

EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 010/2018

CONCORRÊNCIA Nº 001/2018

PREÂMBULO:

A Câmara Municipal de Varginha/MG, através de seu Presidente, Vereador **LEONARDO VINHAS CIACCI**, torna público a abertura de procedimento licitatório na modalidade **CONCORRÊNCIA - DO TIPO TÉCNICA E PREÇO**, no regime de empreitada por preço global, em conformidade com a Lei Federal nº 12.232/10 subsidiariamente pela Lei Federal nº 8.666/93, e suas alterações posteriores, Legislação Complementar em vigor, Lei nº 4.680, de 18/06/65, Decreto nº 57.690, de 01/02/66 e normas de ética aplicáveis, mediante as condições estabelecidas neste Edital e aquelas que compõem seus anexos.

O Serviço de Compras da Câmara Municipal de Varginha/MG, sito à Praça Governador Benedito Valadares, nº 11 - Centro, Varginha/MG, receberá até **às 11h00min** do dia **06/11/2018**, os Envelopes nº 01–Proposta Técnica (Plano de Comunicação Publicitária não Identificado), nº 02–Proposta Técnica (Plano de Comunicação Publicitária Identificado), nº 03-Proposta Técnica (Capacidade de Atendimento) e nº 04-Proposta de Preços. A sessão de abertura dos Envelopes dar-se-á no dia **06/11/2018 às 14h00min**.

1 - DO OBJETO:

1.1. Constitui objeto da presente Licitação a Contratação de Agência de Propaganda para prestação de serviços profissionais de Publicidade à Câmara Municipal de Varginha/MG, pela forma indireta e caracterizada no **Anexo IV** deste Edital, que contém o Briefing Básico de Propaganda e Publicidade pretendido pela Câmara.

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

1.3. Os serviços que compõem esta Licitação serão prestados a Câmara, cujos serviços a serem contratados serão objeto de Ordem de Serviço Específica.

1.4. Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei 12.232/2010;

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

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

1.5. As pesquisas e avaliações previstas no item 1.4 terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

1.6. A Agência atuará por conta e ordem da Câmara Municipal de Varginha-M.G., em conformidade com o artigo 3º da lei 4.680/65 e Decreto 57.690/66 na contratação de :

a) fornecedores de serviços de produção especializados ou não, necessários à execução técnica das peças, campanhas, materiais e demais serviços conexos;

b) veículos e outros meios de divulgação para a compra de tempo e espaço publicitários, sem qualquer restrição de mídia.

2. DOS VALORES E DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

2.1. O valor de contratação dos serviços que são objeto desta Licitação está estimado em **R\$ 1.800.000,00 (um milhão e oitocentos mil reais)**, para o período de vigência do instrumento contratual que se estabelecerá por **12 (doze) meses**, contados a partir da data de sua assinatura.

2.2. As despesas decorrentes da execução do presente **CONTRATO** correrão à conta de dotação orçamentária específica do orçamento da Câmara Municipal, classificada sob o código: 01.131.7080.2.465 **3390.39.00 29**; e nos próximos exercícios à conta de dotação orçamentária própria.

2.3. A execução dos serviços será remunerada originalmente da forma abaixo, ainda não levando em consideração o eventual desconto concedido pelos licitantes, na forma apresentada no **Anexo III**, da “Proposta de Preços”, referentes aos custos internos relativos aos trabalhos desenvolvidos pela licitante contratada.

2.4. Pelo “desconto padrão de agência” de 20% (vinte por cento) sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociada, pago a licitante a ser contratada, pelos Veículos de Comunicação.

2.5. Pela taxa de 15% (quinze por cento) sobre custos de produção realizada tecnicamente por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços decorrentes do estudo, acompanhamento ou de criação intelectual da Agência contratada.

2.6. Pela taxa de 10% (dez por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços, quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

2.7. Os percentuais supracitados serão inalteráveis pelo período contratual, inclusive quando de eventuais prorrogações.

3 – DAS CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO:

3.1. Poderão participar da presente Licitação empresas especializadas legalmente estabelecidas no País, do ramo de atividade de publicidade e propaganda, que satisfaçam os requisitos do art. 3º da Lei Nº 4.680, de 18/06/65, que tenham Certificado de Qualificação Técnica de funcionamento, em vigor quando da apresentação dos envelopes e cumpram integralmente os requisitos deste Edital.

3.2. Não serão admitidos interessados que se enquadrem em quaisquer das situações a seguir:

a) Estejam cumprindo a penalidade de suspensão temporária imposta pela Câmara ou Município;

b) Sejam declarados inidôneos em qualquer esfera de Governo;

c) Estejam sob-regime de falência, concordata, dissolução ou liquidação;

d) Todos aqueles casos proibidos pela legislação vigente;

e) Possuam proprietário titular de mandato eletivo;

f) Estejam descumprindo o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal;

g) Reunidas sob qualquer forma de consórcio;

h) Enquadradas nas disposições do artigo 9º da Lei Federal 8.666/93 e suas alterações posteriores;

i) Estrangeiras, sem sede no País;

j) Não certificadas pelo Conselho Executivo das Normas Padrão - **CENP**.

3.3. O representante da licitante, para participação nesta Licitação, deverá estar munido de sua carteira de identidade e carta de credenciamento que lhe permita assinar documentos e tomar decisões, inclusive, quanto à desistência de recursos, conforme modelo constante do **Anexo I** deste Edital, com firma reconhecida em cartório de notas, ou por instrumento público de procuração. Caso o representante na licitação seja sócio com poderes para representar a sociedade será dispensado o reconhecimento de firma. Poderá as licitantes substituir seu representante, desde que em conformidade com o aqui requerido. A não apresentação do credenciamento não inabilitará a licitante, mas impedirá a pessoa presente de se manifestar e responder em nome da empresa.

3.4. O instrumento convocatório, somente poderá ser retirado contra recibo no Serviço de Compras da Câmara Municipal de Varginha/MG, sito à Praça Governador Benedito Valadares, nº 11 - Centro – Varginha/MG., no horário de 08h00 às 11h00 e das 13h00 às 18h00 – Fone : (0xx35) 3219-4757, haja vista a necessidade de se receber o envelope padronizado citado na letra “a” do item 4.1 deste edital, sem ônus para o licitante.

3.5. Pedidos de esclarecimentos ou impugnações poderão ser feitos através do endereço eletrônico **compras@camaravarginha.mg.gov.br** ou protocolados no Serviço de Compras da Câmara Municipal de Varginha/MG, sito à Praça Governador Benedito Valadares, nº 11 - Centro em até 05(cinco) dias úteis antes da data de entrega dos envelopes e serão respondidos em até 03 (três) dias úteis da data de seu efetivo recebimento (art. 41, § 1º, Lei 8.666/93 e suas alterações posteriores).

3.5.1. Os esclarecimentos ou impugnações ao Edital deverão ser encaminhados para a Câmara Municipal, através do Serviço de Compras, que responderá a todos os licitantes que retiraram o edital, através de endereço eletrônico.

3.5.2. Serão disponibilizadas, além das respostas, outras informações que a Câmara, através do Serviço de Compras julgar importantes.

3.6. A apresentação das propostas na Licitação será considerada como evidência de que o licitante examinou completamente o Edital e todos os seus anexos, que os comparou entre si, que obteve todas as informações satisfatórias sobre quaisquer pontos duvidosos, e que considera que o caderno desta Licitação lhe permitiu preparar as propostas de maneira completa e totalmente satisfatória.

4 - DA APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS E PROPOSTAS:

4.1. Os interessados deverão habilitar-se à Licitação, até **as 11h00min do dia 06/11/2018**, apresentando ao Serviço de Compras da Câmara Municipal de Varginha/MG, sito à Praça Governador Benedito Valadares, nº 11 - Centro, 04 (quatro) envelopes opacos e devidamente lacrados (sendo um deles obrigatoriamente fornecido pela Câmara do Município de Varginha, quando da aquisição deste Edital), rubricados no seu fecho (exceto o envelope nº 1 retro citado, que deve ser apenas lacrado), devendo obedecer as disposições abaixo :

a) ENVELOPE Nº 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - NÃO IDENTIFICADO / APÓCRIFO

LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 001/2018

(Este envelope não poderá ter qualquer identificação, quer do licitante ou da Câmara).

a.1) Este envelope (que será fornecido exclusivamente pela Câmara Municipal de Varginha, quando da aquisição do Edital e contra recibo) não poderá ser identificado, para preservar, até a abertura do envelope nº 02, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia) sendo vedado à licitante apresentar em sua parte externa e em todo seu conteúdo, a colocação de qualquer tipo de símbolo, marca, nome ou outro meio qualquer que a identifique. Os invólucros padronizados contendo a via não

identificada do Plano de Comunicação só serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitação se não apresentarem rubrica, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

a.2) O Plano de Comunicação deverá ser datado, com páginas numeradas sequencialmente.

a.3) Os exemplos de peças relativos à Ideia Criativa, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do envelope nº 01.

a.4) O Plano de Comunicação Publicitária – Não Identificado, deverá ser redigido em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente – com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

- em papel, tipo sulfite, A4 – 75 g/m², branco; com espaçamento “simples” entre as linhas; com texto justificado;
- com texto em fonte Times New Roman corpo 12 (doze);
- com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página (sistema de numeração do “word”);
- em caderno único e sem peças soltas com capa e contracapa em plástico preto e encadernado com helicoidal plástico preto;
- tendo as peças da ideia criativa impressas em papel tipo sulfite branco encadernado no formato A-4, 75 g/m² (não serão permitidas dobras nas folhas);
- proibido o uso de qualquer outro tipo e papel, gramatura ou impressões especiais;
- sem qualquer tipo de identificação da licitante, mesmo que sub reptícia;
- sem qualquer borda, tarja ou linhas coloridas.
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

a.5) As tabelas, gráficos e planilhas referentes à estratégia de mídia e não mídia poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos.

a.6) O Plano de Comunicação Publicitária – Não Identificado, não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita a identificação de sua autoria.

a.7) A inobservância destas instruções acarretará a desclassificação da licitante.

b) ENVELOPE Nº 02 – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – IDENTIFICADO

LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA Nº 001/2018

OBJETO: Contratação de Agência de Propaganda

RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA PROPONENTE:

b.1) O Envelope nº 02 deverá ser providenciado pela proponente, devendo ainda ser inviolável quanto às informações e documentos nele constantes, até a data de sua abertura.

b.2) O Plano de Comunicação deverá ser redigido em língua portuguesa - salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente - com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone, fax e e-mail quando existente.

b.3) O Plano de Comunicação Publicitária – Identificado, sem os exemplos de peças da Ideia Criativa, deverá constituir-se em uma cópia do Plano de Comunicação – Não Identificado, mas, 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.

c) ENVELOPE Nº 03 – INFORMAÇÕES RELATIVAS À CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO DOS LICITANTES

LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA Nº 001/2018

OBJETO: Contratação de Agência de Propaganda

RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA PROPONENTE:

c.1) O Envelope nº 03 deverá ser providenciado pela proponente, devendo ainda ser inviolável quanto às informações e documentos nele constantes, até a data de sua abertura.

c.2) Os documentos a serem inseridos neste envelope deverão ser redigidos em língua portuguesa - salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente - com clareza, sem emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone e e-mail.

c.3) Os documentos acostados no envelope nº 3 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Não identificado, que permita a identificação da autoria desta, antes da abertura do envelope nº 02.

d) ENVELOPE Nº 04 – PROPOSTA DE PREÇOS

LICITAÇÃO: CONCORRÊNCIA Nº 001/2018

OBJETO: Contratação de Agência de Propaganda

RAZÃO SOCIAL E CNPJ DA PROPONENTE:

d.1) O envelope nº 04 deverá ser providenciado pela proponente, devendo ainda ser inviolável quanto às informações e documentos nele constantes, até a data de sua abertura.

d.2) Os documentos a serem inseridos neste envelope, Planilha de Preços e Declarações dos itens 7.1.2 e 7.1.3, deverão ser redigidos em língua portuguesa - salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente - com clareza, sem

emendas, entrelinhas ou rasuras, em papel contendo o timbre da empresa, endereço completo, número do telefone e e-mail, e assinados por quem detenha poderes de representação legal da proponente, ou de seu procurador legalmente constituído, na forma de seus atos constitutivos.

4.2. Os envelopes Nº 02, Nº 03 e Nº 04, deverão conter obrigatoriamente os documentos respectivos e citados neste edital, apresentados da seguinte forma:

a - Em uma via no original, sem emendas, rasuras ou entrelinhas,.

b - Assinados e datados na última página e rubricados em todas as folhas pelo Representante Legal da Empresa Licitante, ou de seu procurador legalmente constituído observado às exigências constantes nos Anexos e Modelos deste Edital, **exceto os documentos do invólucro Apócrifo.**

c - Numerados, sequencialmente, com o número do lado direito e inferior da página, contendo ao final o Termo de Encerramento, com a paginação de início e término dos documentos contidos em cada envelope.

