



EDITAL

PROCESSO Nº 056/2023

TOMADA DE PREÇOS Nº 003/2023

TIPO DE LICITAÇÃO: Técnica e Preço

REGÊNCIA: Leis Federais ns. 8.666/93 de 21 de Junho de 1993 e 12.232/2010 e suas alterações.

APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO: Dia 06/11/2023, às 14 horas.

LOCAL DE ENTRE DAS PROPOSTAS: Coordenadoria de Licitações e Contratos, situada na Rua Arnaldo Sérgio Cordeiro das Neves n. 080, Vila Nova Itapevi – Itapevi/SP

A Comissão Permanente de Licitações da Câmara Municipal de Itapevi, constituída pela Portaria n.º 286/2023, faz saber que:

Acha-se aberta, sob a modalidade *TOMADA DE PREÇOS*, licitação do tipo *Técnica e Preço, por execução indireta*, visando a escolha de melhor proposta para escolha de melhor proposta para a Contratação de empresa especializada na prestação de serviço de publicidade/comunicação pública para realização de atividades integradas que possibilitem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação institucional e de utilidade publicitária para atender às necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Itapevi, em conformidade com o Memorial Descritivo – Termo de Referência (Anexo I) e Briefing (Anexo II).

Os interessados em participar da presente licitação deverão entregar às 14:00 h do dia 06/11/2023, junto à Coordenadoria de Licitações e Contratos, situada na Rua Arnaldo Sérgio Cordeiro das Neves, nº 080 – Vila Nova Itapevi – Itapevi/SP, 04 (quatro) envelopes, sendo, “ENVELOPE 1 - PROPOSTA TÉCNICA - Plano de Comunicação Publicitária (Via Não Identificada)”, “ENVELOPE 2 – PROPOSTA TÉCNICA - Plano de Comunicação Publicitária (Via Identificada)”, “ENVELOPE 3 – PROPOSTA TÉCNICA - Capacidade de Atendimento e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação” e, “ENVELOPE 4 - Proposta de Preços”, tudo conforme previsto neste edital, sendo que os Envelopes “1” e “3” serão abertos às 14:00 h do dia 06/11/2023, em ato público no local acima descrito, permanecendo lacrados os Envelopes “2” e “4”.

A licitação é regida pelo disposto na Lei Federal n.º 8.666, de 21 de junho de 1993, suas alterações posteriores, em especial pela Lei Federal n.º 12.232/2010, Lei Complementar n.º 123/06, alterada pela Lei Complementar n.º 147/2014, Lei n.º 4.680/65 e, pelas normas e condições expressas neste edital.

1- OBJETO: Contratação de empresa especializada na prestação de serviço de publicidade/comunicação pública para realização de atividades integradas que possibilitem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação institucional e de utilidade publicitária para atender às necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Itapevi.

1.1. Os serviços publicitários a serem prestados também englobam, como atividades complementares, de acordo com o parágrafo 1º. do artigo 2º da Lei 12.232/, incisos I, II e III, os serviços especializados pertinentes:

- a) 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;
- b) À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;
- c) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2- A contratação contemplará a prestação dos serviços definidos nas Normas-Padrão do II Congresso Brasileiro de Propaganda, incorporada pelo Decreto Federal n.º. 57.690, 1º de fevereiro de 1996, com as alterações do Decreto n.º. 4.563, de 31 de dezembro de 2002, nas Normas-Padrão para prestação de serviços de comunicação pelas agências de propaganda, Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e suas alterações, bem como do código brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, observando o caráter educativo, informativo e de orientação social.

3- O valor estimado para a presente contratação, considerando o período de 12 (doze) meses, representa o montante de R\$ 1.342.938,25 (um milhão, trezentos e quarenta e dois mil, novecentos e trinta e oito reais e vinte e cinco centavos), sendo que tal estimativa constitui-se em mera previsão dimensionada, não estando a Câmara obrigada a realizá-la em sua totalidade, e não cabendo à Licitante vencedora o direito de pleitear qualquer tipo de reparação ou compensação pelo não uso da verba total.

