



EDITAL

CONCORRÊNCIA PÚBLICA

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

CONCORRÊNCIA Nº 001/2023

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 600/2022

A CÂMARA MUNICIPAL DA SERRA, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, designados pelo Ato da Presidência, Portaria nº 372/2023 publicada no Diário Oficial dos Municípios no dia 10 de fevereiro de 2023, TORNA PÚBLICO que realizará a licitação, na modalidade “CONCORRÊNCIA”, do tipo MELHOR TÉCNICA, sob regime de execução indireta, conforme **Processo Administrativo nº 600/2022**, devidamente aprovado pelo Presidente desta Casa Legislativa. O Edital encontra-se disponível através do site: www.camaraserra.es.gov.br, Link: “Portal da Transparência” “Licitações”. Fazem parte integrante deste Edital:

ANEXO I – PROJETO BÁSICO

ANEXO I - A – BRIEFING

ANEXO I - B – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

ANEXO I - C – LISTA REFERENCIAL DE PREÇOS SINAPRO-ES

ANEXO II - DECLARAÇÃO DE FATOS IMPEDITIVOS

ANEXO III - DECLARAÇÃO DE ATENDIMENTO AO INCISO XXXIII DO ARTIGO 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

ANEXO IV - CÁLCULO DOS INDICADORES ECONÔMICOS

ANEXO V - MINUTA DOS TERMOS DE CONTRATO

1. DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

1.1. A Concorrência será realizada em sessão pública, no Plenário Flodoaldo Borges Miguel, sito à Rua Major Pissarra, nº 245, Centro, Serra/ES - CEP: 29.176- 020, no horário abaixo mencionado.

1.2. DA DATA, LOCAL E HORÁRIO DE INÍCIO DO RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS (INVÓLUCROS NºS 1, 2, 3 E 4):

Envelopes (obrigatório): 06/06/2023 até às 09:30 horas.

Data e Hora do Credenciamento: 06/06/2023 às 09:50 horas.

Data, Hora e Local da Abertura: 06/06/2023 às 10:00 horas

1.3. O Invólucro nº 5 contendo os documentos de habilitação, não deverá ser entregue na data acima. Em momento oportuno, a Comissão Permanente de Licitação convocará os licitantes classificados no julgamento final das propostas (técnica e de preços) para apresentação dos documentos de habilitação, em sessão pública em data e hora estabelecida previamente pela Comissão Permanente de Licitação.

1.4. Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do Certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no horário e local aqui estabelecidos, desde que não haja outra comunicação por parte do Presidente da Comissão Permanente de Licitação.

2. DO OBJETO

2.1. A contratação de empresa especializada para a prestação de serviços de publicidade institucional e de utilidade pública para o Legislativo Municipal da Serra, conforme especificações detalhadas no PROJETO BÁSICO - Anexo I, onde constam as especificações necessárias para contratação e que integra o presente edital para todos os fins.

3. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA E DO PREÇO

3.1. O custeio para a execução dos serviços objeto da presente Licitação é proveniente de recursos do orçamento do Poder Legislativo, oriundos da dotação orçamentária para o exercício de 2023:



01.001.0001.0031.0010.2006 – Garantir Atuação Legislativa.
3.3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica.

3.2. Os pagamentos decorrentes do objeto desta Concorrência Pública, nos exercícios seguintes, correrão por conta das correspondentes dotações orçamentárias aprovadas na Lei Orçamentária respectiva.

3.3. O objeto da presente licitação terá o valor máximo de **R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais)** pelos primeiros 12 (doze) meses.

3.4. A Câmara Municipal da Serra se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

4. DO SUPORTE LEGAL

4.1. Esta Concorrência é regulada pelos seguintes dispositivos legais:

4.1.1. Constituição da República Federativa do Brasil;

4.1.2. Lei Orgânica do Município de Serra de 05 de abril de 1990, no que couber;

4.1.3. Lei Federal nº 12.232, de 29.04.10;

4.1.4. Lei Federal nº 4.680, de 18/06/1965;

4.1.5. Lei Federal nº 8.666 de 21 de junho de 1993, e alterações posteriores;

4.1.6. Decreto Federal nº 57.690, de 01/02/1966

4.1.7. Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor;

4.1.8. Demais disposições legais aplicáveis, inclusive subsidiariamente, além dos princípios gerais de Direito.

4.1.9. Portaria nº 163/2022, que dispõe sobre o Plano Estratégico de Ações para a área de Comunicação da Câmara Municipal da Serra/ES.

5. DAS CONDIÇÕES GERAIS PARA A PARTICIPAÇÃO

5.1. Poderá participar desta Concorrência a agência de publicidade que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

5.2. Não poderá participar desta Concorrência a agência de publicidade:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Administração Direta e ou Indireta;

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

c) que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, da União, dos Estados, do Distrito Federal ou dos Municípios.

d) que, entre seus dirigentes, responsáveis técnicos ou legais, entre suas equipes técnicas figure quem seja ocupante de cargo ou emprego na Administração Pública Municipal;

e) estrangeira que não funcione no País;

f) que estiver reunida em consórcio.

5.3. Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma Proposta.

5.4. A participação na presente Concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos,



cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

5.5. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta Concorrência, ressalvado que a Câmara Municipal da Serra não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

5.6. A proponente deverá entregar os envelopes no endereço, dia e horário mencionados no subitem 1.2 deste Edital, impreterivelmente. Não serão recebidos os envelopes apresentados após a hora e data convenionadas, bem como documentação e proposta enviadas por e-mail.

5.7. Uma vez que estamos vivendo um momento de pandemia, informamos da necessidade do licitante utilizar máscara e manter distanciamento. Além disso, não será permitida a presença de acompanhantes na galeria.

6. INFORMAÇÕES GERAIS E ESCLARECIMENTOS SOBRE EDITAL

6.1. As empresas licitantes que tiverem interesse em participar do certame deverão retirar o edital no site: www.camaraserra.es.gov.br, Link: "Portal de Transparência - Licitações", ficando obrigadas a acompanhar as publicações referentes à licitação no Diário Oficial dos Municípios – DOM, Jornal de Grande circulação e site da Câmara Municipal da Serra, tendo em vista a possibilidade de alterações e avisos sobre o procedimento.

6.2. Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela Comissão Permanente de Licitação, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para abertura da sessão pública, através do e-mail: licitacao@camaraserra.es.gov.br e/ou pelo endereço citado no preâmbulo informando o número da Concorrência.

6.2.1. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos pela Comissão Permanente de Licitação através do e-mail ao qual foram enviados e através de divulgação na internet, no Portal de Transparência no endereço indicado no subitem 6.1, sem informar a identidade da licitante consulente e de seu representante.

6.3. As autenticações dos documentos poderão ser feitas pela própria CPL em até um dia útil antes da data marcada para recebimento dos invólucros, através do servidor que efetuar o recebimento dos documentos em comento, desde que o interessado apresente os originais para conferência, bem como cópias legíveis.

6.4. Visando a organização e agilidade no procedimento, não serão autenticados em hipótese alguma documentos no dia do recebimento dos invólucros.

7. DAS IMPUGNAÇÕES

7.1. Todo cidadão é parte legítima para impugnar o presente Edital por irregularidade. Qualquer pedido de impugnação deverá ser protocolizado até 5 (cinco) dias úteis antes da data do recebimento das Propostas Técnica e de Preços, de segunda a sexta-feira, das 8h às 18h no Protocolo da Câmara Municipal da Serra, situado na Rua Major Pissarra, 245, Centro, Serra/ES, o qual deverá ser julgado e respondido em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

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

7.2.1. Os pedidos de impugnação deverão ser instruídos com cópias do Contrato Social, com mandato Procuratório, para representar a empresa recorrente, com a devida qualificação da empresa e do representante legal, cópia de documento pessoal com foto.

7.3. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

8. DO CREDENCIAMENTO

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Permanente de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública em cópia simples e o original, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.



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

8.1.2. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, com os poderes para tal ato. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Permanente de Licitação cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

8.2. A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

8.3. Cada representante somente poderá representar um único proponente.

8.4. Os documentos mencionados nos subitens acima deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnicas e de Preços e comporão os autos do processo licitatório.

8.5. A apresentação do Contrato Social, Ato Constitutivo ou Estatuto, apresentado no Credenciamento, isenta o licitante de apresentá-los no Invólucro de Habilitação.

8.6. Caso a licitante não compareça, deverá enviar toda a documentação necessária dentro do prazo estipulado, para poder participar do certame. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 1.2 deste Edital.

9. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE TÉCNICA

9.1. Os licitantes interessados em participar da licitação deverão entregar no dia, local e hora definidos no preâmbulo deste Edital, à Comissão Permanente de Licitação a Proposta Técnica e Proposta de Preços (Invólucros nº 2 e 4) em envelopes opacos, indevassáveis. Os Invólucros nº 1 e 3 serão fornecidos pela Câmara Municipal da Serra.

9.2 INVÓLUCRO "1" - PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA

9.2.1. No invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam o subitem 11.3.

9.2.2. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Comissão Permanente de Licitação.

9.2.2.1. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada em até 02 (dois) dias úteis antes da data estipulada no subitem 1.2, no horário das 8h às 12h ou das 14h às 17h00, em dias úteis, na sala da CPL da Câmara Municipal da Serra no seguinte endereço: Rua Major Pissarra, 245 – Centro, Serra/ES, devendo realizar o agendamento pelo telefone (27) 3251-8300 ou pelo e-mail: licitacao@camaraserra.es.gov.br.

9.2.3. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

9.2.4. 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:

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

9.3. INVÓLUCRO "2" - PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA



9.3.1. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4.

9.3.2. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2
Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
Nome empresarial e CNPJ da licitante.
Modalidade de Licitação nº 001/2023.

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

9.4. INVÓLUCRO “3” - PROPOSTA TÉCNICA – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES

9.4.1. No invólucro nº 3 deverá estar acondicionado a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam o subitem 11.5, devendo estar acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Comissão Permanente de Licitação.

9.4.1.1. O invólucro nº 3 será entregue às agências conforme disposto no subitem 9.2.2.1.

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

Invólucro nº 3
Proposta Técnica: Capacidade de atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.
Nome Empresarial e CNPJ da licitante.
Modalidade de Licitação nº 001/2023.

10. DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

10.1. A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação condicionada no Invólucro nº 4 juntamente com os invólucros nº 01, 02, e 03.

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

Invólucro nº 4
Proposta de Preços.
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Modalidade de Licitação nº 001/2023.

10.3. O invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

11. DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de comunicação	



11.2. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

11.3. Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada – Invólucro nº 1.

11.3.1. O conteúdo da via não identificada e da via identificada do Plano de Comunicação Publicitária, com exceção da(s) peça(s) da Ideia Criativa, deverá ser apresentado da seguinte forma:

- a) Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda, capa transparente e contracapa na cor preta;
- b) Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- c) Espaçamento de 2 (dois) cm em todas as margens superior, inferior, direita e esquerda, a partir da borda;
- d) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subseqüentes sem recuos;
- e) Espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- f) Alinhamento justificado do texto;
- g) Texto em fonte 'Arial' e suas variações de formatação (normal, negrito, itálico, sublinhado), cor 'automático', tamanho '12 pontos', observado o disposto nos subitens 11.3.2, 11.3.4.
- h) Os textos, em geral, não poderão exceder a 15 (quinze) laudas. Os anexos, para cada tópico que os admita, não serão em número superior a 05 (cinco);
- i) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito em fonte 'Arial', cor 'automático', tamanho '9 pontos';
- j) Sem identificação da licitante.

11.3.2. Não constarão os exemplos de peças referentes à "Ideia Criativa" no invólucro da via identificada.

11.3.3. As planilhas integrantes do subquestito "Estratégia de Mídia e Não-Mídia" serão considerados como Anexo Único, formatados com bordas na cor preta, fio '1 ponto', fonte 'Arial' e suas variações de formatação, cor 'automático', tamanho '7 a 9 pontos'.

11.3.4. Os exemplos de peças integrantes do subquestito "Ideia Criativa" serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 11.3 e deverão ser impressas em formato a critério da licitante. Será obrigatório afixá-las sobre pranchas avulsas de papel cartão na cor preta, verso em papel kraft, entre 200 a 500 gr/m², sem encadernação, sem capa ou película protetora, em tamanho e formato que permitam sua anexação ao invólucro sem danificação, rasura ou alteração do mesmo ou das próprias peças.

11.3.5. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada, não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.3.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária, da Estratégia de Mídia e Não Mídia e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.9.3 estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestitos.

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

11.3.8. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.3.8.1. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 11.3, no que couber.

11.3.9. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestitos, Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I-A), observadas as seguintes disposições:

11.3.9.1. Raciocínio Básico: apresentação em forma de texto pela licitante seu entendimento sobre a Câmara Municipal da Serra, suas linhas de atuação e o diagnóstico das suas necessidades de comunicação publicitária para enfrentar o problema específico de comunicação.



11.3.9.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação em forma de texto pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o problema específico de comunicação a ser enfrentado e alcançar os objetivos, geral e específico, de comunicação, previstos no Briefing, elaborado pela Câmara Municipal da Serra, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) explicitação e defesa dos principais 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.

11.3.9.3. Ideia Criativa: apresentação em forma de texto pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças que julgar necessárias para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 11.3.9.2, com comentários sobre cada peça.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças que julgar mais indicadas para corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

11.3.9.3.1. Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 11.3.9.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça.

11.3.9.3.2. A Ideia Criativa deverá ser acompanhada de anexos, sendo estes exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, apresentados sob a forma de roteiros e textos digitados.