4.3. Os Envelopes Nº 01, Nº 02, Nº 03 e Nº 04 serão entregues por representante da licitante, credenciado por meio de "Carta de Credenciamento" conforme modelo constante do **Anexo I.**

4.3.1. No início da sessão, a Comissão Permanente de Licitação examinará as Cartas de Credenciamento e os documentos de identidade, retendo as primeiras para posterior juntada aos autos do processo licitatório.

4.3.2. Caso o preposto da licitante não seja seu representante legal ou estatutário, o credenciamento será feito por intermédio de procuração pública ou particular (esta com firma reconhecida e acompanhada dos documentos que comprovem a legalidade da outorga de poderes), com no mínimo os poderes constantes do modelo que constitui o **Anexo I.**

4.3.3. A ausência de documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação e de entregar a documentação solicitada, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento, até que seja apresentado o documento competente.

4.3.4. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção dos envelopes, em conformidade com o solicitado nos itens deste, credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de substituição do representante no decorrer do processo licitatório, deverá ser credenciado novo representante, nos mesmos termos acima.

4.3.5. Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

4.3.6. Os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das propostas.

5 – DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:

a - Os documentos de habilitação, Envelope nº 5, serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do inciso XI do art. 11 da Lei 12.232/2010.

b - A contratação da licitante vencedora nos quesitos julgamento técnico e de preços, somente se fará mediante a apresentação completa dos documentos (em vigor na data da sessão de sua análise), em cópias autenticadas por tabelionato de notas, a seguir descritos:

5.1 - DOCUMENTO D-1

Declaração de aceitação das condições deste Edital, e de submissão às exigências legais, bem como de responsabilidade pela autenticidade e veracidade dos documentos e informações apresentadas, conforme Modelo constante no **Anexo II**, deste Edital.

DOCUMENTAÇÃO RELATIVA À HABILITAÇÃO JURÍDICA:

5.2. DOCUMENTO D-2

A – Cédula de identidade dos representantes legais da licitante;

B - Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado nos órgãos competentes (junta comercial ou cartório de registro de pessoas jurídicas) acompanhado de suas alterações ou apresentado em sua forma consolidada, em se tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

C - Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhado de prova da diretoria em exercício;

D - 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;

E - Certificado de Registro no Conselho Executivo das Normas Padrão – **CENP**.

05.02.01. Os documentos acima citados deverão ter dentre seus objetivos sociais as atividades típicas e exclusivas da propaganda e como tal definidas na Lei 4.680/65.

DOCUMENTAÇÃO RELATIVA À REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA:

5.3. DOCUMENTO D-3

Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – **C.N.P.J.**, do Ministério da Fazenda.

5.4. DOCUMENTO D-4

Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual e/ou Municipal, se houver relativo ao domicílio ou sede da empresa, pertinente a seu ramo da atividade e compatível com o objeto da Licitação.

5.5. DOCUMENTO D-5

Prova de Regularidade para com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal, apresentada conforme abaixo:

Fazenda Federal: Prova de Regularidade através de Certidão Negativa de Débitos ou Certidão Positiva com efeito de Negativa relativos aos Tributos Federais e a Dívida Ativa da União, que abrange inclusive as contribuições sociais previstas na Lei;

Fazenda Estadual: Certidão Negativa de Débitos ou Certidão Positiva com efeito de Negativa para com a Fazenda Estadual ou Procuradoria Geral do Estado, se for o caso;

Fazenda Municipal: Certidão Negativa de Débitos ou Certidão Positiva com efeito de Negativa para com Fazenda Municipal do domicílio ou sede da empresa.

5.6 . DOCUMENTO D-6

Prova de regularidade Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (F.G.T.S.) e Regularidade de Inexistência de Débitos trabalhistas, demonstrando situação regular no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei.

F.G.T.S.: Certificado de Regularidade Fiscal do **F.G.T.S.** (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço), fornecido pela Caixa Econômica Federal;

Justiça do Trabalho: Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (**CNDT**) ou Certidão Positiva com efeito de Negativa de Inexistência de Débitos Trabalhistas, perante a Justiça do Trabalho (TST).

DOCUMENTAÇÃO RELATIVA À QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

5.7. DOCUMENTO D-7

Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da Lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios.

5.7.1. As empresas recém constituídas que não completaram um exercício financeiro deverão apresentar Balanço de constituição, assinado por profissional legalmente habilitado e apresentado na forma da lei.

5.7.2 Considerar-se-á comprovada a boa situação financeira da empresa licitante aquela que demonstrar possuir Índice de Liquidez Geral e Índice de Liquidez Corrente maior ou igual a 1 (um), extraídos estes das seguintes fórmulas: $ILG = \frac{\text{ativo circulante} + \text{ativo realizável a longo prazo}}{\text{passivo circulante} + \text{passivo exigível a longo prazo}}$; $ILC = \frac{\text{ativo circulante}}{\text{passivo circulante}}$.

OBSERVAÇÕES:

a) As Empresas optantes pelo Lucro Presumido, também estão obrigadas a apresentação do Balanço conforme exigido acima.

b) Serão considerados aceitos, como na forma da lei, o balanço patrimonial e demonstrações contábeis apresentados, no caso de:

b1) Sociedades regidas pela Lei nº 6.404/76 (sociedade anônima): fotocópia registrada ou autenticada na Junta Comercial;

b2) Sociedade por Cota de Responsabilidade Limitada (LTDA): por fotocópia do livro Diário, inclusive com os Termos de Abertura e de Encerramento, devidamente autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante ou

em outro órgão equivalente; ou fotocópia do Balanço e das Demonstrações Contábeis, devidamente registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante;

b3) Sociedades criadas no exercício em curso: fotocópia do Balanço de Abertura, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante.

c) O Balanço Patrimonial e as Demonstrações Contábeis, além do representante legal da empresa, deverão estar assinados por Contador, ou profissional equivalente, devidamente registrado no Conselho Regional de Contabilidade.

5.8. DOCUMENTO D-8

Comprovação da licitante de possuir Capital Social ou Patrimônio Líquido equivalente a, no mínimo **R\$ 180.000,00 (cento e oitenta mil reais)**, até a data de abertura da Licitação, através da apresentação de cópia autenticada do Contrato Social ou última Alteração Contratual consolidada devidamente registrada na Junta Comercial ou no Cartório de Pessoas Jurídicas, conforme o caso.

5.9. DOCUMENTO D-9

Cópia da Certidão Cível Negativa específico por ação de Falência ou Concordata, expedida por setor do Poder Judiciário da sede da pessoa jurídica, ou de execução patrimonial, expedida no domicílio da pessoa física ou Certidão Judicial Cível Negativa, expedida pelo Tribunal de Justiça do Estado, emitida, no máximo, 90 (noventa) dias anteriores à data fixada para a abertura dos Envelopes – Habilitação, exceto quando dela constar o prazo de validade.

5.10. DOCUMENTO D-10

A licitante deverá apresentar expressamente declaração de que: não está impedida de contratar com a Administração Pública, Direta e Indireta; que não foi declarada inidônea pelo Poder Público, de nenhuma esfera; que não existe fato impeditivo da habilitação; que não possui proprietários titular de mandato eletivo e que não emprega trabalhador nas situações previstas no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição, conforme modelo constante do **Anexo VI** deste Edital.

5.11. Os documentos jurídico-fiscais e econômico-financeiros que dependem de prazo de validade, e que não o contenha especificado em seu corpo, somente serão considerados aceitáveis se expedidos, no máximo, até 60 (sessenta) dias anteriores à data da abertura da licitação.

6 - DA PROPOSTA TÉCNICA:

A Proposta Técnica deverá ser apresentada nos Envelopes “1”, “2” e “3” na forma prevista no item 4 e subitens e deverá atender os requisitos abaixo:

6.1. PLANO COMUNICAÇÃO NÃO IDENTIFICADO/APÓCRIFO-ENVELOPE “1”:

6.1.1. Para efeito de avaliação a licitante deverá apresentar uma campanha simulada de acordo com o Projeto Básico (**Briefing**).

6.1.2. O “Plano de Comunicação – Não Identificado / Apócrifo” deverá ser apresentado em envelope que NÃO identifique a licitante, nem mesmo em seu conteúdo, na forma do item 4 e seus subitens, deste Edital, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, utilizando fonte Times New Roman tamanho 12 (doze). As peças que integram o “Plano de Comunicação” deverão estar acondicionadas em embalagens

adequadas às características do Envelope “1”, desde que invioláveis, quanto às informações de que tratam, até a abertura do correspondente envelope.

6.1.3. O “Plano de Comunicação” consistirá em quatro quesitos, a saber:

6.1.3.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO desenvolvido pela licitante com base no **Anexo I** deste Edital - Projeto Básico (briefing), que deverá compreender os seguintes sub-quesitos:

I - Raciocínio Básico: texto em até 04 (quatro) laudas, em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no Briefing;

II - a) Estratégia de Comunicação Publicitária: texto em até 04 (quatro) laudas, em que a licitante apresentará e defenderá o conceito e o partido temático que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação e defenderá essa opção;

II - b) Apresentará e defenderá os principais pontos de estratégia de comunicação publicitária sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, quando dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar.

III - Ideia criativa:

a) texto em que a licitante se limitará a apresentar a estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não conter um slogan passível de ser utilizado em ações de comunicação da Câmara Municipal de Varginha.

b) como parte do quesito Ideia Criativa, a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de 05 (cinco) peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata a alínea anterior. Os exemplos de peças podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout, story-

board impresso, ou “monstro” de peça de internet ou “monstro” de peça de rádio, com ou sem música, limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação tradicional proposto pela licitante; se apresentados como parte de um kit serão computados individualmente no limite citado neste.

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

a) texto com até 02 (duas) laudas escritas (sem contar as artes) em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha (na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do plano de mídia e não mídia, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação, a inclusão de tabelas não serão computadas no total de laudas mencionado no Plano de Comunicação).

b) simulação de plano de distribuição das peças da campanha publicitária mencionada na alínea “b” do quesito Ideia Criativa, acompanhada de texto de até 02 (duas) laudas com a explicitação das propostas adotadas, valores de produção e de veiculação e mais suas justificativas. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos: o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios; e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça, separadamente, de mídia e de não mídia.

Valor da verba simulada de campanha será de R\$ 180.000,00 (cento e oitenta ‘mil reais) para um período de 30 dias.

c) No caso de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.

d) Na simulação do plano de distribuição de peças previstas na letra “b” do item acima:

d.1) os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos;

d.2) deve ser desconsiderado o repasse do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/65;

d.3) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

6.2 - DO PLANO DE COMUNICAÇÃO – IDENTIFICADO – ENVELOPE “2”:

O Envelope “2” deverá ser apresentado conforme item 4.1 letra “b” deste com data e assinatura na última página e rubrica nas demais, nas mesmas dimensões do Envelope “1” contendo os mesmos quesitos acima, de igual teor, mas sem os exemplos de peças relativa à ideia criativa.

6.3 - DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO– ENVELOPE “3”:

A “capacidade de atendimento, o repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação” deverão ser apresentados na forma do item 4.1 letra “c” deste Edital, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

6.3.1. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO: será feita mediante a apresentação de Declaração contendo os seguintes dados:

I - relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação dos documentos de habilitação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles, bem como os respectivos ramos de atividades, produtos e serviços;

II - a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e

planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;

III - as instalações, a infra-estrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;

IV - a sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos 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;

V - a discriminação das informações de comunicação e marketing que colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal de Varginha, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

VI - Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidade e prazos com o objeto da Licitação, mediante apresentação de três declarações / atestados de experiência anterior similares ao objeto desta concorrência, fornecidas por três clientes que tenham sido ou estejam sendo atendidos pela licitante e por três declarações / atestados de veículos de comunicação, sendo um de televisão, um de rádio e um de jornal ou revista, contendo informações quanto ao desempenho da Licitante nas relações com os veículos declarantes;

6.3.2. REPERTÓRIO: apresentação de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados/expostos pela licitante, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.

I - Poderão ser apresentadas até cinco peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas ou expostas a partir de 2011.

II - Cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação e menção do veículo que a divulgou.

III - As fitas de vídeo poderão ser fornecidas em VHS ou DVD; os spots e/ou jingles, em CD; as peças de internet, em CDR-ROM ou CD-ROM com simulador de navegação; as peças gráficas em proporções reduzidas que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

IV - As peças apresentadas não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pela Câmara Municipal de Varginha.

6.3.3. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO:

deverão ser apresentados até dois “cases” veiculados ou expostos a partir de 2011 e com o visto/carimbo do cliente, identificando cargo e nome do declarante, relatando, em no máximo duas laudas cada, soluções de problemas de comunicação, formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até cinco peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada relato, fornecidas conforme estabelece o inciso III do item 6.3.2 acima. Os relatos apresentados não podem referir-se a soluções de problemas da Câmara Municipal de Varginha.

6.3.4. As peças que integram o item 6.3.2 devem ser adaptadas às dimensões do envelope de nº 3, desde que inviolável, quanto às informações de que tratam, até a abertura do mesmo.

