados a partir do recebimento da respectiva convocação da CÂMARA.

15.2 Como condição para a assinatura do contrato, sem prejuízo das demais disposições previstas neste Instrumento, a(s) licitante(s) adjudicatária(s) deverá(ão) apresentar a documentação exigida na habilitação, porventura vencida após a reunião de licitação, devidamente atualizada.

15.3 A recusa em assinar o contrato ou o não atendimento das condições previstas no subitem 15.2. implica a decadência do direito à contratação, sem prejuízo da aplicação de penalidades previstas no item 14.

15.3.1. A decadência do direito à contratação autoriza a CÂMARA a, independentemente de qualquer aviso ou notificação, revogar a licitação ou convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, observado o subitem 2.6., para, atendendo ao subitem 15.2., assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato.

15.3.2. Não se aplicam às licitantes remanescentes as penalidades previstas no subitem 15.3.

15.4. A(s) licitante(s) adjudicatária(s) terá(ão) o prazo de 20 (vinte) dias, contados da data da publicação do extrato do contrato na imprensa oficial, para apresentar a garantia prevista no item 17.

15.5. Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, assim como os elementos apresentados pelas respectivas licitantes adjudicatárias que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência.

15.6. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado, na forma da Lei 8.666/93, art. 57, inciso II e § 4.º, observada a cláusula segunda do Anexo 5 – Minuta do Contrato.

15.7. A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Sétima e Oitava do Anexo 5 – Minuta do Contrato, consoante os preços estabelecidos em suas respectivas Propostas de Preço.

15.7.1. A forma e as condições de pagamento são as constantes da minuta do contrato.

15.8. As agências deverão centralizar o comando da publicidade da CÂMARA em Santana de Parnaíba, comprovando no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data da assinatura do contrato, que têm nessa cidade ou numa cidade vizinha, estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos profissionais indicados, conforme subitem 4.1.2. do Anexo 5 – Minuta do Contrato:



I – um na área de atendimento;

II – um nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;

16. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

16.1 A soma das despesas com o contrato resultante desta Concorrência está estimada em R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais) por 12 (doze) meses e será executada de acordo com o previsto no subitem 1.3.2.

16.1.1. As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação, correrão por conta dos recursos consignados na dotação orçamentária nº 01.02.00-3.3.90.39-01.031.0003.2003 , Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica, do orçamento vigente e a correspondente rubrica dos orçamentos dos exercícios seguintes.

16.1.2 A CÂMARA se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

17. “DAS GARANTIAS” PARA LICITAR E DO CONTRATO

17.1. A garantia conforme Inciso III, Art. 31, da Lei Federal 8.666/93 alterada pela Lei n.º 8.883/94 será de R\$ 7.000,00 (sete mil reais), referente a **1% (um por cento)** do valor estimado do objeto da contratação, nas mesmas modalidades e critérios previstos no caput e §1º do artigo 56 da Lei 8666/93, a qual deverá ser recolhida no Departamento Financeiro.

17.2. A garantia para licitar deverá ser feita através de carta de fiança bancária ou qualquer das modalidades previstas na Lei, com vigência de no mínimo 60 dias contados a partir da abertura da licitação (entrega dos envelopes). Caso haja prorrogação da data de abertura dos envelopes deverão as empresas participantes observar o prazo de vigência da garantia recolhida.

17.3. A garantia para licitar deverá ser prestada, até o dia 22/05/2015 e até o horário previsto para a entrega dos envelopes). A garantia apresentada em dinheiro ou cheque da pessoa jurídica deverá ser recolhida mediante o prévio preenchimento de guia junto ao Departamento Financeiro desta Câmara.

17.4. Esta garantia será devolvida para os licitantes não qualificados após a adjudicação, permanecendo depositada apenas a da proponente declarada vencedora do certame até a apresentação da garantia do contrato.



17.5. Para a licitante vencedora será exigida garantia para execução do contrato, nas modalidades previstas em Lei, na importância de 3% (três por cento) do valor anual do contrato.

17.6. No prazo de 30 (trinta) dias da assinatura do contrato, a licitante vencedora deverá apresentar garantia, em favor da CÂMARA, correspondente a 3% (três por cento) da estimativa de despesas (subitem 16.1.).

17.7. A garantia deverá ser prestada nos termos da Cláusula Décima Primeira do Contrato, em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei 8.666/93, à escolha das licitantes adjudicatárias.

18. DISPOSIÇÕES FINAIS

18.1. A licitante é responsável pela fidelidade e a legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, de modo que a falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação da licitante que o tiver apresentado.

18.2. É facultada à Comissão ou à autoridade superior efetuar, em qualquer fase da licitação, consultas ou promover diligências com vistas a esclarecer ou complementar a instrução do processo.

18.3. As situações não previstas neste Edital, inclusive as decorrentes de caso fortuito ou de força maior, serão resolvidas pela Comissão ou pela autoridade competente.

18.4. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.

18.4.1. Os prazos estabelecidos neste Edital só se iniciam e vencem em dias de expediente da CÂMARA.

18.5. Este Edital e seus anexos, bem como as Propostas vencedoras, farão parte do Contrato (Anexo 5) como se nele estivessem transcritos.

18.6. O conteúdo deste Edital e de seus anexos, bem como outros documentos que forem emitidos pela CÂMARA e fornecidos às licitantes, são complementares entre si, devendo ser interpretados conforme os princípios que regem as licitações públicas.

18.7. Até a assinatura do contrato, a licitante adjudicatária poderá ser desclassificada ou inabilitada se a CÂMARA tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.



18.8. Se durante a execução dos contratos o instrumento firmado com a contratada for rescindido, a CÂMARA poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta Concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que aceitem as mesmas condições oferecidas pela contratada e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

18.9. 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.

18.10. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a CÂMARA comunicará os fatos verificados ao Ministério Público do Estado de São Paulo para as providências devidas.

18.11. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta Concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer uma de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

18.11.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei 8.666/93.

19. FORO

19.1. É competente o Foro da Comarca de Santana de Parnaíba – São Paulo para processar e julgar quaisquer questões deste Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente.

20. ANEXOS

Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) **ANEXO 1** – CARTA DE CREDENCIAMENTO
- b) **ANEXO 2** – MODELO DE DECLARAÇÃO
- c) **ANEXO 3** – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO
- d) **ANEXO 4** – DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA



e) **ANEXO 5** - MINUTA DE CONTRATO

f) **ANEXO 6** – BRIEFING

Santana de Parnaíba, 01 de abril de 2015.