11.3.9.3.3. Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 11.3.9.3:

a) estão limitados a 05 (cinco), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

- roteiro, layout e ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- protótipo ou 'monstro', para peças destinadas a rádio e internet somente;

11.3.9.3.3.1. Os protótipos de monstro de rádio e internet só poderão ser apresentados em formato digital, gravados separadamente em CD, em formato de dados na raiz do CD, não podendo serem dispostos dentro de pastas e subpastas, o CD deverá ser armazenado em estojo de tampa acrílica e fundo preto, espessura de 0,5 a 1cm, com capa em papel branco, tamanho 12cmx12cm, sem textura, gramatura livre, que especifique em texto o tipo de peça (fonte arial, cor "automático", corpo 10 conforme exemplo abaixo:

PROPOSTA TÉCNICA
IDEIA CRIATIVA – MÍDIA ELETRÔNICA PEÇA: MONSTRO RÁDIO
CONCORRÊNCIA Nº 001/2023

11.3.9.3.3.1.1. Todos os arquivos gravados deverão ser nominados conforme a peça que representam. Ex: "monstro_radio.mp3".

11.3.9.3.3.1.2. Ressalvado que esses não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

11.3.9.3.3.2. Os protótipos ou 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, .jpg, .html, .mpeg, .swf e .mov. Os arquivos em áudio devem ser gravados no formato .mp3.

11.3.9.3.3.3. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, observado o disposto no subitem 11.3.4.

11.3.9.3.3.4. Cada peça deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, anúncio revista, outdoor) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.9.3.



11.3.9.3.4. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 11.3.9.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- 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 e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de fingers – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagens única;
- d) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- e) um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g) um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça.

11.3.9.3.4.1. Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere a alínea 'g' do subitem 11.3.9.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.9.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

- a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças destinadas a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos e planilhas.

11.3.9.4.1. Todas as peças que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.3.9.3 deverão constar dessa simulação.

11.3.9.4.2. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça de não mídia.

11.3.9.4.3. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.



11.4. Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada – Invólucro nº 2.

11.4.1. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e/ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5. Conjunto de Informações do Proponente – Invólucro nº 3.

11.5.1. Versará sobre os seguintes quesitos a serem apresentados na ordem abaixo contendo as seguintes especificações:

a) Em caderno específico para cada um dos quesitos que compõe o conjunto de informações do proponente, quais sejam, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, com espiral preto colocado à esquerda, capa transparente e contracapa na cor preta;

b) Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;

c) Espaçamento de 2 (dois) cm em todas as margens superior, inferior, direita e esquerda, a partir da borda;

d) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

e) Espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

f) Alinhamento justificado do texto;

g) Texto em fonte 'Arial' e suas variações de formatação (normal, negrito, itálico, sublinhado), cor 'automático', tamanho '12 pontos'.

h) Os conjuntos de textos referentes ao Conjunto de Informações do Proponente não terão limitação de páginas para apresentação;

i) Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito em fonte 'Arial', cor 'automático', tamanho '9 pontos'.

11.5.2. Capacidade de Atendimento:

11.5.2.1. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, com folhas rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.2.1.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.5.2.1 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.5.2.1.2. Os documentos, informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.5.2.1 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro identificado.

11.5.2.2. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

a) Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas por setor da licitante em: área de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;



d) A sistemática de atendimento discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal da Serra, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

11.5.3. Repertório:

11.5.3.1. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em folhas rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.3.1.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.5.3.1 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.5.3.1.2. Os documentos, informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro identificado.

11.5.3.2. O Repertório será constituído de peças e ou material publicitários concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante a outros clientes, tanto do setor público quanto do setor privado.

11.5.3.2.1. A licitante deverá apresentar, em anexo, em número máximo, até 03 (três) peças ou material, para cada tipo ou característica, sendo: filmes de TV, spots de rádio, anúncios de jornal, anúncios de revista, peças de internet e peças “mídia externa”, com as respectivas fichas técnicas e apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.

11.5.3.2.1.1. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pendrive, gravadas em um único disco digital, ou vários, de acordo com a necessidade da licitante, podendo seus conteúdos serem agrupados por tipos de mídia, seguindo as especificações dos subitens 11.3.9.3.3.2 e 11.3.9.3.3.3. Os vídeos deverão ser gravados em formato avi ou mpeg.

11.5.3.2.1.2. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.5.1, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

11.5.3.2.1.2.1. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

11.5.3.2.2. Para cada peça, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, relação dos profissionais envolvidos, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos 02 (dois) veículos que a divulgaram.

11.5.3.2.3. Não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Publicidade, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

11.5.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

11.5.4.1. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.4.1.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.5.4.1 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.5.4.1.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.



11.5.4.2. A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação “cases stories”, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

11.5.4.2.1. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela Câmara Municipal da Serra.

11.5.4.2.2. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

11.5.4.2.3. É permitida a inclusão de até 3 (três) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

- I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD;
- II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.5.4.1, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- III - para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

11.5.4.2.4. Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não, desde que permitam sua anexação ao invólucro sem danificação, rasura ou alteração do mesmo ou das próprias peças.

12. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Projeto Básico e em seus anexos.

12.2. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

12.2.1 Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos a serem distribuídos conforme abaixo:

	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Quesito: Raciocínio Básico	MÁXIMO DE PONTOS
A	Acuidade da compreensão das características da Câmara Municipal da Serra e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3 pontos
B	Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação da Câmara Municipal da Serra.	2 pontos
C	Acuidade da compreensão das necessidades de comunicação da Câmara Municipal da Serra para enfrentar esse problema.	2 pontos
D	Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações Câmara Municipal da Serra com seus públicos.	2 pontos
E	Acuidade da compreensão do papel da Câmara Municipal da Serra no atual contexto social, político e econômico.	1 ponto
Pontuação máxima		10 pontos

	PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Quesito: Estratégia de Comunicação Publicitária	MÁXIMO DE PONTOS
A	Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e equalificação da Câmara Municipal da Serra e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação.	3 pontos
B	Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos.	2 pontos
C	A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Câmara Municipal da Serra com seus públicos.	2 pontos
D	Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da Câmara Municipal da Serra	1 ponto



Câmara Municipal da Serra
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

E	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	1 ponto
F	A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal da Serra, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos e o objetivo específico de comunicação previsto no Briefing e a verba disponível	1 ponto
Pontuação máxima		10 pontos

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA		MÁXIMO DE PONTOS
Quesito: Ideia Criativa		
A	Adequação ao problema específico de comunicação da Câmara Municipal da Serra.	4 pontos
B	Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pelo licitante.	4 pontos
C	Originalidade da combinação dos elementos que a constituem	4 pontos
D	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	3 pontos
E	Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta	3 pontos
F	Adequação ao universo cultural dos segmentos de público alvo	3 pontos
G	Pertinência às atividades da Câmara Municipal da Serra e à sua inserção nos contextos social, político e econômico.	3 pontos
H	Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas.	2 pontos
I	Compatibilização da linguagem das peças aos meios e aos públicos propostos.	2 pontos
J	Exequibilidade das peças	2 pontos
Pontuação máxima		30 pontos

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA		MÁXIMO DE PONTOS
Quesito: Estratégia de Mídia e Não Mídia		
A	Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	3 pontos
B	Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2 pontos
C	Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquesitos anteriores (A e B).	2 pontos
D	Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2 pontos
E	Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir objetivos de comunicação.	2 pontos
F	Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2 pontos
G	Pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal da Serra.	2 pontos
Pontuação máxima		15 pontos

12.2.2. Conjunto de Informações do Proponente: 35 (trinta e cinco) pontos a serem distribuídos conforme abaixo:

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE		MÁXIMO DE PONTOS
Quesito: Capacidade de Atendimento		
A	Qualidade e o tempo de experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias.	4 pontos
B	O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado	3 pontos
C	Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.	3 pontos
D	Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Câmara Municipal da Serra.	3 pontos
E	Operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal da Serra e a licitante, esquematizado na proposta.	1 ponto
F	Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará	1 ponto



Câmara Municipal da Serra
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

	regularmente à disposição da Câmara Municipal da Serra, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	
Pontuação máxima		15 pontos

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE		MÁXIMO DE PONTOS
Quesito: Repertório		
A	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação da Câmara Municipal da Serra.	4 pontos
B	Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver.	4 pontos
C	Qualidade da execução e do acabamento da peça.	4 pontos
D	Clareza e simplicidade da exposição das informações prestadas.	3 pontos
Pontuação máxima		15 pontos

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE		MÁXIMO DE PONTOS
Quesito: Relato de Soluções de Problemas de Comunicação (cases)		
A	Relevância dos resultados apresentados.	2 pontos
B	Clareza e lógica da exposição das informações prestadas.	1 ponto
C	Evidência de planejamento publicitário.	1 ponto
D	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1 ponto
Pontuação máxima		5 pontos

12.3. A cada um dos subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária e do Conjunto de Informações do Proponente serão atribuídos os pontos ali definidos, pela capacidade de atender ao exigido e pela razão de critério e peso abaixo especificada:

ATENDIMENTO	PONTUAÇÃO
Ótimo	100 % da pontuação do item
Bom	80% da pontuação do item
Regular	60 % da pontuação do item
Não atendeu	10 % da pontuação do item
Não apresentou	0 % da pontuação do item

12.3.1. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

12.3.2. 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, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

12.3.3. 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 subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo licitatório.

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

12.3.5. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

12.4 Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) Não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- c) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens acima.



12.5. Em caso de empate no resultado geral das propostas técnicas, terá preferência a licitante que, na ordem a seguir, sucessivamente:

- a) Obter a maior nota no quesito Ideia Criativa;
- b) Obter a maior nota no quesito Estratégia de Mídia;
- c) Obter a maior nota no quesito Estratégia de Comunicação Publicitária;
- d) Obter a maior nota no quesito Raciocínio Básico.

12.6. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, em data estabelecida e divulgada e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13. DA PROPOSTA DE PREÇOS

13.1. A Proposta de Preços deverá ser apresentada no invólucro nº 4, conforme modelo constante do Anexo I-B, atendendo aos seguintes requisitos:

13.1.1. Estar redigida em língua portuguesa, sem emendas, entrelinhas, rasuras ou ressalvas, contendo a razão social da empresa, endereço, telefone, fax, e-mail e nome do representante legal, data e assinatura do representante legal.

13.1.2. Ocorrendo a ausência de qualquer dos requisitos supra relacionados, poderá a Comissão Permanente de Licitação determinar sua correção em audiência pública, desde que o representante legal esteja presente, com poderes de representação, concorde e assine as alterações procedidas.

13.1.3. Ressalvadas as disposições do edital, os valores deverão conter todas as despesas com materiais, ferramentas, mão de obra, embalagens, equipamentos auxiliares, instrumentos de medição, máquinas em geral, impostos, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, salários e quaisquer outros encargos necessários à execução do objeto.

13.1.4. Ter indicação de que o prazo de validade da proposta não será inferior a 60 (sessenta) dias, contados da data marcada para o seu recebimento, ficando estabelecido que na omissão será considerado esse prazo.

13.1.5. Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente edital e que apresentem rasuras, falhas e/ou inconsistências que impossibilitem a sua compreensão, correção e/ou aceitação, assim como, àquelas que oferecerem descontos superiores aos limites máximos estabelecidos pelo Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP.

Serão também desclassificadas as propostas que apresentarem desconto inferior a 20% (vinte por cento) sobre os valores da tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda no Espírito Santo – SINAPRO-ES, referente aos custos internos.

13.1.6. São limítrofes os seguintes percentuais para a composição da Proposta de Preços:

- alínea a) Desconto mínimo de 20% e não superior a 50%;
- alínea b) honorários de até 15%;
- alínea c) honorários de até 10%.

14. DA VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

14.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no edital e em seus anexos.

14.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

14.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo I-B, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, não será aceito:



Câmara Municipal da Serra

ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

a) Desconto inferior a 20% (vinte por cento) e superior a 50 % (cinquenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Espírito Santo/SINAPRO a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

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

c) Percentual de honorários superior a 10 % (dez por cento), incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e matérias cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação;

14.4. A Comissão Especial de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 14.3	$P1 = 40 \times \text{Desconto}$ maior desconto
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 14.3	$P2 = \frac{30 \times \text{honorário}}{\text{menor honorário}}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 14.3	$P3 = \frac{30 \times \text{honorário}}{\text{menor honorário}}$

14.4.1. Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorário' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'.

14.4.2. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 14.4, como segue: $P = P1 + P2 + P3$.

14.4.3. A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

14.4.3.1. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

a) O maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;

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

c) O menor percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e matérias cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação;

15. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

15.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços da licitação será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo melhor técnica.

15.2. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante que obtiver a maior nota no julgamento da Proposta Técnica e que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas.

15.3. Serão realizadas em sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, as quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

16. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO



16.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

16.2. Os Documentos deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**INVÓLUCRO Nº 5 DOCUMENTOS
DE HABILITAÇÃO
NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA
LICITANTE: CONCORRÊNCIA Nº 001/2023**

16.3. O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

16.4. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial ou em cópia não autenticada pela Comissão Permanente de Licitação, conforme subitem 6.3. Não serão autenticados documentos no momento da sessão.

16.5. HABILITAÇÃO JURÍDICA

- a) Cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;
- b) Registro Comercial, no caso de empresa individual, com o “Objeto Social” enquadrado no objeto em que a empresa estará disputando. A empresa que apresentar Registro Comercial com o Objeto Social que não abrange o objeto que ela estará disputando, será considerada INABILITADA;
- c) Ato Constitutivo, Estatuto ou Contrato Social ou sua Consolidação e alterações em vigor, com o “Objeto Social” enquadrado no objeto em que a empresa cadastrou proposta, acompanhado de prova de seu registro ou inscrição e de eleição de seus atuais administradores, em se tratando de sociedades comerciais ou sociedades por ações.
- d) Inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.
- e) Decreto de autorização, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

16.6. REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

- a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;
- b) Prova de regularidade relativa a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional/Receita Federal do Brasil com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
- c) Prova de regularidade com a Fazenda Estadual em que for sediada a empresa;
- d) Prova de regularidade com a Fazenda Municipal em que for sediada a empresa
- e) Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS.
- f) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa – CNDT (incluído pela Lei nº 12.440 de 2011).