6.3.5. A critério da Câmara Municipal de Varginha, as campanhas publicitárias da Proposta vencedora poderão ou não vir a ser produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, na vigência do contrato.

7 - DA PROPOSTA DE PREÇOS – ENVELOPE “4”:

7.1. A “Proposta de Preços” deverá conter os seguintes documentos, assinados por quem detenha poderes para representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificados e conforme item 4.1. letra “d”:

7.1.1. PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS À VALORAÇÃO, devendo ser preenchida apenas com as informações constantes do **Anexo III**.

7.1.2. DECLARAÇÃO NA QUAL A LICITANTE ESTABELECE OS PERCENTUAIS MÁXIMOS PAGOS PELA CÂMARA MUNICIPAL DE VARGINHA, indicando nome ou razão social do Licitante, número do CNPJ/MF, endereço completo, telefone, fax e endereço eletrônico E-mail, bem como assinatura, nome do representante, CPF, identidade, domicílio e cargo na empresa:

I - a atores e modelos, sobre o cachê original, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos;

II - aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente pactuado, entendido que o valor inicialmente contratado poderá ser repactuado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

7.1.3. DECLARAÇÕES RELATIVAS À QUESTÃO DOS DIREITOS AUTORAIS,
estabelecendo:

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

II - O compromisso de em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros - solicitar de cada terceiro que vier a serem contratados dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que a Câmara Municipal de Varginha escolha uma das opções;

III - Que - nos casos de cessão de direitos por tempo limitado - condicionará a contratação de serviços com terceiros por período mínimo de doze meses e que utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão;

IV - O compromisso quando a Câmara Municipal de Varginha optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva - de fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros, para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços, cláusulas escritas que:

a) Explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;

b) Estabeleçam que a Câmara Municipal de Varginha possa, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem

modificações, durante a vigência do contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

V - Que considerará como já incluída no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado ou total e definitivo.

VI - O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

VII - O compromisso de fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens, documentários e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

a) Que serão entregues à Câmara Municipal de Varginha uma cópia finalizada em CD e/ou DVD, de todo material produzido;

b) A cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material a Câmara Municipal de Varginha, que poderá, a seu critério, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do contrato a ser firmado e mesmo após o seu término ou eventual rescisão, sem que caiba a Câmara Municipal de Varginha qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

c) Que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

d) O compromisso de sempre negociar as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes das declarações referidas nos itens I e II do subitem 7.1.2. e 7.1.3 , para os direitos de imagem e som de voz (atores e

modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da Câmara Municipal de Varginha.

7.2. Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma exceção, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

7.3. A “Proposta de Preços” deverá conter declaração do prazo de validade, que não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias corridos, a contar da data de sua apresentação.

7.4. A prestação de informações inverídicas ensejara a desclassificação automática da proposta.

7.5. É facultado à Comissão, em qualquer fase do processo licitatório, o direito de solicitar esclarecimentos adicionais, bem como promover diligências a fim de assegurar o fiel cumprimento das condições propostas.

8 – DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS:

8.1. As Propostas Técnicas das licitantes serão julgadas pela Subcomissão Técnica, que não poderá participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes 1 e 3, de caráter público, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

8.2. Serão levados em conta pela subcomissão técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou sub-quesito:

8.2.1. Plano de Comunicação:

I - Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

a) Das características da Câmara Municipal de Varginha e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal de Varginha com seus públicos;

c) Do papel da Câmara Municipal de Varginha no atual contexto social, político e econômico.

d) Do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Varginha.

II - Estratégia de Comunicação Publicitária:

a) Adequação do conceito e do partido temático proposto à natureza e à qualificação da Câmara Municipal de Varginha e a sua comunicação e/ou a seu problema específico de comunicação;

b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

c) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Câmara Municipal de Varginha com seus públicos;

d) A adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Varginha;

e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

III - Ideia Criativa:

a) Sua adequação ao problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Varginha;

- b)** A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c)** A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d)** A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e)** A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f)** Sua pertinência às atividades Câmara Municipal de Varginha e à sua inserção na sociedade;
- g)** Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h)** A exequibilidade das peças;
- i)** A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.

IV - Estratégia de Mídia e Não Mídia:

- a)** O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos dos públicos prioritários;
- b)** A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c)** A consistência do plano simulado de distribuição das peças;
- d)** A pertinência da mídia escolhida, a oportunidade e a economicidade no uso de recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Varginha;
- e)** A economicidade da aplicação da verba de mídia evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;

f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

8.2.2. Capacidade de Atendimento:

I - A adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros técnicos;

II - A adequação das instalações, da infra - estrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato e a qualificação dos profissionais que estarão à disposição para a execução do contrato;

III - A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que serão colocadas regularmente à disposição da Câmara Municipal de Varginha, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;

IV - A operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal de Varginha e a Licitante, esquematizado na proposta.

8.2.3. – Repertório:

I - A ideia criativa e sua pertinência;

II - A clareza da exposição do problema publicitário;

QUESITOS	ASPECTOS AVALIADOS E PONTUAÇÃO MÁXIMA	PONTUAÇÃO
PLANO DE COMUNICAÇÃO		
1 - RACIOCÍNIO BÁSICO Texto de até 4 laudas em que o licitante explicita seu conhecimento geral sobre a Câmara Municipal de Varginha e entendimento.	a) Das características da Câmara Municipal de Varginha e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária. Máximo 5 pontos.	

	<p>b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal de Varginha com seus públicos. Máximo 5 pontos.</p> <p>c) Do papel da Câmara Municipal de Varginha no atual contexto social, político e econômico. Máximo 5 pontos.</p> <p>d) Do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Varginha. Máximo 5 pontos.</p>	
SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)		
<p>2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO</p> <p>Texto de até quatro laudas em que o Licitante exponha o conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, fundamentará a comunicação da Câmara Municipal de Varginha.</p>	<p>a) Adequação do conceito proposto à natureza, qualificações e problemas da Câmara Municipal de Varginha, conforme briefing. Máximo 5 pontos.</p> <p>b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa. Máximo 5 pontos.</p> <p>c) A riqueza dos desdobramentos desse conceito para a comunicação da Câmara Municipal de Varginha com seus públicos. Máximo 4 pontos.</p> <p>d) Adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Varginha. Máximo 3 pontos.</p> <p>e) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta. Máximo 3 pontos.</p>	
SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)		
<p>3) IDÉIA CRIATIVA</p> <p>Síntese da estratégia de comunicação, expressa sob forma de redução de mensagem.</p>	<p>a) Adequação ao problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Varginha. Máximo 3 pontos.</p> <p>b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta, considerados os objetivos da Câmara Municipal de Varginha. Máximo 3 pontos.</p>	

	<p>c) A cobertura dos segmentos de público contemplada por essas interpretações. Máximo 3 pontos.</p> <p>d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem. Máximo 3 pontos.</p> <p>e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta. Máximo 3 pontos.</p> <p>f) Sua pertinência às atividades desenvolvidas pela Câmara Municipal de Varginha e sua inserção na sociedade. Máximo 1 ponto.</p> <p>g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas. Máximo 1 ponto.</p> <p>h) A exequibilidade das peças. Máximo 2 pontos.</p> <p>i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos. Máximo 1 ponto.</p>	
SUBTOTAL (MÁXIMO 20 PONTOS)		
<p>4 - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA</p> <p>Texto de até quatro laudas em que a Licitante demonstre capacidade para atingir e sensibilizar os segmentos de público definidos no briefing</p>	<p>a) Conhecimento dos hábitos de consumo dos segmentos de público prioritários. Máximo 3 pontos.</p> <p>b) Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos. Máximo 3 pontos.</p> <p>c) Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores. Máximo 3 pontos.</p> <p>d) Pertinência da mídia escolhida, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal de Varginha. Máximo 2 pontos.</p>	
	<p>e) Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças. Máximo 2 pontos.</p>	
	<p>f) Otimização da mídia segmentada, alternativa e de</p>	

	massa. Máximo 2 pontos.	
SUBTOTAL (MÀXIMO 15 PONTOS)		
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO		
Avaliação da qualificação e quantificação dos profissionais disponibilizados para a execução do contrato; infra-estrutura e recursos materiais e atendimento de prazos para execução das obrigações contratuais.	a) Adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária proposta, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros técnicos. Máximo 2 pontos.	
	b) Adequação das instalações, da infra-estrutura e dos recursos materiais disponíveis durante a execução do contrato. Máximo 2 pontos.	
	c) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação que serão colocados regularmente à disposição da Câmara Municipal de Varginha, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato. Máximo 2 pontos.	
	d) A operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal de Varginha e a licitante, esquematizada na Proposta. Máximo 2 pontos.	
	e) Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidade e prazos com o objeto da Licitação, Máximo 2 pontos.	
SUBTOTAL (MÀXIMO 10 PONTOS)		
REPERTÓRIO		
Apresentação de peças com apresentação sucinta do problema que se propõe.	a) Ideia criativa e sua pertinência. Máximo 2 pontos.	
	b) Clareza da exposição do problema publicitário. Máximo 2 pontos.	
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Máximo 2 pontos.	
	d) Relevância dos resultados apresentados. Máximo 2 pontos.	

	e) Qualidade da execução do acabamento. Máximo 2 pontos.	
SUBTOTAL (MÁXIMO 10 PONTOS)		
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO		
Case histories formalmente referendados pelos respectivos anunciantes	a) Concatenação lógica da exposição. Máximo 1 ponto.	
	b) Evidência de planejamento publicitário. Máximo 1 ponto.	
	c) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução. Máximo 2 pontos.	
	d) Relevância dos resultados apresentados. Máximo 1 ponto.	
SUBTOTAL (MÁXIMO 5 PONTOS)		
TOTAL (MÁXIMO DE 100 PONTOS)		

TOTAL DA PONTUAÇÃO 100

8.3.1. A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão concedida à Proposta Técnica.

8.3.2. A nota de cada Licitante corresponderá à soma das notas dos quesitos.

8.3.2.1. Se, na avaliação de um quesito ou sub-quesito, a diferença entre a maior e a menor pontuação for maior que 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou sub-quesito, será aberta discussão entre todos os membros da Subcomissão para apresentação, por seus autores, das justificativas das pontuações “destoantes”. Caso as argumentações não sejam suficientes ao convencimento dos membros da Subcomissão, os autores reavaliarão suas pontuações.

8.3.2.1.1. Caso os autores das pontuações destoantes não adotem novas pontuações, deverão registrar suas justificativas por escrito em ata, a qual deverá ser assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

8.4. Será desclassificada a Proposta que:

I - Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;

II - Não alcançar, no total, a nota mínima de setenta pontos;

III - Obter nota zero em qualquer dos quesitos a que se referem o item 8.;

IV - Que incidir nas disposições no art. 48, da Lei nº 8.666/93 e suas alterações posteriores.

8.5. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 8.2.1 á 8.2.3.

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

8.7. As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

8.8. A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham

nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação.

8.9. A relação dos nomes referidos nos §§ 2º e 3º do artigo 10º da Lei 12.232/2010 será publicada no Órgão Oficial do Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

8.10. Para os fins do cumprimento do disposto na referida Lei, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se referem os §§ 2º, 3º e 4º do artigo 10 da Lei 12.232/2010, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

8.11. Admitida à 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.

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

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

8.14. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação, nos termos dos §§ 1º, 2º e 3º do artigo 10º da Lei 12.232/2010.

8.15. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento das Propostas Técnicas, a Licitante que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos (8.2.1, 8.2.2. e 8.2.3).

8.16. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a Licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos itens 8.2.1, 8.2.2, 8.2.3.

8.17. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na imprensa oficial e/ou outro de ampla e comprovada divulgação.

8.18. A Comissão Permanente de Licitação intimará as licitantes do resultado da avaliação das Propostas Técnicas por meio de publicação na Imprensa Oficial, abrindo-se o prazo de cinco dias úteis para interposição de recursos.

8.19. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido sua desistência ou, ainda, tendo sido, julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local da próxima sessão pública, para abertura dos Envelopes “4” - “Propostas de Preço”.

9 – DA PROPOSTA DE PREÇO:

9.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

10 - DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇO:

10.1. A avaliação das PROPOSTAS DE PREÇO das classificadas tecnicamente se fará com atribuição de um máximo de 100 pontos, obtido conforme a seguir:

a - 100 (cem) pontos a proposta que oferecer maior percentual de desconto, incidente sobre os custos internos de produção da agência, apurados em relação aos previstos na “Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais”, deferindo-se pontos proporcionais às restantes, conforme fórmula a seguir:

$P = \frac{100 \times \text{VNPDP}}{\text{VNMPDP}} = \text{onde:}$

VNMPDP

P = Pontuação

VNPDP = Valor Numérico do Percentual de Desconto Proposto.

VNMPDP = Valor Numérico do Maior Percentual de Desconto Proposto.

