

EDITAL

CONCORRÊNCIA PÚBLICA nº 01/2017
PROCESSO ADMINISTRATIVO nº 3979/2017

PREÂMBULO

A CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA, por meio de sua Comissão Permanente de Licitações, instituída pela Portaria nº 135/2017, de 01 de julho de 2017, em conformidade com a Lei 12.232/2010 e complementarmente pelas Leis 4.680/65 e 8.666/93, e demais legislações pertinentes, torna público, para conhecimento de quem possa se interessar, que fará realizar licitação da modalidade CONCORRÊNCIA do tipo TÉCNICA E PREÇO, objetivando a contratação de Agência de Publicidade para a prestação de serviços publicitários, na elaboração de projetos e campanhas publicitárias, mediante as condições e as especificações estabelecidas no presente edital e em seus anexos.

Tipo: Técnica e Preço

Órgão Requisitante: Secretaria Legislativa

Regime de Execução: O Previsto na Lei 12.232/2010 e complementarmente pela Lei 8.666/93

Objeto: Contratação de empresa especializada para realização de serviços de publicidade, considerado 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, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

A agência deverá conceber, planejar e executar peças de campanhas publicitárias e intermediar a contratação de veículos de comunicação e de fornecedores externos de serviços complementares de publicidade, acompanhando e orientando a execução técnica das peças/projetos, sendo em todas as atividades acompanhada pela Equipe de Comunicação da Câmara Municipal de Limeira.

DA OBTENÇÃO DO EDITAL

O presente Edital e seus anexos poderão ser adquiridos sem custo no site da Câmara Municipal de Limeira: www.limeira.sp.leg.br/licitações ou mediante a gravação em mídia, desta forma o interessado deverá comparecer com mídia gravável ou regravável (pen-drive, cd, dvd, hd, externas) e procurar a COMISSÃO DE LICITAÇÃO, no horário das 09h00 às 16h00, de segunda à sexta-feira, na Rua Pedro Zaccaria, nº 70 – Jardim Nova Itália – Limeira/SP ou ainda solicitar uma cópia impressa, mediante o recolhimento da taxa de R\$ 0,35 (trinta e cinco centavos) por folha de acordo com o ato da Presidência de nº 10/17, de 13 de janeiro de 2017.

DO SUPORTE LEGAL

Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sendo o processo licitatório e a contratação regidos diretamente pela Lei 12.232/2010 e complementarmente pelas Leis 4.680/65 e 8.666/93.

DA DOAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas correrão por conta da Dotação codificada sob nº 01.01.00.01.0310101.2590.3.3.90.39.00 do orçamento vigente e a correspondente rubrica dos orçamentos dos exercícios seguintes

REUNIÃO DE LICITAÇÃO

Os invólucros com às Propostas Técnica e de Preço serão recebidos na abertura da Reunião de Licitação, a ocorrer conforme descrito abaixo:

Data: 19/01/2018

Hora: 09:00h

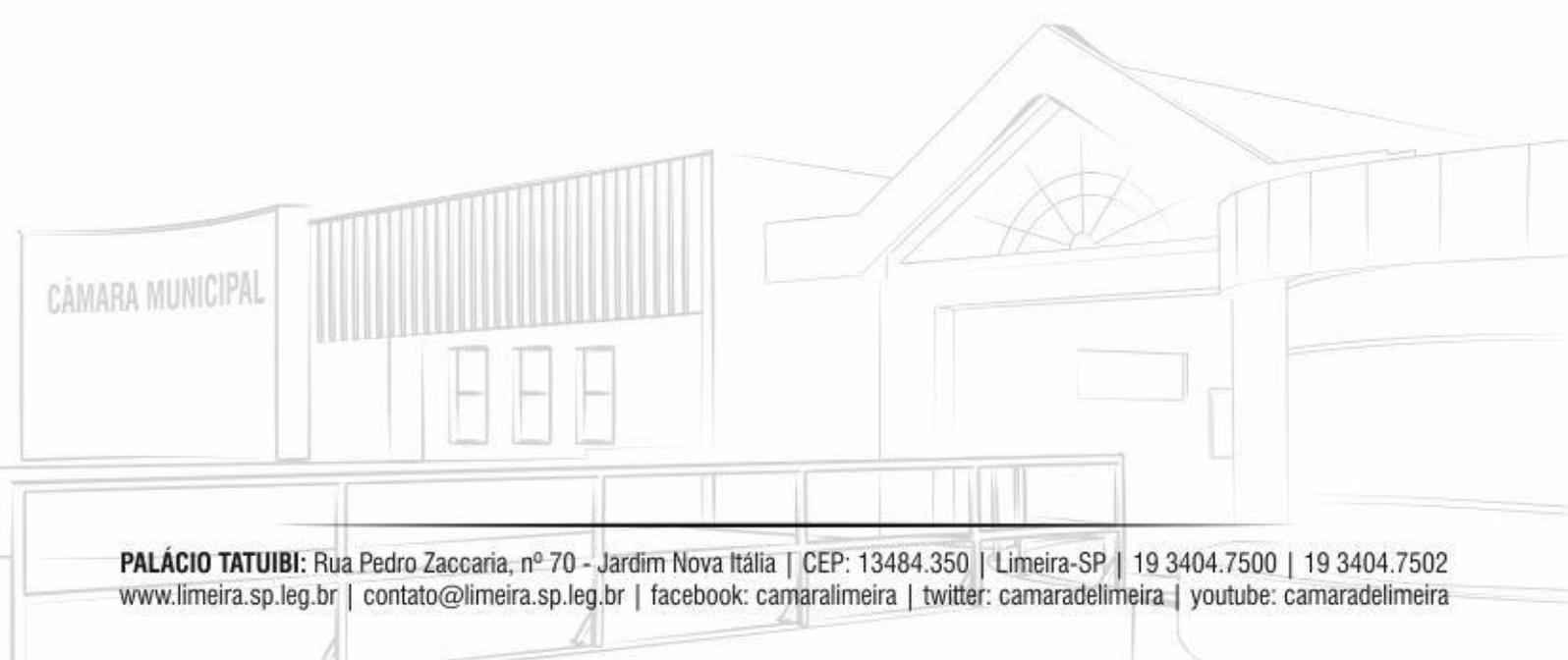
EDITAL

Local: Rua Pedro Zaccaria, nº 70 – Jardim Nova Itália – Limeira/SP, a realizar-se nas Dependências da Casa Legislativa.

Se a Câmara Municipal de Limeira não tiver expediente administrativo nessa data, a reunião fica adiada para o primeiro dia subsequente em que haja expediente administrativo, mantido o mesmo horário.

Os Documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica de Preço serão recebidos e abertos em data, hora e local a serem designados pela Comissão.

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



CÂMARA MUNICIPAL

1 – DO OBJETO¹

Contratação de empresa especializada para realização de serviços de publicidade, considerado 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, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

A agência deverá conceber, planejar e executar peças de campanhas publicitárias e intermediar a contratação de veículos de comunicação e de fornecedores externos de serviços complementares de publicidade, acompanhando e orientando a execução técnica das peças/projetos, sendo em todas as atividades acompanhada pela Equipe de

¹ Art. 2º Para fins desta Lei, considera-se 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, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

§ 1º Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

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

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

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

§ 2º Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no caput e

§ 3º deste artigo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação em vigor.

§ 3º Na contratação dos serviços de publicidade, faculta-se a adjudicação do objeto da licitação a mais de uma agência de propaganda, sem a segregação em itens ou contas publicitárias, mediante justificativa no processo de licitação.

§ 4º Para a execução das ações de comunicação publicitária realizadas no âmbito dos contratos decorrentes das licitações previstas no § 3º deste artigo, o órgão ou a entidade deverá, obrigatoriamente, instituir procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela administração e publicada na imprensa oficial.

EDITAL

Comunicação da Câmara Municipal de Limeira, conforme as condições e as especificações constantes no edital e em seus anexos.

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) A produção e à execução técnica das peças e projetos criados;
- b) Ao planejamento e à execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e geração de conhecimentos relacionados à determinada ação publicitária;
- c) A criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a 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 mercado ou o ambiente de atuação da CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA, 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. Não se incluem no objeto desta licitação as ações e atividades que sejam atribuições da Equipe de Comunicação da Câmara Municipal de Limeira.

1.5. Para a prestação de serviços será contratada uma Agência de Propaganda, 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. 4º da Lei 12.232/2010.

1.5.1. A Agência atuará de acordo com solicitação da CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA.

1.5.2. A Agência atuará por conta e ordem da CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.2., e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias.

1.5.3. A Agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

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 nº 1, 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 da CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA; qualquer que seja a modalidade de vínculo empregatício.

b) Suspensas de participar de licitações realizadas por qualquer órgão da Administração (art. 87, III da Lei nº 8.666/93; art. 7º da Lei nº 10.520/02; art. 28 do Decreto nº 5.450/05);

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, concurso de credores, dissolução ou liquidação.

2.3. Não é permitida:

a) A participação de consórcio de empresas; qualquer que seja sua forma de constituição.