16.7. DA QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO – FINANCEIRA

16.7.1. Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei (legislações contábeis vigentes), comprovando a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais, quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data da apresentação dos Documentos de Habilitação, a saber:



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

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

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

16.7.1.1. As empresas constituídas no ano em curso poderão substituir o balanço anual por balanço de abertura, devidamente autenticado pela Junta Comercial;

Nota 1. As empresas obrigadas, na forma da lei, a escriturar a movimentação contábil através do Sistema Público de Escrituração Contábil Digital – (SPED) deverão apresentar o Recibo e as Demonstrações Contábeis extraídas do Sistema Público de Escrituração Contábil Digital – (SPED), juntamente com o Termo de Abertura e Encerramento do último exercício social.

16.7.2. Somente serão habilitadas as licitantes que apresentarem no BALANÇO PATRIMONIAL e Demonstração de Resultado do Exercício, os números com os quais serão comparados com os cálculos e índices apresentados através de Laudo emitido por Contabilista habilitado, comprovando a boa situação financeira da empresa, nos moldes do Anexo IV deste Edital;

16.7.3. As empresas que apresentarem resultado menor que 01 (um) em qualquer dos índices referidos acima, quando de suas habilitações, deverão comprovar, considerados os riscos para Administração, o capital social integralizado ou patrimônio líquido o mínimo de 10% (dez por cento) do valor estimado do serviço, na forma dos §§ 2º e 3º do artigo 31, da Lei 8666/93, como exigência imprescindível para sua habilitação.

16.7.4. Certidão Negativa de Falência e/ou Recuperação Judicial/extrajudicial, expedida pelos Cartórios Distribuidores competentes, da sede da pessoa jurídica, com data não superior a 60 (sessenta) dias de sua emissão, quando não for expressa sua validade.

16.8. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

16.8.1. Comprovante de registro ou inscrição da licitante na entidade profissional competente, Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade - ABAP, para atendimento do art. 30, § 1º, da Lei 8.666/1993;

16.8.2. Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão - CENP, atestando que o licitante tem qualificação técnica de funcionamento.

16.8.3. Atestado (s) de capacidade técnica, fornecidos por pessoa jurídica de direito público ou privado, para os quais já tenha o licitante prestado serviços similares ao objeto desta licitação, ou seja, sejam compatíveis em características, quantidades e prazos e equivalente ou superior à do objeto da licitação, que atestem o desempenho da proponente quanto à qualidade dos serviços, o cumprimento dos prazos de execução. Atestado(s) deverá estar assinado, carimbado e entregue em papel timbrado da empresa ou órgão tomador do serviço;

a) No caso de atestados emitidos por pessoa jurídica de direito privado, não serão considerados aqueles emitidos por empresas pertencentes ao mesmo grupo empresarial da empresa proponente.

b) Serão consideradas como pertencentes ao mesmo grupo empresarial da empresa proponente, empresas controladas ou controladoras e/ou que possuam sócios em comum com a proponente.

16.9. OUTROS DOCUMENTOS

16.9.1. Declaração, em papel timbrado da empresa, do cumprimento ao disposto no inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal, na forma do Anexo III deste Edital.



16.9.2. Declaração, papel timbrado da empresa, de Inexistência de Fato Superveniente Impeditivo e que concorda com todas as condições do Edital e seus anexos, na forma do Anexo II deste Edital.

16.9.3. Caso a empresa licitante seja isenta de algum documento exigido no presente Edital, deve a mesma fazer prova à exigência, dentro do invólucro, através de declaração do órgão expedidor do aludido documento.

16.10. OBSERVAÇÕES

16.10.1. Os documentos deverão ser apresentados em originais (incluindo as certidões obtidas via internet) ou cópias autenticadas em cartório ou por servidor da unidade realizadora da Concorrência (conforme item 6.3 deste Edital), ou por órgãos da imprensa oficial, ficando os mesmos como parte integrante do Processo Licitatório nos termos do Artigo 32 da Lei nº 8666/93 e suas alterações.

16.10.2. Toda a documentação de Habilitação deverá ser entregue na ordem sequencial acima, numeradas e visadas pelo proponente. Tal medida visa salvaguardar os interesses dos participantes no aspecto de segurança e transparência do procedimento licitatório. Esclarecemos que o não atendimento ao solicitado implicará na perda do direito a futuras reclamações quanto a um eventual extravio de documentos durante a tramitação do processo, porém, não desqualificará o licitante da disputa.

16.10.3. Será desclassificado o licitante que deixar de apresentar, de acordo com o exigido, qualquer documento solicitado, ou apresentá-lo em desacordo com o estabelecido neste Edital e seus Anexos.

17. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1. Após o presidente da Comissão Permanente de Licitação declarar o encerramento do prazo para recebimento do invólucro, nenhum outro será aceito, tampouco serão permitidos quaisquer adendos, substituições ou emendas quanto à documentação apresentada.

17.2. A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto no item 16 e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, observado o disposto no subitem 17.3.

17.3. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

18. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

18.1. Esta Concorrência será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

18.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas pela Subcomissão Técnica, constituída na forma definida pela Lei Federal nº 12.232/2010 e pelo edital de CHAMAMENTO PÚBLICO da CMS/ES, sem qualquer tipo de interferência da Comissão Permanente de Licitação ou de terceiros. A Subcomissão será composta por 3 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuam 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.

18.3. A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o 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 responsável pela licitação.

18.3.1. A relação dos nomes referidos no subitem 18.3 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.

18.3.2. O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação, de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros com vínculo ou não com o CONTRATANTE, nos termos do subitem 18.3 deste Edital.



18.3.3. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 18.3, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.

18.3.4. 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.

18.3.5. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item.

18.3.5.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação for inferior aos mínimos exigidos no subitem 18.3 deste Edital.

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

18.3.5.3. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 18.3 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

18.3.5.4. Os nomes remanescentes da relação dos membros com vínculo e dos membros sem vínculo, após sorteio dos 3 (três) membros da Subcomissão Técnica, serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

19.1. Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

19.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

19.1.2. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

19.1.3. A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da Câmara Municipal da Serra, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência.

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

19.1.5. O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

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

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

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

19.1.9. Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta Concorrência – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a Câmara Municipal da Serra providenciará sua destruição.



PRIMEIRA SESSÃO

19.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 1.2 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;
- b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

19.2.1. O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Permanente de Licitação se não:

- a) estiver identificado;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
- c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.

19.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 19.2.1, a Comissão Permanente de Licitação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

19.2.2. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;
- b) retirar o conteúdo dos Invólucros nº 1;
- c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 29 deste Edital.

19.2.2.1. A Comissão Permanente de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 19.2.2, 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.

19.2.2.2. Se, ao examinar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Permanente de Licitação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.3. A Comissão Permanente de Licitação 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.

19.2.4. Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Permanente de Licitação.

19.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 19.2.6 e seguintes.

19.2.5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Permanente de Licitação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 29, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 21.

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

- a) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;



- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

19.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 12.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.6.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

19.2.7. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 19.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO

19.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 29 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2;
- c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f) executar o sorteio previsto no item 12.6, quando for o caso;
- g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 29, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 21.

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



TERCEIRA SESSÃO

19.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 29 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) dar conhecimento do resultado do julgamento das Propostas de Preços aos representantes das licitantes presentes;
- f) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item 29 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 21.

QUARTA SESSÃO

19.5. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 29 deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes do Invólucro nº 5;
- e) informar:
 - e1) o resultado da habilitação;
 - e2) que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 29 deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 8.666/1993;
 - e3) que será publicado na forma do item 29 deste Edital o nome da licitante vencedora desta Concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

20. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

20.1. Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação elaborará relatório e o encaminhará ao Presidente da Câmara Municipal da Serra, sugerindo a homologação desta Concorrência.

20.2. Homologado o resultado da Concorrência, o processo será encaminhado ao setor competente da CÂMARA MUNICIPAL DA SERRA para a emissão da nota de empenho e celebração do contrato com a vencedora do certame.



21. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

21.1. Os atos administrativos praticados no processo licitatório estarão sujeitos à interposição de recurso, nos termos do art. 109 da Lei nº 8.666/93, que deverá ser protocolado na sede da Câmara Municipal da Serra, em seu Protocolo Geral, de segunda a sexta-feira, de 08h00min as 18h00min.

21.2. Dos atos da Administração referentes a esta licitação cabem:

21.2.1. Recurso no prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

- a) Habilitação ou inabilitação do licitante;
- b) Julgamento das propostas;
- c) Anulação ou revogação da licitação;
- d) Rescisão do contrato a que se refere o inciso I do art. 79 da Lei 8.666/93;
- e) Aplicação das penas de advertência, suspensão temporária ou de multa.

21.2.2. Representação no prazo de 05 (cinco) dias úteis da decisão relacionada com o objeto da licitação ou do contrato, de que não caiba recurso hierárquico;

21.2.3. Pedido de reconsideração da decisão da autoridade superior pela aplicação da sanção de declaração de inidoneidade, no prazo de 10 (dez) dias da intimação do ato.

21.3. A intimação dos atos referidos no subitem 21.2.1, alíneas "a", "b", "c" e "e", excluídos os relativos a advertência e multa de mora, e no subitem 21.2.3, será feita através da publicação na Imprensa Oficial, salvo para os casos previstos nas letras "a" e "b", se presentes os prepostos dos licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrado em ata.

21.4. O recurso previsto nas alíneas "a" e "b" no subitem 21.2.1 terá efeito suspensivo, podendo a autoridade competente, motivadamente e presentes razões de interesse público, atribuir eficácia suspensiva aos demais recursos.

21.5. Os recursos interpostos serão comunicados aos demais licitantes, que poderão impugná-los no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

21.6. O recurso será dirigido ao Presidente da Câmara Municipal da Serra/ES, por intermédio da Comissão de Licitação, que poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informados, devendo neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso pela autoridade competente para proferir a decisão, sob pena de responsabilidade.

21.7. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

22. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

22.1. Será aplicada à LICITANTE vencedora multa compensatória de até 1% (um por cento), calculada sobre a estimativa de despesas prevista no item 3, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei Federal nº 8.666/1993, diante das seguintes ocorrências:

- a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;
- b) não manutenção das condições de habilitação e qualificação, a ponto de inviabilizar a contratação.

22.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica à LICITANTE convocada na forma do subitem 23 deste Edital.

22.2. O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela futura CONTRATADA, sem justificativa aceita pela futura CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em Lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira da Minuta de Contrato (Anexo VI).



23. DA ASSINATURA DO CONTRATO

23.1. Homologada a licitação pela autoridade competente, será emitido o contrato, visando à execução do objeto licitado.

23.2. O Licitante Vencedor terá o prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, para assinatura do contrato.

23.3. A recusa injustificada do licitante em assinar o contrato ou iniciar a prestação do serviço, dentro do prazo estabelecido permitirá a contratante à aplicação das penalidades, que couberem previstas no Item 22.

23.4. O contrato poderá ser cancelado e/ou rescindido pela CÂMARA MUNICIPAL DA SERRA:

a) Unilateralmente, nos termos da legislação pertinente, em especial pela ocorrência de uma das hipóteses contida no artigo 78 da Lei nº 8.666/93.

b) Amigavelmente, formalizada em autorização escrita e fundamentada pela CÂMARA MUNICIPAL DA SERRA.

c) Judicialmente, nos termos da legislação.

23.5. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura.

23.5.1. A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/1993.

24. DA PRESTAÇÃO DA GARANTIA DE EXECUÇÃO DO CONTRATO

24.1. A garantia de execução de serviços do contrato tem por objetivo garantir à Câmara Municipal da Serra quanto ao fiel cumprimento, pela contratada, de todas as obrigações direta ou indiretamente ao contrato a ela adjudicado.

24.2. No ato da assinatura do contrato, a licitante vencedora fica obrigada a apresentar garantia equivalente a 5% (cinco por cento) sobre o valor global do instrumento contratual, conforme § 2º art. 56 da Lei 8.666/93.

24.3. O valor da garantia e o seu prazo de validade deverão ser atualizados nas mesmas condições de atualização do contrato firmado, até a expedição do Termo de Execução Definitiva dos Serviços.

24.4. A garantia de execução do contrato será restituída mediante requerimento da Contratada, após a expedição do Termo de Execução Definitiva.

24.5. Em se tratando de fiança bancária, título da dívida pública ou seguro-garantia, o documento pertinente deverá ser apresentado ao Departamento Financeiro e Contábil, à Rua Major Pissarra, 245 – CEP.: 29.176-020 – Centro – Serra – ES.

24.6. O título da dívida pública a ser ofertado tem que ser um título atual, em circulação normal no mercado, e com possibilidade de resgate imediato.

24.7. Quando se tratar de caução em dinheiro, a mesma deverá ser recolhida pela licitante vencedora no Banestes – Agência Serra sede, através do DUA - Documento Único de Arrecadação.

24.8. Na hipótese da garantia ser prestada mediante Carta Fiança Bancária, esta deverá ser apresentada com firma reconhecida a conter expressa renúncia aos benefícios referidos no Código Civil e no Código Comercial. O Banco fiador deverá ter filial em Serra – ES.

24.9. Ocorrendo aumento no valor contratual por acréscimo dos serviços, respeitando o limite de 25% (vinte e cinco por cento) a contratada deverá proceder ao reforço da garantia inicial no mesmo percentual estabelecido no subitem 24.2.

24.10. Havendo prorrogação do prazo formalmente admitida pela Administração, deverá a contratada reapresentar quaisquer das modalidades de garantia previstas neste Edital e por essa escolhida, de forma a abranger o período de prorrogação, retendo a Administração dos créditos da contratada, enquanto não efetivar tal garantia, o valor a ela correspondente.