10.2. Serão desclassificadas as propostas que:

10.2.1. Não atenderem as disposições contidas neste Edital;

10.2.2. Apresentarem valor simbólico, irrisório ou valor zero;

10.2.3. Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado;

10.2.4. Serão desclassificadas licitantes que apresentarem percentual de desconto superior a 30% (trinta por cento) sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

11 – DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS:

11.1. Serão realizadas reuniões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.

11.1.1. A Comissão Permanente de Licitação receberá os 4 (quatro) envelopes integrantes das “Proposta Técnica” e “Proposta de Preços” por meio do

representante legal de cada licitante, portando seu documento de identidade juntamente com o credenciamento, colhendo suas assinaturas na lista de presença.

11.2. Após recebidos todos os envelopes de todas as licitantes, eles serão rubricados pelos membros da Comissão e pelos Licitantes. A Comissão Permanente de Licitação apresentará então o envelope nº 1, aos representantes das Licitantes, facultando-se aos mesmos o seu exame externo, afim de que observem se existe algo que identifique a empresa licitante, se presente, a Comissão não receberá os demais envelopes da licitante identificada, registrando-se em ata as anotações por acaso existentes.

11.3. Feito isto, será cumprida a seguinte pauta básica:

- a)** identificar os representantes das licitantes presentes e;

- b)** abrir o envelope nº 1, cujos documentos serão examinados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes e realocados ao respectivo envelope;

- c)** abrir o envelope nº 3, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes e realocados ao respectivo envelope;

- d)** informar data, hora e local da próxima reunião pública caso seja designada em Ata.

- e)** Os invólucros padronizados com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só serão abertos pela Comissão Permanente de Licitação se não apresentarem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

e.1) A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

e.2) Encerrada a reunião, a Comissão Permanente de Licitação repassará à Subcomissão Técnica, o envelope nº 1 e nº 3 e seus conteúdos, a quem caberá :

e.2.1) análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório, observado o disposto no inciso VI do art. 6º da Lei 12.232/2010;

e.2.2.) elaboração de ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

e.2.3) análise individualizada e julgamento dos quesitos referentes às informações de que trata o art. 8º da Lei 12.232/2010, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório;

11.4. elaboração de ata de julgamento dos quesitos mencionados no item 8 deste edital e encaminhamento à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

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

a) abertura dos envelopes nº 2, com a via identificada do plano de comunicação publicitária;

b) cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;

c) elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica:

d) proclamação do resultado do julgamento da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

11.6. publicação do resultado geral do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666/93 e suas alterações posteriores;

11.7. não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão marcados data, hora e local para a abertura dos invólucros com as propostas de preços, em sessão pública, obedecendo-se ao disposto no § 2º do art. 46 da Lei 8.666/93 e suas alterações;

11.8. publicação do resultado do julgamento final das propostas, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações posteriores;

11.09. convocação dos licitantes classificados no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação;

11.10. recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação dos licitantes previstos no inciso XI, parágrafo quarto do artigo 11 da Lei 12.232/2010, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

11.11. decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes previstos no inciso XI deste artigo e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea a do inciso I do art. 109 da Lei no 8.666/93 e suas alterações posteriores;

11.12. reconhecida a habilitação dos licitantes, na forma dos incisos XI, XII e XIII deste artigo, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado, observado o disposto no § 3º do art. 2º da Lei 12.232/2010.

11.13. O descumprimento, por parte de agente do órgão ou entidade responsável pela licitação, dos dispositivos da Lei 12.232/2010 destinados a garantir o julgamento do plano de comunicação publicitária sem o conhecimento de sua autoria, até a abertura dos invólucros de que trata a alínea a do inciso VII do § 4º do art. 11 da Lei retro citada, implicará a anulação do certame, sem prejuízo da apuração de eventual responsabilidade administrativa, civil ou criminal dos envolvidos na irregularidade.

12 - DA CLASSIFICAÇÃO:

12.1. O julgamento obedecerá ao critério de Técnica e Preço, nos termos do § 1º, inciso III, do art. 45, da Lei n. 8.666/93, combinado com o § 1º, Inciso I e § 2º, Inciso I, e II, do art. 46 da mesma Lei.

12.2. A classificação das Licitantes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO, cujo cálculo da Nota Final - NF obedecerá a seguinte fórmula:

$NF = \frac{(NPT \times 8,0) + (NPP \times 2,0)}{10}$ onde:

10

NF = Nota Final.

NPT = Nota da Proposta Técnica.

NPP = Nota da Proposta de Preços.

12.3. A classificação das Licitantes far-se-á em ordem decrescente das Notas Finais, sendo declarada vencedora a Empresa que obtiver maior Nota Final.

12.4. Serão desclassificadas as Propostas que não atenderem as condições estipuladas no art. 48, da Lei No 8.666/93 e suas alterações posteriores.

12.5. O critério de desempate nesta Licitação será feito conforme previsto no § 2º, do art. 45, da Lei Nº 8.666/93e suas alterações posteriores e dar-se-á por sorteio, em ato público, para o qual serão convocados todos os concorrentes.

12.6. A Comissão Permanente de Licitação deverá comunicar o resultado por qualquer meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da informação pelas licitantes.

12.7. Do resultado, caberão recursos fundamentados, dirigidos à Comissão de Licitação, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados da comunicação.

12.8. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgado os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para apresentação do envelope 5, na data, horário e local designados, sob pena de desclassificação se não o fizerem.

12.9. No local, data, e horário estabelecidos, a Comissão Permanente de Licitação, em sessão pública, receberá os envelopes de nº 5 e os abrirá para análise de sua conformidade com as condições estabelecidas neste edital.

12.10. Se os Documentos de Habilitação da licitante classificada em primeiro lugar no julgamento final atenderem às exigências do ato convocatório da licitação, ela será declarada habilitada e, em decorrência, vencedora da licitação.

12.11. Caso a primeira classificada no julgamento final seja inabilitada, serão abertos sucessivamente, os envelopes de nº 5 das demais licitantes

classificadas, por ordem de classificação, até encontrar aquela que tenha os Documentos de Habilitação satisfatórios e que atendam ao exigido, que será então, declarada vencedora do certame.

12.12. A decisão quanto á habilitação ou inabilitação das licitantes deverá ser publicada, abrindo-se prazo para interposição de recurso nos termos do artigo 11, inciso XIII da lei 12.232/2010.

12.13. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido desistência do mesmo, ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o procedimento será homologado e adjudicado o objeto licitado à licitante vencedora, conforme estabelecido no artigo 11, inciso XIV da Lei 12.232/2010.

13 - DA ADJUDICAÇÃO:

13.1. Os serviços de publicidade, objeto da presente Licitação, serão adjudicados à primeira classificada.

13.2. A Adjudicatária será notificada pela Administração, para no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data do recebimento da Notificação, para apresentar a documentação legal e assinar o Contrato.

13.2.1. Este prazo, a requerimento da Adjudicatária e a critério exclusivo da Câmara Municipal, por razões de interesse público, poderá ser prorrogado, por até 60(sessenta) meses.

13.3. A Adjudicatária, não assinando o Contrato, nem apresentando relevantes razões para não o fazer, sujeitar-se-á às sanções previstas nos artigos. 81 e 86 a 88 da Lei nº 8.666/93 e suas alterações posteriores, e no subitem 20.1.2 alínea "d" deste Edital, assegurada a ampla defesa.

13.4. Fica facultado à Câmara Municipal de Varginha, quando o convocado não assinar o termo de contrato ou não aceitar ou retirar o instrumento equivalente no

prazo e condições estabelecidos, convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, inclusive quanto aos preços atualizados de conformidade com o ato convocatório, ou revogar a licitação independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei n. 8.666/93 e suas alterações posteriores.

14 - DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS:

14.1. Das decisões da Comissão Permanente de Licitação cabe recurso administrativo no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data da publicação na Imprensa Oficial.

14.2. Os recursos serão interpostos de acordo com os procedimentos previstos no artigo 109, e parágrafos, da Lei Nº 8.666/93, mediante protocolo na Comissão de Licitação, nos seguintes casos:

A - Julgamento das propostas;

B - Habilitação ou inabilitação do licitante.

C - Anulação ou revogação da Licitação;

14.3. O recurso será dirigido à autoridade superior por intermédio da que praticou o ato. Esta, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, poderá retratar-se ou encaminhar o recurso à autoridade competente com as devidas justificações. A autoridade julgará o recurso no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data do recebimento.

15 - DO CONTRATO:

15.1. O Contrato obedecerá ao modelo constante no **Anexo V** deste Edital.

15.2. Farão parte integrante do Contrato, independentemente de transcrição o Edital de Licitação e seus anexos.

15.3. A Câmara Municipal de Varginha poderá proceder a alterações contratuais nas condições previstas nos artigos. 58 e 65 da Lei Nº 8.666/93 e suas alterações posteriores.

15.4. Todas as Ordens de Serviço, notificações e entendimentos entre a Câmara Municipal e a Contratada serão feitos por escrito nas ocasiões devidas, não sendo aceitas quaisquer considerações verbais.

15.5. O **Contrato** terá a **vigência** pelo período de **12 (doze) meses**, contados a partir de 15/05/2019, data do encerramento do Contrato vigente. A critério da Câmara Municipal de Varginha este contrato poderá ser prorrogado até o limite de 60 (sessenta) meses em conformidade com a Lei. Decorrido o prazo de 1(um) ano o valor contratado deverá ser atualizado pelo IGP-M/FGV a fim de manter o equilíbrio econômico-financeiro do mesmo. O contrato a ser celebrado em função desta concorrência terá seu início assim que for finalizado o período do contrato de publicidade vigente na Câmara Municipal de Varginha em maio de 2019, com o objetivo de se manter a natureza contínua da prestação de serviços de publicidade pela administração pública.

15.6. São de exclusiva responsabilidade da Contratada os encargos sociais, trabalhistas, fiscais, comerciais e previdenciários, decorrentes da execução dos serviços, os quais não poderão na hipótese de inadimplência do contrato, serem transferidos à responsabilidade da Câmara Municipal de Varginha.

15.7. O Contrato será supervisionado e coordenado pela Câmara Municipal de Varginha por intermédio do Serviço de Comunicação da Câmara Municipal de Varginha/MG.

16 - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:

16.1. Responder pela correção e qualidade dos serviços, ainda que autorizada sua execução por terceiros, observadas as normas éticas e técnicas aplicáveis;

16.2. Submeter ao Serviço de Comunicação da Câmara Municipal os trabalhos a serem executados com os respectivos custos, para autorização e aprovação;

16.3. Alocar os recursos materiais e humanos necessários à execução dos serviços, assumindo integral e exclusiva responsabilidade sobre todos e quaisquer ônus trabalhistas e previdenciários;

16.4. Responsabilizar-se por qualquer infração ao direito de uso de ideias, métodos ou processos legalmente protegidos, respondendo por eventuais indenizações;

16.5. Responder por eventuais danos causados ao Contratante e ainda a terceiros, decorrentes de culpa ou dolo de seus prepostos na execução de serviços contratados, cumprindo-lhe, quando envolvidos terceiros, promover em seu próprio nome e às suas expensas as medidas jurídicas ou extrajudiciais necessárias;

16.6. Transferir para o Contratante os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto do presente Contrato, inclusive as peças publicitárias, respeitada a legislação pertinente;

16.7. Responsabilizar-se pelas despesas decorrentes dos encargos sociais, previdenciários, tributários, referentes ao pessoal responsável pela execução dos serviços, despesas com deslocamentos, equipamentos e quaisquer outras que incidam sobre o objeto do contrato, que não constem do preço proposto.

16.8. Responsabilizar-se pela execução dos serviços objeto da Licitação, sob a supervisão e coordenação do Serviço de Comunicação da Câmara Municipal de Varginha.

16.9. As despesas com publicidade, pagas ou contratadas, com a empresa contratada, conforme exigência do art. 16 da Lei 12.231/10, serão disponibilizadas em site específico.

16.10. Não será permitido dar em garantia ou vincular, de qualquer forma, total ou parcialmente, o objeto contratado a qualquer pessoa física ou jurídica sem a prévia e expressa autorização da Câmara Municipal de Varginha.

16.11. Adquirir bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, somente através de pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas.

16.12. Na aquisição de bens ou serviços citados no item anterior, proceder-se-á coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, salvo quando o fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666/93 e suas alterações posteriores.

16.13. Para bens e serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea “a” do inciso II do art. 23 da Lei 8666/93 e suas alterações posteriores, a contratação deverá seguir as seguintes regras:

a) A CONTRATADA deverá efetuar estimativa de preços para todos os serviços realizados por terceiros, submetendo ao CONTRATANTE, no mínimo, 3 (três) propostas detalhadas, com a indicação da mais adequada à sua execução;

b) A estimativa de preços deverá ser efetuada somente com fornecedores cadastrados entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

c) Juntamente com as propostas deverão ser apresentados comprovantes de regularidade fiscal e previdenciária das empresas,;

d) Na impossibilidade de obtenção de três orçamentos, deverá ser apresentada justificativa, por escrito, que será submetida à aprovação do CONTRATANTE;

e) Recebidas as propostas, será realizada aferição da compatibilidade dos preços orçados com aqueles praticados pelo mercado;

f) A CONTRATADA responsabilizar-se-á por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração da estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos pelo CONTRATANTE.

g) Deverão ser submetidos à aprovação prévia do CONTRATANTE todo e qualquer custo que ultrapasse o orçamento aprovado.