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.

3. RETIRADA DO EDITAL E ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS

3.1. O presente Edital e seus anexos poderão ser adquiridos sem custo no site da Câmara Municipal de Limeira: www.limeira.sp.leg.br/licitações ou mediante a gravação em mídia, desta forma o interessado deverá comparecer com mídia gravável ou regrável (pen-drive, cd, dvd, hd, externas) e procurar a COMISSÃO DE LICITAÇÃO, no horário das 09h00 às 16h00, de segunda à sexta-feira, na Rua Pedro Zaccaria, nº 70 – Jardim Nova Itália – Limeira/SP ou ainda solicitar uma cópia impressa, mediante o recolhimento da taxa de R\$ 0,35 (trinta e cinco centavos) por folha de acordo com o ato da Presidência de nº 10/17, de 13 de janeiro de 2017.

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

juízo da Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária – invólucro nº 1.

3.4. A CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA dará conhecimento das consultas e respectivas repostas, sem informar a identidade da licitante consulente, exclusivamente por meio da internet, no endereço www.limeira.sp.leg.br/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 dois dias anteriores à data de apresentação das Propostas e o cidadão/entidade que não se manifestar até 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 9h00 às 16h00, no endereço: Rua Pedro Zaccaria, nº 70 – Jardim Nova Itália – Limeira - Departamento de Expediente e Protocolo da Câmara Municipal.

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: licitações@limeira.sp.leg.br, caso em que o original deverá ser apresentado no endereço do subitem 4.3, no prazo de 02 (dois) dias úteis contados da recepção do e-mail.

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. CREDENCIAMENTO DOS REPRESENTANTES

5.1. A licitante poderá designar apenas 1 (um) preposto para representá-la na Reunião 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 I, deverá outorgar poderes para a prática de todos os atos pertinentes ao certame em nome da licitante, juntamente com cópia autenticada do contrato social ou estatuto da empresa, no qual lhe é outorgado amplo poder de decisão; 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 fazer-se representar na reunião 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, ante a proibição legal de identificação prévia dos licitantes, artigo 6º da lei 12.232/2010.

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:

I – Plano de Comunicação Publicitária

II – Capacidade de Atendimento

III – Repertório

SUBQUESITOS:

Raciocínio Básico

Estratégia de Comunicação Publicitária

Ideia Criativa

Estratégia de Mídia e Não Mídia

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 VI 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 nº 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 MUNICIPAL DE LIMEIRA, 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

EDITAL

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 como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicadas para corporificar objetivamente sua proposta de solução do desafio de comunicação, os quais deverão observar as seguintes orientações:

I. Ser apresentados sob a forma de:

- a) Roteiro, “layout/leiaute” 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, tablet, 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;

EDITAL

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 nº 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 nº 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

EDITAL

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 nº 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 subseqüentes sem recuos;
- VI – Espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, “duplo” após título e entretítulos e entre parágrafos;
- VI I – 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 Idéia Criativa deverão ser apresentados:

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

I. 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, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

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 MUNICIPAL DE LIMEIRA.

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 MUNICIPAL DE LIMEIRA, 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.

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 e/ou materiais devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2007;

II – 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);

III – 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.

IV – 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 MUNICIPAL DE LIMEIRA seja ou tenha sido signatária;

V – 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;

VI – 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 e de seu cliente, 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.

7. ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

7.1. A Proposta de Preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo III, informando o percentual de honorário incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças e/ou materiais, cuja distribuição não proporcione à Contratada, o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação 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) sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças e/ou materiais, cuja distribuição não proporcione à Contratada, o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/65;

II – Percentual de desconto sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

III – 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.

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

V – 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;

VI – 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.);

VII – 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 MUNICIPAL DE LIMEIRA as vantagens obtidas;
- b) informando estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Nona do Anexo V – Minuta de Contrato.
- c) Que praticará o repasse de 2% (dois por cento) do valor correspondente ao “desconto de agência” a que fazemos jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

7.2. A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido (Anexo III) 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 o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças e/ou materiais, cuja distribuição não proporcione à Contratada, o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação 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, 90 (noventa) dias, a contar da data de abertura da Reunião 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 nº 4, conforme subitem 8.5., na data, hora e local indicados no tópico “Reunião de Licitação” do preâmbulo deste Edital.

8.1.1 O invólucro nº 1 será padronizado e fornecido pela CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA mediante solicitação formal da licitante à Comissão pelo e-mail licitações@limeira.sp.leg.br ou de segunda a sexta-feira, das 09h00 às 16h00, no endereço: Rua Pedro Zaccaria, nº 70 – Jardim Nova Itália – Limeira - Departamento de Expediente e Protocolo da Câmara Municipal.

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

8.1.2. Os invólucros nº 2, nº 3 e nº 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 nº 5, contendo os Documentos de Habilitação, deverá ser entregue em sessão pública específica, nos termos do item 10.

INVÓLUCRO Nº 1

8.2. No invólucro nº 1, invólucro padronizado fornecido pela CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA, 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 nº 1 deverá estar sem rubrica e lacrado exclusivamente com aplicação de cola tipo bastão.

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

I - Em qualquer parte interna ou externa do Invólucro nº 1, assim como nos documentos nele contidos, é proibida a aposição de marca, sinal, etiqueta, palavra,

endereçamento, nome da licitante, assinatura, rubrica, fita, grampo, cliques, ganchos, prendedores ou qualquer outro elemento capaz de identificar a empresa proponente, posto que, nesta fase não poderá ser identificada a autoria do Plano de Comunicação Publicitária, sob pena de desclassificação;

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 nº 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 Nº 2

8.3. No invólucro nº 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 nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº 2

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA

CONCORRÊNCIA Nº 01/2017

EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

INVÓLUCRO Nº 3

8.4. No invólucro nº 3, deverão estar acondicionados os cadernos específicos, documentos e informações referentes à Capacidade de Atendimento e ao Repertório, de que tratam os subitens 6.3. a 6.4.

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

PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº 3
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E REPERTÓRIO
CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA
CONCORRÊNCIA Nº 01/2017
EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

8.4.2. O invólucro nº 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 nº 2.

INVÓLUCRO Nº 4

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

PROPOSTA DE PREÇO – INVÓLUCRO Nº 4
CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA
CONCORRÊNCIA Nº 01/2017
EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)
CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)

9. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

9.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de TÉCNICA E PREÇO, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 45, parágrafo 1º, III e 46, parágrafo 2º, 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:

- i. das funções e do papel da Câmara Municipal de Limeira nos contextos social, político e econômico;
- ii. da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal de Limeira com seus públicos;
- iii. das características da Câmara Municipal de Limeira e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- iv. sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- v. do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Câmara Municipal de Limeira;
- vi. das necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Limeira para enfrentar esse desafio.

b) Estratégia de Comunicação Publicitária

- i. Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA 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 MUNICIPAL DE LIMEIRA 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 MUNICIPAL DE LIMEIRA, 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 MUNICIPAL DE LIMEIRA, 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. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou materiais;
- v. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

- a) Porte e 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 MUNICIPAL DE LIMEIRA;
- 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 MUNICIPAL DE LIMEIRA 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 MUNICIPAL DE LIMEIRA, 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.

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: Até 75 (setenta e cinco) pontos

a) Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão: Até 15 (quinze) pontos

- i. Das funções e do papel da Câmara Municipal de Limeira nos contextos social, político e econômico – de 0 a 2 pontos;
- ii. Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal de Limeira com seus públicos – de 0 a 2 pontos;

- iii. Das características da Câmara Municipal de Limeira e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária – de 0 a 2 pontos;
- iv. sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação – de 0 a 3 pontos;
- v. Do desafio de comunicação a ser enfrentado pela Câmara Municipal de Limeira – de 0 a 3 pontos;
- vi. Das necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Limeira para enfrentar esse desafio – de 0 a 3 pontos;

b) Estratégia de Comunicação Publicitária: Até 20 (vinte) pontos

- i. Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Câmara Municipal de Limeira e ao desafio de comunicação – de 0 a 3 pontos;
- ii. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto – de 0 a 4 pontos;
- iii. Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Limeira com seus públicos – de 0 a 3 pontos;
- iv. Adequação e exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação – de 0 a 3 pontos;
- v. Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta – de 0 a 3 pontos;
- vi. Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Limeira, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos gerais e específicos de comunicação e a verba disponível – De 0 a 4 pontos;

c) Ideia criativa: Até 25 (vinte e cinco) pontos

- i. Adequação ao desafio de comunicação – de 0 a 2,5 pontos;
- ii. Adequação à Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida pela licitante – de 0 a 2,5 pontos;
- iii. Adequação ao universo cultural do público-alvo – de 0 a 2,5 pontos;
- iv. Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta – de 0 a 2,5 pontos;
- v. Originalidade da combinação dos elementos que a constituem – de 0 a 2,5 pontos;