24.11. A CONTRATADA deverá corrigir, sem ônus adicionais, qualquer erro ou defeito, no produto entregue, instalado e aceito pela Câmara Municipal da Serra, que não estiver de acordo com os requisitos acordados, nos termos do art. 69, da Lei 8.666/93, durante o período de garantia;

24.12. O custo da garantia do produto, nos moldes exigidos, deverá compor o preço do respectivo item, não se admitindo cobranças adicionais, por qualquer razão.

24.13. Os serviços e materiais utilizados serão garantidos na totalidade de seu funcionamento pelo período de 12 (doze) meses, contados da data de aceite definitivo do objeto.

25. DO ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO

25.1. O acompanhamento e fiscalização do contrato será feito pelo Departamento de Comunicação, na figura de seu titular, ou por servidor designado pelo diretor de Comunicação, que ficará responsável por atestar as notas fiscais relativas à execução dos serviços.

25.2. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

25.2.1. Serão nomeados um fiscal titular e um substituto, para executar a fiscalização do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

25.2.1.1. Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao Fiscal verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA.

25.3. A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

25.4. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da CONTRATANTE.

25.5. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

25.6. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

25.7. A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

25.8. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas no contrato.

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

25.10. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

25.11. A CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto do contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

25.12. A CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.



25.12.1. A avaliação semestral será considerada pela CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

25.12.2. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao Fiscal do contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

26. DO PAGAMENTO

26.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos da Cláusula Quarta da minuta de contrato (Anexo V), consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços.

26.2. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Quinta da minuta de contrato (Anexo V).

27. DA CONTRATAÇÃO DE TERCEIROS

27.1. Sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais poderá ser permitida a contratação de terceiros de parte(s) do(s) serviço(s) contratado(s).

27.2. Somente poderão ser contratadas as atividades complementares que se enquadrem na descrição do art. 29 da Lei 3530/2010 e no art. 2º, caput e capítulo 1º, inciso I a III da Lei nº 12.232/10.

27.2.1. O licitante vencedor deverá observar ainda o disposto no artigo 14, parágrafos 1º e 2º da lei 12.232/2010.

27.3. É vedada a subcontratação de outra agência de publicidade para execução dos serviços compreendidos no objeto da presente licitação.

28. DAS SUPRESSÕES OU ACRÉSCIMOS

28.1. A Contratada obrigará-se a aceitar, nas mesmas condições estabelecidas neste Edital, os acréscimos e/ou supressões que se fizerem necessários, nos produtos/serviços em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial contratado atualizado, exceto as supressões resultantes de acordo celebrados entre as partes contratantes, nos termos do artigo 65, § 1º e 2º, inciso II, da Lei nº 8.666/1993 e suas alterações.

28.2. As supressões e/ou acréscimos referenciados serão considerados formalizados mediante aditamento contratual, a ser autorizado pelo Presidente desta Casa de Leis.

29. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

29.1. A juízo da Comissão Permanente de Licitação, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Estado do Espírito Santo, é obrigatória:

- nas sessões de abertura de invólucros;
- no Diário Oficial dos Municípios – DOM e no Portal de Transparência da Câmara Municipal da Serra;
- por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

30. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

30.1. É facultada à Comissão Permanente de Licitação, em qualquer fase desta Concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

30.1.1. A Comissão Permanente de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do Invólucro nº 2.

30.2. A Comissão Permanente de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta Concorrência.



30.3. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada se a Câmara Municipal da Serra tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

30.4. A Comissão Permanente de Licitações se reserva o direito de proceder a buscas, diligências e extrair certidões para averiguar a veracidade das informações constantes nos documentos apresentados, caso julgue necessário, estando sujeita à inabilitação e/ou desclassificação o licitante que apresentar documentos e/ou proposta em desacordo com as regras estabelecidas neste Edital, além de incorrer nas sanções previstas neste Edital, concomitantemente com legislações específicas.

30.5. Se ocorrer a desclassificação da licitante vencedora por fatos referidos no subitem precedente, a Câmara Municipal da Serra poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta Concorrência.

30.6. 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.

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

30.8. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme legislação vigente.

30.9. Estará ressalvado ao Presidente da Câmara Municipal da Serra o direito de revogar a presente Concorrência Pública por interesse público decorrente de fato superveniente, devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar a revogação, ou anulá-la por ilegalidade total ou parcial, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, dando ciência de sua decisão às empresas participantes, sem que a estas caiba direito de reclamação ou indenização.

30.9.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/1993.

30.10. A Câmara Municipal da Serra poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

30.11. Antes da data marcada para a abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Comissão Permanente de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

30.12. As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade da Serra-ES.

Serra, 27 de março de 2023.

Isaac Miranda Mori
Presidente da Comissão Permanente de Licitações



ANEXO I

CONCORRÊNCIA Nº 001/2023

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 600/2022

PROJETO BÁSICO

1. OBJETIVO

1.1. Oferecer aos cidadãos da Serra, de forma transparente, objetiva e efetiva, o conhecimento das ações da Câmara Municipal da Serra, a fim de manter uma comunicação clara e simples junto aos munícipes.

1.2. Com uma campanha adequada, atingir o maior número de pessoas de forma a intensificar a comunicação desejada e ampliar o conhecimento da população sobre a atuação da Câmara Municipal da Serra, nas diferentes áreas da administração pública.

2. OBJETO

2.1. Contratação de empresa para prestação de serviços de Publicidade Institucional e de Utilidade Pública para a Câmara Municipal da Serra.

3. DESCRIÇÃO DO OBJETIVO

3.1. Contratação de agência de publicidade e propaganda, empresa especializada na prestação de serviços técnicos de divulgação de atos, programas, projetos, ações, obras, serviços e campanhas do poder legislativo do município da Serra, Espírito Santo, compreendendo:

- a) O estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução, interna, intermediação e supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação;
- b) O planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos sobre o mercado, o público-alvo. Os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou os resultados das campanhas publicitárias;
- c) A produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

4. JUSTIFICATIVA

4.1. A atual administração da Câmara Municipal da Serra vem produzindo uma série de melhorias na comunicação com a cidade, no fortalecimento e diversificação de serviços básicos prestados aos seus moradores e na execução de um grande conjunto de ações de interesse social. São investimentos de um grande conjunto de ações de interesse social. São investimentos de diferentes escalas e natureza que estão em processo de realização.

Apesar dos esforços de divulgação que vêm sendo empreendidas, recentes pesquisas realizadas no município, revelam que ainda é baixo o nível de conhecimento por parte dos moradores sobre o conjunto de programas/ações que vem sendo desenvolvido pela administração legislativa municipal.

As ações de divulgação que vêm sendo feitas contemplam principalmente a mídia espontânea junto aos veículos de comunicação por meio da assessoria de imprensa e a utilização de mídias próprias (especialmente o portal que a Câmara Municipal da Serra – CMS).

No entanto, o cumprimento do dever constitucional do dever político de manter seus cidadãos devidamente informados, exige que as iniciativas já existentes sejam ampliadas e fortalecidas por outras ações de comunicação de massa, através de campanhas institucionais a fim de se alcançar o maior número de cidadãos, e informar amplamente e de forma democrática os serviços e ações da Câmara Municipal da Serra.

Para o cidadão, não restam dúvidas de que o acesso à informação sobre as ações desenvolvidas e aplicadas é essencial para o exercício pleno da cidadania. É dever do Legislativo demonstrar e divulgar seus atos e ações, como forma de dar ciência aos cidadãos dos fatos de interesse da população.

A contratação se faz necessária para apoiar as atividades e ações da Câmara Municipal da Serra à comunidade durante o período de 12 meses.



5. DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

5.1. A contratação deverá iniciar a execução dos serviços imediatamente após a assinatura do contrato a ser firmado entre as partes em até 10 (dez) dias corridos após o resultado final da concorrência.

6. DAS CONDIÇÕES DE HABILITAÇÃO (QUALIFICAÇÃO TÉCNICA)

6.1. Poderão participar do Processo Licitatório todas as Agências de Publicidade e Propaganda que atendam às exigências legais cabíveis.

6.1.1. A fim de aferir a qualificação técnica das licitantes no invólucro de nº 5 deverão ser apresentados os seguintes documentos:

6.1.1.1. Comprovante de registro ou inscrição da licitante na entidade profissional competente: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade – ABAP, para atendimento do art. 30, inciso I da Lei 8.666/93;

6.1.1.2. Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo CENP – Conselho Executivo das Normas – Padrão, atestando que o licitante possui qualificação técnica de funcionamento;

6.1.1.3. Atestado de Capacidade Técnica, expedidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência.

7. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA DA EMPRESA CONTRATADA

7.1. Atestado de Capacidade Técnica, expedidas por pessoas jurídicas de direito público ou privado, que atestem que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência.

7.2. Comprovante de registro ou inscrição da licitação na entidade profissional competente, Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade, ABAP, para atendimento do artigo 30, inciso I da Lei 8666/1993.

7.3. Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo Conselho Executivo das Normas Padrão, CENP, atestando que o licitante tem qualificação técnica de funcionamento.

8. DOS RECURSOS E DOTAÇÕES ORÇAMENTÁRIAS

8.1. O objeto da presente licitação será de apenas 01 (um) lote no valor de R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais) para o prazo de vigência de 12 (doze) meses;

8.2. As despesas decorrentes dos serviços apresentados neste Projeto Básico correrão à conta dos recursos específicos consignados no Orçamento da Câmara Municipal de Serra/ES, previstos para o exercício financeiro de 2023;

8.3. Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação do contrato, consignará nos próximos exercícios, em seu orçamento, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos;

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

9. DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Quesitos	Subquesitos
Plano de Comunicação Publicitária	
	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária



	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

9.1.1. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada – Invólucro nº 1.

9.2. O conteúdo da via não identificada e da via identificada do Plano de Comunicação Publicitária, com exceção da(s) peça(s) da Ideia Criativa, deverá ser apresentado da seguinte forma:

- Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda, capa transparente e contracapa na cor preta;
- Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- Espaçamento de 2 (dois) cm em todas as margens superior, inferior, direita e esquerda, a partir da borda;
- Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- Espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- Alinhamento justificado do texto;
- Texto em fonte 'Arial' e suas variações de formatação (normal, negrito, itálico, sublinhado), cor 'automático', tamanho '12 pontos', observado o disposto nos subitens 9.2.1 e 9.2.3;
- Os textos, em geral, não poderão exceder a 15 (quinze) laudas. Os anexos, para cada tópico que os admita, não serão em número superior a 05 (cinco);
- Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito em fonte 'Arial', cor 'automático', tamanho '9 pontos';
- Sem identificação da licitante.

9.2.1. Não constarão os exemplos de peças referentes à "Ideia Criativa" no Invólucro da via identificada.

9.2.2. As planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não-Mídia serão considerados como Anexo Único, formatados com bordas na cor preta, fio '1 ponto', fonte 'Arial' e suas variações de formatação, cor 'automático', tamanho '7 a 9 pontos'.

9.2.3 Os exemplos de peças integrantes do subquesto "Ideia Criativa" serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 9.2 e deverão ser impressas em formato a critério da licitante. Será obrigatório afixá-las sobre pranchas avulsas de papel cartão na cor preta, verso em papel kraft, entre 200 a 500 gr/m², sem encadernação, sem capa ou película protetora, em tamanho e formato que permitam sua anexação ao invólucro sem danificação, rasura ou alteração do mesmo ou das próprias peças.

9.2.4. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada - não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

9.2.5. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária, da Estratégia de Mídia e Não Mídia e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 9.3.3 estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

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

9.2.7. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

9.2.7.1. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 9.2, no que couber.



9.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

9.3.1. Raciocínio Básico: apresentação em forma de texto pela licitante seu entendimento sobre a Câmara Municipal da Serra, suas linhas de atuação e o diagnóstico das suas necessidades de comunicação publicitária para enfrentar o problema específico de comunicação.

9.3.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação em forma de texto pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o problema específico de comunicação a ser enfrentado e alcançar os objetivos, geral e específico, de comunicação previstos no Briefing elaborado pela Câmara Municipal da Serra, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) explicitação e defesa dos principais 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.

9.3.3. Ideia Criativa: apresentação em forma de texto pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 9.3.2, com comentários sobre cada peça.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças que julgar mais indicadas para corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

9.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 9.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça.

9.3.3.2. A Ideia Criativa deverá ser acompanhada de anexos, sendo estes exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, apresentados sob a forma de roteiros e textos digitado.

9.3.3.3. Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 9.3.3:

a) estão limitados a **05 (cinco)**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

B) podem ser apresentados sob a forma de:

- roteiro, layout e ou storyboard impressos, para qualquer meio;
- protótipo ou 'monstro', para peças destinadas a rádio e internet somente;

9.3.3.3.1. Os protótipos de monstro de rádio e internet só poderão ser apresentados em formato digital, gravados separadamente em CD, em formato de dados na raiz do CD, não podendo serem dispostos dentro de pastas e subpastas, o CD deverá ser armazenado em estojo de tampa acrílica e fundo preto, espessura de 0,5 a 1cm, com capa em papel branco, tamanho 12cmx12cm, sem textura, gramatura livre, que especifique em texto o tipo de peça (fonte arial, cor "automático", corpo 10) conforme exemplo abaixo:

PROPOSTA TÉCNICA
IDEIA CRIATIVA – MÍDIA ELETRÔNICA PEÇA: MONSTRO RÁDIO
CONCORRÊNCIA Nº 001/2023

9.3.3.3.1.1. Todos os arquivos gravados deverão ser nominados conforme a peça que representam. Ex: "monstro_radio.mp3".

9.3.3.3.1.2. Ressalvado que esses não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.



9.3.3.3.2. Os protótipos ou 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, .jpg, .html, .mpeg, .swf e .mov. Os arquivos em áudio devem ser gravados no formato .mp3.