4- GERENCIAMENTO E FISCALIZAÇÃO: O gerenciamento e a fiscalização da execução do contrato oriundo da presente contratação serão de responsabilidade da Coordenadoria de Comunicação.

5- CONDIÇÕES PARA PARTICIPAR DA LICITAÇÃO:

5.1- Poderão participar da licitação as empresas que:

5.1.1- Tenham objeto social pertinente e compatível com o objeto licitado;

5.1.2- Atendam a todas as exigências deste edital;

5.1.3- Atendam as condições de habilitação estabelecidas no item 12 deste Edital e que estiverem operando nos termos da Lei nº. 4.680, de 18.06.65 e do Decreto nº. 57.690, de 01.02.66; e

5.1.4- Estejam devidamente cadastradas junto ao Cadastro de Fornecedores da Câmara Municipal de Itapevi, em atendimento ao art. 22, § 2º da Lei nº. 8.666 de 1993.

5.2- Será vedada a participação de empresas:

5.2.1- Declaradas inidôneas para licitar e contratar com o Poder Público, nos termos do art. 87, inciso IV, da Lei nº 8.666 de 1993;

5.2.2- Suspensas de participar de licitações realizadas pela Câmara do Município de Itapevi;

5.2.3- Estejam em processo de falência;

5.2.4- Estejam impedidas de licitar e contratar com o Poder Público, na forma do art. 10, da Lei nº 9.605 de 1998;

5.2.5- Tenha registro cadastral suspenso ou cancelado, ou esteja impedido de se cadastrar na Câmara Municipal de Itapevi;

5.2.6- Estejam reunidas sob a forma de consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição;

5.2.7- Estrangeiras que não funcionem no País.

6- PRAZO PARA EXECUÇÃO DO CONTRATO: O presente contrato terá prazo de vigência de 12 (doze) meses, contados a partir do recebimento da Ordem de Serviço, podendo ser prorrogado a critério da Câmara, nos termos do inciso II do art. 57, da Lei Federal nº 8.666/93.

7- CREDENCIAMENTO: A licitante poderá credenciar representante para que este acompanhe os trabalhos da presente licitação.

7.1- O credenciamento far-se-á por um dos seguintes meios que deverão ser apresentados **FORA DOS ENVELOPES** “ENVELOPE 1 – PROPOSTA TÉCNICA - Plano de Comunicação Publicitária (Via Não Identificada)”, “ENVELOPE 2 - Plano de Comunicação Publicitária (Via Identificada)”, “ENVELOPE 3 – PROPOSTA TÉCNICA - Capacidade de Atendimento e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação” e, “ENVELOPE 4 - Proposta de Preços”:

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

7.1.2- Tratando-se de procurador, o instrumento de procuração público, em vigor, devidamente registrado, ou particular, em vigor, ou o Instrumento de credenciamento, conforme modelo constante do Anexo IV do Edital, do qual constem poderes específicos para acompanhar a sessão de abertura e recebimento da documentação de habilitação, propostas técnicas e propostas de preços, bem como assinar atas e praticar todos os atos pertinentes ao certame, acompanhado do correspondente documento, dentre os indicados no item "7.1.1", que comprove os poderes do mandante para a outorga;

7.1.3- Nenhuma pessoa, ainda que munida de procuração, poderá representar mais de uma empresa, sob pena de exclusão sumária das representadas;

7.1.4- O representante legal da licitante ou procurador deverá credenciar-se junto a Comissão de Licitação, devidamente munido de sua cédula de identidade ou outro documento equivalente na forma da Lei.

7.1.5- Não será admitida a participação de licitante retardatária, a não ser como ouvinte.

7.1.6- Será considerada retardatária a empresa, cujo representante apresentar-se ao local de realização da sessão pública após a apresentação do primeiro envelope “ENVELOPE 1 – PROPOSTA TÉCNICA - Plano de Comunicação Publicitária (Via Não Identificada)” pelas licitantes presentes no horário estabelecido para a entrega das Propostas Técnica e de Preço.

7.1.7- Não serão recebidos envelopes enviados por via postal.

8- FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS ENVELOPES: Até a data e hora indicada no preâmbulo deste Edital, as Licitantes interessadas entregarão os documentos em 04 (quatro) invólucros fechados contendo cada um, além do nome, razão social e endereço da Licitante (exceto no envelope “1”), a designação de seu conteúdo conforme adiante especificado:

8.1- “ENVELOPE “1” - PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (não identificada)”:

- a) Deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada**;
- b) Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no envelope, padronizado e fornecido **obrigatoriamente** pela CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI;
- b1)** O envelope padronizado deverá ser retirado pela interessada no horário das 9h às 17h, na Coordenadoria de Licitações e Contratos, sito à Rua Arnaldo Sérgio Cordeiro das Neves, 80 - Jardim Nova Itapevi, Itapevi - SP, 2º andar, até o dia útil anterior à data fixada para a realização da 1ª sessão pública deste certame;
- b2)** O envelope padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.
- c) Deverá estar **sem fechamento e sem rubrica**;
- d) **Não poderá**:
- d1)** ter nenhuma identificação;
- d2)** apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite identificação da licitante;
- d3)** estar danificado ou deformado as peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.
- e) Não deverá ter nenhum escrito, anotação, identificação ou qualquer elemento na parte externa do envelope.

8.2- “ENVELOPE “2” - PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (identificada)”:

- a) Deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – **Via Identificada**, que conterà o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos de peças referentes à ideia criativa;
- b) O invólucro deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura;
- c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada (Envelope 1)** e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura deste envelope;
- d) deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE 2

TOMADA DE PREÇOS Nº 003/2023 (mencionar o nº e ano)
PROCESSO nº 056/2023

PROPOSTA TÉCNICA (Via Identificada)

O envelope 2 deverá ser providenciado pela licitante, identificado com denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante

8.3- “ENVELOPE 3 – PROPOSTA TÉCNICA - Capacidade de Atendimento e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação”:

- a) Deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- b) O invólucro deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura;
- c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada (Envelope 1)** que possibilite a identificação da autoria deste;
- d) Deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE 3

TOMADA DE PREÇOS N° 003/2023 (mencionar o n° e ano)
PROCESSO n° 056/2023

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

O envelope 3 deverá ser providenciado pela licitante, identificado com denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante

8.4- “ENVELOPE 4 - Proposta de Preços”:

- a) A Proposta de Preços deverá ser entregue acondicionada no **ENVELOPE 4**;
- b) O invólucro deverá ser providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura;
- c) **NÃO poderá** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – **Via Não Identificada (Envelope 1)** e possibilite a identificação da autoria deste;
- d) O envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

ENVELOPE 4

TOMADA DE PREÇOS N° 003/2023 (mencionar o n° e ano)
PROCESSO n° 056/2023

PROPOSTA DE PREÇOS

O envelope 4 deverá ser providenciado pela licitante, identificado com denominação social e o cadastro no CNPJ/MF da Licitante.

8.5. “ENVELOPE 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO”:

8.5.1. A licitante cujas Propostas Técnica e de Preço tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão.

8.5.2. Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no **envelope 5**, que deverá ser apresentado fechado, rubricado no fecho e deverá conter os seguintes dizeres em sua face externa:

ENVELOPE 5

TOMADA DE PREÇOS Nº 003/2023 (mencionar o nº e ano)
PROCESSO nº 056/2023

DOCUMENTO PARA HABILITAÇÃO

O envelope 5 deverá ser apresentado apenas pelas licitantes classificadas, devendo ser entregue em envelope providenciado pela licitante, lacrado, com a denominação social da licitante conforme previsto no Edital.

9- DO CONTEÚDO DOS ENVELOPES:

9.1. O envelope 1 - PROPOSTA TÉCNICA deverá conter o Plano de Comunicação Publicitária, sem a identificação da licitante com respectivos anexos, ou seja, os exemplos de peças, impressos em leiautes ou gravados em pendrive ou DVD (qualquer marca de fabricante), a serem elaborados a partir dos critérios a seguir:

9.1.1. Plano de Comunicação Publicitária – será constituído por caderno específico composto dos subquestos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no Briefing – ANEXO II e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

9.1.1.1. Raciocínio Básico será desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da CÂMARA, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no Briefing – ANEXO II.