- vi. Simplicidade da forma sob a qual se apresenta – de 0 a 2,5 pontos;
- vii. Pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Limeira, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico – de 0 a 2,5 pontos;
- viii. Desdobramentos comunicativos que enseja conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados – de 0 a 2,5 pontos;
- ix. Exequibilidade das peças e/ou materiais – de 0 a 2,5 pontos;
- x. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos – de 0 a 2,5 pontos;

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

- i. Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo – de 0 a 3 pontos;
- ii. Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos – de 0 a 3 pontos;
- 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”) – de 0 a 3 pontos;
- iv. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou materiais – de 0 a 3 pontos;
- v. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa – de 0 a 3 pontos;

II – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: Até 15 (quinze) pontos

- a) Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado – de 0 a 2,5 pontos;
- b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias – de 0 a 2,5 pontos;
- c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Limeira – de 0 a 2,5 pontos;
- d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato – de 0 a 2,5 pontos;
- e) Operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal de Limeira e a licitante, esquematizado na proposta – de 0 a 2,5 pontos;

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 Municipal de Limeira, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato – de 0 a 2,5 pontos;

III – REPERTÓRIO: Até 10 (dez) pontos

- a) Ideia Criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs resolver – de 0 a 3 pontos;
- b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e/ou material – de 0 a 3 pontos;
- c) Clareza da exposição das informações prestadas – de 0 a 4 pontos;

9.3.1. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com as pontuações máximas previstas no item 9.3., obedecidos intervalos de 10% (dez por cento) da pontuação máxima de cada item.

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.

9.3.4.1. A nota final da Pontuação Técnica será obtida utilizando seguinte fórmula:

NFPT = (I)+(II)+(III)

I – Pontuação total do quesito: Plano de Comunicação Publicitária

II– Pontuação total do quesito: Capacidade de Atendimento

III- Pontuação total do quesito: Repertório

9.4. Será desclassificada a licitante que:

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

II – obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;

III – não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;

IV – 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., 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 Ideia Criativa, Estratégia de Comunicação Publicitária, Estratégia de Mídia e Não Mídia e nos quesitos Capacidade de Atendimento e Repertório.

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 nº 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, extraindo-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) Percentual de honorários sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças e/ou materiais, cuja distribuição não proporcione à Contratada, o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/65, fixados nos limites estabelecidos no quesito 7, I (D1)

A cada ponto percentual de honorários oferecido corresponderá a um decréscimo de 3,3333 pontos sobre a pontuação máxima do item (50 pontos) de acordo com a seguinte fórmula:

Para efeito de cálculo, o percentual de honorário oferecido será arredondado para duas casas decimais, assim como o resultado obtido.

Pontos = (percentual de honorários x -3,3333) + 50, considerando um máximo permitido de 15%.

Exemplo de Classificação:

0% de honorários = 50 pontos

0,50% de honorários = 48,33 pontos

1% de honorários = 47,67 pontos

1,63% de honorários = 44,57 pontos

10% de honorários = 16,67 pontos

11% de honorários = 13,33 pontos

12% de honorários = 10 pontos

15% de honorários = 0 pontos

b) Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, estabelecido no quesito 7, II (D2):

- Valor do maior desconto (x): = 50,00 pontos (100% de pontos)
- Os demais valores apresentados serão uma razão proporcional do maior desconto, sendo aplicada a mesma razão dos pontos determinados para o maior desconto.
- No resultado será considerado apenas duas casas decimais

Exemplo 1 de Classificação, considerando 100% o maior percentual de desconto:

1º - 100% - 50,00 pontos

2º - 95% - 47,5 pontos

3º - 82% - 41 pontos

Exemplo 2 de Classificação, considerando 80% o maior percentual de desconto:

1º - 80% - 50,00 pontos

2º - 70% - 43,75 pontos

3º - 60% - 37,5 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 – Honorários sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças e/ou materiais, cuja distribuição não proporcione à Contratada, o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/65;

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

NFPC = D1 + D2



JULGAMENTO 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 2º, 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. Havendo empate, o desempate se dará através da atribuição da maior nota aos quesitos da proposta técnica, na seguinte ordem:

- a) Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b) Ideia Criativa;
- c) Raciocínio Básico e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

9.9.2. Após a utilização do critério de desempate disposto no item 9.9.1., persistindo o empate, a decisão se fará 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 do julgamento final das Propostas a licitante mais bem classificada no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de Preços, observado o disposto no subitem quesito 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 nº 5, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO Nº 5

CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA

CONCORRÊNCIA Nº 01/2017

EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)

CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante)

10.2.1. O invólucro nº 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, com antecedência de 24 horas da data de 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.

VI - Para Microempresas (ME) ou Empresas de Pequeno Porte (EPP), se participando do certame nessas condições, declaração do seu enquadramento como ME ou EPP, conforme modelo do Anexo VIII:

a) As ME ou EPP, participando do certame nessas condições, deverão apresentar um dos seguintes documentos comprobatórios:

a1) Certidão expedida pela Junta Comercial, caso exerçam atividade comercial.

a2) Documento expedido pelo Registro Civil das Pessoas Jurídicas caso atuem em outra área que não a comercial.

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

V – Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;

VI – Certidão Negativa de Débitos referentes a Tributos Mobiliários expedida pela Secretaria Municipal da Fazenda ou Finanças, relativo ao domicílio ou sede do licitante, ou outra equivalente, na forma da lei.

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.

10.3.1.4. No caso de microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP), havendo alguma restrição na regularidade fiscal, será assegurado para sua regularização o prazo de 02 (dois) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração, contados do 1º (primeiro) dia útil, após publicada a homologação, sob pena de decadência do direito.

10.3.2. Os documentos referentes à QUALIFICAÇÃO TÉCNICA são:

I – Declaração de que, caso seja vencedora do certame, apresentará na assinatura do termo de contrato: certificado de qualificação técnica emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificada das condições técnicas de agências de propaganda, conforme art. 4º, § 1º, da Lei nº 12.232/2010;

II – Um ou mais atestados de capacidade técnica, em nome da licitante emitido por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove a prestação de serviços de publicidade; modelo Anexo IV.

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 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.

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.

d) As empresas que optarem pela escrituração do balanço patrimonial através do sistema de Escrituração Fiscal Digital (SPED FISCAL) deverão apresentar, além dos recibos de entrega e autenticidade, o balanço patrimonial emitido eletronicamente através do próprio sistema.

10.3.3.1. A licitante deverá comprovar que possui, na data do recebimento do invólucro nº 5:

I– Patrimônio Líquido de pelo menos 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação, nos termos do art. 31, § 3º, da Lei 8.666/93;

II– Quociente de Endividamento Geral: QEG \leq 0,80, Quociente de Liquidez Corrente: QLC \geq 1,00 e Quociente de Liquidez Geral: QLG \geq 1,00 (Índices adotados conforme jurisprudência do TCU)

a) Quociente de Liquidez Geral (QLG), assim composto:

$QLG = (AC + RLP)/(PC + ELP)$, onde:

AC é o ativo circulante;

RLP é o realizável em longo prazo; PC é o passivo circulante; e ELP é o exigível em longo prazo.

b) Quociente de Liquidez Corrente (QLC), assim composto:

$QLC = AC / PC$, onde:

AC é o ativo circulante; e PC é o passivo circulante.

EDITAL

c) Quociente de Endividamento Geral (QEG), assim composto:

$QEG = (PC+ELP)/(AT)$, onde:

PC é o passivo circulante; ELP é o exigível em longo prazo; e AT é o ativo total.

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. 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 nº 5 declaração elaborada conforme modelo do Anexo II – 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;

10.4. O CNPJ da licitante deverá ser o mesmo 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 nº 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, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e do julgamento das Propostas Técnicas.²

² Art. 10. As licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por comissão permanente ou especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

§ 1º As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação.

§ 2º A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 3º Nas contratações de valor estimado em até 10 (dez) vezes o limite previsto na alínea *a* do [inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993](#), a relação prevista no § 2º deste artigo terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão técnica e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

§ 4º A relação dos nomes referidos nos §§ 2º e 3º deste artigo será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

§ 5º Para os fins do cumprimento do disposto nesta Lei, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º deste artigo, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

§ 6º 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.

§ 7º 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 artigo.

§ 8º A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no § 4º deste artigo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

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.

11.3. 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. REUNIÃO 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 a Reunião 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 integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.

12.4. 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.

12.5. 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 após o qual serão destruídos.

§ 9º O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação, nos termos dos §§ 1º, 2º e 3º deste artigo.

§ 10. Nas licitações previstas nesta Lei, quando processadas sob a modalidade de convite, a subcomissão técnica, excepcionalmente, nas pequenas unidades administrativas e sempre que for comprovadamente impossível o cumprimento do disposto neste artigo, será substituída pela comissão permanente de

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 nº 1, 2, 3 e 4.

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

IV – Rubrica no fecho dos invólucros nº 2 e 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 nº 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 nº 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 nº 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 nº 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 nº 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 nº 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 essa fase.