RONALDO ASCENCIO SANTOS FERREIRA

Presidente



ANEXO I

MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

CARTA DE CREDENCIAMENTO

OBJETO: Representação na licitação promovida pela CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA
Concorrência n.º 001/2015

Por meio da presente carta, credenciamos o(a)
Senhor(a)

....., portador(a) da Cédula de Identidade
RG n.º

.....e do CPF/MF n.º a participar da Licitação instaurada
pela CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA, na modalidade Concorrência n.º 001/2015, na
qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, outorgando-lhe poderes para pronunciar-se
em nome da Empresa

....., inscrita no CNPJ n.º, bem como para retirar
editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura
dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular
impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar
preços e praticar todos os demais atos inerentes ao certame.

.....,de de
2015. OUTORGANTE

Carimbo/CNPJ e assinatura do Representante Legal da empresa
Identificação do Cargo/Função do Firmatário.



ANEXO 2

MODELO DE DECLARAÇÃO

Referência: Licitação promovida pela CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA
Concorrência n.º 001/2015

(.....Empresa.....) inscrita no CNPJpor intermédio de seu representante o(a)
Senhor(a)

....., portador(a) da Carteira de Identidade RG. n.º
..... e do CPF/MF n.º....., DECLARA sob as penas da lei:

1) Ter conhecimento do instrumento convocatório; ter recebido o invólucro n.º 1, assim como todos os documentos e informações necessários à participação na Concorrência, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;

2) Atendimento ao art. 27, inciso V, da Lei 8.666/93: que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos.

() Ressalva: contrata menor, a partir de 14 (quatorze) anos, na condição de aprendiz. (em caso afirmativo, assinalar).

3) Inexistência de impedimentos para a participação: que não incorre em nenhum dos casos relacionados no item 2.2. deste Edital.

4) Elaboração independente de Proposta:

a) Que a Proposta apresentada foi elaborada de maneira independente;



b) Que a intenção de apresentar a Proposta elaborada para participar desta Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de nenhum outro participante potencial ou de fato desta Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato desta Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) Que o conteúdo da Proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato desta Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação, e;

e) Que o conteúdo da Proposta apresentada para participar desta Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Câmara Municipal antes da abertura oficial das propostas.

..... , de..... de 2015.

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA
IDENTIFICAÇÃO DO CARGO/FUNÇÃO DO FIRMATÁRIO.



ANEXO 3

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

Referência: Licitação promovida pela CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA
Concorrência n.º 001/2015

Nome empresarial da licitante:

CNPJ n.º.....

Endereço, telefone e e-mail:

.....

Validade da proposta.....(.....) dias (no mínimo 60 dias), a partir da data de sua apresentação.

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência n.º 001/2015 promovida pela CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA, serão cobrados os seguintes honorários:

- a) Honorários de.....% (.....) sobre os custos externos de produção de serviços especiais (no máximo 15% e no mínimo 10%).
- b) Em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, com um desconto de% (..... por cento) (desconto máximo de 30%).
- c) Honorários de.....% (.....) sobre serviços de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, quando realizadas externamente (honorários máximos de 20% e mínimos 10% sobre o custo de tais serviços).



CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA

Estado de São Paulo



O preço proposto contempla todos os custos e despesas necessários à plena execução do contrato, tais como de pessoal e de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas etc.) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear da CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA a esse título.

Declaramo-nos cientes de que a CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

O desconto de agência ou os honorários de mídia serão pagos à agência que intermediar a compra de espaço/tempo publicitários, pelos veículos de comunicação, na base de 20% sobre o valor da mídia efetivamente negociada, sendo que o veículo emitirá sua fatura contra a CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA correspondente à chamada "parte líquida", sendo a 80% do valor da mídia, e a agência emitirá os restantes 20% contra a CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA

Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais, estabelecidas na Cláusula Nona da Minuta de Contrato (ANEXO 5).

.....,dede 2015.

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA IDENTIFICAÇÃO DO CARGO/FUNÇÃO DO FIRMATÁRIO

OBSERVAÇÃO: a Proposta de Preço deverá ser elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por seu representante, cuja competência para a prática desse ato deverá ser documentalmente comprovada.



ANEXO 4

DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Declaramos para os devidos fins que a empresa (nome), inscrita no CNPJ sob n.º

....., estabelecida à (endereço da licitante), fornece(u) / executa(ou) para (nome e CNPJ da

empresa emitente), estabelecida à (endereço da empresa emitente), no período de/...../..... a

...../...../..... o(s) serviço(s) abaixo especificado(s):

SERVIÇO(S):

..... de de 2015.

CARIMBO/CNPJ E ASSINATURA DA EMPRESA EMITENTE

ATENÇÃO: não serão aceitas declarações emitidas para agências de propaganda, ou para suas respectivas filiais, que não sejam aquelas que efetivamente tenham assinado o contrato com a emitente.



ANEXO 5

MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO N.º...../2015 PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

A CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA, inscrita no CNPJ/MF sob n.º 59.043.513/0001-22 doravante denominada simplesmente CÂMARA, representada, neste ato, por seu Presidente, Sr. XXXXXXXXXXXXXXXX, carteira de identidade RG. n.º-SSP/SP e inscrito no CPF/MF n.º....., e de outro lado,, inscrita no

CNPJ/MF sob n.º, com sede em, doravante denominada simplesmente

CONTRATADA, por seu(s) representante(s) legal(is)carteira de identidade

RG. n.º e CPF/MF n.º....., resolvem de comum acordo firmar
o

presente CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, doravante designado simplesmente CONTRATO, que será regido pelas seguintes cláusulas:



1. CLAÚSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1. O presente instrumento tem origem na Concorrência n.º 001/2015, à qual se encontra vinculado, e tem por objeto a contratação da prestação de serviços técnicos, no gerenciamento de todos os processos relacionados à divulgação das atividades institucionais da CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA, prestados por intermédio de agência de propaganda à CÂMARA.

1.1.1. Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de comunicação.

1.1.1.1. Também integram o objeto deste CONTRATO, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

I – à produção e à execução técnica das peças e projetos criados;

II – ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimento relacionados a determinada ação publicitária;

a) As pesquisas de *recall* serão realizadas somente quando solicitadas pela CÂMARA para campanhas que vierem a ser produzidas.

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

1.1.1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.1.1.1., II, terão a finalidade de:

I – gerar conhecimento sobre o ambiente de atuação da CÂMARA, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

II – aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;

III – possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática para a ação publicitária.

1.2. Não estão abrangidas por esta contratação as atividades de promoção, patrocínio,



relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 1.2 o patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

1.3. A CONTRATADA atuará apenas de acordo com solicitação da CÂMARA.

1.4. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto deste CONTRATO.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – DA VIGÊNCIA

2.1. O período de vigência deste CONTRATO será de 12 (doze) meses, contados da data de assinatura.

2.2. Este CONTRATO poderá ser prorrogado, nos termos da lei, tantas vezes quanto a Lei Federal 8.666/93 o permitir, desde que atendidos os requisitos dos §§ 2.º e 4.º do art. 57 desta Lei.