16.14. Para bens e serviços cujo valor seja superior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea “a” do inciso II do art. 23 da Lei 8666, de 21 de junho de 1993, a CONTRATADA observará as alíneas “b” a “g” do item anterior, e procederá a coleta dos orçamentos em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública convocada e realizada sob a fiscalização do CONTRATANTE.

16.15. Apresentar ao Contratante os custos e as despesas de veiculação para pagamento devidamente acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

16.16. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas para o CONTRATANTE, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato.

16.17. Em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da 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. A infração ao disposto neste item, implicará na aplicação das sanções previstas no caput do artigo 87 da Lei 8.66/93 e suas alterações posteriores.

16.18. Manter, durante toda a execução do Contrato, em compatibilidade com as obrigações por ela assumida, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

17 - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

17.1. Compete ao serviço e Comunicação da Câmara Municipal expedir as autorizações de serviços à Contratada, receber, conferir e atestar as Notas Fiscais / Faturas referentes aos serviços prestados e encaminhá-los ao setor competente da Câmara para fins de pagamento, cumprindo as formalidades legais e contratuais.

17.2. Para fins de interpretação da legislação de regência, valores correspondentes ao desconto-padrão de agência pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, constituem receita da agência de publicidade e, em consequência, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar tais valores como receita própria.

17.3. É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda, e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência.

18 - DO GERENCIAMENTO DO CONTRATO

18.1. O Serviço de Comunicação caberá acompanhar, fiscalizar, receber e atestar a qualidade dos serviços executados pela Contratada.

18.2. O Serviço de comunicação fará avaliação permanente da Contratada a cada trabalho concluído, antes da autorização para execução de novo serviço.

18.3. A operacionalização dos serviços por parte da contratada sujeitar-se-á às seguintes condições:

a - Recebimento de Ordem de Serviço específica, emitida pelo Serviço de Comunicação da Câmara Municipal de Varginha;

b - O custo de serviços de criação e arte, além de outros dependerá de prévia aprovação pelo Serviço de Comunicação, em conformidade com a “Tabela Vigente do Sindicato de Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais” e a proposta da Contratada;

b.1 - O custo dos serviços de veiculação e aqueles não previstos na Tabela do Sindicato estarão sujeitos à avaliação prévia e aprovação do Serviço de Comunicação, após comprovação de que o mesmo está de acordo com os preços praticados no mercado.

19 - DO RECEBIMENTO DOS TRABALHOS:

19.1. Os projetos ou atividades concluídos serão recebidos, pelo Serviço de Comunicação, ficando a Contratada responsável por qualquer ajuste que se fizer necessário aos trabalhos.

19.2. O objeto do Contrato será recebido nos termos do Inciso I, alínea b, do art. 73 da Lei Nº 8.666/93 e suas alterações posteriores.

20 - DA RESCISÃO DO CONTRATO:

20.1. Poderá ocorrer a rescisão do Contrato, a ser celebrado em virtude do resultado da presente Licitação, nos termos dos Artigos 77 a 80 da Lei nº 8.666/93 e suas alterações posteriores.

20.2. Configurada a rescisão do Contrato, que vigorará a partir da data de sua comunicação à Contratada, esta se obriga expressamente, a entregar os serviços inteiramente desembaraçados, não criando obstáculos de qualquer natureza.

20.3. Havendo rescisão do Contrato, a Câmara Municipal de Varginha pagará à Contratada os trabalhos efetivamente realizados e aceitos pelo Serviço de Comunicação deduzindo do seu valor, os débitos apurados a favor da Câmara.

21 - DAS SANÇÕES EM CASO DE INADIMPLEMENTO:

21.1. Em caso de descumprimento das obrigações contraídas neste instrumento, a Contratada ficará sujeita às penalidades previstas nos Seções I e II, do Capítulo IV, da Lei Nº 8.666/93, artigos. 81 e 86 a 88, a critério da autoridade competente, na seguinte forma:

21.1.1. Advertência;

21.1.2 . Multa, nas seguintes condições:

a - 0,05% (cinco centésimos por cento) calculada sobre o valor total do Contrato, incluindo-se os aditamentos, por dia que exceder a data de conclusão de cada etapa dos serviços conforme previsto na Ordem de Serviço específica;

b - 5,0% (cinco por cento) calculada sobre o valor total do Contrato, incluídos os aditamentos, no caso de desobediência de ordens escritas ou infringências de qualquer cláusula ou condição contratual para a qual não esteja prevista multa especial ou, ainda, no caso de reincidência de atraso especificado na alínea anterior;

c - 5,0% (cinco por cento) calculada sobre o valor total do Contrato, incluídos os aditamentos, na hipótese da sua rescisão por motivo imputado à Contratada;

d - 5,0% (cinco por cento) calculada sobre o valor total do Contrato, na hipótese da recusa injustificada em assinar o contrato;

21.1.3. Suspensão temporária do direito de licitar e contratar com a Câmara Municipal de Varginha/MG, por prazo não superior a 02 (dois) anos;

21.1.4. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública;

21.1.4.1. Para o caso de declaração de inidoneidade, é competente o Presidente da Câmara, nos termos do inciso IV, § 3º, do art. 87 da Lei Nº 8.666/93 e suas alterações posteriores.

21.2. Em qualquer caso, garantir-se-á à Contratada a ampla defesa.

22 - DO PAGAMENTO

22.1. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos da Minuta do Contrato (Cláusula Oitava), consoante às condições estabelecidas em sua Proposta de Preços.

22.2. Os serviços que constituem objeto desse edital serão documentados mediante a apresentação de Nota Fiscal/Fatura ou NFe (Nota Fiscal eletrônica) da contratada com os valores tributáveis relativos **unicamente** ao seu serviço,

anexando ainda **as faturas dos veículos de divulgação e outros fornecedores**, com os valores dos serviços realizados por estes e fazendo constar, estes valores, na NFe do CONTRATADO como “deduções permitidas em Lei”, sendo feito o pagamento por depósito no valor global (agência + veículos/fornecedores) no mês subsequente para a agência. A Agência não emitirá NF própria com os valores globais tributáveis dos serviços mas apenas de sua parte, de acordo com as Normas do CENP. Os demais fornecedores emitirão NFs com seus valores e estas NFs serão apresentadas conjuntamente pela agência para a efetuação do pagamento pela **CÂMARA** para a **CONTRATADA**, que repassará, obrigatoriamente, a parte devida aos fornecedores.

23 - DA GARANTIA DE EXECUÇÃO DO CONTRATO

23.1. Homologada a licitação e adjudicado o seu objeto à licitante vencedora será convocada para, no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, prestar garantia à execução.

23.2. O valor da garantia à execução corresponderá a 5% (cinco por cento) do valor inicial do contrato e cobrirá o prazo contratual de execução do serviço até o termo final do prazo contratual.

23.3. A garantia à execução poderá ser prestada em qualquer das modalidades previstas no parágrafo primeiro do artigo 56 da Lei 8.666/93. Caso a licitante vencedora do certame opte por formalizá-la em espécie, deverá depositar a referida importância em conta a ser fornecida pela Câmara Municipal de Varginha.

23.4. O Seguro Garantia ou Fiança Bancária, deverão conter, para fins do dispositivo no art. 56, no mínimo os seguintes requisitos:

a) Compromisso de pagar ao Poder Legislativo, mediante simples notificação por escrito, o valor da multa imposta à contratada em razão da aplicação de

penalidades prevista no Edital, no contrato ou na legislação vigente, até o limite da importância do Termo de Garantia.

b) Manutenção da obrigação independentemente de qualquer alteração das condições contratadas, renunciando, expressamente, a qualquer condição que importe sua desobrigação enquanto durar o compromisso.

c) Compromisso de efetuar o pagamento da importância referida no item 23.2., no prazo de 48 (quarenta e oito) horas a contar do primeiro dia útil seguinte ao recebimento da notificação da Câmara Municipal.

d) Compromisso de renovar a garantia ou fiança bancária se for o caso, devendo permanecer vigente até 90 (noventa) dias após o recebimento provisório dos serviços pelo Município.

23.5. A garantia prestada responderá por eventuais multas aplicadas à contratada, podendo ser retida para a satisfação de perdas e danos resultantes de inadimplemento ou de ação ou omissão dolosa ou culposa da contratada.

23.6. Não ocorrendo o disposto no item anterior, a garantia será liberada ou restituída à contratada após a execução do contrato.

24 - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

24.1. A Comissão Permanente de Licitação, com base no § 3º do art. 43, da Lei Nº 8.666/93 e suas alterações posteriores, poderá determinar diligência, sempre que necessária destinada a complementar a instrução do processo.

24.2. Decairá do direito de impugnar os termos do Edital perante a Câmara Municipal, o licitante que não o fizer até o 2º (segundo) dia útil que anteceder a data de abertura da Licitação;

24.3. Não caberá ao Licitante qualquer indenização, por eventual insucesso na Licitação;

24.4. A execução do objeto da Licitação será detalhada em Ordens de Serviços específicas, tendo a Contratada obrigação de manter o Serviço de Comunicação informado de todos os dados referentes aos serviços em execução e já executados;

24.5. Os casos omissos e não previstos neste Edital, serão resolvidos pela Comissão Permanente de Licitação designada para o acompanhamento deste certame.

24.6. A Câmara Municipal de Varginha, sempre mediante despacho escrito e devidamente fundamentado, deverá anular a presente Licitação por ilegalidade e, desde que fundada razão de interesse público, poderá:

24.6.1. adiar a abertura das propostas, dando conhecimento aos interessados por informação inequívoca, com a antecedência de, no mínimo 24 (vinte e quatro) horas da data inicialmente marcada.

24.6.2. revogar, no todo em parte, a presente Licitação com base em fato superveniente devidamente comprovado, disto dando ciência aos interessados, mediante informação inequívoca.

24.6.3. alterar, até a data da sessão pública de recebimento dos envelopes, as condições deste Edital, as especificações e qualquer documento pertinente a esta Licitação, desde que seja fixado novo prazo, não inferior a 45 (quarenta e cinco) dias para a abertura das propostas, a contar da publicação das alterações, salvo se estas, inquestionavelmente não afetarem a formulação das propostas.

24.6.4. a autoridade licitante se reserva no direito de adotar os procedimentos mencionados nos subitens 24.6. a 24.6.3., sem que reste qualquer direito às licitantes.

24.7. Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I: Carta de Credenciamento;
- b) Anexo II: Modelo de Declaração de Aceitação das Condições
- c) Anexo III: Modelo de Proposta de Preços;
- d) Anexo IV: Briefing;
- e) Anexo V: Minuta do Contrato
- f) Anexo VI: Modelo de Declaração de Inexistência de Fatos Impeditivos;
- g) Anexo VII – Termo de Retirada

24.8. A contratada fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem nos serviços, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento), do valor inicial do contrato.

24.9. As partes elegerão o Foro da Cidade e Comarca de Varginha, Estado de Minas Gerais, para qualquer procedimento administrativo ou judicial decorrente do processamento desta licitação e do cumprimento do contrato dela originado.

24.10. E, para conhecimento do público expede-se o presente Edital, que deverá ser afixado em mural existente nas dependências da Câmara Municipal, publicado em resumo no Órgão de Imprensa Oficial do Município, Diário Oficial do Estado de Minas Gerais, no Jornal de grande circulação no Estado de Minas Gerais e divulgada no Site www.camaravarginha.mg.gov.br.

Varginha/MG, 19 de setembro de 2018

Leonardo Vinhas Ciacci
Presidente da Câmara Municipal de Varginha

ANEXO I
MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

À

Câmara Municipal de Varginha

REF: **CONCORRÊNCIA Nº 001/2018**

Prezados Senhores:

Apresentamos o Senhorportador do documento de identidade nº.....e do CPF nº..... para representar esta Empresa na sessão de abertura dos envelopes de PROPOSTAS da Licitação - Concorrência Nº 001/2018 e demais reuniões destinadas à “Contratação de Agência de Propaganda para prestação de serviços profissionais de Publicidade para a Câmara Municipal de Varginha/MG., o qual está autorizado e apto a apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

Nome e assinatura de representante legal da empresa

Nome e endereço da empresa

CNPJ

Local....., ... / ... / 2018.

ANEXO II
MODELO DE DECLARAÇÃO DE ACEITAÇÃO DAS CONDIÇÕES DE
LICITAÇÃO E SUBMISSÃO AS DISPOSIÇÕES LEGAIS

À

Câmara Municipal de Varginha

REF: **CONCORRÊNCIA Nº 001/2018**

Declaramos que estamos cientes e aceitamos todas as condições do Edital de Licitação - Concorrência nº 001/2018, destinada à “Contratação de empresa para prestação de serviços de publicidade para a Câmara Municipal de Varginha/MG, e que nos submeteremos às disposições regulamentares e legais sobre a Licitação, especialmente o § 1º, do art. 37, da Constituição da República de 1988, a Lei Nº 8.666/93 e suas alterações posteriores, a Lei 12.232/2010 e pelas normas que regem a atividade de Publicidade e Propaganda.