12.8.6. Os invólucros nº 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e a responsabilidade da Comissão.

12.8.7. Abertos os invólucros nº 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 nº 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos:

I – Encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 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 justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso;

IV – Encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento e o Repertório;

V – Análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento e do Repertório;

VI – Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento e ao Repertório, de planilha com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

EDITAL

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 nº 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 subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento e Repertório e de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO

12.9. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros nº 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 nº 2 e 4;

II I– Abertura e rubrica do conteúdo dos invólucros nº 2 e rubrica no fecho do invólucro nº 4;

IV – Cotejo das Vias Não Identificadas (invólucro nº 1) com as Vias Identificadas (invólucro nº 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 nº 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 licitantes que atingirem a pontuação mínima tanto na Proposta Técnica, quanto na Proposta de Preços, em ordem decrescente, considerando os valores das Notas Finais;

V – Informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com indicação da ordem de classificação, de forma decrescente considerando os valores das Notas Finais.

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 nº 5, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;

III – Informação de que o resultado dá 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 as licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de novos documentos ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

2.12.1. 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 reunião de licitação, no caso de interposição de recurso, será comunicada aos interessados por meio de publicação na imprensa oficial.

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.

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 MUNICIPAL DE LIMEIRA 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 MUNICIPAL DE LIMEIRA, 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 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 3º do art. 87 da Lei 8.666/93, que será proposta ao Secretário de Administração e Finanças da Câmara de Limeira/SP, na ocorrência dos casos do artigo 88 da mesma Lei.

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

15. CONTRATAÇÃO

15.1. A contratação será formalizada mediante assinatura do contrato, para cuja assinatura as licitantes adjudicatárias terão o prazo de 05 (cinco) dias úteis contados a partir do recebimento da respectiva convocação da CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA.

15.2. Como condição para a assinatura do contrato, sem prejuízo das demais disposições previstas neste Instrumento, as licitantes adjudicatárias deverão apresentar:

I – Documentação exigida na habilitação, porventura vencida após a reunião de licitação, devidamente atualizada.

II - Certificado de qualificação técnica emitido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão – CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificada das condições técnicas de agências de propaganda, conforme art. 4º, § 1º, da Lei nº 12.232/2010.

III - Garantia, em favor da CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA, conforme item 17.

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

15.5. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses podendo ser prorrogado, nos termos do art. 57, inciso II, da Lei 8.666/93,, observada a cláusula segunda do Anexo V – Minuta do Contrato.

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

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

15.7. As agências deverão centralizar o comando da publicidade da CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA em Limeira, comprovando no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data da assinatura do contrato, que têm nessa cidade estrutura de atendimento representada, no mínimo, pelos profissionais indicados, conforme subitem 4.1.2. do Anexo V – Minuta do contrato:

- I – Dois na área de atendimento;
- II – Um na área de planejamento;
- III – Dois na área de criação;

IV – Um nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;

V – Um na área de mídia.

16. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

16.1. A soma das despesas com o contrato resultante desta Concorrência está estimada em R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) pelos primeiros 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 conta orçamentária nº 01.01.00.01.0310101.2590.3.3.90.39.00.

16.2. A CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

17. GARANTIA

17.1. Como condição para assinatura do contrato, a licitante vencedora deverá apresentar garantia, em favor da CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA, correspondente a 2% (dois por cento) da estimativa de despesas (subitem 16.1.).

17.2 A garantia deverá ser prestada nos termos da Cláusula Décima Primeira do contrato em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 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, vedada a inclusão posterior de documento ou informação.

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 MUNICIPAL DE LIMEIRA.

18.5. Este Edital e seus anexos, bem como as Propostas vencedoras, farão parte integrante do contrato – Anexo V, como se nele estivessem transcritos.

18.6. O conteúdo deste Edital e de seus anexos, bem como outros documentos que forem emitidos pela CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA 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 MUNICIPAL DE LIMEIRA 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 MUNICIPAL DE LIMEIRA 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.

EDITAL

18.10. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA 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 Limeira/SP – Justiça Estadual para dirimir quaisquer dúvidas oriundas da presente licitação.

Limeira, 2017.

Câmara Municipal de Limeira
José Roberto Bernardo
Presidente

ANEXOS

01. ANEXO I – CARTA DE CREDENCIAMENTO
02. ANEXO II – MODELO DE DECLARAÇÃO
03. ANEXO III – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO
04. ANEXO IV – DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA
05. ANEXO V - MINUTA DE CONTRATO
06. ANEXO VI – BRIEFING
07. ANEXO VII – ARQUIVOS PARA REFERENCIA
- 08 ANEXO VIII – MODELO DE DECLARAÇÃO DE MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE
09. ANEXO IX – TERMO DE CIENCIA E NOTIFICAÇÃO

ANEXO I - MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

CARTA DE CREDENCIAMENTO

OBJETO: Representação na licitação promovida pela Câmara Municipal de Limeira Concorrência nº 01/2017. Por meio da presente carta, credenciamos o (a) Senhor (a)....., portador(a) da Cédula de Identidadee CPF..... a participar da Licitação instaurada pela Câmara Municipal de Limeira, na modalidade de concorrência nº 01/2017, na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, outorgando-lhe poderes para pronunciar-se em nome da Empresa, CNPJ, 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.

Limeira ,de de 2017.

CARIMBO DO C.N.P.J. DA EMPRESA

LOCAL E ASSINATURA DO OUTORGANTE

Local: _____

Data: ____/____/2017.

ASSINATURA REPRESENTANTE LEGAL

CÂMARA MUNICIPAL



ANEXO II - MODELO DE DECLARAÇÃO

Referência: Licitação promovida pela Câmara Municipal de Limeira

Concorrência nº 01/2017

Empresa.....inscrita no CNPJ
.....por intermédio de seu representante o (a) Senhor(a)
....., portador(a) da Carteira de Identidade RG.
..... e do CPF., declara sob as penas da lei:

1) Ter conhecimento do instrumento convocatório; ter recebido o invólucro nº 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 (dezesseis) 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.

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



EDITAL

outro participante potencial ou de fato desta Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação.

CARIMBO DO C.N.P.J. EMPRESA

Local: _____

Data: ____/____/2017.

ASSINATURA REPRESENTANTE LEGAL



CÂMARA MUNICIPAL

ANEXO III - MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

Referência: Licitação promovida pela Câmara Municipal de Limeira

Concorrência nº 01/2017

Empresa:

CNPJ nº:

Endereço, telefone e e-mail:

Validade da proposta.....(.....) dias (no mínimo 90 dias), a partir da data de sua apresentação.

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência nº 01/2017, promovida pela Câmara Municipal de Limeira, serão cobrados os seguintes honorários:

a) Honorários de% (.....) sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peças e/ou materiais, cuja distribuição não proporcione à Contratada, o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/65 (no máximo 15%).

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).

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 a) acima.

Praticaremos o repasse de 2% (dois por cento) do valor correspondente ao “desconto de agência” a que fazemos jus, calculado sobre o valor acertado para cada veiculação.

O preço proposto contempla todos os custos e despesas necessários à plena execução do serviço, 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 Limeira a esse título.

EDITAL

Declaramo-nos cientes de que a Câmara Municipal 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 Limeira correspondente à chamada “parte líquida”, correspondente a 80% do valor da mídia, e a agência emitirá os restantes 20% contra a Câmara Municipal de Limeira.

Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais, estabelecidas na Cláusula Nona da minuta de contrato (ANEXO V).