2.2.1. A decisão sobre a prorrogação observará o resultado das avaliações semestrais previstas no subitem 6.4.

2.2.2. As prorrogações serão formalizadas por meio de Termo Aditivo e publicadas na imprensa oficial.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1. As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA por meio da Concorrência n.º 001/2015, por 12 (doze) meses de vigência contratual, estão estimadas em R\$ 700.000,00 (setecentos mil reais) e correrão pela seguinte conta orçamentária: 01.02.00-3.3.90.39-01.031.0003.2003 Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica, suplementado, se necessário.

3.2. A CÂMARA reserva-se o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.



4. CLAUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

4.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes:

4.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

4.1.1.1. Os serviços indicados no subitem 1.1.1. deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada na Concorrência n.º 001/2015, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação prévia à CÂMARA.

4.1.1.2. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar seus representantes em outros Estados ou cidades, desde que tenham experiência equivalente ou superior à dos indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica, para executar os serviços de planejamento e criação ou outros complementares ou acessórios pertinentes a este CONTRATO, observado o atendimento às condições contratuais.

4.1.3. O desempenho da CONTRATADA será permanentemente verificado pela CÂMARA.

4.1.4. Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste CONTRATO, de acordo com os prazos e as demais especificações estipulados pela CÂMARA.

4.1.4.1. A CONTRATADA executará os serviços indicados no subitem 1.1.1. diretamente, com seus próprios recursos

4.1.4.2. A CONTRATADA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1.1.1., fornecedores de serviços especializados.

4.1.4.2.1. A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização da CÂMARA e implica a atuação da CONTRATADA por conta e ordem da CÂMARA.

4.1.4.2.2. A CÂMARA deverá ser previamente informada e consultada na contratação de veículos de divulgação.

4.1.4.2.3. Cabe à CONTRATADA efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ter sido



realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pela CÂMARA.

4.1.5. Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pela CÂMARA, respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os danos e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

4.1.5.1. Alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados à CÂMARA, devendo a CONTRATADA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

4.1.5.1.1. A culpa do fornecedor de serviços especializados, do veículo de distribuição ou da CONTRATADA, que repercute na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e dos pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

4.1.5.1.2. O aumento de despesas ou a perda de descontos para a CÂMARA, gerados em decorrência de ação culposa da CONTRATADA, deverá ser ressarcido pela CONTRATADA à CÂMARA em até 2 (dois) dias úteis contados do recebimento da notificação de ressarcimento por esta encaminhada.

4.1.5.1.2.1. Se o ressarcimento não for realizado no prazo indicado no subitem 4.1.5.1.2., o valor poderá ser glosado pela CÂMARA ou descontado da garantia contratual, acrescido da atualização monetária desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação *pro rata tempore* do IGPM (FGV).

4.1.6. Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação da CÂMARA e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

4.1.7. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

4.1.7.1. Pertencem à CÂMARA, devendo-lhes ser transferidas as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação realizada diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

4.1.7.1.1. O disposto no subitem 4.1.7.1. não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

4.1.7.1.2. A CONTRATADA não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CÂMARA, 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.

4.1.7.2. Nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CÂMARA, a CONTRATADA deverá negociar sempre as melhores condições de preço, observados os percentuais máximos constantes do subitem 9.2.1.



4.1.8. Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados à CÂMARA: I – Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores;

II – Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados na CÂMARA ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

a) A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações deverá ser previamente justificada à CÂMARA, por escrito, para decisão sobre a contratação.

III – exigir do fornecedor que a cotação seja apresentada no original, em papel timbrado e que:

a) Contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

b) Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitário e total e, sempre que necessário, suas especificações;

c) Seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no Cadastro de Contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

IV – informar, por escrito, os fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Nona para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos;

4.1.8.1. Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste CONTRATO, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CÂMARA.

4.1.8.2. A CÂMARA procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

4.1.8.3. Se e quando julgar conveniente, a CÂMARA poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

4.1.8.4. As disposições do subitem 4.1.8. não se aplicam à compra de mídia.

4.1.8.5. As condições do subitem 4.1.8. I e II, não se aplicam à contratação de fornecedor exclusivo de serviço especializado.



4.1.9. Encaminhar, após a aprovação do serviço pela CÂMARA e sem ônus para esta, as seguintes cópias de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga:

I – TV e cinema: cópias em Betacam e/ou DVD e/ou arquivos digitais;

II – Internet: cópias em CD;

III – Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;

IV – Mídia impressa e materiais publicitários: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, finalizados, sendo uma cópia aberta e uma fechada.

4.1.9.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, se garantido o atendimento à solicitação da CÂMARA.

4.1.9.2. Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela CÂMARA.

4.1.9.3. Caso as mídias indicadas nos incisos I a IV do subitem 4.1.9. se tornem tecnologicamente obsoletas, a CÂMARA indicará mídia substituta para envio da cópia das peças produzidas.

4.1.10. Disponibilizar à CÂMARA informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

4.1.11. Produzir e entregar em meio impresso, assim como em CD ou em DVD ou outro meio magnético indicado pela CÂMARA, *portfólio* dos trabalhos a esta realizados.

4.1.11.1. O *portfólio* deverá ser entregue semestralmente, até o final dos meses de janeiro e julho, e abranger todas as ações realizadas neste CONTRATO durante o ano civil em curso ou anterior.

4.1.11.1.1. No final da vigência deste CONTRATO, deverá ser entregue um *portfólio* com os trabalhos realizados após a entrega do *portfólio* anterior.

4.1.11.2. O *portfólio* deverá ser apresentado conforme modelo sugerido pela CONTRATADA e previamente aprovado pela CÂMARA.

4.1.12. Entregar à CÂMARA cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 6 do mês subsequente ao do pagamento realizado pela CÂMARA.

4.1.13. Entregar à CÂMARA, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme



modelo definido pela CÂMARA.

4.1.14. Registrar em Relatórios de Acompanhamento as demandas recebidas da CÂMARA e as atividades realizadas pela CONTRATADA em relação a cada uma das ações em desenvolvimento.

4.1.14.1. O relatório de acompanhamento deverá ser assinado e enviado à CÂMARA no dia útil seguinte à realização do contato com a CÂMARA, com o veículo ou com o fornecedor e, em caso de incorreção, reenviado devidamente corrigido em até 2 (dois) dias úteis, a contar do recebimento da solicitação de correção.