Declaramos, ainda, que nos responsabilizamos pela autenticidade e veracidade dos documentos e informações apresentados para a presente Licitação.

Nome e assinatura do representante legal da empresa

Nome e Endereço da Empresa

CNPJ

Local..... , ... / ... / 2018.

ANEXO III
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Câmara Municipal de Varginha

REF: **CONCORRÊNCIA Nº 001/2018**

Prezados Senhores,

Encaminhamos a V.Sas. nossa proposta para a prestação de serviços de publicidade da Câmara Municipal de Varginha/MG, objeto da Licitação - Concorrência Nº 001/2018.

O percentual de desconto proposto é de % (.....), incidente sobre os custos internos de criação da Agência, apurados em relação à “Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais”.

O custo dos serviços de veiculação e todos aqueles não previstos na Tabela do Sindicato estarão sujeitos a avaliação prévia e aprovação do Serviços de Comunicação, após comprovação de que os mesmos estão de acordo com os preços praticados no mercado.

O prazo de validade da Proposta é de 60 (sessenta) dias, contados a partir da data de entrega dos envelopes.

Nome e Assinatura do Representante Legal da Empresa

Endereço e CNPJ da Empresa

Local....., ... / ... / 2018.

ANEXO IV

BRIEFING

Contratação de Agência de Propaganda para Prestação de Serviços de Publicidade

O *briefing* abaixo é composto por um conjunto de informações sobre a Câmara Municipal de Varginha para que as licitantes possam desenvolver suas propostas e apresentá-las.

O objeto desta licitação é a contratação de prestação de serviços de publicidade.

Para fins de contratação, considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

Na contratação dos serviços de publicidade, ora referenciados, deverão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes: ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; à produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

Os serviços de publicidade serão contratados em agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei no 4.680, de 18 de junho de 1965, e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, que poderá ser obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

A agência a ser contratada por esta Câmara só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do contratante, se previamente os identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

A CÂMARA MUNICIPAL:

No Brasil o Poder Legislativo é representado em três esferas: Federal, Estadual e Municipal. No âmbito nacional, temos a Câmara dos Deputados; no Estadual, encontramos as Assembleias Legislativas e no Municipal a Câmara de Vereadores. Em Varginha, a Câmara Municipal é composta por 15 vereadores, número abaixo do que é permitido pela Constituição Federal, mas que foi decidido pelos vereadores, por meio de votação. Atualmente, os vereadores cumprem o mandato da Legislatura 2017/2020.

A Câmara Municipal de Varginha busca atender aos anseios da coletividade, através das funções institucionais de legislar sobre assuntos de sua competência, além de realizar as atividades fiscalizadoras e de assessoramento. Pela Lei é atribuição dos Vereadores fiscalizar e controlar os atos do Poder Executivo, seja do Prefeito ou de seus Secretários e fiscalizar e controlar os atos da administração indireta, seja de uma Fundação Municipal ou de uma Autarquia. Nesta função, a Câmara também acompanha a execução do orçamento municipal e fiscaliza os gastos da administração, bem como o uso dos bens patrimoniais do município. Ao Vereador compete, ainda, participar de todas as discussões e deliberações do Plenário, apresentar proposições que visem ao interesse coletivo, usar da palavra em defesa ou em oposição às proposições apresentadas para deliberação do Plenário.

O que mais cabe aos vereadores?

Apresentar requerimentos solicitando informações sobre qualquer assunto para conhecimento, análise e acompanhamento da Câmara Municipal;

Apresentar indicações sugerindo medidas de interesse público ao Executivo Municipal;

Homenagear pessoas ou comemorar datas especiais durante Sessões Solenes;

Propor e realizar audiências públicas;

Apresentar votos de congratulações por conquistas ou atos importantes para a sociedade;

Apresentar votos de pesar pela morte de algum munícipe;

Apresentar Moções sobre determinado assunto, louvando, aplaudindo ou apoiando, repudiando ou censurando.

PARTICIPAÇÃO:

• As Sessões

Os trabalhos da Câmara são realizados durante as Sessões. As Sessões da Câmara Municipal são Ordinárias, Extraordinárias, Solenes ou Especiais.

As Sessões Ordinárias são realizadas toda segunda e quarta-feira, às 18 horas, no Plenário da Câmara Municipal, e compõem-se das seguintes partes:

- Leitura da ata da sessão anterior;
- Expediente;
- Apresentação de Indicações, Requerimentos e Projetos;
- Discussão e votação das matérias dadas para Ordem do Dia;
- Declaração da ordem do Dia da Sessão seguinte;
- Encerramento.

As Sessões Extraordinárias são convocadas pelo Presidente da Câmara e realizadas em dias e horários diversos das Sessões Ordinárias.

No período do recesso parlamentar, o Prefeito Municipal também pode convocar uma Sessão Extraordinária, em caso de urgência ou de interesse público relevante.

Na Câmara Municipal de Varginha, as reuniões extraordinárias não são remuneradas desde 2005.

As Sessões Solenes são convocadas pelo Presidente ou por deliberação da Câmara para fim específico e determinado, como exemplo, para prestar homenagens.

O presidente da Câmara é quem conduz os trabalhos numa reunião, além de ser a autoridade máxima de representação do Poder Legislativo. O presidente da Câmara, o vice e o secretário são vereadores e compõem a Mesa Diretora da Câmara.

A Mesa Diretora da Câmara Municipal é eleita pelos vereadores e, no caso de Varginha, é composta de Presidente, Vice-Presidente e Secretário. No município, cada Mesa Diretora cumpre um mandato de um ano. Portanto, em um período Legislativo de quatro anos são eleitas quatro Mesas Diretoras.

COMISSÕES:

Além da Mesa Diretora, a Câmara Municipal possui as Comissões, que são órgãos técnicos constituídos pelos vereadores, destinados, em caráter permanente ou transitório, a proceder estudos, emitir pareceres especializados, realizar investigações e representar o Legislativo.

Os projetos em tramitação na Câmara são distribuídos às Comissões para que cada uma opine sobre as questões de sua especialidade, aprimorando a técnica legislativa e aprofundando a discussão sobre as matérias a serem transformadas

em normas legais, a fim de que o Poder Legislativo atenda mais acertadamente à comunidade.

As Comissões podem ser:

- **Permanentes**, que têm por objetivo estudar os assuntos submetidos a seu exame e manifestar sobre eles a sua opinião. Cada Comissão Permanente possui 03 (três) membros, sendo Presidente, Secretário e Vogal.

Comissões Permanentes da Câmara Municipal de Varginha:

- Comissão de Justiça, Legislação e Redação Final;
- Comissão de Finanças e Orçamento;
- Comissão de Viação, Obras Públicas, Agricultura, Comércio e Indústria;
- Comissão de Saúde, Assistência, Promoção Social, Educação, Cultura, Esporte, Turismo e Lazer.

- **Temporárias**, constituídas mediante requerimento, com finalidades específicas, encerram suas funções quando encerradas as deliberações sobre o objeto proposto. Elas podem ser de quatro tipos:

- *Comissões Especiais que se destinam à elaboração e apreciação de estudos de problemas municipais e à tomada de posição da Câmara em outros assuntos de reconhecida relevância, inclusive participação em congressos.*

- *Comissões Especiais de Inquérito, destinadas a investigar irregularidades ou fato determinado em órgãos públicos municipais, desde que apresentada denúncia e aprovada pelos vereadores.*

- *Comissões de Representação, constituídas para representar a Câmara em eventos diversos.*

- *Comissões de Investigação e Processante, formadas para apurar infrações político-administrativas do Prefeito e dos Vereadores no desempenho de suas funções.*

DIRETRIZES:

- **Regimento Interno**

O Regimento Interno é um conjunto de regras que disciplina todas as atividades internas da Câmara. É um documento essencial e imprescindível ao seu funcionamento.

É a Lei interna que define as atribuições dos órgãos da Câmara, do Processo Legislativo e da tramitação dos documentos sujeitos à apreciação da Casa.

O Regimento Interno em vigor, na Câmara de Varginha, pode ser encontrado no endereço eletrônico:

http://camaravarginha.mg.gov.br/downloads/Regimento_Interno.pdf

• Lei Orgânica do Município

A Lei Orgânica do Município é uma Constituição Municipal. Nela estão estabelecidas as regras básicas das atribuições do Executivo e Legislativo, bem como normas gerais das políticas públicas municipais de saúde, educação, habitação e outras.

FERRAMENTAS DE COMUNICAÇÃO

A Câmara Municipal de Varginha acredita que quanto mais transparência dá as suas ações, mais valor agrega ao trabalho legislativo e, por consequência, fortalece a democracia, permitindo que a população tenha várias maneiras de acompanhar e fiscalizar o trabalho dos vereadores. Por isso a Câmara tem sempre investido em ferramentas de publicidade e divulgação das ações legislativas.

Com uma página no Facebook com cerca de 23 mil seguidores, divulga ações dos vereadores, projetos institucionais e campanhas de utilidade pública, como, por exemplo, o combate às queimadas.

Também tem site próprio e está no Instagram e Twitter.

Além disso, realiza a transmissão, ao vivo, de todas suas sessões, seja ordinárias ou extraordinárias, bem como eventos solenes, no Youtube e no Facebook.

Recentemente adquiriu painéis de mini outdoor, onde veicula campanhas institucionais. Sem contar com o Jornal da Câmara, veículo com tiragem de cerca de 5 mil exemplares e distribuído por toda cidade e os programas Câmara é Notícia, veiculado nas rádios e antes das sessões ordinárias, no Youtube e Facebook, onde os vereadores falam sobre suas ações na Câmara.

EDUCAÇÃO:

A educação está ligada, em seu sentido mais amplo, aos costumes e valores de uma comunidade, que são transferidos de geração em geração. Além disso, a educação se forma através de situações presenciadas e experiências vividas pelos indivíduos ao longo de suas vidas.

Além da educação formal, que é transmitida em ambiente escolar, podemos citar a educação para vida, em que o indivíduo busca suas referências de acordo com os grupos em que convive e das influências externas que lhe afetam, tendo as buscado ou não.

A educação é um processo contínuo, que atua no desenvolvimento das faculdades físicas, intelectuais e morais do ser humano, a fim de melhor se integrar na sociedade ou no seu próprio grupo.

CIDADANIA:

Cidadania é muito mais que exigir direitos e cumprir deveres. Ser cidadão é agir em favor do bem-comum, é contribuir com a construção de uma sociedade mais justa, é respeitar e aprender com as diferenças, é ter consciência e ajudar a criar um mundo melhor para se viver.

- Participar da vida política da cidade, freqüentar as sessões da Câmara e contribuir para o desenvolvimento do nosso município;
- Procurar mais que uma fonte de informação e só então formar opinião a respeito de algum assunto;
- Votar com consciência e cobrar um bom desempenho dos políticos eleitos.

ESCOLA DO LEGISLATIVO E A EDUCAÇÃO CIDADÃ

Com o intuito de promover a ampliação do exercício da cidadania consciente por meio da educação, a Câmara Municipal de Varginha criou, em maio de 2015, a Escola do Legislativo Professor Dr. Mário Vani Benfica. Desde então vem desenvolvendo os mais diversos projetos, sempre atendendo ao público que compõe os seus três pilares: agentes públicos, servidores e comunidade.

Desde sua criação foram cerca de 5 mil pessoas envolvidas nas atividades promovidas, que vão desde cursos, palestras e seminários, até visitas em escolas da zona rural de Varginha.

Além disso são realizados diversos projetos fixos pela Escola do Legislativo da Câmara Municipal de Varginha, podemos citar como exemplo:

- Câmara nas Escolas: Os vereadores saem dos seus gabinetes e do plenário e vão se encontrar pessoalmente com os estudantes. São realizadas visitas programadas a escolas de Varginha e nessas visitas eles explicam aos alunos quais são as funções de um vereador e respondem a questionamentos do público que os recebe. Desta forma é promovido um debate sobre temas que envolvem cidadania, o que auxilia no despertar da consciência política. O objetivo do projeto é promover o encontro dos vereadores com a população fora do ambiente legislativo, além de contribuir na formação política dessas crianças e jovens.
- Câmara Sênior: Destinado à população da terceira idade que tem um espaço propício para a troca de experiências, convivência e também a para a realização de debates sobre os temas relacionados às suas experiências de vida. Propicia uma troca de experiências que contribui não só para a valorização dos idosos, quanto para o crescimento e desenvolvimento da cidade.
- Gincana do Saber-Varginha: Game para testar os conhecimentos dos alunos do Ensino Fundamental das redes pública e particular de Varginha sobre a Constituição Federal.
- Tour Cívico: Uma vez por ano alunos destaque da Escola do Legislativo da Câmara de Varginha vão até a capital mineira e conhecem as sedes dos três poderes do Estado: a Assembleia Legislativa, o Tribunal de Justiça e a Cidade Administrativa.