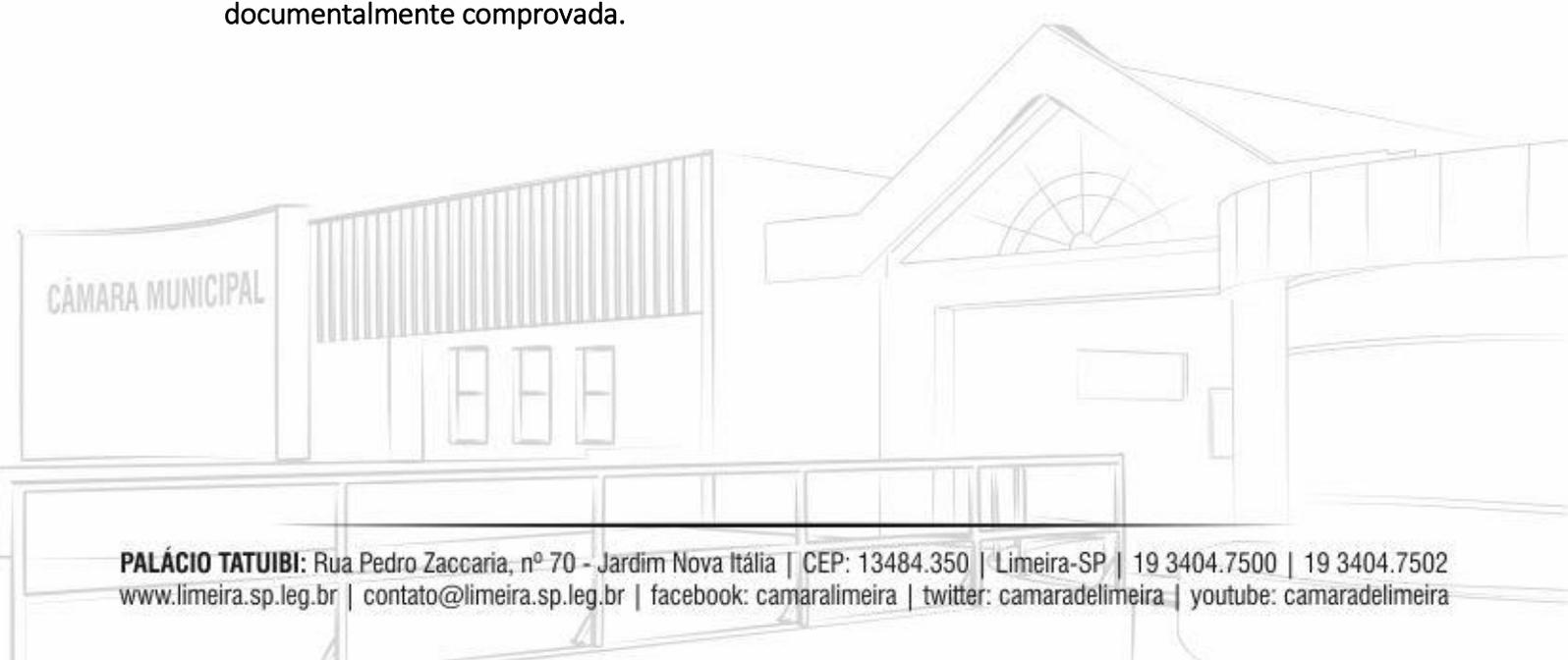
CARIMBO DO C.N.P.J. EMPRESA

Local: _____

Data: ____/____/2017.

ASSINATURA REPRESENTANTE LEGAL

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.



CÂMARA MUNICIPAL



EDITAL

ANEXO IV - DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Declaramos para os devidos fins que a empresa.....
inscrita no CNPJ sob o nº.....
estabelecida à,
fornece (ou) executa para empresa
....., CNPJ nº
....., estabelecida
à.....,
no período de...../...../..... a...../...../..... o(s) serviço(s) abaixo
especificado(s):
SERVIÇOS:

CARIMBO DO C.N.P.J. EMPRESA

Local: _____

Data: ____/____/2017.

ASSINATURA REPRESENTANTE LEGAL

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 V - MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO Nº...../2017

PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

Contratante: Câmara Municipal de Limeira, órgão do Poder Legislativo Municipal, com sede na Rua Pedro Zaccaria, nº 70, Jardim Nova Itália, Limeira-SP, inscrito no CNPJ/MF sob nº 62.472.782/0001-19, neste ato devidamente representada pelo Senhor JOSÉ ROBERTO BERNARDO, portador do RG nº 20.079.425-5 e do CPF/MF: 016.393.968-37 em pleno exercício e funções, Presidente da Câmara Municipal de Limeira.

Contratado: _____, pessoa jurídica de direito privado, com sede na _____, inscrito no CNPJ/MF sob nº _____, neste ato devidamente representada pelo (a) Sr.(a) _____, residente e domiciliado(a) na _____, portador(a) do RG nº _____ e do CPF/MF nº _____.

As partes assim identificadas resolvem de comum acordo firmar o presente CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, doravante designado simplesmente CONTRATO, que será regido pelas seguintes cláusulas:

CLAÚSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

1.1. O presente instrumento tem origem na Concorrência nº 01/2017, à qual se encontra vinculado, e tem por objeto a contratação da prestação de serviços de publicidade à CÂMARA.

1.1.1. Contratação de empresa especializada para realização de serviços de publicidade, considerado 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, com o objetivo de promover

a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

1.1.1.1 A agência deverá conceber, planejar e executar peças de campanhas publicitárias e intermediar a contratação de veículos de comunicação e de fornecedores externos de serviços complementares de publicidade, acompanhando e orientando a execução técnica das peças/projetos, conforme as condições e as especificações constantes no edital e em seus anexos.

1.1.1.2. 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 à 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.

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

- I – Gerar conhecimento sobre o mercado ou 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.

CLÁUSULA SEGUNDA – DA VIGÊNCIA

2.1. O período de vigência deste CONTRATO será de 12 (doze) meses, com início a partir de sua assinatura.

2.2. Este CONTRATO poderá ser prorrogado, nos termos do art. 57, inciso II, da Lei 8.666/93.

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.

CLÁUSULA TERCEIRA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

3.1. As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA por meio da Concorrência nº 01/2017, nos primeiros 12 (doze) meses de vigência contratual, estão estimadas em R\$ 200.000,00 (duzentos mil de reais) e correrão pela seguinte conta orçamentária: 01.01.00.01.0310101.2590.3.3.90.39.00

3.1.1. O valor estimado poderá ser atualizado pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo- IPCA (IBGE).

3.1.2. Os percentuais contratados serão fixos e irredutíveis.

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

CLÁUSULA 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 nº 01/2017, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia à CÂMARA.

4.1.2. Centralizar o comando da publicidade da CÂMARA em Limeira, comprovando em até 30 (trinta) dias da assinatura deste CONTRATO, que nele mantém, para esse fim, escritório, sucursal, filial ou sede com estrutura de atendimento representada, no mínimo pelos seguintes profissionais:

- I – Dois na área de atendimento;
- II – Um na área de planejamento;
- III – Dois na área de criação;
- IV – Um nas áreas de produção impressa, eletrônica e de design/computação gráfica;
- V – Um na área de mídia.

4.1.2.1. No caso de os profissionais designados para o escritório, sucursal, filial ou sede em Limeira, não serem os mesmos indicados na Proposta Técnica, deverão ter experiência equivalente ou superior à daqueles indicados na proposta técnica.

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 identificada 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.

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.

EDITAL

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 este 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 no Índice de Preços ao Consumidor Amplo- IPCA (IBGE).

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

EDITAL

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 da Cláusula 8ª, não cabendo à Contratada qualquer outra remuneração.

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 (OBSERVAÇÃO: 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 unitários 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 serviços 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.

EDITAL

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 realizados para a CÂMARA.

4.1.11.1. O portfólio deverá ser entregue anualmente, até o final do mês de janeiro, e abranger todas as ações realizadas neste CONTRATO durante o ano civil 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. Entrega à CÂMARA de 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 se reunirá com a CÂMARA em até 60 (sessenta) dias após a assinatura 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 120 (cento e vinte) dias após a assinatura 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. 4º e seu parágrafo 1º da Lei 12.232/2010.

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.

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.

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 pela Secretaria de Administração e Finanças.

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.

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, cuja distribuição não proporcione à Contratada, o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei nº 4.680/65;

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. 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.

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



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. 7º do Regulamento para execução da lei nº 4.680/65 (Decreto nº 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 nº 12.232/2010.

8.2. A CONTRATADA repassará à CÂMARA o valor correspondente a 2% (dois 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.

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.

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 Limeira, CNPJ nº 62.472.782/0001-19, contendo o número deste CONTRATO e os seguintes dados da CONTRATADA:

Banco (nome e número)

Agência (nome e número)

Conta-corrente (número)

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 serviços 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 à Secretaria de Administração e Finanças da CML.

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 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.

10.4. A CÂMARA efetuará o pagamento no prazo de 10 (dez) dias fora a quinzena do ateste da nota fiscal.

10.4.1. 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.

10.5. 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.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA GARANTIA

11.1. A CONTRATADA prestará garantia, em favor da CÂMARA, no valor de R\$ 4.000,00 (quatro mil reais), correspondente a 2% (dois por cento) sobre o valor estimado no subitem 3.1.

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

11.1.3. 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:

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL

AGÊNCIA: Nº 0317

CONTA CORRENTE: Nº 101-8

II – Seguro-garantia;

III – Fiança bancária.

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

I – Cobertura da responsabilidade decorrente de aplicação de multas/sanções de caráter punitivo;

II – Vigência da garantia, observado o prazo previsto no subitem 11.1.2.;

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 contados 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, por seus Gestores, 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.

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 Limeira, na alocação dos profissionais nessa estrutura ou no início da operação:

i. No período até o 60º dia de atraso: 0,00001% (um centésimo de milésimo por cento), por irregularidade, sobre o valor previsto no subitem 3.1., por dia de atraso;

ii. Após o 60º 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 15º dia de inadimplência: 0,00004% (quatro centésimos de milésimo por cento) do valor previsto no subitem 3.1, por dia de atraso;

ii. No período entre o 16º e o 30º dia de inadimplência: 0,00008% (oito centésimos de milésimo por cento) do valor previsto no subitem 3.1, por dia de atraso;

iii. Após o 30º 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 10º dia útil de atraso, 1% (um por cento) do valor da garantia devida, por dia de atraso, até o limite de 10 (dez) dias úteis;

ii. Após o 10º 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 após decorrido o prazo previsto no parágrafo 3º, 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 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, tendo como beneficiária a CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA, 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.