4.1.15. Registrar em Relatórios de Atendimento os *briefings* para o desenvolvimento de cada ação.

4.1.15.1. O Relatório de Atendimento deverá ser assinado e enviado à CÂMARA em até 2 (dois) dias úteis após o atendimento realizado e, em caso de incorreção, reenviados devidamente corrigidos no mesmo prazo, a contar da data do recebimento da solicitação de correção.

4.1.16. Elaborar, sempre que solicitado pela CÂMARA, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

4.1.17. Prestar, às suas expensas, os seguintes serviços:

I – criação e manutenção de acervo da propaganda da CÂMARA, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

II – criação e manutenção de banco de imagens, em meio virtual, com as fotos e as imagens produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.

4.1.17.1. A agência reunir-se-á com a CÂMARA em até 15 (quinze) dias a contar do início da vigência do CONTRATO para apresentar proposta para o banco de imagens e para o acervo de propaganda, compreendendo, entre outros itens, as especificações técnicas, a sistemática de navegação e de filtros de pesquisa e os formatos dos arquivos.

4.1.17.1.1. Aprovada pela CÂMARA, a proposta passará a integrar este CONTRATO, ressalvada a possibilidade de ajustes, sempre que necessários à manutenção do banco/acervo virtual.

4.1.17.2. A CONTRATADA, por meio deste CONTRATO, transfere à CÂMARA a propriedade do sistema tecnológico referente ao banco/acervo virtual, incluído seu código-fonte.

4.1.17.3. O banco/acervo virtual deverá estar funcionando em até 90 (noventa) dias a partir do



início da vigência deste CONTRATO.

4.1.18. Prestar esclarecimentos à CÂMARA sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

4.1.19. Não caucionar ou utilizar este CONTRATO como garantia para qualquer operação financeira.

4.1.20. Manter, durante a execução deste CONTRATO, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, entre as quais a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4.º e seu parágrafo 1.º da Lei 12.232/2010.

4.1.20.1. Em não se comprovando a manutenção das condições de habilitação, a CONTRATADA terá 30 (trinta) dias para regularizar a situação, contados da notificação da CÂMARA, prazo após o qual poderá ser promovida a rescisão contratual.

4.1.21. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando exigido por norma, com relação a empregados de fornecedores contratados.

4.1.22. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste CONTRATO, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos, e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

4.1.22.1. A CONTRATADA é responsável por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

4.1.22.2. Sempre que solicitado pela CÂMARA, a CONTRATADA deverá apresentar a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

4.1.23. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado previsto no subitem 3.1., facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.

4.1.24. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados.

4.1.25. Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste CONTRATO.



4.1.25.1. A CONTRATADA também responderá por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção aos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar a CÂMARA e de mantê-la excluída da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

4.1.25.1.1. Havendo condenação contra a CÂMARA, a CONTRATADA lhe reembolsará as importâncias que tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo da apuração das demais responsabilidades cíveis, penais e administrativas envolvidas.

4.1.26. Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes, responsabilizando-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

4.1.27. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (cinco) anos após a extinção deste CONTRATO.

5. CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CÂMARA

5.1. Constituem obrigações da CÂMARA, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes:

5.1.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA, observado o subitem 4.1.5. e respectivos subitens.

5.1.2. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

5.1.3. Fiscalizar a execução deste CONTRATO e subsidiar a CONTRATADA com informações e/ou comunicações úteis e necessárias ao melhor e fiel cumprimento das obrigações.

6. CLÁUSULA SEXTA – DA EXECUÇÃO, GESTÃO E AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS

6.1. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço objeto deste CONTRATO após sua respectiva aprovação formal pela CÂMARA.

6.1.1. A CÂMARA poderá acompanhar a execução dos serviços contratados, juntamente com um representante credenciado pela CONTRATADA.



6.1.2. A aprovação dos serviços não afasta a responsabilidade da CONTRATADA quanto à sua perfeita execução.

6.2. Os serviços contratados poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao especificado.

6.2.1. A não aceitação de serviços objeto deste CONTRATO, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CÂMARA.

6.2.1.1. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que o serviço, quando não aceito, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado a suas expensas e nos prazos estipulados pela CÂMARA, observado o subitem 4.1.5.

6.3. A gestão deste CONTRATO pela CÂMARA será realizada pelos seguintes departamentos:

I – Divisão de Compras, Licitações e Contratos;

II – Secretaria de Comunicação.

6.3.1. A gestão e a fiscalização deste CONTRATO em nada restringem a responsabilidade da CONTRATADA pela execução dos serviços.

6.3.2. A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste CONTRATO, fornecendo informações, propiciando acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e às exigências apresentadas pela fiscalização.

6.3.3. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CÂMARA ou auditoria externa por esta indicada tenha acesso a todos os documentos que digam respeito à execução deste CONTRATO.

6.3.4. Serão anotadas e registradas todas as ocorrências relacionadas com a execução contratual, cabendo à CONTRATADA atender, no prazo estipulado pela CÂMARA, às determinações para regularização das faltas ou defeitos observados.

6.4. A CÂMARA realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos, dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA e do atendimento ao subitem 4.1.7.

6.4.1. Sem prejuízo de outras finalidades com objetivo semelhante ou complementar, a avaliação semestral será considerada instrumento para:

I – solicitar à CONTRATADA a melhora da qualidade dos serviços prestados;



II – subsidiar decisão sobre prorrogação e rescisão contratuais;

III – subsidiar declaração sobre desempenho da CONTRATADA.

7. CLÁUSULA SÉTIMA – DA REMUNERAÇÃO

7.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada por honorários de.....% (.....), incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças e/ou materiais.

7.1.1. Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores.

7.2. Pelos serviços de criação e execução interna, a CONTRATADA receberá o valor correspondente indicado na Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, então em vigor, com um desconto de% (..... por cento).

7.3. Honorários incidentes sobre os custos dos serviços de desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias, quando realizadas externamente e intermediadas pela CONTRATADA.

7.4. Serão ressarcidas as despesas referentes aos serviços de planejamento e execução de pesquisas, inclusive de pré-testes e *recall* de campanha executados neste contrato, com o mesmo percentual indicado no subitem 7.1.

7.5. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratadas, na cidade de Santana de Parnaíba e em cidades vizinhas desta última, serão de responsabilidade da CONTRATADA.

8. CLÁUSULA OITAVA – DESCONTO DE AGÊNCIA

8.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Sétima, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da Lei n. 4.680/65 e com o art. 7.º do Regulamento para execução da Lei n.º 4.680/65 (Decreto n.º 57.690/66).

8.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CÂMARA, nos termos do art. 19 da Lei n.º 12.232/2010.

8.2. A CONTRATADA repassará à CÂMARA o valor correspondente a% (.... por cento) do valor da mídia efetivamente contratada sobre o valor acertado para cada veiculação,



correspondente ao repasse parcial dos honorários de veiculação, pagos pelos Veículos de Comunicação à agência de publicidade.