9.3.3.3.3. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, observado o disposto no subitem 9.2.3.

9.3.3.3.4. Cada peça deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, anúncio revista, outdoor) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 9.3.3.

9.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 9.3.3.3, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações de formato serão consideradas como novas peças;
- 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 e jornale de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de *fingers* – entre outros), será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagens única;
- d) um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- e) um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g) um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça.

9.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere a alínea 'g' do subitem 9.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

9.3.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

- a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças destinadas a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos e planilhas.

9.3.4.1. Todas as peças que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 9.3.3. Deverão constar dessa simulação.

9.3.4.2. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça de não mídia.

9.3.4.3. Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;



b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada – Invólucro nº 2.

9.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Conjunto de Informações do Proponente – Invólucro nº 3.

9.5. Versará sobre os seguintes quesitos a serem apresentados na ordem abaixo contendo as seguintes especificações:

- Em caderno específico para cada um dos quesitos que compõe o conjunto de informações do proponente, quais sejam, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, com espiral preto colocado à esquerda, capa transparente e contracapa na cor preta;
- Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
- Espaçamento de 2 (dois) cm em todas as margens superior, inferior, direita e esquerda, a partir da borda;
- Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- Espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- Alinhamento justificado do texto;
- Texto em fonte 'Arial' e suas variações de formatação (normal, negrito, itálico, sublinhado), cor 'automático', tamanho '12 pontos'.
- Os conjuntos de textos referentes ao Conjunto de Informações do Proponente não terão limitação de páginas para apresentação;
- Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito em fonte 'Arial', cor 'automático', tamanho '9 pontos'.

Capacidade de Atendimento

9.6. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, com folhas rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.6.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.6 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

9.6.2. Os documentos, informações e o caderno específico mencionados no subitem 9.6 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoriadeste antes da abertura do invólucro identificado.

9.7. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

- a) Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas por setor da licitante em: área de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
- d) A sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;



e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal da Serra, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

9.8. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em folhas rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.8.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.8 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

9.8.2. Os documentos, informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro identificado.

9.9. O Repertório será constituído de peças e ou material publicitários concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante a outros clientes, tanto do setor público quanto do setor privado.

9.9.1. A licitante deverá apresentar, em anexo, em número máximo, até 03 (três) peças ou material, para cada tipo ou característica, sendo: filmes de TV, spots de rádio, anúncios de jornal, anúncios de revista, peças de internet e peças “mídia externa”, com as respectivas fichas técnicas e apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.

9.9.1.1. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pendrive, gravadas em um único disco digital, ou vários, de acordo com a necessidade da licitante, podendo seus conteúdos serem agrupados por tipos de mídia, seguindo as especificações dos subitens 9.3.3.3.2. e 9.3.3.3.3. Os vídeos deverão ser gravados em formato avi ou mpeg.

9.9.1.2. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 9.5, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

9.9.1.2.1. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

9.9.2. Para cada peça, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, relação dos profissionais envolvidos, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos 02 (dois) veículos que a divulgaram.

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

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

9.10. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'Arial', tamanho '12 pontos', em folhas rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.10.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.10 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

9.10.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.



Câmara Municipal da Serra
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

9.11. A licitante deverá apresentar 03 (três) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação “cases stories”, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

9.11.2. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela Câmara Municipal da Serra.

9.11.2.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

9.11.3. É permitida a inclusão de até 3 (três) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

- I - As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pendrive;
- II - As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 8.10, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
- III - Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

9.11.4. Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não, desde que permitam sua anexação ao envelope sem danificação, rasura ou alteração do mesmo ou das próprias peças.

10. DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

10.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência e em seus anexos.

10.2. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos a serem distribuídos conforme abaixo:

	Plano De Comunicação Publicitária Quesito: Raciocínio Básico	Máximo de pontos
A	Acuidade da compreensão das características da Câmara Municipal da Serra e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3 pontos
B	Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação da Câmara Municipal da Serra	2 pontos
C	Acuidade da compreensão das necessidades de comunicação da Câmara Municipal da Serra para enfrentar esse problema.	2 pontos
D	Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações Câmara Municipal da Serra com seus públicos.	2 pontos
E	Acuidade da compreensão do papel da Câmara Municipal da Serra no atual contexto social, político e econômico.	1 ponto
	Pontuação máxima	10 pontos

	Plano De Comunicação Publicitária Quesito: Estratégia de Comunicação Publicitária	Máximo de pontos
A	Adequação do partido temático e do conceito propostos a natureza e qualificação da Câmara Municipal da Serra e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação.	3 pontos
B	Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos.	2 pontos
C	A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Câmara	2 pontos



Câmara Municipal da Serra
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

	Municipal da Serra com seus públicos.	
D	Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da Câmara Municipal da Serra	1 ponto
E	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	1 ponto
F	A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal da Serra, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos e o objetivo específico de comunicação previsto no Briefing e a verba disponível	1 ponto
	Pontuação máxima	10 pontos

Plano De Comunicação Publicitária Quesito: Ideia Criativa		Máximo de pontos
A	Adequação ao problema específico de comunicação da Câmara Municipal da Serra.	4 pontos
B	Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante.	4 pontos
C	Originalidade da combinação dos elementos que a constituem	4 pontos
D	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	3 pontos
E	Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta	3 pontos
F	Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo	3 pontos
G	Pertinência às atividades da Câmara Municipal da Serra e à sua inserção nos contextos social, político e econômico	3 pontos
H	Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas.	2 pontos
I	Compatibilização da linguagem das peças aos meios e aos públicos propostos.	2 pontos
J	Exequibilidade das peças	2 pontos
	Pontuação máxima	30 pontos

Plano De Comunicação Publicitária Quesito: Estratégia de Mídia e Não Mídia		Máximo de pontos
A	Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	3 pontos
B	Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2 pontos
C	Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos anteriores (A e B).	2 pontos
D	Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2 pontos
E	Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir objetivos de comunicação.	2 pontos
F	Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2 pontos
G	Pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal da Serra.	2 pontos
	Pontuação máxima	15 pontos

Conjunto de Informações do Proponente: 35 (trinta e cinco) pontos a serem distribuídos conforme abaixo:

Conjunto de Informações do Proponente Quesito: Capacidade de Atendimento		Máximo de pontos
---	--	-------------------------



A	Qualidade e o tempo de experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias.	4 pontos
B	O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado	3 pontos
C	Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.	3 pontos
D	Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Câmara Municipal da Serra.	3 pontos
E	Operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal da Serra e a licitante, esquematizado na proposta.	1 ponto
F	Relevância e a 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 da Serra, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	1 ponto
Pontuação máxima		15 pontos

Conjunto de Informações do Proponente		Máximo de pontos
Quesito: Repertório		
A	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação da Câmara Municipal da Serra.	4 pontos
B	Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver.	4 pontos
C	Qualidade da execução e do acabamento da peça.	4 pontos
D	Clareza e simplicidade da exposição das informações prestadas.	3 pontos
Pontuação máxima		15 pontos

Conjunto de Informações do Proponente		Máximo de pontos
Quesito: Relato de Soluções de Problemas de Comunicação (cases)		
A	Relevância dos resultados apresentados.	2 pontos
B	Clareza e lógica da exposição das informações prestadas.	1 ponto
C	Evidência de planejamento publicitário.	1 ponto
D	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1 ponto
Pontuação máxima		5 pontos

10.3. A cada um dos subquestos do Plano de Comunicação Publicitária e do Conjunto de Informações do Proponente, serão atribuídos os pontos ali definidos, pela capacidade de atender ao exigido e pela razão de critério e peso abaixo especificada:

Atendimento	Pontuação
Ótimo	100 % da pontuação do item
Bom	80% da pontuação do item
Regular	60 % da pontuação do item
Não atendeu	10 % da pontuação do item
Não apresentou	0 % da pontuação do item

10.3.1. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

10.3.2. 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 subquesto, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Projeto Básico.

10.3.3. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesto, 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 subquesto reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo licitatório.

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

10.3.5. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

10.4 Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do presente Projeto Básico e de seus anexos;
- b) Não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- c) Obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquestos a que se referem os subitens acima.

10.5. Em caso de empate no resultado geral das propostas técnicas, terá preferência a licitante que, na ordem a seguir, sucessivamente:

- a) Obtiver a maior nota no quesito Ideia Criativa;
- b) Obtiver a maior nota no quesito Estratégia de Mídia;
- c) Obtiver a maior nota no quesito Estratégia de Comunicação Publicitária;
- d) Obtiver a maior nota no quesito Raciocínio Básico.

10.6. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, em data estabelecida e divulgada e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

11 - DA PROPOSTA DE PREÇOS

11.1. A Proposta de Preços deverá ser apresentada no invólucro nº 4, conforme modelo constante do **Anexo II**, atendendo aos seguintes requisitos:

11.1.1. Estar redigida em língua portuguesa, sem emendas, entrelinhas, rasuras ou ressalvas, contendo a razão social da empresa, endereço, telefone, fax, e-mail e nome do representante legal, data e assinatura do representante legal.

11.1.2. Ocorrendo a ausência de qualquer dos requisitos supra relacionados, poderá a Comissão Permanente de Licitação determinar sua correção em audiência pública, desde que o representante legal esteja presente, com poderes de representação, concorde e assine as alterações procedidas.

11.1.3. Ressalvadas as disposições do edital, os valores deverão conter todas as despesas com materiais, ferramentas, mão de obra, embalagens, equipamentos auxiliares, instrumentos de medição, máquinas em geral, impostos, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, salários e quaisquer outros encargos necessários à execução do objeto.

11.1.4. Ter indicação de que o prazo de validade da proposta não será inferior a 60 (sessenta) dias, contados da data marcada para o seu recebimento, ficando estabelecido que na omissão será considerado esse prazo.

11.1.5. Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições estabelecidas no edital e que apresentem rasuras, falhas e/ou inconsistências que impossibilitem a sua compreensão, correção e/ou aceitação, assim como, àquelas que oferecerem descontos superiores aos limites máximos estabelecidos pelo Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP.

Serão também desclassificadas as propostas que apresentarem desconto inferior a 20% (vinte por cento) ou superior a 50% (cinquenta por cento) sobre os valores da tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda no Espírito Santo – SINAPRO-ES, referente aos custos internos.

11.1.6. São limítrofes os seguintes percentuais para a composição da Proposta de Preços:



- alínea a) Desconto mínimo de 20% e não superior a 50%;
- alínea b) honorários de até 15%;
- alínea c) honorários de até 10%.

12. DA VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

12.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no edital e em seus anexos.

12.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

12.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo II, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, não será aceito:

- a) Desconto inferior a 20% (vinte por cento) ou superior a 50% (cinquenta por cento) em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Espírito Santo/SINAPRO a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) Percentual de honorários superior a 15 % (quinze por cento), incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação;
- c) Percentual de honorários superior a 10 % (dez por cento), incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação;

12.4. A Comissão Especial de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 12.3	$P1 = 40 \times \text{Desconto}$ maior desconto
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 12.3	$P2 = 30 \times \text{honorário}$ menor honorário
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 12.3	$P3 = 30 \times \text{honorário}$ menor honorário

12.4.1. Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorário' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'.

12.4.2. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 12.4, como segue: $P = P1 + P2 + P3$.

12.4.3. A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

12.4.3.1. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

- a) O maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) O menor percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e matérias cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação;
- c) O menor percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação.



13. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

13.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços da licitação será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo melhor técnica.

13.2. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante que obtiver a maior nota no julgamento da Proposta Técnica e que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas.

14. DA GARANTIA CONTRATUAL

14.1. A contratada prestará garantia contratual no valor equivalente a 5% (cinco por cento) do valor global estimado do contrato. (Art. 56, §§ 1º a 5º da lei 8.666/93).

15. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

15.1. Realizar, com seus próprios recursos e/ou mediante a contratação de terceiros, todos os serviços relacionados com o objeto desta concorrência, de acordo com as especificações estipuladas pela Câmara Municipal da Serra.

15.2. Centralizar no Departamento de Comunicação, a gestão da publicidade do poder legislativo do município da Serra, submetendo todo o material a ser produzido pela contratada à análise do deste departamento.

15.3. Solicitar a anuência prévia, formal, da Câmara Municipal da Serra para subcontratar outras empresas, visando a execução total ou parcial de alguns serviços de que trata esse Contrato, ressaltando-se que a AGÊNCIA CONTRATADA permanecerá com todas as responsabilidades contratuais perante ao poder legislativo do município da Serra.

15.4. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na elaboração dos serviços objeto desta concorrência, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior desde que previamente aprovada pelo Departamento de Comunicação.

15.5. Submeter a contratação de terceiros, para a execução dos serviços objeto deste Contrato, à prévia e expressa anuência do poder legislativo do município da Serra.

15.6. Substituir, a qualquer tempo, a pedido do Departamento de Comunicação, específica ou definitivamente, qualquer profissional da equipe técnica da empresa que esteja realizando ou esteja designado para executar trabalho(s) para a Câmara Municipal da Serra.

15.7. Estar apta, a qualquer tempo, a prestação de serviços previstos ou os inerentes ao objeto contratado, destacando pessoas disponíveis para o atendimento das solicitações da Câmara Municipal da Serra durante o período da vigência do contrato.

15.8. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integrantes, ao poder legislativo do município da Serra, descontos especiais, além dos normais, previstos em tabela, bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamentos e outras vantagens.

15.9. Negociar sempre as melhores condições de preços para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias.

15.10. Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, 03 (três) propostas, com a indicação da mais adequada para a sua execução.

15.10.1. Se não houver possibilidade de se obter 03 (três) propostas, a agência deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

15.11. Obter a aprovação prévia do Departamento de Comunicação, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada ao objeto desta concorrência.