EDITAL

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.

12.2.2. 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.

12.2.3. 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.

12.2.3.1. 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.

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 por parte de autoridades competentes;
- X – Atrasar por mais de 30 dias a implantação da estrutura em Limeira, 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 da CAIXA ECONÔMICA FEDERAL.

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 2º, 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.

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 e demais legislações pertinentes.

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.

EDITAL

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.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DO FORO

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

15.2 E, por estarem justas e contratadas, assinam as partes o presente CONTRATO, em 5 (cinco) vias de igual teor e forma, e para um só efeito de direito.

Limeira, __ de _____ de 2017

CONTRATANTE

JOSÉ ROBERTO BERNARDO
PRESIDENTE DA
CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA

CONTRATADA

NOME DO REPRESENTANTE
CARGO
EMPRESA

ANEXO VI - BRIEFING

Objeto: “Contratação de empresa especializada para realização de serviços de publicidade, considerado o conjunto de atividades realizadas integradas que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

A agência deverá conceber, planejar e executar peças de campanhas publicitárias e intermediar a contratação de veículos de comunicação e de fornecedores externos de serviços complementares de publicidade, acompanhando e orientando a execução técnica das peças/projetos”.

1. Histórico

As origens de Limeira remontam aos ranchos ou pousos fundados pelos bandeirantes. Um desses pousos era o “Rancho do Morro Azul”, no sertão do Tatuibi (tatu pequeno, em tupi-guarani), junto ao Ribeirão Tatu, sendo um local perfeito para repouso e alimentação, visto a longas distâncias pelos bandeirantes.

Em fins do século XVIII e início do século XIX, com a formação de aglomerações urbanas, o Governo decide instalar sesmarias e regularizar a doação de terras. As sesmarias acabaram sendo divididas e originaram várias fazendas com plantação de cana-de-açúcar. O aumento da produção canavieira leva, em 1823, à abertura de uma estrada ligando o Morro Azul a Campinas.

Em 1826, um dos fazendeiros, o Capitão Luiz Manoel da Cunha Bastos, doou terras para que fosse construída ali uma capela dedicada à Nossa Senhora das Dores de Tatuibi, fato que marcou o ano de fundação da cidade.

O nome LIMEIRA, possivelmente, deriva das laranjas, limões e limas plantadas na região do Morro Azul, culturas trazidas pelos europeus e que sugerem o nome do novo

EDITAL

povoado. A princípio, a cidade recebeu o título de Freguesia, de Vila e, por último, de Comarca.

Com a complexidade da formação urbana, houve a necessidade de se constituir entidades que mantivessem o ordenamento político, econômico e social. Nesse aspecto, a Câmara Municipal desempenhou papel fundamental, sendo a instância na qual o povo se fazia representar na busca de atendimento aos seus anseios.

Em 4 de maio de 1844 seria publicada a portaria de autorização que instalaria a Câmara Municipal de Limeira. Em 22 de julho do mesmo ano, foi dada posse aos primeiros vereadores. A primeira lei promulgada foi o Código de Posturas de Limeira, datado de 7 de março de 1845.

Em 1869, foi inaugurado o prédio para abrigar as forças de segurança e os poderes Judiciário e Legislativo juntos, constituindo, assim, a primeira sede da Câmara Municipal. Esse prédio localizava-se onde hoje é o Largo José Bonifácio. Em 1911, a Câmara muda de lugar, indo instalar-se, juntamente com a Prefeitura, em casarão localizado na atual rua Barão de Cascalho. Em 1958, a Câmara novamente mudou de sede, instalando-se em casarão localizado próximo à praça Toledo Barros.

Autorizada pela lei 1138/69, a Câmara Municipal mais uma vez muda de local, indo para casarão sediado no fim da rua Boa Morte. No ano seguinte, a nova sede do Legislativo recebe o nome de Palácio Tatuibi, em homenagem ao ribeirão que ficava próximo. O ano de 1997 marca nova mudança de sede, com a Câmara Municipal ocupando o andar térreo do Edifício Notre Dame até que, em 2001, é adquirida a atual sede onde permanece até hoje.

No início do século XX, com a modernização propiciada pela crescente industrialização brasileira, começaram a despontar na cidade fábricas como a Indústria de Chapéus Prada (1907), a Machina Zacarias (1915), a Café Kühn (1920) e a Indústria de Papel Santa Cruz (1922). Com a citricultura, surgiram a Citrobrasil (1940) e Citrosuco (1966). Após a Segunda Guerra Mundial, são criadas a Freios Varga (1945) e a Fumagalli, (1946). A partir da década de 1970, o parque industrial limeirense ganha multinacionais como Ajinomoto e Mahle.

Atualmente, o setor de joias folheadas a ouro tem tido lugar de destaque, respondendo por quase metade da produção do setor no Brasil. O volume exportado para todo o mundo deu à cidade o título de maior polo de semijoias da América.

Hoje, Limeira possui uma população estimada 300.911 habitantes (segundo dados do IBGE). O município está localizado a 154 Km a noroeste da cidade de São Paulo, na região central do Estado de São Paulo e pertence a Região Administrativa de Campinas. Situa-se, também, em importante entroncamento rodoferroviário, interligado pelas rodovias Anhanguera, Bandeirantes, Washington Luís e FERROBAN.

2. Câmara Municipal de Limeira

O Poder Legislativo de Limeira é exercido pela Câmara Municipal, composta por 21 vereadores. Sua função é elaborar as leis, propor, debater e votar, entre elas o orçamento municipal, além de fiscalizar a sua aplicação pela Prefeitura (Poder Executivo).

Na Câmara, o processo legislativo inicia-se com a apresentação de uma proposição (ou projeto), cabendo às comissões competentes apreciá-la antes de ser submetida ao Plenário – órgão máximo de decisão da Casa. Podem apresentar proposições os próprios parlamentares, a Mesa Diretora, as comissões permanentes, o prefeito e os próprios cidadãos, observadas as normas constitucionais e a Lei Orgânica. As regras aplicáveis ao processo legislativo, a composição da Câmara e seu funcionamento estão definidas também em Regimento Interno.

Pautada na transparência, isonomia, cidadania, diversidade racial, ética e inclusão social, a Câmara Municipal de Limeira realiza diversos eventos legislativos, como: Sessões Ordinárias, Sessões Extraordinárias e Sessões Solenes. Concomitantemente às sessões, os vereadores da Casa promovem com frequência audiências públicas para debater diversos assuntos de interesse da comunidade, relacionados às áreas da saúde, segurança, educação, transporte, meio ambiente, entre outros.

A Câmara possui diversos órgãos internos. Um deles é a Corregedoria, que fiscaliza os atos e ações dos parlamentares, com a prerrogativa de tomar providências

EDITAL

caso se conclua pela sua necessidade. O corregedor tem a função primordial de zelar para que os vereadores cumpram o Código de Ética da Casa.

Outro órgão importante é a Ouvidoria. Ela é o setor responsável por registrar e acompanhar o trâmite das reclamações, denúncias, dúvidas e sugestões dos munícipes relacionadas aos agentes e à prestação dos serviços públicos legislativos da Câmara.

A Escola Legislativa da Câmara Municipal de Limeira foi criada para aproximar o Legislativo da sociedade e aprofundar o conhecimento técnico-legislativo dos servidores e parlamentares. Ela promove a educação para a cidadania, no intuito de garantir o exercício pleno da democracia.

O Memorial da Câmara Municipal, instituído em 2014, visa a preservar e resgatar a memória do Legislativo limeirense, difundindo a trajetória histórica do mais antigo poder político constituído no município.

A Procuradoria Especial da Mulher é um órgão criado para representar e defender todas as mulheres, recebendo e encaminhando denúncias de violência e discriminação, fiscalizando e acompanhando a execução de programas dos governos federal, estadual e municipal que visem à igualdade de gênero, além de promover pesquisas e estudos sobre a questão da violência e discriminação contra a mulher em geral.

As comissões legislativas são colegiados constituídos pelos próprios membros da Câmara, aos quais se atribuem funções especializadas de estudo ou investigação de determinado assunto. Elas podem ser permanentes ou temporárias, sendo que as últimas se extinguem quando preenchido o fim a que se destinam.

Na Câmara Municipal de Limeira, existem sete comissões permanentes, compostas por cinco vereadores cada, que analisam a constitucionalidade e o mérito das matérias que tramitam na Casa e emitem pareceres. São elas: Comissão Permanente de Constituição, Justiça e Redação; Comissão Permanente de Orçamento, Finanças e Contabilidade; Comissão Permanente de Obras, Serviços Públicos, Planejamento, Uso, Ocupação e Parcelamento do Solo, Agricultura e Ecologia; Comissão Permanente de Saúde, Lazer, Esporte e Turismo; Comissão Permanente de Defesa dos Direitos Humanos, dos Direitos do Consumidor, dos Direitos da Criança e do Adolescente e dos Direitos do

Idoso; Controle e Fiscalização dos Atos do Poder Executivo; e Comissão Permanente de Educação e Cultura.