9. CLÁUSULA NOVA – DOS DIREITOS AUTORAIS

9.1. A CONTRATADA cede à CÂMARA os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste CONTRATO.

9.1.1. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país do mundo.

9.1.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas nas cláusulas sétima e oitava.

9.1.3. Os direitos patrimoniais cedidos poderão ser usados pela CÂMARA em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.

9.2. Quando for necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quanto à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.

9.3. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.

9.4. A CÂMARA será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento deste CONTRATO, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

9.4.1. É garantida à CÂMARA a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade da CONTRATADA e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução deste CONTRATO, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.



10. CLÁUSULA DÉCIMA – DA LIQUIDAÇÃO E DO PAGAMENTO DE DESPESAS

10.1. Para liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela CÂMARA, a CONTRATADA deverá apresentar:

I – a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA, contendo o número deste CONTRATO e os seguintes dados da CONTRATADA:

Banco (nome e número)

Agência (nome e número)

Conta-corrente (número com dígito – se houver)

a) Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas tempestiva e formalmente à CÂMARA, ficando a CONTRATADA responsável pelos prejuízos decorrentes da falta ou intempestividade da informação.

b) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais e na conta-corrente utilizada para pagamento à CONTRATADA deverá ser o CNPJ da CONTRATADA constante do preâmbulo deste CONTRATO.

c) Quando referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou a produção do serviço e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.

II – a primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviço especializado ou do veículo:

a) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.



III – os documentos comprobatórios da execução dos serviços especializados e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega;

IV – os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua respectiva tabela de preços, da descrição dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus para a CÂMARA.

a) Na ocorrência de falha em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso IV, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

10.1.1. O comprovante de veiculação a que se refere o subitem 10.1, IV é constituído por:

I – revista e anuário: exemplar original;

II – jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça;

III – demais meios: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente ou por um dos seguintes documentos:

a) TV, rádio e cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

i. Como alternativa ao procedimento previsto na alínea “a”, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea “a” deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento “composto” contenha todas as informações previstas na alínea “a”.

b) Mídia exterior:

i. Mídia *Out Of Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar os foros, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;



ii. Mídia Digital *Out Of Home*: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

iii. Carro de som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente acompanhado do *print* da tela.

10.1.1.1. As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nas alíneas “a”, “b”, e “c” do subitem 10.1.1., III, serão estabelecidas formalmente pela CÂMARA, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

10.1.2. Compete ao Gestor do contrato a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados de que trata o artigo 15 da Lei no 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pela CONTRATADA à CÂMARA.

10.2. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços para liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA ao Setor Financeiro da CÂMARA.

10.2.1. Caso seja constatado erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, a CÂMARA, a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

10.2.1.1. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

10.2.1.2. A CÂMARA não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste CONTRATO.

10.3. Antes da efetivação dos pagamentos, será verificada a comprovação de regularidade da CONTRATADA referente à:



I – Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS;

II – Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social – CND;

III – Certidão Conjunta de Regularidade com a Fazenda Federal (Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União);

IV – Certidões negativas de tributos estaduais e municipais emitidas pelos respectivos órgãos; V – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

10.3.1.A CONTRATADA apresentará à CÂMARA os documentos comprobatórios de manutenção de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.

10.3.2. A não apresentação ou a irregularidade dos documentos listados no subitem 10.3 não acarretará retenção do pagamento. Entretanto, a CONTRATADA será comunicada quanto à apresentação de tais documentos em até 30 (trinta) dias, sob pena de rescisão contratual e demais penalidades cabíveis.

10.4. A CÂMARA efetuará o pagamento conforme calendário abaixo: DATA DE ATESTO DA NF PAGAMENTO:

De 1 a 5	25.º dia do mês
De 6 a 10	27.º dia do mês
De 11 a 17	30.º dia do mês
De 18 a 25	18.º dia do mês seguinte
De 26 a 31	23.º dia do mês seguinte

10.4.1. O atesto somente será realizado mediante a comprovação do cumprimento pela CONTRATADA de todas as condições pactuadas e ocorrerá em cinco dias úteis após a entrega da documentação pertinente, observado o subitem 14.9.

10.4.1.1. Para efeito de contagem do prazo de atesto, a documentação recebida após as 17 horas será considerada entregue no dia útil subsequente.



10.4.2. Havendo disponibilidade e interesse da CÂMARA, bem como solicitação da CONTRATADA, o pagamento eventualmente poderá ser antecipado, mediante desconto, nos termos do art. 40, XIV, "s" da Lei 8.666/93 e nas regras estabelecidas pela CÂMARA.

10.4.3. Havendo atraso no pagamento pela CÂMARA, o valor devido será corrigido financeiramente, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação *pro rata tempore* do IGPM (FGV).

10.5. A CÂMARA não acata cobrança por meio de duplicatas ou qualquer outro título em bancos ou outras instituições do gênero.

10.6. A CÂMARA não é obrigada a pagar nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

10.7. Correrão por conta da CONTRATADA o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.

10.8. A CÂMARA, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigada pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA GARANTIA

11.1. A CONTRATADA prestará garantia, em favor da CÂMARA, no valor de **R\$ 0.000,00** (xxxxxxxxxxx), correspondente a 3% (três por cento) sobre o valor estimado no subitem 3.1, no prazo de 30 (trinta) dias contados a partir da data de assinatura do CONTRATO.

11.1.1. Caso não apresentada a garantia no prazo indicado, o valor correspondente poderá ser retido, nos mesmos termos do subitem 12.1.2.2., para constituição da garantia sob a modalidade de caução em dinheiro.

11.1.2. O valor retido para constituição da garantia não afasta a aplicação da penalidade prevista no subitem 12.1. II, "d", pelo atraso ocorrido até a data de sua integral constituição.

11.1.3. A validade da garantia deve corresponder ao período de vigência deste CONTRATO, acrescido de 90 dias.

11.1.4. A CONTRATADA poderá, a qualquer tempo, solicitar a substituição da garantia contratual por outra modalidade prevista na Lei 8.666/93.



11.2. A garantia deverá ser prestada em uma das seguintes modalidades, à escolha da CONTRATADA:

I – Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, devendo estes ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda;

a) A caução deverá ser depositada em nome da CÂMARA, conforme dados abaixo:

BANCO: (denominação)

AGÊNCIA: (N.º)

CONTA CORRENTE: (N.º)

II – Seguro-garantia; III – Fiança bancária.