- Visite a Câmara: Visitas pelo prédio histórico do Poder Legislativo de Varginha guiadas por um monitor que explica o funcionamento da Câmara Municipal.
- Nasce um Cidadão: Com duas turmas que têm aulas semanais, o projeto atende até 30 adolescentes de sexto ao oitavo ano do Ensino Fundamental, que vão à Câmara Municipal e participam de oficinas temáticas que abordam temas sobre política e cidadania.
- Parlamento Jovem Minas: Projeto criado pela Assembleia Legislativa de Minas e PUC Minas que é desenvolvido em parceria com as Escolas do Legislativo dos Municípios. É voltado para estudantes do Ensino Médio oferecendo aos jovens uma oportunidade de conhecer melhor a política e os instrumentos de participação no Poder Legislativo Municipal e Estadual.

CONCEITOS IMPORTANTES:

- a) Frequência, cobertura, penetração e impacto da publicidade. Os meios de comunicação precisam ser variados, interdependentes e complementares, incluindo-se os meios rádio, jornal, TV, outdoor, mini outdoor, mídia digital (TV out of home), internet, painéis de rua, carro de som e faixas, além das peças de não-mídia como cartaz, folheto, folder, banner e cartilhas, entre outros.
- b) A grande necessidade de divulgação das funções e dos atos do legislativo junto à população, buscando uma aproximação e participação maior do povo;
- c) É preciso atentar-se para o fato de que as mídias digitais têm se tornado, cada vez mais, veículos de divulgação de alcance abrangente, compondo grande parte da comunicação publicitária de resultado e que as redes sociais da Câmara de Varginha possuem um grande alcance.
- d) A necessidade de implantar um plano de ação publicitário completo e abrangente, e para tanto apropriar verbas equivalentes ao projeto, conforme estabelece os novos parâmetros da lei 12.232/10 e conforme prescrito na Constituição Federal (grifo nosso), Art. 5º:

“Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

XXXIII - todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no

prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado;

Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência e, também, ao seguinte:

§ 1º - A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos”.

OBJETIVOS:

A Câmara Municipal de Varginha desempenha sua função legislativa de forma coerente e ética e tem suas ações divulgadas com o objetivo de fortalecer a importância do trabalho do vereador dentro da sociedade.

Além disso, promove ações para ampliar a conscientização dos cidadãos sobre a importância de todos se envolverem com a política de sua cidade, mostrando que a participação popular é um excelente caminho para a realização de uma política correta e justa e, dessa forma ajuda a promover o desenvolvimento do Município. A Escola do Legislativo da Câmara Municipal de Varginha é uma dessas ações que vão além do estrito dever do vereador. É uma maneira de conectar o Legislativo à população e capacitar tanto agentes políticos, quanto servidores e comunidade, contribuindo para a formação de uma sociedade mais capacitada e consciente de direitos e deveres.

É necessário que seja feito um acompanhamento e uma divulgação adequados para conhecimento e aproveitamento pela população dos benefícios oferecidos pela Escola do Legislativo que possui um grande número de ações que dependem da divulgação para integrar a comunidade no sentido de aproveitamento e conhecimento do trabalho legislativo.

Os trabalhos desenvolvidos pela Escola do Legislativo necessitam estar inseridos em um plano de comunicação padrão, cuja ênfase deverá ser a instituição Câmara Municipal. Esta padronização na linha de comunicação deve ser alcançada através do suporte às ações do Serviço de Comunicação, para que este possa fornecer os subsídios necessários às peças institucionais demandadas pela instituição.

TEMA:

Diante da grande abrangência das ações da Escola do Legislativo é de fundamental importância que a população conheça o trabalho desenvolvido por ela e sua importância. É necessário que exponha como a Escola do Legislativo pode contribuir para fortalecer a imagem da Câmara Municipal e atrair a participação da população para as mais variadas ações desenvolvidas.

Vale ressaltar que os três pilares existentes (formação de agente político, capacitação dos servidores e projetos para a comunidade), sejam atingidos e

que demonstre os resultados positivos que cada um deles pode obter ao participar dessas atividades promovidas pela Escola e, conseqüentemente, pela Câmara.

VERBA E PERÍODO:

Deverá ser proposta uma campanha com o tema acima com uma verba hipotética de R\$ 180.000,00 para um período de 30 dias.

Mirella Penha de Souza
Chefe do Serviço de Comunicação

ANEXO V
MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO N.º ____/2018

**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS NA ÁREA DE PUBLICIDADE, QUE ENTRE SI
CELEBRAM A CÂMARA MUNICIPAL DE VARGINHA/MG E**

CONTRATANTE:

CÂMARA MUNICIPAL DE VARGINHA, órgão autônomo e independente do Poder Legislativo do Município de Varginha, M.G., inscrita no CNPJ sob o n.º 04.366.790/0001/84, com sede à Praça Governador Benedito Valadares, nº 11, Centro, nesta cidade, neste ato representada pelo Presidente da Mesa Diretora, o Sr. Vereador **LEONARDO VINHAS CIACCI**, brasileiro, casado, empresário, com domicílio legal no mesmo endereço supraepigrafado, nesta cidade.

CONTRATADA:

....., empresa de prestação de serviços publicidade, com sede no endereço, inscrita no CNPJ/MF sob o n.º, neste ato devidamente representada pelo, portador da Carteira de Identidade n.º, inscrito no CPF/MF, sob o n.º, residente e domiciliado.....

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO FUNDAMENTO LEGAL – DA REGÊNCIA:

1.1 - O presente contrato tem por fundamento a Licitação datada de __/__/2018, na modalidade de **Concorrência nº ____/2018**, tipo **Técnica e Preço**, cujo Edital e Anexos, o integram, independentemente de transcrição.

1.2 - O presente **CONTRATO** será regido em total conformidade com a legislação pertinente, em especial pelo § 1º, do art. 37, da Constituição da República e pela Lei nº 8.666/93 e suas alterações posteriores, pela Lei 12.232/2010, pelas cláusulas e condições deste Edital e seus anexos e, ainda, pelas normas que regem a atividade de publicidade e propaganda, em especial a Lei Nº 4.680, de 18.06.65.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO OBJETO:

2.1 - O objeto do presente Instrumento é a contratação de **Agência de Propaganda** para prestação de serviços profissionais de Publicidade para a Câmara Municipal de Varginha/MG., pela forma indireta e caracterizada no **Anexo IV** do Edital de Licitação – **Concorrência nº .../2018**, que agora passa a fazer parte integrante deste **CONTRATO**.

2.1.1 - Os serviços compreenderão o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicação aos veículos e demais meios de divulgação.

2.1.2 - Os serviços executados pela **CONTRATADA** serão de acordo com as orientações expedidas pelo Serviço de Comunicação, a quem compete a definição dos mesmos.

CLÁUSULA TERCEIRA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA:

3.1 - As despesas decorrentes da execução do presente **CONTRATO** correrão à conta de dotação orçamentária específica do orçamento da Câmara Municipal, classificada sob o código: 01.131.7080.2.465 **3390.39.00 29**; e nos próximos exercícios à conta de dotação orçamentária próprias.

CLÁUSULA QUARTA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:

4.1 - Responder pela correção e qualidade dos serviços, ainda que autorizada sua execução por terceiros, observadas as normas éticas e técnicas aplicáveis;

4.2 - Submeter ao serviço de Comunicação os trabalhos a serem executados com os respectivos custos, para autorização e aprovação;

4.3 - Apresentar plano de avaliação dos resultados, planejamento de mídia e definição do impacto total desejado e de frequência de veiculação necessária de cada campanha;

4.4 - Indicar, por escrito, um representante para em seu nome coordenar a execução dos serviços, com poderes para deliberar sobre todas as questões relacionadas com o presente **CONTRATO**;

4.5 - Alocar os recursos materiais e humanos necessários à execução dos serviços, assumindo integral e exclusiva responsabilidade sobre todos e quaisquer ônus trabalhistas e previdenciários;

4.6 - Responsabilizar-se por qualquer infração ao direito de uso de ideias, métodos ou processos legalmente protegidos, respondendo por eventuais indenizações;

4.7 - Responder por eventuais danos causados ao Contratante e a terceiros, decorrentes de culpa ou dolo de seus prepostos na execução de serviços contratados, cumprindo-lhe, quando envolvidos terceiros, promover em seu próprio nome e às suas expensas as medidas jurídicas ou extrajudiciais necessárias;

4.8 - Transferir para o Contratante os direitos autorais relativos aos produtos comunicação e outros abrangidos pelo objeto do presente Contrato, inclusive as peças publicitárias, respeitadas a legislação pertinente;

4.9 - Responsabilizar-se pelas despesas decorrentes dos encargos sociais, previdenciários, tributários, referentes ao pessoal responsável pela execução dos serviços, despesas com deslocamentos, equipamentos e quaisquer outras que incidam sobre o objeto do contrato, que não constem do preço proposto;

4.10 - Responsabilizar-se pela execução dos serviços, objeto deste **CONTRATO**, sob a supervisão e coordenação do Serviço de Comunicação ;

4.11 – Apresentar junto com a primeira nota fiscal/fatura cópia do comprovante de que prestou a garantia contratual **no valor correspondente a 5%** (cinco por cento) do valor do presente contrato, numa das modalidades previstas no art. 56, § 1º, da Lei Nº. 8.666/93 e suas alterações posteriores.

4.12 – Manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações ora assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação – **Concorrência nº .../2018**;

4.13 – Adquirir bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, somente através de pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas;

4.14 – As despesas com publicidade, pagas ou contratadas, com a empresa contratada, conforme exigência do art. 16 da Lei 12.231/10, serão disponibilizadas em site específico;

4.15 – Na aquisição de bens ou serviços citados no item anterior, proceder-se-á coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, salvo quando o fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea a do inciso II do art. 23 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993.

4.16 - Para bens e serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea “a” do inciso II do art. 23 da Lei 8666, de 21 de junho de 1993, a contratação deverá seguir as seguintes regras:

a) A **CONTRATADA** deverá efetuar estimativa de preços para todos os serviços realizados por terceiros, submetendo ao **CONTRATANTE**, no mínimo, 3 (três) propostas detalhadas, com a indicação da mais adequada à sua execução;

b) A estimativa de preços deverá ser efetuada somente com fornecedores cadastrados, entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

c) As propostas devem ser apresentadas no original, em papel timbrado, com a indicação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados), bem como a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável;

d) Juntamente com as propostas deverão ser apresentados comprovantes de regularidade fiscal e previdenciária das empresas;

e) Na impossibilidade de obtenção de três orçamentos, deverá ser apresentada justificativa, por escrito, que será submetida à aprovação do **CONTRATANTE**;

f) Recebidas as propostas, será realizada aferição da compatibilidade dos preços orçados com aqueles praticados pelo mercado;

g) A **CONTRATADA** responsabilizar-se-á por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração da estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos pelo **CONTRATANTE**.

h) Deverão ser submetidos à aprovação prévia do **CONTRATANTE** todo e qualquer custo que ultrapasse o orçamento aprovado.

4.17 – Para bens e serviços cujo valor seja superior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea “a” do inciso II do art. 23 da Lei 8.666, de 21 de junho de 1993, a **CONTRATADA** observará as alíneas “b” a “h” do item anterior, e procederá a coleta dos orçamentos em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública convocada e realizada sob a fiscalização do **CONTRATANTE**.

4.18 – Apresentar ao Contratante os custos e as despesas de veiculação para pagamento devidamente acompanhados da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível.

4.19 – Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas para o **CONTRATANTE**, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do **CONTRATO**.

4.20 – Em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses 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. A infração ao disposto neste item, implicará na aplicação das sanções previstas no caput do artigo 87 da Lei nº 8.666/93 e suas alterações posteriores.

CLÁUSULA QUINTA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE:

5.1 – Compete ao Serviço de Comunicação, expedir as autorizações de serviços à Contratada, receber, conferir e atestar as NFe (Notas Fiscais Eletrônicas) referentes aos serviços prestados e encaminhá-los ao setor competente da Câmara Municipal para fins de pagamento, cumprindo as formalidades legais e contratuais.

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

5.3 – É facultativa a concessão de planos de incentivo por veículo de divulgação e sua aceitação por agência de propaganda e os frutos deles resultantes constituem, para todos os fins de direito, receita própria da agência.

CLÁUSULA SEXTA - DO GERENCIAMENTO DO CONTRATO:

6.1 - Compete ao Serviço de Comunicação, expedir as autorizações de serviços à “**CONTRATADA**”, bem como atestar as Notas Fiscais/Faturas referentes aos serviços por ela prestados e encaminhá-los ao Setor Competente do Município de Varginha, para fins de pagamento, cumprindo as formalidades legais. Compete, ainda, ao órgão supracitado, zelar pelo fiel cumprimento do contrato.

6.2 – Ao Serviço de Comunicação caberá acompanhar, fiscalizar, receber e atestar a qualidade dos serviços executados pela Contratada.