Além das funções constitucionais, as atribuições do Parlamento vêm sendo ampliadas nos últimos anos. Com frequência, a Câmara é requisitada pelos cidadãos ou grupos organizados para mediar conflitos e sediar os mais variados debates. Essa demanda obriga o Legislativo a modernizar-se, melhorar suas instalações, capacitar melhor seus servidores e, sobretudo, ampliar e qualificar sua estrutura de comunicação para melhor e com maior agilidade, a fim de responder aos anseios da sociedade.

A Transparência no setor público também é outra demanda que se faz cada vez mais presente. Com a Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011), a oferta de acesso às informações públicas não se tornou apenas uma exigência legal, mas também uma exigência moral e uma cobrança da sociedade - tanto de cidadãos individuais como de grupos organizados, tais quais os Observatórios Sociais e os veículos de imprensa.

No primeiro semestre de 2017, foram propostas 3 mil matérias pelos vereadores, entre indicações, requerimentos, moções e projetos de lei, de acordo com levantamento do Departamento de Expediente e Protocolo da Casa. Os eventos organizados pela Câmara nesse período receberam, inclusive, mais de 2 mil pessoas. No total, cerca de 16 mil munícipes passaram pela Câmara, onde tiveram a oportunidade de visitar todas as dependências tais quais: plenário, salas de reuniões, gabinetes dos vereadores, departamentos e núcleos administrativos.

Dentre o público visitante, destaca-se também a vinda de escolas públicas e privadas com estudantes do ensino fundamental e médio, além de universitários. Muitos deles tiveram, com tal experiência, o primeiro contato com a Câmara Municipal de Limeira e puderam dirimir dúvidas, realizar questionamentos e ficar a par – por meio de um vídeo informativo a respeito das funções dos vereadores – das atribuições constitucionais do Legislativo.

3. Desafios de Comunicação

Apesar de não existir uma pesquisa local, é possível avaliar o nível de confiança em relação ao Parlamento a partir de uma pesquisa realizada em nível nacional.

De acordo com pesquisa do Ibope Inteligência - que apurou o índice de confiança nas instituições em 2015 - o Congresso Nacional obteve 22 pontos (em uma escala de 0 a 100) entre outras instituições públicas e privadas, posicionando-se atrás, por exemplo, do Corpo de Bombeiros (81), escolas públicas (57), bancos (49), Judiciário (46) e governo local (33), empatado com a Presidência da República (22) e à frente dos partidos políticos (17).

Entre 2009 e 2015, o nível de confiança no Parlamento manteve uma curva descendente: 35 (2009); 38 (2010); 35 (2011); 36 (2012); 29 (2013); 35 (2017); e 22 (2015).

Entre as causas dessa imagem negativa do Legislativo encontra-se uma série de fatores, muitos dos quais não dependem exclusivamente desse único poder – como o desconhecimento sobre as funções do Executivo, Legislativo e Judiciário -, mas de uma formação cultural e pedagógica mais ampla, voltada para a formação para a cidadania e para a prática democrática. Entre esses fatores há, ainda, a ação deliberada de determinados setores para diminuir a importância do Legislativo como órgão democrático. Outros fatores, contudo, podem ser considerados endógenos.

Com o advento das investigações da Operação Lava Jato, a forte atuação do Judiciário e dos demais órgãos de controle colocaram em viés negativo a classe política. O aparecimento de escândalos e a atuação com fortes traços de corporativismo por parte do Legislativo, muitas vezes entrando em confronto direto com o Executivo e o Judiciário – em uma clara demonstração de desarmonia entre tais poderes – trouxe à tona os conflitos que permeiam o cidadão comum no que tange suas expectativas quanto ao Estado.

Com o objetivo de reduzir o desconhecimento das funções do Legislativo e aumentar o nível de confiança (em particular da Câmara Municipal de Limeira), pretende-se qualificar a comunicação com a sociedade através de diferentes meios de comunicação.

Portanto, faz-se necessário o uso adequado e coerente de ação de comunicação, no sentido de dar transparência às ações do Parlamento e buscar credibilidade. Essas são

as metas desse projeto para alcançar a opinião pública com uma imagem positiva e atuante da Câmara Municipal e, conseqüentemente, mais próxima dos cidadãos.

Desenvolver a longo prazo uma campanha institucional a partir da ampla divulgação dos trabalhos e das funções do Legislativo, com foco nos cidadãos, é o objetivo. A ideia é divulgar a atividade parlamentar, projetos e ações pautados em responsabilidades e funcionamento da Casa. Para tal, terão de ser produzidos conteúdos informativos de interesse público e embasados no princípio da impessoalidade.

Tendo o interesse público como base norteadora de produção de conteúdo, serão consideradas as ações de comunicação pública adequadas às demandas da Câmara, objetivando informar e prestar contas; motivar e educar os cidadãos sobre o papel do Legislativo; engajar a participação das pessoas na agenda da Câmara e construir uma identidade mais sólida da Casa.

4. Público-alvo

O Legislativo é patrimônio de toda a sociedade e trabalha por toda a população, independente de sexo, idade ou classe social.

Porém, para uma comunicação eficiente, é preciso, primeiramente, estabelecer um público-alvo externo potencial, baseado no perfil médio da população limeirense, seus valores e visão de mundo, servindo para, a partir disso, atingir as demais faixas de público. Segundo pesquisa Censo realizada em 2010 pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), a maior parcela dos habitantes de Limeira se encontra na faixa de 25 a 44 anos.

Em relação ao sexo, pesquisa da Fundação Seade identifica maior porcentagem de mulheres do que homens na cidade. No quesito escolaridade, dados do SIAB (Sistema de Informação da Atenção Básica) do Ministério da Saúde mostram que o nível de escolaridade da população limeirense é ligeiramente maior que a média nacional, sendo que 59,38% possuem o 2º ciclo do fundamental completo (antigo ginásio) e cerca de 14% nível superior de escolaridade.

Na faixa de renda, 63% dos domicílios limeienses possuíam renda per capita de ½ a 2 salários mínimos, segundo dados do Censo 2010 do IBGE. Quanto à classe social, a maioria dos limeienses encontra-se nas classes C e D, com 90% dos residentes sendo

formados por duas ou mais pessoas com grau de parentesco. Em relação à composição das famílias, 33% são constituídas por três pessoas.

Pesquisa Datafolha, realizada em 2017, ao analisar municípios com população entre 200 a 500 mil habitantes – perfil do município de Limeira – indica que os valores, comportamento e visão de mundo dos limeirenses aproximam-se de perfil mais conservador em relação a assuntos sociais, culturais, políticos e econômicos. Esse perfil ideológico mostra-se também que muitos consideram importante a participação do Governo em questões como trabalho, empresas, impostos e investimentos.

Com base nesses dados, podemos definir nosso público primário, para uma campanha massiva, a fatia da população entre 25 a 44 anos, economicamente ativa, de ambos os sexos, pertencentes às classes C e D. Não excluindo, entretanto, os demais públicos, como a população mais jovem e os mais idosos, tendo estes, por vezes, necessidades de campanhas específicas.

5. Abordagem

A partir do público-alvo, fica identificada a necessidade de uma abordagem com linguagem simples e de fácil compreensão, com a mensagem podendo ser facilmente decodificada pelo cidadão comum.

6. Posicionamento

O enfoque principal é apresentar as funções desempenhadas pelos órgãos da Casa, seus membros e servidores. Muitas pessoas não sabem distinguir quais são as atribuições do Poder Legislativo e acabam confundindo com as do Poder Executivo na hora de cobrar seus direitos. Sendo a Câmara a Casa do Povo, levar informação a essas pessoas pode ajudá-las a exercer a cidadania de forma mais participativa, trazendo o município para perto do Legislativo, fortalecendo o trabalho que é feito para o povo e pelo povo através de seus representantes.

Além do desconhecimento sobre o papel do Legislativo, as leis aprovadas em plenário também são motivo de esquecimento. Há cerca de 8 mil leis no município de

Limeira, sendo que muitas delas já caíram no esquecimento da população, e outras nem sequer chegaram a ser conhecidas ou mesmo fiscalizadas.

Explorar o potencial das matérias em vigor no Município, buscando leis que já foram aprovadas, dentro da perspectiva do interesse público e que possam ajudar o cidadão a exercer seus direitos e também suas obrigações, levanta as seguintes questões:

- Quais são os tipos de leis do município?
- Como é a tramitação de uma lei antes de ir à votação?
- Quais são os tipos de Sessões?
- O que significam os termos técnicos utilizados no processo legislativo?

Para responder essas perguntas é necessário aprofundar o conhecimento e despertar o interesse da população sobre os procedimentos legislativos e deixá-los aptos a contribuir com o trabalho dos vereadores. Dessa forma, é possível haver uma aproximação do público ao universo legislativo, aumentando o nível de confiança e representatividade dos parlamentares e da Câmara Municipal de Limeira, o primeiro poder constituído no município.