11.2.1. Se a opção da garantia recair em seguro-garantia ou fiança bancária, no título apresentado deverá constar expressamente:

I – cobertura da responsabilidade decorrente de aplicação de multas de caráter punitivo;

II – vigência da garantia, observado o prazo previsto no subitem 11.1.3.;

III – cláusula de renúncia do fiador aos benefícios dos art. 827 e 835 do Código Civil Brasileiro; IV – o prazo máximo de pagamento da indenização de 30 (trinta) dias.

11.2.1.1. Quando apresentada em seguro-garantia ou fiança bancária, a CONTRATADA poderá apresentar mais de uma apólice para o atendimento integral das obrigações contratadas.

11.2.1.2. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contiverem cláusulas contrárias aos interesses da CÂMARA.

11.2.1.3. A Carta de Fiança ou a Apólice de Seguro-Garantia deverá ser acompanhada do rol exaustivo da documentação necessária à caracterização do sinistro para fins de indenização.

11.3. A CONTRATADA se obriga a complementar o valor da garantia em até 72 (setenta e duas) horas contadas da data da notificação da CÂMARA, nos casos de uso, total ou parcial, do valor da garantia, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este CONTRATO, incluída a indenização a terceiros.

11.4. A garantia deverá ser renovada, na hipótese de prorrogação deste CONTRATO, ou atualizada no caso de alteração do valor contratual, em até 10 (dez) dias úteis contados da assinatura do respectivo Termo Aditivo.

11.5. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 90 (noventa) dias, após o término do prazo de vigência deste CONTRATO, mediante certificação, pela CÂMARA, de que os serviços foram realizados a contento e desde que tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

11.5.1. Na restituição de garantia realizada por caução em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação *pro rata tempore* do IGPM (FGV), verificada entre a data da prestação efetiva e a da devolução.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

12.1. Pela inexecução total ou parcial deste CONTRATO, poderão ser aplicadas à



CONTRATADA as seguintes sanções, sem prejuízo da reparação dos danos causados à CÂMARA:

I – Advertência por descumprimento de qualquer obrigação contratual. II – Multa:

- a) Não realização, no prazo definido pela CÂMARA, de ação publicitária cuja data ou período de implantação se constitua elemento imprescindível à eficácia da comunicação: 10% (dez por cento) sobre o valor da veiculação e/ou produção não realizada;
- b) Atraso na implantação da estrutura em Santana de Parnaíba, na alocação dos profissionais nessa estrutura ou no início da operação (o que é dispensado se a CONTRATADA estiver sediada em cidade vizinha):
 - i. No período até o 60.^o (sexagésimo) dia de atraso: 0,01% (um décimo de centésimo por cento), por irregularidade, sobre o valor previsto no subitem 3.1., por dia de atraso;
 - ii. Após o 60.^o (sexagésimo) dia de atraso: multas indicadas nos subitens 12.1, II, b, “i” e “ii” e rescisão contratual.
- c) Não quitação dos compromissos com fornecedores de serviços especializados e veículos, no prazo estabelecido no subitem 4.1.4.2.3.:
 - i. No período até o 15.^o (décimo quinto) dia de inadimplência: 0,04% (quatro décimos de centésimo de por cento) do valor previsto no subitem 3.1, por dia de atraso;
 - ii. No período entre o 16.^o (décimo sexto) e o 30.^o (trigésimo) dia de inadimplência: 0,08% (oito décimos de centésimo por cento) do valor previsto no subitem 3.1, por dia de atraso;
 - iii. Após o 30.^o (trigésimo) dia de inadimplência: multas indicadas nos subitens 12.1,II, c, “i” e “ii” e rescisão contratual.
- d) Atraso na apresentação, reposição, complementação ou atualização da garantia de execução contratual:
 - i. No período até o 10.^o (décimo) dia útil de atraso, 1,0% (um por cento) do valor da garantia devida, por dia de atraso, até o limite de 10 (dez) dias úteis;
 - ii. Após o 10.^o (décimo) dia útil de atraso, 50% (cinquenta por cento) do valor da garantia devida e rescisão contratual.
- e) Rescisão unilateral deste CONTRATO por aplicação das hipóteses do subitem 13.1.1. e da Lei 8.666/93, art. 78, inciso I a XI e inciso XVIII: 0,5% (meio por cento) do valor previsto no



subitem 3.1.

III – Suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a CÂMARA por período não superior a 2 (dois) anos, nos seguintes casos:

- a) Não manutenção de situação regular em relação à Documentação de Habilitação;
- b) Se a CONTRATADA der causa à rescisão unilateral deste CONTRATO, por descumprimento de suas obrigações;
- c) Apresentação de documentos falsos ou falsificados;
- d) Cometimento de falhas ou fraudes na execução deste CONTRATO.

IV – declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo previsto no parágrafo 3.º, do art. 87, da Lei 8.666/93, que será aplicada nos seguintes casos:

- a) Condenação definitiva por prática dolosa de fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- b) Prática de atos ilícitos, visando a frustrar os objetivos da contratação;
- c) Demonstração de que não possui idoneidade para contratar com a Administração Pública.

12.1.1. As multas previstas no subitem 12.1, II são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente.

12.1.1.1. Caso o valor total das multas aplicadas ultrapasse 3% (três por cento) do valor indicado no subitem 3.1, a CÂMARA poderá iniciar o processo de rescisão contratual.

12.1.1.2. O valor da multa deverá ser recolhido em até 2 (dois) dias úteis, em qualquer agência da Caixa Econômica Federal (Banco-104) – agência 3336 -conta corrente nº 06-000014-5, tendo como beneficiária a CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA, prazo após o qual, não havendo sua comprovação, poderá ser executado alternativamente:

I – dos créditos decorrentes deste CONTRATO, até o limite dos prejuízos causados à CÂMARA;



II – dos créditos existentes em outros contratos, porventura vigentes entre a CÂMARA e a CONTRATADA, até o limite dos prejuízos causados; ou

III – da execução da garantia contratual, para ressarcimento da CÂMARA dos valores das multas e indenizações a ela devidos.

12.1.1.3. O valor previsto no subitem 3.1. será atualizado nos termos do subitem 3.1.1, para efeito do cálculo da multa.

12.1.2. A suspensão temporária de participação em licitação e o impedimento de contratar com a CÂMARA poderão também ser aplicados nos casos previstos nas alíneas do subitem 12.1, IV.

12.1.3. A penalidade de advertência e a penalidade de multa poderão ser aplicadas individualmente ou em conjunto com qualquer outra penalidade prevista no item 12.

12.1.4. Não serão aplicadas penalidades por ato decorrente de caso fortuito ou força maior, devidamente comprovado.

12.2. As penalidades serão aplicadas com observância aos princípios da ampla defesa e do contraditório.

12.2.1. A notificação de irregularidade será efetuada por ciência no processo, por via postal, com aviso de recebimento, por telegrama, ou por outro meio que assegure a certeza da ciência do interessado.