15.12. Produzir, de início, após aprovação da Câmara Municipal da Serra, cópias de spots e jingles de rádio sendo 01 (uma) cópia em DVD e 01 (uma) cópia em CD ou pen-drive.

15.13. Orientar a produção e a impressão de peças gráficas após aprovadas pelo poder legislativo do município da Serra.



Câmara Municipal da Serra
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

15.14. Responsabilizar-se por produtos e/ou serviços realizados por meio de contratação de terceiros, zelando pelos cumprimentos dos prazos e qualidade até a entrega final.

15.15. Submeter à aprovação do Departamento de Comunicação a contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a agência ou seus funcionários tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial.

15.16. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas – folhetos, cartazes, mala-direta, etc., aprovadas pelo Departamento de Comunicação.

15.17. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupção de um ou mais serviços, mediante comunicação do Departamento de Comunicação, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários, desde que essas ocorrências não tenham sido causadas pela própria agência.

15.18. Somente divulgar informações que envolvam o nome da CONTRATANTE, acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mediante prévia e expressa autorização do Departamento de Comunicação.

15.19. Prestar esclarecimento ao Departamento de Comunicação sobre eventuais atos e fatos noticiados que envolvam a agência, independentemente de solicitação.

15.20. Permitir e facilitar, a qualquer tempo, a fiscalização dos serviços contratados, colocando à disposição da Câmara Municipal da Serra, sempre que for solicitado, pelo setor responsável, facultando o livre acesso aos registros e documentos pertinentes, sem que essa fiscalização importe, a qualquer título, em responsabilidade por parte do poder legislativo do município da Serra.

15.21. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência pública.

15.22. Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infração a que der causa.

15.23. Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.

15.24. Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto desta concorrência, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e outras despesas que se fizerem necessários ao cumprimento do objeto pactuado.

15.25. Responsabilizar-se por reconhecimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

15.26. Apresentar, quando solicitado pelo Departamento de Comunicação, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

15.27. Informar a Câmara Municipal da Serra os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pelo poder legislativo do município da Serra, até o quinto dia útil de cada mês, com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

15.28. Informar imediatamente e por escrito ao poder legislativo do município da Serra qualquer anormalidade que verificar na execução dos serviços.

15.29. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e o poder legislativo do município da Serra.

15.30. Conservar absoluto sigilo, por si, por seus prepostos e contratados sobre quaisquer informações bem como dados que lhe sejam fornecidos, mormente quanto à estratégia de atuação da Câmara Municipal da Serra.

15.31. Responder perante a Câmara Municipal da Serra e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objetos desta concorrência pública.

15.32. 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, bem como obrigar-se por



quaisquer responsabilidades de ações judiciais que venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato a ser firmado após esta concorrência.

15.33. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custo e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o poder legislativo do município da Serra.

15.34. Abster-se de caucionar ou utilizar o presente Contrato para qualquer operação financeira.

15.35. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a agência adotará as providências no sentido de preservar a Câmara Municipal da Serra e de mantê-la a salvo de reivindicações, demanda, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará a Câmara Municipal da Serra das importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo irrevogável de 10 (dez) dias a contar da data do efetivo pagamento.

15.36. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual ou direitos autorais relacionados com os serviços objeto desta concorrência pública.

15.37. Disponibilizar ao Departamento de Comunicação, até o quinto dia do mês subsequente, relatórios de criação, produção e veiculação autorizados no mês anterior.

15.38. Disponibilizar ao Departamento de Comunicação, até o quinto dia do mês subsequente, por meio de cópia em DVD ou envio virtual, o conjunto de peças produzidas no período, em sua versão final e aprovadas, para fins de arquivamento e registro.

15.39. Manter, durante o período de no mínimo 5 (cinco) anos após extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas oriundas deste instrumento.

15.40. A agência não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivos aos interessados do Contratante, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

16. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

16.1. Fornecer os elementos básicos e dados complementares necessários para o perfeito desenvolvimento dos serviços contratados;

16.2. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a agência;

16.3. Comunicar, por escrito, à agência, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, executados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis;

16.4. Efetuar os pagamentos conforme previsto no edital;

16.5. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato, através de representantes da administração nominalmente designado como "fiscal do contrato", nos termos do artigo 67 da Lei 8666/1993 e suas alterações e de conformidade com o padrão de fiscalização de contratos da Câmara Municipal da Serra.

17. DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

17.1. As ações de planejamento e veiculação das campanhas elaboradas pela Agência de Publicidade e Propaganda têm por previsão acontecerem de acordo com o calendário de eventos internos e externos, promovidos ou não pela Câmara Municipal da Serra.

18. DO PRAZO DE VIGÊNCIA

18.1. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir da data de sua assinatura.

18.1.1. A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/1993.



19. DO ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO

19.1. O acompanhamento e fiscalização do contrato será feito pelo Departamento de Comunicação, na figura de seu titular, ou por servidor designado pelo Coordenador de Comunicação, que ficará responsável por atestar as notas fiscais relativas à execução dos serviços.

19.2. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

19.2.1. Serão nomeados um fiscal titular e um substituto, para executar a fiscalização do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

19.2.1.1. Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao Fiscal verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA.

19.3. A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

19.4. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da CONTRATANTE.

19.5. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

19.6. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

19.7. A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

19.8. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas no contrato.

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

19.10. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

19.11. A CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto do contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

19.12. A CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

19.12.1. A avaliação semestral será considerada pela CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

19.12.2. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao Fiscal do contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.



ANEXO I – A

BRIEFING

INFORMAÇÕES BÁSICAS

A Câmara de Vereadores de Serra é formada por 23 (vinte e três) parlamentares, divididos em funções de MESA DIRETORA E COMISSÕES PERMANENTES e que tem como de suas funções a de LEGISLAR E FISCALIZAR O PODER EXECUTIVO MUNICIPAL.

Alguns anos se passaram para chegar-se à qualidade de vida da população de Serra como hoje se vê, graças a atuação dos nossos parlamentares, que votam projetos de leis de autoria do Poder Executivo, bem como projetos elaborados pelos próprios vereadores, que uma vez aprovado em plenário e sancionado pelo Executivo, viram leis, sempre em benefício da população.

Serra é um município brasileiro do estado do Espírito Santo. Com uma população estimada de 536 mil 765 habitantes; é o município mais populoso do estado. Limitrofe à capital, situa-se ao norte de Vitória. A sede do município, porém, está mais afastada, ao norte do monte Mestre Álvaro (grande maciço de origem vulcânica que marca a geografia do município).

Outro ponto importante é a Praia de Jacaraípe, conhecida como sede de campeonatos de surfe, assim como pequenas vilas pesqueiras como Manguinhos. Já na localidade de Nova Almeida, balneário no litoral norte do município, encontra-se, na antiga Igreja dos Reis Magos, o primeiro quadro a óleo pintado no Brasil. Outras praias, como Bicanga, Balneário Carapebus e Carapebus, completam o nosso litoral.

O comércio varejista do município tem seu maior destaque no bairro Parque Residencial Laranjeiras, com o Shopping Laranjeiras, bem como a Avenida Central, a Primeira Avenida e a Segunda Avenida como pontos de destaque no comércio; além de todo o seu entorno, onde encontram-se redes de supermercados, bancos, terminal de ônibus, entre outros.

A Serra continua sendo o mais populoso do Espírito Santo, segundo dados recentes do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE). De acordo com o levantamento, a estimativa da população serrana para o ano de 2021 é de 536.767 mil de habitantes, alcançando uma taxa de crescimento de 2% em relação ao ano de 2020. A pesquisa ainda aponta que 13,06% da população do Estado está concentrada em território serrano, que teve um salto de crescimento demográfico e econômico nas últimas oito décadas.

A Serra conta com o maior polo industrial do Espírito Santo, o segundo maior produto interno bruto do Espírito Santo e ainda, vantagens e incentivos que favorecem o mercado interno e externo e ainda único distrito de inovação.

CONTEXTO

A Câmara Municipal da Serra é o órgão municipal representativo do Poder Legislativo do município da Serra. Possui como funções típicas a de fiscalização (traduzida no poder de formular e acompanhar a execução de políticas públicas municipais), a de representação dos cidadãos da cidade da Serra junto aos órgãos e entidades sociais competentes a de legislar.

O Poder Legislativo Municipal exerce três funções importantes e primordiais, de acordo com a Constituição Brasileira: legislar, fiscalizar a administração pública e representar a população. Na Câmara da Serra são 23 (vinte e três) vereadores, que são eleitos para um mandato de quatro anos.

A comunicação da Câmara Municipal da Serra possui caráter institucional, informativo, educativo e de prestação de serviço. Faz parte das atribuições da comunicação valorizar a informação como bem público, prestar contas das atividades parlamentares e zelar trabalho do Parlamento como instituição e dos Parlamentares como seus legítimos representantes, acentuando o efeito sobre o dia a dia da sociedade e dos cidadãos das decisões emanadas pelo Poder.

Com o acesso mais rápido às informações e com o avanço das novas mídias, a comunicação se revela imperiosa para alcançar e unir toda a sociedade. A partir dessa nova perspectiva, a Câmara da Serra quer somar esforços para a construção de uma cidade mais igualitária, com ambiente sinérgico onde a construção de conhecimento aconteça verticalmente e horizontalmente, proporcionando melhorias ao cidadão comum que busca



construir uma vida melhor.

A difusão de campanhas publicitárias tem exatamente o intuito de tornar mais visíveis todas as ações e serviços oferecidos por esta Casa de Leis Municipal tornando-a ainda mais acessível, transparente e disponível de forma rápida e completa a qualquer cidadão.

DESAFIOS DA COMUNICAÇÃO

A expectativa é que as agências participantes do certame possam criar e apresentar uma campanha institucional que apresente à população a relevância do papel da instituição Câmara de Vereadores da Serra, de forma a aproximar a população desta Casa de Leis e apresentando o resultado e o impacto final do trabalho do Legislativo na melhoria da vida da população.

Nessa esteira, a comunicação é uma valiosa ferramenta para integração da sociedade com o Poder Legislativo, pois as mensagens veiculadas das mais diferentes formas têm o condão de levar informação e, muito mais que isso, levar melhoria para a vida das pessoas.

Para tanto, as estratégias de comunicação precisam ser modernas, abrangentes e complementares, do ponto de vista de plataformas, conteúdos, mídias, mensagens, etc. A estratégia de comunicação precisa ser bem definida e assertiva, tornando a comunicação sinérgica e integrada afim atingir o maior alcance possível.

OBJETIVOS

Demonstrar e conscientizar a sociedade da importância do Poder Legislativo Municipal, demonstrando de que forma os vereadores impactam diretamente na melhoria de vida da população. A linguagem deverá ser, especialmente, voltada para as classes, C, D e E – sem preterir as demais.

A campanha deve ter abrangência em Rádio; Mídia Impressa; Outdoor; sites, panfletos e redes sociais.

Ainda, deve ser considerado e valorizado os recursos próprios de comunicação disponíveis, quais sejam:

- Site institucional da Câmara: <https://www.camaraserra.es.gov.br/>
- Mídias sociais da Câmara: facebook (<https://www.facebook.com/camaramunicipaldaserraes>), instagram (@camaramunicipaldaserra), youtube (<https://www.youtube.com/c/CâmaraMunicipaldaSerra>);

PÚBLICO DE INTERESSE

A população da cidade da Serra compreendida, principalmente, mas não somente, nas classes sociais C, D e E.

ESTRUTURAÇÃO DO PROJETO DE COMUNICAÇÃO

No que toca a estruturação do projeto de comunicação, este deve ser estruturado e apresentado segundo os critérios estabelecidos no edital de licitação e pelo briefing, a saber:

- a) Planejamento da campanha: explicar desde o raciocínio básico até a elaboração das estratégias de comunicação, incluindo estratégias voltadas para o meio on-line e off-line;
- b) Ações de comunicação: apresentar as ações de comunicação propostas em detalhe;
- c) Plano de mídia deve apresentar o planejamento de mídia estruturado, levando em conta o público-alvo, os índices de audiência, periodicidade e abrangência dos veículos de comunicação. O plano deverá ter abrangência conforme cada objetivo, sendo no mínimo atendida a abrangência municipal. Ainda deverá distribuir a verba disponível para cada campanha e por peça, por meio de trabalho, por veículo e por veículo de comunicação;
- d) A ideia criativa deverá ser apresentada acentuando o público-alvo e sua aplicação nos formatos e meios de trabalhados;
- e) A assinatura das campanhas deverá ser assinada com o brasão da Câmara Municipal da Serra, subscrito por “Câmara Municipal da Serra”.

ORÇAMENTO TOTAL DA CAMPANHA

A verba disponível para a realização da campanha será de R\$ 200.000,00 (Duzentos mil reais). A campanha deverá ter duração de 20 dias.



PROJETO BÁSICO ANEXO I-B
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À CÂMARA MUNICIPAL DA SERRA

Concorrência Pública nº 001/2023
Validade da Proposta: 60 (sessenta) dias

Identificação da empresa proponente:

Razão Social:

Endereço:

Telefones:

E-mail:

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

a) desconto, a ser concedido à Câmara Municipal da Serra, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do estado do Espírito Santo/SINAPRO: _____ % (_____ por cento);

b) honorários, a serem cobrados da Câmara Municipal da Serra, incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação:
_____ % (_____ por cento).

c) honorários, a serem cobrados da Câmara Municipal da Serra, incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação:
_____ % (_____ por cento).