A Câmara Municipal de Limeira, enquanto Poder Público, como o próprio nome sugere, tem a função de tornar públicas suas ações, já que muitas delas afetam o cotidiano da cidade e de seus cidadãos.

A comunicação institucional do Legislativo limeirense necessita de um planejamento, de um foco nas ações da Casa de Leis para interagir cada vez mais com a população, cumprindo, inclusive, com o que preceitua a Constituição Federal. Somente com o uso de técnicas comunicacionais modernas, aliadas a um planejamento detalhado das etapas e ações, é possível publicitar as atividades do Legislativo limeirense.

As ações de comunicação devem ter como base um calendário de atividades com temas de interesse coletivo, destacando o papel do Legislativo na defesa das demandas do cidadão.

Também é importante e necessário trabalhar com pesquisas de opinião qualitativas e quantitativas para aferir as expectativas, a satisfação e o conhecimento da população sobre o trabalho do Legislativo.

EDITAL

Outro enfoque necessário é o desenvolvimento de campanhas de conscientização sobre trânsito, mobilidade urbana, doação de sangue, preservação do patrimônio público e histórico, meio ambiente, prevenção do câncer de mama e de próstata

As ações de comunicação têm o objetivo de aproximar, cada vez mais, o Legislativo da comunidade limeirense. É preciso se atentar para a evolução dos meios de comunicação com o advento da internet. Daí a necessidade de uma abordagem específica para as mídias sociais. Hoje, as redes sociais têm se destacado com informações em tempo real, o que facilita a interação entre o Legislativo e a sociedade.

A população deve ter acesso às informações do Legislativo. As ações de comunicação têm papel importante no contato direto com o público externo e interno.

A comunicação é um bem público e um direito constitucional, assim como a cultura e a educação, e as diversas instâncias do Poder Público têm não só o direito, mas também o dever de levar a informação de forma **clara, objetiva e educativa**, possibilitando contribuir na formação de uma visão mais ampla da realidade social, por meio de todos os meios possíveis.

Somente com essa garantia é que as instituições podem colaborar para o processo de consolidação da cidadania. A Comunicação Pública deve dar visibilidade às ações sociais desenvolvidas pela Casa, com foco na inovação, dinamismo, transparência e participação popular.

Diminuir o desconhecimento e a desinformação e aumentar a aceitação sobre as atividades do Legislativo, divulgando-as de forma impessoal e despersonalizada, objetivando mostrar os assuntos que são debatidos em plenário, as matérias que são votadas e projetos aprovados, com observância aos princípios constitucionais, é a razão de ser do objeto exposto no presente anexo.

A disponibilidade de recursos estabelecido no contrato resultante deste certame está estimada em R\$ 200 mil (duzentos mil reais) pelos primeiros 12 (doze) meses. Neste montante estão previstas as despesas com veiculação em mídia.

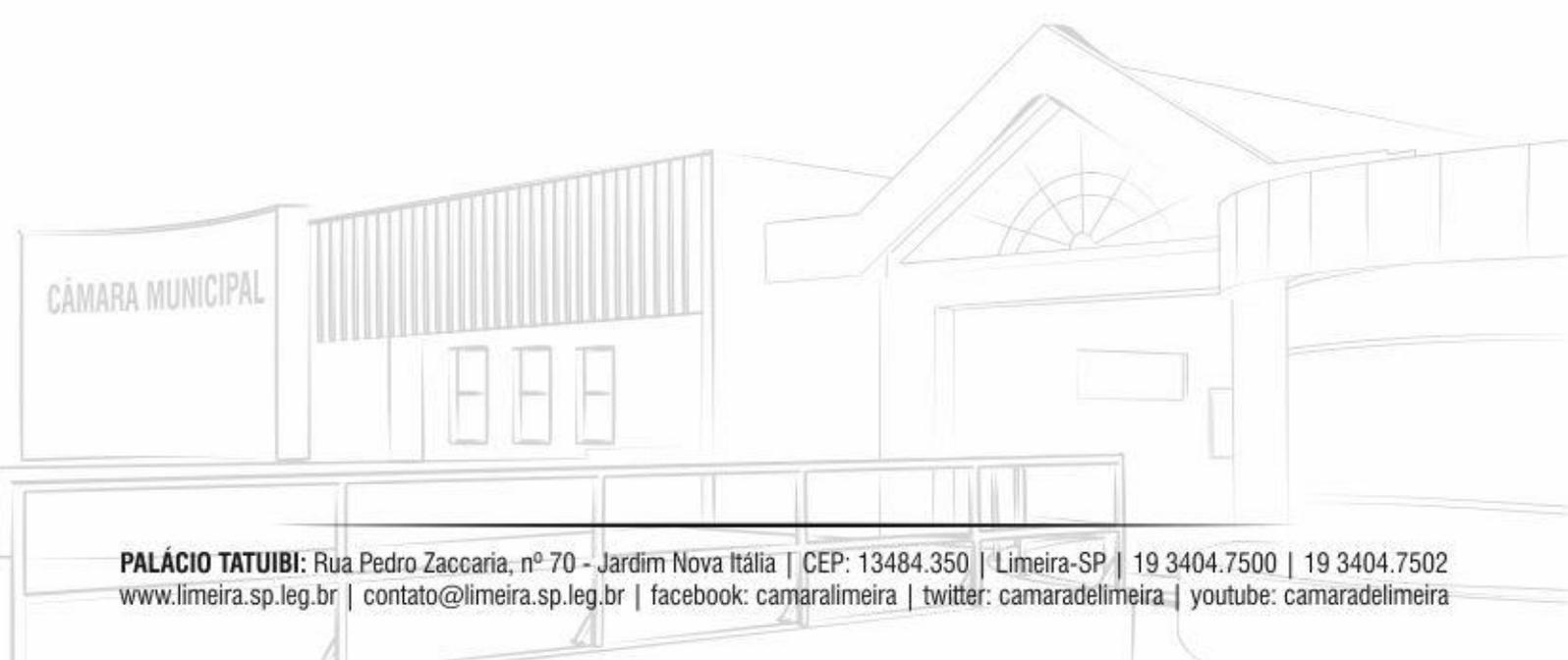


CÂMARA MUNICIPAL DE
LIMEIRA

EDITAL

ANEXO VII - ARQUIVOS PARA REFERENCIA

Enviamos anexo um CD, contendo o MANUAL DE IDENTIDADE E PADRONIZAÇÃO da Câmara Municipal de Limeira.



CÂMARA MUNICIPAL



EDITAL

ANEXO VIII - MODELO DE DECLARAÇÃO DE CONDIÇÃO DE MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE

DECLARO, sob as penas da lei, sem prejuízo das sanções e multas previstas neste ato convocatório, que a empresa _____, CNPJ nº _____, é Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, nos termos do enquadramento previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, para fins do que estabelece aquela Lei, sujeitando-me, em sendo declarado vencedor do certame, a comprovar tal condição, através de um dos seguintes documentos:

- Certidão expedida pela Junta Comercial, caso exerçam atividade comercial;
- Documento expedido pelo Registro Civil das Pessoas Jurídicas caso atuem em outra área que não a comercial.

CARIMBO DO C.N.P.J. EMPRESA

Local: _____

Data: ____/____/2017.

ASSINATURA REPRESENTANTE LEGAL

CÂMARA MUNICIPAL

ANEXO IX - TERMO DE CIÊNCIA E DE NOTIFICAÇÃO

Contrato nº:

Objeto: CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA REALIZAÇÃO DE 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 INTERMEDIACÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE AOS VEÍCULOS E DEMAIS MEIOS DE DIVULGAÇÃO, COM O OBJETIVO DE PROMOVER A VENDA DE BENS OU SERVIÇOS DE QUALQUER NATUREZA, DIFUNDIR IDEIAS OU INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL.

Contratante: CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA

Contratada: _____

Na qualidade de Contratante e Contratado, respectivamente, do termo acima identificado, e, cientes do seu encaminhamento ao TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DE SÃO PAULO, para fins de instrução e julgamento, damo-nos por CIENTES E NOTIFICADOS para acompanhar todos os atos da tramitação processual, até julgamento final e sua publicação e, se for o caso e de nosso interesse, para, nos prazos e nas formas legais e regimentais, exercerem o direito da defesa, interpor recursos e o mais que couber.

Igualmente, declaramos estar cientes, doravante, de que todos os despachos e decisões que vierem a ser tomados, relativamente ao aluído processo, serão publicados no Diário Oficial do Estado, Caderno do Poder Legislativo, parte do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, de conformidade com o artigo 90 da Lei Complementar nº 709, de 14 de janeiro de 1993, iniciando-se, a partir de então, a contagem dos prazos processuais.

Limeira, ___ de _____ de 2017



CÂMARA MUNICIPAL DE
LIMEIRA

EDITAL

CONTRATANTE

CONTRATADA

JOSÉ ROBERTO BERNARDO
PRESIDENTE DA
CÂMARA MUNICIPAL DE LIMEIRA

NOME DO REPRESENTANTE
CARGO
EMPRESA

CÂMARA MUNICIPAL