9.1.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária será desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação relacionado a esse desafio expressos no Briefing, compreendendo:

9.1.1.2.1 Apresentação e defesa ao partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária dos problemas específicos de comunicação da Câmara Municipal de Itapevi;

9.1.1.2.2 Explicitará e defenderá os principais pontos da estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente: “o que dizer”, “a quem dizer”, “como dizer”, “quando dizer” e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

9.1.1.3. Ideia Criativa a licitante apresentará conteúdo criativo para proposta de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

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

9.1.1.3.2. A relação deverá indicar as peças e/ou material que foram corporificados nos termos do subitem 9.1.1.3.3.

9.1.1.3.3. Se a campanha proposta pela licitante prever número de peças publicitárias superior ao limite estabelecido no subitem 9.1.1.3.3, inciso II, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada no subitem 9.1.1.3.1. deverá ser elaborada em dois blocos: u m para as peças apresentadas como exemplos (corporificadas) e outros para o restante (não corporificadas).

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

I – Ser apresentados sob a forma de:

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

II - Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou

característica da peça e/ou material, observando as seguintes regras:

- a) Cada redução e/ou variação de formato será considerada como uma peça;
- b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
- c) Peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto sequencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
- d) Um hotsite e todas as suas páginas serão consideradas uma peça;
- e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) Um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças.

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

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

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

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

9.1.1.3.8. Os storyboards animados, animatics, protótipos e monstros poderão ser apresentados em DVD ou pendrive (qualquer marca de fabricante), executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

- a) storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov. Wmv, mpeg, vob;
- b) protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;

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

9.1.1.3.9. Os exemplos de peças e/ou material devem ser apresentados separadamente do caderno, ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do envelope. As peças que não se ajustem às dimensões do envelope poderão ser dobradas.

9.1.1.3.10. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido desde que não prejudique sua leitura - sem limitação de cores, sem suporte e/ou passe-partout, em papel até 90 gramas.

9.1.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráficos e/ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

a) Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante em função da verba referencial indica no Briefing – ANEXO II; e

b) Simulação do plano de distribuição com todas as peças e/ou materiais.

9.1.1.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá contar um resumo geral com informações mínimas sobre:

a) período de distribuição das peças e/ou material;

b) quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e/ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) quantidades a serem produzidas de cada peça e/ou material de não mídia; e

f) valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e/ ou material de não mídia, entre outras que entender pertinente.

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

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

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do aviso de licitação;
- b) deve ser desconsiderado o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65; e
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores e veículos.
- d) para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, trading desks e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).

Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

9.2. O envelope 2 - PROPOSTA TÉCNICA - Plano de Comunicação Publicitária (Via Identificada) deverá conter cópia fidedigna do plano de comunicação publicitária, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

9.2.1. Os documentos deverão ser datados e assinados na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.3. O envelope 3 - PROPOSTA TÉCNICA - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO - os documentos e informações deste envelope **NÃO poderão** ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do **Envelope 2**.

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

- a) A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) A quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

b1) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais;

b2) os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Câmara Municipal de Itapevi.

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

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

e) As informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e a auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal de Itapevi sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

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

9.3.2. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

9.3.2.1. A licitante deverá apresentar, em caderno específico, 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

9.3.2.1.1. As propostas de que trata o subitem 9.3.2.1 devem ter recebido a autorização para sua produção ou terem sido veiculadas a partir de 1º de janeiro de 2020.

9.3.2.1.2. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade de pontuação máxima prevista no subitem 11.3, quesito relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

9.3.2.1.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes.

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

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

9.3.2.2. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 03 (três) peças e/ou material não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 9.3.2.1 independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

- a)** as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou pendrive (qualquer marca de fabricante), executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou ser apresentados separadamente (soltos);
- b)** as peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 9.3.2.1, ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservadas, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais. Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não; e
- c)** para cada peça e/ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com os dados técnicos de produção e/ou veiculação.