_____ - _____ de _____ de 2023.
(nome da licitante)

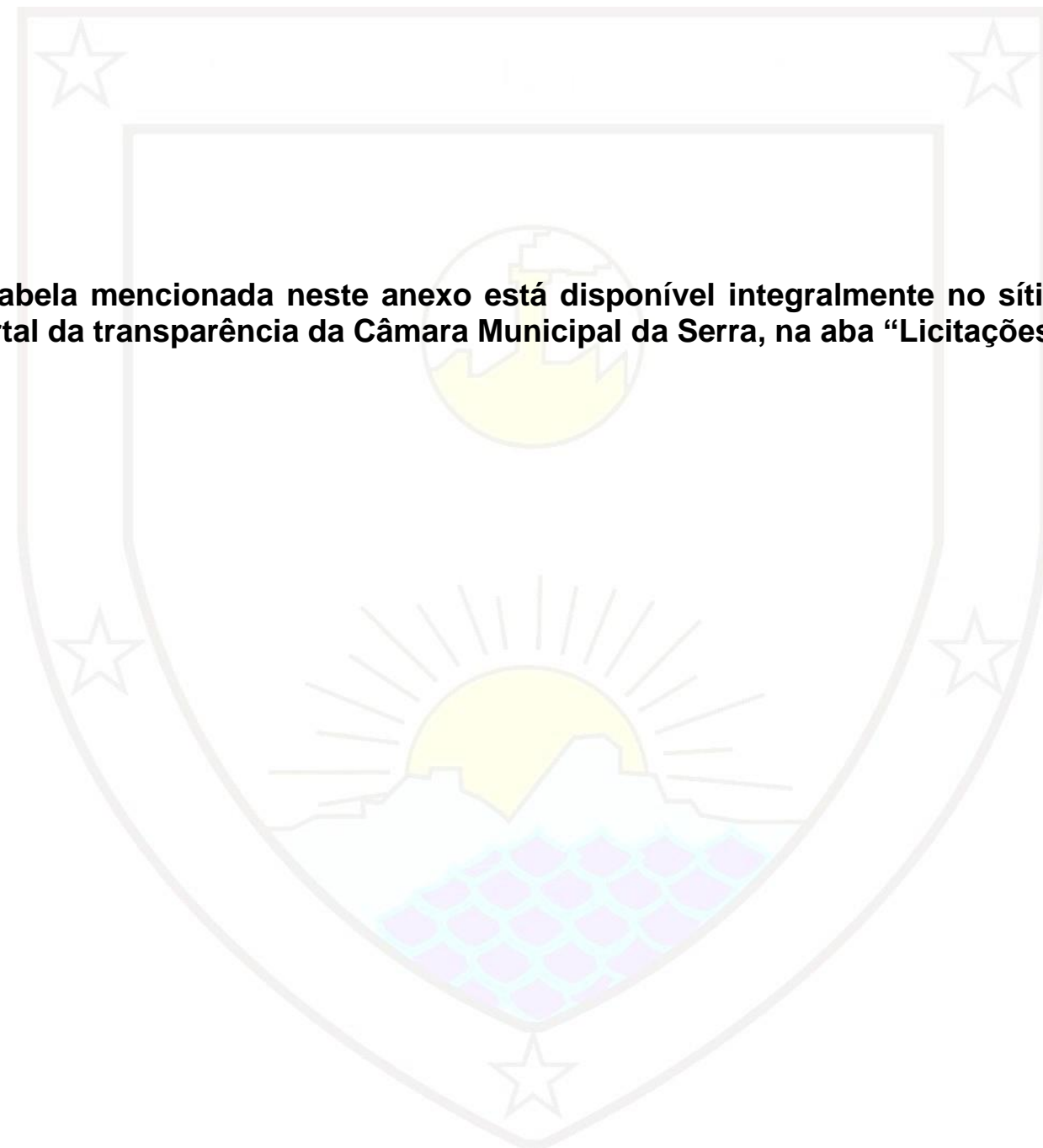
Representante legal



PROJETO BÁSICO ANEXO I-C

LISTA DE PREÇOS SINAPRO/2022 ou A QUE ESTIVER EM VIGOR QUANDO DA FORMULAÇÃO DA PROPOSTA.

A tabela mencionada neste anexo está disponível integralmente no sítio do portal da transparência da Câmara Municipal da Serra, na aba “Licitações”.





Câmara Municipal da Serra
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

ANEXO II

CONCORRÊNCIA N ° 001/2023

PROCESSO ADMINISTRATIVO N° 600/2022

DECLARAÇÃO DE FATOS IMPEDITIVOS (MODELO)

A
Presidente da Comissão Permanente de Licitações da Câmara Municipal da Serra

A empresa _____ estabelecida à _____,
devidamente inscrita no CNPJ sob o nº _____, declara sob as penalidades
cabíveis a inexistência de fato superveniente impeditivo e que concorda com todas as condições do Edital e seus
anexos para participação na licitação referenciada acima.

Serra, ____ de _____ de 2023.

Nome do representante legal da empresa



ANEXO III

CONCORRÊNCIA N ° 001/2023

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 600/2022

**DECLARAÇÃO DE ATENDIMENTO AO INCISO XXXIII DO ARTIGO 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL
(MODELO)**

A
Presidente da Comissão Permanente de Licitações da Câmara Municipal da Serra

A empresa _____, estabelecida à _____, inscrita no CNPJ n.º _____, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a) _____, portador(a) da Carteira de Identidade n.º _____ e do CPF n.º _____, DECLARA, para fins do disposto no inciso V do artigo 27 da Lei n.º 8.666, de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei n.º 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos em qualquer trabalho, nos termos do inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal de 1988.

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

Serra, _____ de _____ de 2023.

Nome do representante legal da empresa

(Observação: em caso afirmativo, assinalar a ressalva acima)



ANEXO IV

CONCORRÊNCIA Nº 001/2023 (MODELO)

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 600/2022

CÁLCULO DOS INDICADORES ECONÔMICOS

Nos cálculos dos índices extraídos das demonstrações contábeis, comprovando a boa situação financeira, serão adotados os seguintes critérios:

1 - O Índice de Liquidez Corrente é o quociente da divisão do Ativo Circulante pelo Passivo Circulante, conforme abaixo:

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

2 - O Índice de Liquidez Geral, correspondente ao quociente da divisão da Soma do Ativo Circulante com Realizável a Longo Prazo pela Soma do Passivo Circulante com o Exigível a Longo Prazo, conforme abaixo:

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

3 - O Capital Circulante que deverá refletir um saldo positivo, conforme abaixo:

$$\text{Capital Circulante} = \text{Ativo Circulante} - \text{Passivo Circulante}$$

Será habilitada a empresa que apresentar:

- a) Índice de Liquidez Corrente – igual ou maior que 1,0;
- b) Índice de Liquidez Geral – igual ou maior que 1,0;
- c) Capital Circulante Líquido – saldo positivo da diferença entre o Ativo Circulante e Passivo Circulante

Representante legal da empresa

Contabilista habilitado da empresa
Nº do CRC



ANEXO V

CONCORRÊNCIA Nº 001/2023

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 600/2022

MINUTA DOS TERMOS DE CONTRATO

Contrato nº ____/2023
Concorrência nº 001/2023
Processo Administrativo nº 600/2022

TERMO DE CONTRATO, QUE ENTRE SI FAZEM DE UM LADO A CÂMARA MUNICIPAL DA SERRA E DE OUTRO LADO A EMPRESA VENCEDORA _____ NA QUALIDADE DE CONTRATANTE E CONTRATADA, RESPECTIVAMENTE, PARA O FIM EXPRESSO NAS CLÁUSULAS QUE O INTEGRAM.

A **CÂMARA MUNICIPAL DA SERRA, ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**, órgão de Poder Público Legislativo do Município da Serra, com sede à Rua Major Pissarra, 245, Centro, CEP 29176-020 – Serra – ES, doravante denominada CÂMARA - CMS, inscrita no CNPJ sob o nº 27.450.170/0001-24, neste ato representada por seu Presidente o Sr. _____, com sede _____, inscrita no CNPJ sob o número _____ neste ato representada por seu responsável legal o(a) Sr(a) _____, portador(a) da Carteira de Identidade n.º _____ e do CPF n.º _____, doravante denominada CONTRATADA, resolvem assinar o presente contrato em conformidade com a Lei Federal 8.666/93, e suas alterações, pela modalidade **Concorrência nº 001/2023**, oriundo do **Processo Administrativo nº 600/2022**, que passa a fazer parte integrante deste instrumento, independente de transcrição, juntamente com a Proposta Comercial apresentada pela CONTRATADA, ficando, porém, ressalvadas como não transcritas, as condições nela estipuladas que contrariem as disposições deste Contrato, que reger-se-á pelas cláusulas seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA - LEGISLAÇÃO E DOCUMENTOS VINCULADOS

- 1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 8.666/93 e suas alterações, Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e demais disposições legais pertinentes.
- 1.2. Independentemente de transcrição, passam a fazer parte deste contrato, e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados, o Edital da **Concorrência nº 001/2023** e seus anexos.

CLÁUSULA SEGUNDA – OBJETO

2.1. O presente contrato tem por objeto a contratação de agência de publicidade, empresa especializada na prestação de serviços técnicos de divulgação de atos, programas, projetos, ações, obras, serviços e campanhas do Poder Legislativo do Município da Serra, Espírito Santo, conforme exigências qualitativas e quantitativas discriminadas neste instrumento, compreendendo:

- 2.1.1. O estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução, interna, intermediação e supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação;
- 2.1.2. O planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos sobre o mercado, o público-alvo. Os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou os resultados das campanhas publicitárias;
- 2.1.3. A produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados.

CLÁUSULA TERCEIRA – DA EXECUÇÃO DO SERVIÇO



3.1. A contratação deverá iniciar a execução dos serviços imediatamente após a assinatura de contrato a ser firmado entre as partes em até 10 (dez) dias corridos após o resultado final da Concorrência.

3.2. Para a execução dos serviços a CONTRATADA deverá obter aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, inclusive para assumir quaisquer despesas decorrentes do contrato (materiais, bens e serviços), como despesas de produção, veiculação e publicidade, mediante amostras, leiautes, provas, pilotos, etc., que comprovem efetivamente os aspectos técnicos dos produtos/serviços contratados.

3.3. A CONTRATADA deverá executar os serviços por meio de pessoal técnico capacitado, realizando-os com seus próprios recursos ou mediante contratação de terceiros.

3.4. O prazo de entrega dos serviços solicitados será fixado na ordem de serviço e em face à complexidade do trabalho, observando os princípios da razoabilidade e da proporcionalidade, admitir-se-á a prorrogação nos casos previstos na legislação, por solicitação da CONTRATADA, com justificativa aceita pelo CONTRATANTE.

CLAUSULA QUARTA – DA REMUNERAÇÃO DA CONTRATADA

4.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta Cláusula:

4.1.1. Desconto, a ser concedido à Câmara Municipal da Serra sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Publicidade e Propaganda do estado do Espírito Santo/SINAPRO:

_____ % (_____ por cento);

4.1.1.1. Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, nele não incluído o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

4.1.2. Honorários, a serem cobrados da Câmara Municipal da Serra, incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação:

_____ % (_____ por cento);

4.1.2.1. Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, nele não incluído o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

4.1.3. Honorários, a serem cobrados da Câmara Municipal da Serra, incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação:

_____ % (_____ por cento).

4.1.3.1. Esses honorários serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, nele não incluído o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

4.2. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

4.3. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Publicidade e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no item 4.1, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

4.4. A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

4.4. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade.

4.5. A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.



4.6. As formas de remuneração estabelecidas nesta cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

4.6.1. Além das formas de remuneração previstas nesta Cláusula, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65.

I. Art 11. A comissão, que constitui a remuneração dos Agenciadores de Propaganda, bem como o desconto devido às Agências de Propaganda serão fixados pelos veículos de divulgação sobre os preços estabelecidos em tabela.

4.7. 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 CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

4.8. Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens, bonificações e reaplicações obtidas pela CONTRATADA em negociações efetuadas com veículos de comunicação e fornecedores, com exceção dos frutos resultantes dos planos de incentivo concedidos por veículo de divulgação à CONTRATADA.

CLÁUSULA QUINTA - DO PAGAMENTO

5.1. Os pagamentos serão efetuados à CONTRATADA, após a emissão do empenho, mediante a Nota Fiscal, em conta específica da CONTRATADA, dentro do cronograma fixado pela Administração, acompanhado dos seguintes documentos:

a) Relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior, bem como das atividades desenvolvidas e peças produzidas, por meio eletrônico, através de e-mail para o setor gestor, e físico, através da entrega no referido setor;

b) Documento contendo a tabela de preços do veículo de comunicação, a descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, se houver;

c) Comprovantes de quitação de terceiros pelos serviços prestados à CONTRATADA visando o cumprimento do contrato (notas fiscais/faturas, ou suas cópias, com comprovante de quitação bancária);

d) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;

e) Prova de regularidade relativa a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional/Receita Federal do Brasil com jurisdição sobre o local da sede da licitante;

f) Prova de regularidade com a Fazenda Estadual em que for sediada a empresa;

g) Prova de regularidade com a Fazenda Municipal em que for sediada a empresa;

h) Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS;

i) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa – CNDT (incluído pela Lei nº 12.440 de 2011).

5.2. Não serão efetuados pagamentos em relação a serviços não autorizados ou rejeitados pelo CONTRATANTE;

5.3. A remuneração ajustada é considerada completa e abrange todos os tributos (impostos, taxas, emolumentos, contribuições fiscais e para fiscais), fornecimento de mão de obra especializada, leis sociais, seguros, administração, lucros e qualquer despesa, acessória e/ou necessária não prevista no edital.

5.4. As faturas / notas fiscais protocoladas não deverão portar vícios ou incorreções que atrasem ou impossibilitem o pagamento, hipótese em que a CONTRATADA suportará o ônus decorrente do atraso.

CLÁUSULA SEXTA - DO PRAZO DE VIGÊNCIA

6.1. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir de ____/____/____, podendo ser prorrogado por igual período, conforme Art. 57, II da Lei nº 8.666/93 e alterações.