12.2.1.1. Caso não seja possível a entrega da notificação ao contratado, pelos meios descritos no subitem 12.2.1., esta poderá ser feita mediante publicação na imprensa oficial.

12.2.1. A notificação indicará o local onde será concedida vista do respectivo processo, sendo facultado à CONTRATADA transcrevê-lo ou fotocopiá-lo, total ou parcialmente, vedada sua retirada do âmbito da CÂMARA.

12.2.2. A CONTRATADA terá 5 (cinco) dias úteis, contados do recebimento da notificação, para apresentar defesa perante a autoridade administrativa que emitiu a notificação, mediante peça escrita contendo as razões de defesa acompanhada, se houver, da respectiva documentação comprobatória.

12.2.2.1. O prazo para apresentação de defesa em caso da declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será de 10 (dez) dias.

12.2.2.3.2. A CONTRATADA poderá apresentar recurso contra a aplicação de penalidade, mediante instrumento dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato



recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, ou fazê-la subir devidamente informada, para decisão pela autoridade superior.

12.2.3.3. A procedência da defesa implica o arquivamento do processo, e a sua improcedência, a aplicação da(s) penalidade(s) pertinente(s).

12.3. A aplicação das penalidades administrativas não exime a responsabilidade civil e penal da CONTRATADA.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA RESCISÃO CONTRATUAL

13.1. Este contrato poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, pelos motivos previstos no art. 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei no 8.666/93, assim como se a CONTRATADA:

- I – utilizar este contrato em qualquer operação financeira;
- II – for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam sua capacidade econômico-financeira;
- III – não mantiver suas condições de habilitação;
- IV – deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- V – não prestar garantia nos termos contratualmente previstos;
- VI – for envolvida em escândalo público e notório;
- VII – quebrar o sigilo profissional;
- VIII – utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informação não divulgada ao público e à qual tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- IX – motivar a suspensão dos serviços;



X – atrasar por mais de 60 dias a implantação da estrutura em Santana de Parnaíba ou em município vizinho, a alocação dos profissionais nessa estrutura ou o início da operação de atendimento publicitário;

XI – não quitar os compromissos com fornecedores de serviços especializados e veículos, configurando inadimplência superior a 30 dias da obrigação constante do subitem 4.1.4.2.3.

13.1.1. Exceto quando se tratar de caso fortuito, força maior ou razões de interesse público, a rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, a retenção:

I – dos créditos decorrentes deste contrato, até o limite dos prejuízos causados à CÂMARA;

II – dos créditos existentes em outros contratos, porventura vigentes entre a CÂMARA e a CONTRATADA, até o limite dos prejuízos causados; ou

III – a execução da garantia contratual, para ressarcimento da CÂMARA dos valores das multas e indenizações a ela devidos.

13.1.2. Caso a retenção não possa ser efetuada, no todo ou em parte, na forma prevista no subitem 13.1.1., a CONTRATADA será notificada para, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da notificação, recolher o respectivo valor em agência Caixa Econômica Federal (Banco-104) – agência 3336 -conta corrente nº 06-000014-5.

13.1.3. Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à CÂMARA decidir justificadamente sobre a continuidade deste CONTRATO.

13.2. A rescisão, por algum dos motivos previstos no subitem 13.1., não dará à CONTRATADA direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, com exceção do que estabelece o art. 79, parágrafo 2.º, da Lei 8.666/93.

13.3. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do Processo Administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

13.4. A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

13.5. A revogação deste contrato poderá ser aplicada juntamente com as demais penalidades previstas na Cláusula Décima Segunda.



14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DISPOSIÇÕES GERAIS

14.1. A CONTRATADA deverá se guiar pelo Código de Ética dos Profissionais da Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com as normas que regulam essa atividade, inclusive as normas éticas, estabelecidas pelo Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária.

14.2. A CÂMARA providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos na imprensa oficial, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei 8.666/93.

14.3. As alterações contratuais serão promovidas em conformidade com a Lei 8.666/93.

14.4. Além das disposições contidas neste CONTRATO, também é aplicável a Lei 12.232/2010 e complementarmente as Leis 4.680/65 e 8.666/93, assim como o Decreto 57.690/66.

14.5. A omissão ou a tolerância da CÂMARA em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente não constituirá novação ou renúncia nem lhe afetará o direito de, a qualquer tempo, exigir o fiel cumprimento do avençado.

14.6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas pela CÂMARA na internet.

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

14.7. A responsabilidade imputada à CONTRATADA por prejuízos relacionados à execução deste contrato não cessa com o fim desta relação contratual.

14.8. Quando não mencionado em contrário, os prazos contados neste contrato são contados em dias corridos.

14.8.1. Na contagem dos prazos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.

14.8.2. Será transferido para o dia útil subsequente o vencimento do prazo que ocorra em dia em que não haja expediente administrativo da CÂMARA.



14.9. A juízo da CÂMARA, as campanhas publicitárias das propostas vencedoras da licitação que deu origem a este contrato poderão ou não vir a ser produzidas e distribuídas, com ou sem modificações nas suas vigências.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DO FORO

15.1. É competente o Foro da Justiça Estadual da Comarca de Santana de Parnaíba-SP, para dirimir quaisquer dúvidas, porventura oriundas deste contrato.

E, por estarem justas e contratadas, assinam as partes o presente CONTRATO, em 2 (duas) vias de igual teor e forma, e para um só efeito de direito, na presença de 2 (duas) testemunhas abaixo assinadas.

Santana de Parnaíba, _____ de _____ de 2.015

Nome da Autoridade Maior
Presidente da Câmara Municipal de Santana de Parnaíba

**P/ CONTRATADA
(NOME)**

(CARGO NA EMPRESA)

TESTEMUNHAS:

.....

.....



ANEXO 6

BRIEFING

Este *briefing* tem como finalidade orientar o trabalho da licitante para elaboração da proposta técnica, bem como das ações que dele resultarão.

O cliente

O cliente é a CÂMARA MUNICIPAL DE SANTANA DE PARNAÍBA, que no município, exerce o Poder Legislativo.

A Câmara é composta por vereadores, que através do voto popular, foram eleitos a compor o Plenário, órgão máximo do Poder Legislativo Municipal. Tem como seu representante o Presidente, e compete à Casa Legislativa a tomada de decisões, dispondo sobre assuntos que regem o município. Possui funções básicas: legislativa, fiscalizadora, julgadora e administrativa, e ainda, de assessoramento.

A função legislativa consiste em elaborar e/ou votar leis referentes a todos os assuntos de competência exclusiva do município, tais como: autorizar isenções e anistias de impostos municipais; votar o orçamento do município; autorizar a obtenção de empréstimos; criar, transformar e extinguir cargos públicos; propor e autorizar a denominação de ruas e praças, entre outras.