6.3 – O Serviço de Comunicação fará avaliação permanente da Contratada a cada trabalho concluído, antes da autorização para execução de novo serviço.

6.4 - A operacionalização dos Serviços pela contratada sujeitar-se-á às seguintes condições:

6.4.1 - Recebimento de Ordem de Serviço específica, emitida pelo Serviço de Comunicação, com base na solicitação do Órgão ou Entidade da Administração;

6.4.2 - O custo de serviços de criação e arte, além de outros dependerá de avaliação prévia e de aprovação pelo Serviço de Comunicação, em conformidade com a “Tabela do Sindicato de Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais” e a proposta da Contratada;

6.4.2.1 - O custo dos serviços de veiculação e todos aqueles não previstos na Tabela do Sindicato estarão sujeitos a avaliação prévia e aprovação do Serviço de Comunicação, após comprovação de que o mesmo está de acordo com os preços praticados no mercado;

6.4.3 – O Serviço de Comunicação poderá manter serviço de aferição de custos para avaliar os preços praticados.

CLÁUSULA SÉTIMA - DA REMUNERAÇÃO:

7.1 - A remuneração da Contratada se dará na forma das disposições legais aplicáveis à espécie (Lei 4.680/65 e Decreto Federal 57.690/66), obedecido ao desconto de ___% (_____ **por cento**) sobre a Tabela do Sindicato das Agências do Estado de Minas Gerais, concedido na sua **Proposta de Preço**, e ainda o seguinte:

7.1.1 - Pelo “desconto padrão de agência” de 20% (vinte por cento) sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociada, pago à Agência a ser contratada, pelos Veículos de Comunicação.

7.1.2 - Pela taxa de 15% (quinze por cento) sobre custos de produção realizada tecnicamente por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços decorrentes do estudo ou de criação intelectual da Agência contratada.

7.2 - Poderão ser ajustados entre as partes, tomando-se como referência as tabelas das entidades de classe, os honorários dos serviços especiais que envolvam pesquisas de opinião, e outras atividades de terceiros permitidas no Edital de Licitação – **Concorrência nº .../2018**.

7.3 – Pertencerão ao Contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação, com exceção dos frutos resultantes dos planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à **CONTRATADA**.

CLÁUSULA OITAVA - DO PAGAMENTO:

8.1 – Os serviços que constituem objeto desse edital serão documentados mediante a apresentação de Nota Fiscal/Fatura ou NFe (Nota Fiscal eletrônica) da contratada com os valores tributáveis relativos **unicamente** ao seu serviço, anexando ainda **as faturas dos veículos de divulgação e outros**

fornecedores, com os valores dos serviços realizados por estes e fazendo constar, estes valores, na NFe do CONTRATADO como “deduções permitidas em Lei”, sendo feito o pagamento por depósito no valor global (agência + veículos/fornecedores) no mês subsequente para a agência. A Agência não emitirá NF própria com os valores globais tributáveis dos serviços mas apenas de sua parte, de acordo com as Normas do CENP. Os demais fornecedores emitirão NFs com seus valores e estas NFs serão apresentadas conjuntamente pela agência para a efetuação do pagamento pela **CÂMARA** para a **CONTRATADA**, que repassará, obrigatoriamente, a parte devida aos fornecedores.

8.2 - Os documentos de cobrança da Contratada, compostos de uma via da NFe (Nota Fiscal Eletrônica), e uma via do documento fiscal do fornecedor com o comprovante do respectivo serviço, serão liquidados pelo Contratante, mediante crédito na **Conta Corrente nº** _____, mantida pela Contratada junto à **Agência** _____, do **Banco** _____, da seguinte forma:

8.2.1 - Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos e respectivos comprovantes de veiculação, em até trinta dias após o mês de veiculação;

8.2.2 - Produção: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas, e respectivos comprovantes, em até trinta dias após o mês de produção;

8.2.3 - Outros serviços realizados por terceiros: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos prazos ajustados com o Contratante por ocasião da solicitação de cada serviço.

8.3 - Os documentos de cobrança e demais documentos necessários ao reembolso de despesas deverão ser encaminhados ao endereço do Contratante, com antecedência mínima de **10 (dez) dias** da data do vencimento, dos quais deverão constar a citação ao **Contrato n.º .../2018**.

8.4 - Nenhuma despesa será liquidada ou paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da Contratada ou de seus fornecedores e subcontratados.

8.5 - No tocante à veiculação, a Contratada fica obrigada a apresentar, os seguintes comprovantes:

8.5.1 - Para TV, Cinema e Rádio:

a) nas praças cobertas por serviço de checagem: relatório de checagem emitido por empresa terceirizada;

b) nas praças não cobertas por serviços de checagem:

b.1) comprovante de veiculação emitido eletronicamente pela empresa que realizou a veiculação; ou

b.2) declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, as seguintes informações: razão social e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, nome do programa, dia e horário da veiculação.

8.5.2 - Mídia Exterior: relatório de checagem com fotos, emitidos por empresas terceirizadas, ou fotos das peças, fornecidas pelas empresas exibidoras, com identificação do local de exibição, em ambos os casos.

8.5.3 - Internet: relatório de gerenciamento fornecido pelas empresas que veicularam as peças.

8.5.4 - Mídia impressa: exemplares originais dos títulos.

8.6 - Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, o Contratante, a seu critério, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

8.8 - O Contratante não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da Contratada, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

8.9 - O Contratante não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

8.10 - Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela Contratada, imediatamente após a compensação bancária dos pagamentos feitos pelo Contratante.

8.11 - Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela Contratada, de prazos de pagamento, serão de sua exclusiva responsabilidade.

8.12 - A Contratada apresentará ao Contratante um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a terceiros, até o dia 10 do mês subsequente.

CLÁUSULA NONA - DA GARANTIA DA EXECUÇÃO:

9.1 - Para garantia do fiel cumprimento das obrigações, a **CONTRATADA** oferece ao **CONTRATANTE**, a garantia descrita nesta Cláusula, no valor de **R\$_____ (_____)** correspondente a 5% (cinco por cento) do Valor Total deste Contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA - DA PUBLICAÇÃO:

10.01 - O extrato do presente instrumento será publicado, conforme exigência da Lei nº 8.666/93, e suas alterações posteriores.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS ALTERAÇÕES CONTRATUAIS:

11.1 - A Câmara Municipal de Varginha/MG, poderá proceder a alterações contratuais nas condições previstas nos artigos. 58 e 65 da Lei nº 8.666/93 e suas alterações posteriores.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DAS INTERRUPTÕES DO CONTRATO:

12.1 - Verificando-se caso de força maior ou caso fortuito, nos termos do Código Civil, a Contratada se obriga a comunicar, por escrito, ao Serviço de Comunicação, a ocorrência do evento, suspendendo-se suas obrigações, enquanto perdurar tal situação.

PARÁGRAFO ÚNICO. Findos os motivos que determinaram a força maior ou caso fortuito, o Contrato poderá estender-se por período de tempo necessário à total execução dos trabalhos, porém não superior ao número de dias que foram paralisados, observado o disposto do art. 57 da Lei Nº 8.666/93 e suas alterações posteriores.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DAS TOLERÂNCIAS CONTRATUAIS:

13.1 - Qualquer tolerância por parte do Contratante na exigência do cumprimento do presente contrato, não constituirá novação ou extinção da respectiva obrigação, podendo a mesma ser exigida a qualquer tempo.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA VIGÊNCIA:

14.1 - O **Contrato** terá a **vigência** pelo período de **12 (doze) meses**, contados a partir de 16/05/2019. A critério da Câmara Municipal de Varginha este contrato poderá ser prorrogado até o limite de 60 (sessenta) meses em conformidade com a Lei. Decorrido o prazo de 1 (um) ano o valor contratado deverá ser atualizado pelo IGP-M/FGV a fim de manter o equilíbrio econômico-financeiro do mesmo.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DA RESCISÃO:

15.1 - Poderá ocorrer a rescisão do presente **CONTRATO**, a ser celebrado em virtude do resultado da Licitação – **Concorrência nº .../2018**, nos termos dos artigos 77 a 80 da Lei nº 8.666/93 e suas alterações posteriores;

15.2 - Configurada a rescisão do Contrato, que vigorará a partir da data de sua comunicação à Contratada, esta se obriga expressamente, a entregar os serviços inteiramente desembaraçados, não criando obstáculos de qualquer natureza;

15.3 - Havendo rescisão do Contrato, a Câmara Municipal de Varginha pagará à Contratada os trabalhos efetivamente realizados e aceitos pelo Serviço de Comunicação deduzindo do seu valor, os débitos apurados a favor da Câmara Municipal.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DAS SANÇÕES POR INADIMPLEMENTO:

16.1 - Em caso de descumprimento das obrigações contraídas neste instrumento, a Contratada ficará sujeita às penalidades previstas nos Seções I e II, do Capítulo IV, da Lei No 8.666/93, artigos 81 e 86 a 88, a critério da autoridade competente, na seguinte forma:

16.1.1 – Advertência;

16.1.2 - Multa, nas seguintes condições:

16.1.2.1 - 0,05% (cinco centésimos por cento) calculada sobre o valor total do Contrato, incluindo-se os aditamentos, por dia que exceder a data de conclusão de cada etapa dos serviços conforme previsto na Ordem de Serviço específica;

16.1.2.2 - 5,0% (cinco por cento) calculada sobre o valor total do Contrato, incluídos os aditamentos, no caso de desobediência de ordens escritas ou infringências de qualquer cláusula ou condição contratual para a qual não esteja prevista multa especial ou, ainda, no caso de reincidência de atraso especificado na alínea anterior;

16.1.2.3 - 5,0% (cinco por cento) calculada sobre o valor total do Contrato, incluídos os aditamentos, na hipótese da sua rescisão por motivo imputado à Contratada;

16.1.2.4 - 5,0% (cinco por cento) calculada sobre o valor total do Contrato, na hipótese da recusa injustificada em assinar o contrato;

16.1.3 - Suspensão temporária do direito de licitar e contratar com a Câmara por prazo não superior a 02 (dois) anos;

16.1.4 - Declaração de Inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública;

16.1.4.1 - Para o caso de declaração de inidoneidade, é competente o Senhor Presidente desta casa, nos termos do inciso IV, § 3o do art. 87 da Lei nº 8.666/93.

16.2 - Em qualquer caso, garantir-se-á à Contratada a ampla defesa.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DOS CASOS OMISSOS:

17.1 - Os casos omissos serão resolvidos por acordo entre as partes e/ou pela legislação aplicável.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DO VALOR CONTRATUAL:

18.1 – As partes atribuem ao presente Contrato, para todos os efeitos legais, o valor de R\$ (.....).

CLÁUSULA DÉCIMA NONA - DO FORO:

19.1 - O foro para dirimir dúvidas oriundas deste contrato é o da Comarca de Varginha/MG, com expressa renúncia de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E por estarem assim justos e acordados, assinam este Contrato em 02 (duas) vias de igual teor e valor, na presença das testemunhas abaixo, para fins de direito.

Varginha/MG, __ de _____ de 2018.

**Leonardo Vinhas Ciacci
Presidente da Câmara Municipal**

EMPRESA CONTRATADA

TESTEMUNHAS: (1)

CPF:

(2)

CPF:

ANEXO VI
MODELO DE DECLARAÇÃO

À

Câmara Municipal de Varginha

REF: **CONCORRÊNCIA Nº 001/2018**

Em cumprimento às determinações da Lei Federal 8.666/93 e suas alterações posteriores, DECLARAMOS, para fins de participação na Concorrência acima, que:

- 1) Nossa empresa não está impedida de contratar com a Administração Pública, Direta e Indireta;
- 2) Não foi declarada inidônea pelo Poder Público, de nenhuma esfera;
- 3) Não existe fato impeditivo à nossa habilitação;
- 4) Não possuímos entre nossos proprietários, nenhum titular de mandato eletivo.
- 5) Não empregamos menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e nem menor de 16 (dezesesseis) anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal/88.

Por ser expressão da verdade, eu, representante legal desta empresa, firmo a presente.

Local e Data

.....

Nome da Licitante

.....

Assinatura do Representante Legal

ANEXO VII
TERMO DE RETIRADA DE EDITAL

À

Câmara Municipal de Varginha

REF. **CONCORRÊNCIA Nº 001/2018**

Declaro ter retirado cópia integral do Edital da Concorrência nº 001/2018, na data abaixo, que tem por objeto a contratação de 01 (uma) agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade para a Câmara Municipal de Varginha. Declaro ainda ter recebido, neste ato, o envelope padronizado citado no item 4.1 letra "a" do Edital relativo à esta Concorrência.

Varginha(M.G.),de de 2018.

.....
Nome, assinatura e C.P.F. do responsável

DADOS CADASTRAIS:

Empresa

C.N.P.J. Nº

Representante Legal

Endereço

Nº do telefone

E-mail

OBSERVAÇÃO: A falta do preenchimento e entrega deste Termo de Retirada exime a Comissão de Licitação da comunicação de eventuais esclarecimentos ou retificações ocorridas no instrumento convocatório.