6.2. A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pelo CONTRATANTE.

6.3. A publicação do instrumento Contratual obedecerá à forma estabelecida no Art. 61, da Lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA SÉTIMA - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

7.1. Os recursos necessários ao pagamento das despesas inerentes a esta contratação correrão a cargo das dotações:

Classificação Funcional	Natureza da Despesa	Fonte de Recurso
01.031.0041.2.235	3.3.90.39.82	55

7.2. As despesas com o presente contrato, pelos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais)

7.3. O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

CLÁUSULA OITAVA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

8.1. A Contratada obrigará-se a:

8.1.1. Realizar, com seus próprios recursos e/ou mediante a contratação de terceiros, todos os serviços relacionados com o objeto desta concorrência, de acordo com as especificações estipuladas pela Câmara Municipal da Serra.

8.1.2. Centralizar no Departamento de Comunicação, a gestão da publicidade da Câmara Municipal da Serra, submetendo todo o material a ser produzido pela contratada à análise deste.

8.1.3. Solicitar a anuência prévia, formal, da Câmara Municipal da Serra para subcontratar outras empresas, visando a execução total ou parcial de alguns serviços de que trata esse Contrato, ressaltando-se que a AGÊNCIA CONTRATADA permanecerá com todas as responsabilidades contratuais perante o Poder Legislativo da Cidade da Serra.

8.1.4. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na elaboração dos serviços objeto desta concorrência, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior desde que previamente aprovada pelo Departamento de Comunicação.

8.1.5. Submeter a contratação de terceiros, para a execução dos serviços objeto deste Contrato, à prévia e expressa anuência da CMS.

8.1.6. Substituir, a qualquer tempo, a pedido do Departamento de Comunicação, específica ou definitivamente, qualquer profissional da equipe técnica da empresa que esteja realizando ou esteja designado para executar trabalho(s) para a Câmara Municipal da Serra.

8.1.7. Estar apta, a qualquer tempo, a prestação de serviços previstos ou os inerentes ao objeto contratado, destacando pessoas disponíveis para o atendimento das solicitações da Câmara Municipal da Serra durante o período da vigência do contrato.

8.1.8. Envidar esforço no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integrantes, a Câmara Municipal da Serra, descontos especiais, além dos normais, previstos em tabela, bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamentos e outras vantagens.

8.1.9. Negociar sempre as melhores condições de preços para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilização de peças publicitárias.

8.1.10. Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, 03 (três) propostas, com a indicação da mais adequada para a sua execução.

8.1.10.1. Se não houver possibilidade de se obter 03 (três) propostas, a agência deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.



8.1.11. Obter a aprovação prévia do Departamento de Comunicação, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada ao objeto desta concorrência.

8.1.12. Produzir, de início, após aprovação da Câmara Municipal da Serra, cópias de spots e jingles de rádio sendo 01 (uma) cópia em DVD, 01 (uma) cópia em CD, bem como 01 (um) fotolito e 02 (duas) provas de fotolito de peças para revistas e jornais.

8.1.13. Orientar a produção e a impressão de peças gráficas após aprovadas pela Câmara Municipal da Serra.

8.1.14. Responsabilizar-se por produtos e/ou serviços realizados por meio de contratação de terceiros, zelando pelos cumprimentos dos prazos e pela qualquer da entrega final.

8.1.15. Submeter à aprovação do Departamento de Comunicação a contratação de serviços ou compra de material de empresas em que a agência ou seus funcionários tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial.

8.1.16. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas – folhetos, cartazes, mala direta, etc., aprovadas pelo Departamento de Comunicação.

8.1.17. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupção de um ou mais serviços, mediante comunicação do Departamento de Comunicação, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários, desde que essas ocorrências não tenham sido causadas pela própria agência.

8.1.18. Somente divulgar informações que envolvam o nome da CONTRATANTE, acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mediante prévia e expressa autorização do Departamento de Comunicação.

8.1.19. Prestar esclarecimento ao Departamento de Comunicação sobre eventuais atos e fatos noticiados que envolvam a agência, independentemente de solicitação.

8.1.20. Permitir e facilitar, a qualquer tempo, a fiscalização dos serviços contratados, colocando à disposição da Câmara Municipal da Serra, sempre que for solicitado, pelo setor responsável, facultando o livre acesso aos registros e documentos pertinentes, sem que essa fiscalização importe, a qualquer título, em responsabilidade por parte da Câmara Municipal da Serra.

8.1.21. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência pública.

8.1.22. Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infração a que der causa.

8.1.23. Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.

8.1.24. Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto desta concorrência, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e outras despesas que se fizerem necessários ao cumprimento do objeto pactuado.

8.1.25. Responsabilizar-se por reconhecimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

8.1.26. Apresentar, quando solicitado pelo Departamento de Comunicação, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

8.1.27. Informar a Câmara Municipal da Serra os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela Câmara, até o quinto dia útil de cada mês, com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

8.1.28. Informar imediatamente e por escrito a Câmara Municipal da Serra qualquer anormalidade que verificar na execução dos serviços.



8.1.29. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a Câmara Municipal da Serra.

8.1.30. Conservar absoluto sigilo, por si, por seus prepostos e contratados sobre quaisquer informações bem como dados que lhe sejam fornecidos, mormente quanto à estratégia de atuação da Câmara Municipal da Serra.

8.1.31. Responder perante a Câmara Municipal da Serra e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objetos desta concorrência pública.

8.1.32. 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, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato a ser firmado após esta concorrência.

8.1.33. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custo e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a Câmara Municipal da Serra.

8.1.34. Abster-se de caucionar ou utilizar o presente Contrato para qualquer operação financeira.

8.1.35. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a agência adotará as providências no sentido de preservar a Câmara Municipal da Serra e de mantê-la a salvo de reivindicações, demanda, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará a Câmara Municipal da Serra das importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo irrevogável de 10 (dez) dias a contar da data do efetivo pagamento.

8.1.36. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual ou direitos autorais relacionados com os serviços objeto desta concorrência pública.

8.1.37. Disponibilizar-se ao Departamento de Comunicação, até o quinto dia do mês subsequente, relatórios de criação, produção e veiculação autorizados no mês anterior.

8.1.38. Disponibilizar ao Departamento de Comunicação, até o quinto dia do mês subsequente, por meio de cópia em DVD ou envio virtual, o conjunto de peças produzidas no período, em sua versão final e aprovadas, para fins de arquivamento e registro.

8.1.39. Manter, durante o período de no mínimo 5 (cinco) anos após extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas oriundas deste instrumento.

8.1.40. A agência não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivos aos interessados do Contratante, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

CLÁUSULA NONA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

9.1. Contratante obrigará-se a:

9.1.1. Fornecer os elementos básicos e dados complementares necessários para o perfeito desenvolvimento dos serviços;

9.1.2. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a agência;

9.1.3. Comunicar, por escrito, à agência, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, executados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis;

9.1.4. Efetuar os pagamentos conforme previsto no edital;

9.1.5. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato, através de representantes da administração nominalmente designado como "gestor do contrato", nos termos do artigo 67 da Lei 8666/1993 e suas alterações e de conformidade com o padrão de gestão de contratos da Câmara Municipal da Serra.



CLÁUSULA DÉCIMA – ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO

10.1. O acompanhamento e fiscalização do contrato será feito pelo Departamento de Comunicação, na figura de seu titular, ou por servidor designado pela Administração, que ficará responsável por atestar as notas fiscais relativas à execução dos serviços.

10.2. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

10.2.1. Serão nomeados um fiscal titular e um substituto através de portaria, para executar a fiscalização do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

10.2.1.1. Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao Fiscal verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA.

10.3. A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

10.4. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da CONTRATANTE.

10.5. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

10.6. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

10.7. A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

10.8. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas no contrato.

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

10.10. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

10.11. A CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto do contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

10.12. A CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

10.12.1. A avaliação semestral será considerada pela CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

10.12.2. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao Fiscal do contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DIREITOS AUTORAIS



11.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

11.2. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas na Cláusula Quarta deste contrato durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

11.3. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

11.4. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas neste edital.

11.5. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

11.6. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do IGP-M desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

11.7. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos itens 11.6, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

11.8. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

11.9. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE.

11.10. A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

11.10.1. A cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

11.10.2. Que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

11.10.3. Que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

11.11. Se a CONTRATANTE pretender utilizar imagens que impliquem direitos de imagem e som de voz, adotará as medidas cabíveis para a remuneração dos detentores desses direitos, nos termos da legislação.

11.12. A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Federal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à CONTRATANTE.



II.6 A pena de multa poderá ser aplicada cumulativamente com as demais sanções restritivas de direitos constantes deste Contrato.

II.7 Decorridos 30 dias de atraso injustificado na entrega de material ou na execução dos serviços, a autorização de fornecimento, ordem de serviço ou Contrato deverá ser cancelada ou rescindida, exceto se houver justificado interesse público em manter a avença, hipótese em que será aplicada multa na forma da lei, de acordo com a modalidade.

III Suspensão: A suspensão temporária impedirá o licitante, o fornecedor e o prestador de serviços de licitar e contratar com a Câmara Municipal da Serra, por prazo nunca superior a 2 anos, e conforme descrito abaixo:

a) 3 meses, nos casos em que tenha vencido o prazo da advertência e o licitante ou contratado permanecer inadimplente;

b) 6 meses, nos casos de:

b1) Aplicação de 2 penas de advertência, no prazo de 12 meses, sem que o fornecedor tenha adotado as medidas corretivas no prazo determinado pela Administração;

b2) Alteração da quantidade ou qualidade da mercadoria fornecida;

c) 12 meses, no caso de retardamento imotivado da execução de obra, de serviço, de suas parcelas ou de fornecimento de bens;

d) 24 meses, nos casos de:

d.1) Entregar como verdadeira mercadoria falsificada, adulterada, deteriorada ou danificada;

d.2) Paralisação de serviço, de obra ou de fornecimento de bens sem justa fundamentação e prévia comunicação à Administração;

d.3) Praticar ato ilícito, visando frustrar os objetivos da licitação no âmbito da Câmara Municipal da Serra;

d.4) Sofrer condenação definitiva por praticar, por meio doloso, fraude fiscal no recolhimento de qualquer tributo;

d.5) Apresentar documentação ou declaração falsa;

d.6) Falhar ou fraudar na execução do Contrato;

d.7) Comportar-se de modo inidôneo;

d.8) Cometer fraude fiscal.

OBS.: As sanções previstas nas alíneas d.5, d.6, d.7 e d.8 terão remessa obrigatória ao Ministério Público para as providências cabíveis.

VI. Declaração de Inidoneidade: A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada pelo Presidente da Câmara Municipal da Serra, à vista dos motivos informados na instrução processual, facultada a defesa da licitante ou contratada no respectivo processo, no prazo de 15 dias da abertura de vista, podendo a reabilitação ser requerida após 2 anos de sua aplicação.

VI.1 Poderão ser considerados inidôneos, as empresas ou profissionais que, em razão dos Contratos regidos pela Lei Federal nº 8.666/1993:

a) tenham sofrido condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

b) tenham praticado atos ilícitos, visando frustrar os objetivos da licitação;

c) demonstrarem não possuir idoneidade para contratar com a Administração, em virtude de atos ilícitos privados.

VI.2 A Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto permanecerá em vigor enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a sanção, a qual será concedida sempre que a Contratada ressarcir os prejuízos resultantes da sua conduta e depois de decorrido o prazo de sanções de suspensão e impedimento aplicadas.

13.2 Ainda, as faltas ocorridas no decurso da execução do Contrato poderão ensejar, conforme o caso:

a) Rescisão unilateral, consensual ou judicial do Contrato;



b) Demais penalidades previstas e admitidas pela Lei Federal nº 8.666/93, e alterações, não elencadas acima.

13.2.1. Caberá pedido de reconsideração no prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da intimação do ato.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/1993.

14.2. Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:

- a) For atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) For envolvida em escândalo público e notório;
- c) Quebrar o sigilo profissional;
- d) Utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) Não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) Motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;
- g) Deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- h) Vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública; e
- i) Não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

14.3. Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

14.4. 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 CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.

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

14.6. A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da CONTRATANTE, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA CONTRATAÇÃO DE TERCEIROS

15.1. Sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais poderá ser permitida a contratação de terceiros de parte(s) do(s) serviço(s) contratado(s).

15.2. Somente poderão ser contratadas as atividades complementares que se enquadrem na descrição do art. 29 da Lei 3530/2010 e no art. 2º, caput e capítulo 1º, inciso I a III da Lei nº 12.232/10.

15.2.1. O licitante vencedor deverá observar ainda o disposto no artigo 14, parágrafos 1º e 2º da lei 12.232/2010.

15.3. É vedada a subcontratação de outra agência de publicidade para execução dos serviços compreendidos no objeto da presente licitação.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DO REAJUSTAMENTO

16.1. O reajuste do preço contratado, após o prazo estipulado no item 6.1 ou quando autorizado por lei, será equivalente à variação da tabela do SINAPRO/ES, desde que haja previsão orçamentária para tal.



CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DISPOSIÇÕES GERAIS

17.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de publicidade e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

17.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial dos Municípios – DOM, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

17.3. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/1993, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

17.4. A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

17.5. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio da CONTRATANTE na internet.

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

17.7. A rescisão do Contrato poderá ainda ocorrer de forma amigável, por acordo entre as partes, reduzindo a termo no processo desde que haja conveniência para a Administração Pública.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DO FORO

18.1. Fica eleito o Foro da Vara dos Feitos da Fazenda Pública Municipal, Comarca da cidade da Serra, ES, para dirimir quaisquer dúvidas oriundas do presente contrato.

E assim, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 03 (três) vias de igual teor e forma.

Serra, ____ de _____ de 2023.

Câmara Municipal da Serra
CONTRATANTE

CONTRATADA

Testemunhas: _____.

_____.