A função fiscalizadora tem por objetivo o exercício do controle da administração local, principalmente quanto à execução orçamentária e julgamento das contas apresentadas pelo Prefeito Municipal.

A função julgadora ocorre nas hipóteses em que é necessário julgar o prefeito, vice-prefeito e os próprios vereadores, quando esses agentes políticos cometem infrações político-administrativas previstas em Lei.

A função administrativa restringe-se à sua organização interna, estruturação de seu quadro de pessoal, direção de seus serviços auxiliares e elaboração de seu Regimento Interno.



Já a função de assessoramento consiste em sugerir medidas de interesse da comunidade ao Poder Executivo (Prefeitura Municipal), bem como a outros órgãos governamentais, desde que visem o bem público. Como exemplo, solicitar construção de escolas; aberturas e conservação de ruas; limpeza pública; assistência à saúde; mais segurança; entre outras.

O trabalho realizado pelo Legislativo é de fundamental importância para o desenvolvimento de Santana de Parnaíba de Parnaíba. Além das ações promovidas pelo mandato dos vereadores, a Câmara possui 11 comissões permanentes, que atuam em diversas áreas como saúde, educação, serviços públicos, defesa do consumidor, direitos humanos, meio ambiente, avaliação jurídica de projetos de lei, dentre outras. Nas sessões ordinárias e especiais; audiências públicas e reuniões das comissões, os parlamentares discutem, com os mais variados segmentos da sociedade, temas importantes para o município, como o resultado dos debates que acontecem no Legislativo, os vereadores, em conjunto com a sociedade, apresentam propostas de políticas públicas que melhorem a vida da população em seus mais diversos aspectos.

Papel dos Vereadores

Os Vereadores são agentes políticos investidos de mandato legislativo municipal. Através de mandatos de quatro anos, os vereadores são a força representativa do povo na Câmara Municipal e buscam os subsídios, que pautam sua atuação no Legislativo, nas reivindicações da população.

O Vereador, pelo contato direto com a comunidade ou com entidades que representam à sociedade organizada, avalia as necessidades de caráter local, tais como, saneamento básico, educação, moradia, transporte coletivo, uso do solo, coleta de lixo, iluminação pública, sistema viário, combate à poluição, proteção ambiental, serviço funerário e cemitérios, entre outras, e as denúncias quanto à prestação dos serviços públicos. Também busca, pelos instrumentos competentes, a solução para os problemas e carências existentes no município.

Ao Vereador compete ainda:

- ✓ - participar de todas as discussões e votar nas deliberações do Plenário;
- ✓ - votar na eleição da Mesa Diretora;
- ✓ - apresentar proposições que visem ao interesse coletivo; concorrer aos cargos da Mesa Diretora e participar das Comissões; e



- ✓ - usar da palavra em defesa das proposições apresentadas que visem o interesse do Município, ou em oposição as que julgarem prejudiciais ao interesse público, entre outros.

Assim, quando se elege um vereador, elege-se o representante do povo perante a administração pública municipal e de outros órgãos, que a ele recorre quando a comunidade, o bairro e a cidade estão precisando de alguma melhoria. Entretanto, só cabe ao vereador encaminhar as reivindicações, não depende dele a solução final para o problema.

Diretrizes básicas e eixo da atuação publicitária

A comunicação é fator fundamental nas relações humanas. Quando se trata de órgãos e instituições públicas, a comunicação assume um papel ainda maior. Informar ao cidadão as ações da Câmara Municipal e dar visibilidade ao trabalho dos parlamentares é primordial para que a população acompanhe as ações de cada vereador.

Como pressupostos norteadores do trabalho da Mesa Diretora para o próximo biênio, destacamos a ampliação das ações que incentivem a participação da população nos trabalhos da Câmara; a criação de projetos que fomentem a cultura local e regional; as sessões itinerantes.

O objetivo principal da política de comunicação da Câmara, portanto, é tornar acessível ao cidadão as informações sobre o trabalho do Legislativo. Tal comunicação tem a obrigação de ser clara, objetiva e educativa, visando a aproximação entre população e Câmara Municipal.

Produto:

Descrição do produto ou serviço: Com esta visão é que o projeto de comunicação da Casa realiza uma campanha publicitária institucional. Com o lema Promovendo a Cidadania Construindo juntos a Conquista do futuro, a campanha visa utilizar os meios de comunicação (impresso, rádio, TV e internet) para divulgar as ações do Legislativo, destacando as diretrizes do trabalho a ser desenvolvido nos próximos dois anos.

Benefício

A idéia é ampliar as possibilidades de acesso às informações, alcançando os diversos públicos existentes no município. A campanha deve nortear-se pelos conceitos de inovação, dinamismo, transparência e participação popular.

Público alvo



a. Qual nosso público?

Toda a população, de todos os bairros e distritos, de todas as classes sociais.

b. Quem são os influenciadores?

A Mesa Diretora que ordena a administração e ações legislativas da Casa.

c. Quem são os formadores de opinião? Vereadores, lideranças comunitárias, imprensa e cidadãos.

d. A quem iremos dirigir a comunicação? Toda a população, a Câmara Municipal é a Casa do Povo.

Objetivos de marketing

a. Quais são os objetivos quantitativos? Ampliar a participação popular no dia a dia da Casa Legislativa

b. Quais são os objetivos qualitativos? Por meio da promoção de cidadania, nos atos legislativos (aprovação de projetos municipais e leis), construir de forma coletiva uma Santana de Parnaíba de Parnaíba do futuro.

Objetivos de comunicação

Qual o nosso objetivo? (Institucional, educativo, lazer) Primeiro, informar e prestar conta a sociedade; segundo, conscientizar e educar a população sobre a importância de legislativo forte e participativo.

Projeto

O que devemos criar, um conceito novo ou adaptação? Peças que apresentem a importância da Casa Legislativa para o desenvolvimento da cidade e que façam menção aos aspectos da construção coletiva/participação popular.

Palavras-chave Câmara Municipal / Vitória da Conquista / Cidadania / Promoção / Promovendo a Cidadania / Construção / Futuro / Transparência / Seriedade / Inovação / Dinamismo / Participação Popular.

Benefício

A ideia é ampliar as possibilidades do acesso à população aos trabalhos do Legislativo, alcançando os diversos públicos existentes no município. As ações devem nortear-se pelos conceitos de inovação, dinamismo, transparência e participação popular.



Problema Específico da Comunicação

Verba Fictícia: R\$ 100.000,00 Prazo de Veiculação: 30 dias

Público-Alvo: População da cidade de Santana de Parnaíba de Parnaíba.

Base: Tabela cheia de mídia local e regional.