9.4. O envelope 4 - PROPOSTA DE PREÇOS deverá ser elaborada:

9.4.1. conforme modelo constante do **Anexo III**, informando o percentual de honorários incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes:

- a)** à produção e à execução técnica de peça e/ou material;
- b)** o 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 ou a serem realizadas;
- c)** criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinada a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- d)** à intermediação na contratação de mídia digital, no caso em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65; e
- e)** o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a **Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda**

do Estado de São Paulo vigente na data da publicação do aviso desta licitação, observando-se ainda que se destina a atender o disposto no parágrafo 3º do art. 44 e inciso II do art. 48 da Lei 8.666/93, evitando-se a inexecuibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado:

I - Não será aceito percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) sobre serviços externos de produção; sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento; sobre formas inovadoras de comunicação publicitária e remuneração superior a 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia digital adquirida com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo Desconto Padrão de Agência;

II - Não será aceito desconto inferior a 30% (trinta por cento) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo;

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

IV - O percentual de honorários, assim como de desconto proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;

V - O percentual de honorários e os custos internos propostos deverão contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc);

9.4.2. A Proposta de Preço deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

9.4.3. As Propostas Técnicas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus Anexos.

9.4.4 A classificação das Propostas de preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber maior pontuação, referente ao percentual de honorários mencionados no subitem 9.4.1 e pelo desconto concedido sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo.

9.4.5 O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, **90 (noventa) dias**, a contar da data da abertura da reunião de licitação, indicada neste Edital.

9.5. O Envelope 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO deverá conter os documentos a seguir mencionados, válidos, preferencialmente em ordem e numerados, em uma via cada, no

original ou por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente salvo se no documento constatar que deverão ser aceitos no original, ou ainda, por publicação no órgão da Imprensa Oficial, desde que atendidos os requisitos das **DISPOSIÇÕES GERAIS SOBRE OS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – subitem 12.3.**

9.5.1. HABILITAÇÃO JURÍDICA consiste em:

9.5.1.1. - Registro comercial, no caso de empresário individual;

9.5.1.2. - Ato constitutivo ou contrato social em vigor e alterações subsequentes, devidamente registrados, em se tratando de sociedades empresárias ou simples ou SLU – Sociedade Limitada Unipessoal;

9.5.1.3. - No caso de sociedade por ações, Estatuto Social de Sociedade Anônima, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

9.5.1.3.1. - O Estatuto Social deverá estar publicado na Imprensa Oficial da União, Distrito Federal ou do Estado, conforme o lugar em que esteja situada a sede da Instituição;

9.5.1.4. - Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades simples, acompanhada da prova de diretoria em exercício;

9.5.1.5. - 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;

9.5.2. A documentação relativa à **REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA** é a seguinte:

9.5.2.1. - Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);

9.5.2.2. - Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Municipal, relativo ao domicílio ou sede da proponente, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

9.5.2.3. - Prova de regularidade perante a Receita Federal do Brasil e a Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, mediante a apresentação da Certidão Negativa de Débitos Relativos aos Tributos Federais e à Dívida Ativa da União;

9.5.2.4. - Prova de regularidade relativa ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, mediante a apresentação do "CRF" - Certificado de Regularidade Fiscal expedido pela Caixa Econômica Federal, dentro de seu prazo de validade;

9.5.2.5. - Prova de Regularidade para com a Fazenda Municipal mediante apresentação de certidão negativa (ou positiva com efeitos de negativa) de débitos relativos a tributos mobiliários, expedida no local do domicílio ou da sede da licitante;

9.5.2.6. - Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT) para comprovação da inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, nos termos do inciso IV, art. 27, e inciso V, art. 29 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, com a redação dada pela Lei nº 12.440, de 7 de julho de 2011;

9.5.2.7. - Registro Cadastral (RC), expedido pela Câmara Municipal de Itapevi até o 3º (terceiro) dia imediatamente anterior à data designada para o recebimento dos envelopes.

9.5.2.8. - As microempresas e empresas de pequeno porte poderão na presente licitação, optar pelo tratamento diferenciado e favorecido instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, sendo que para usufruí-lo deverão apresentar o Modelo de Declaração que se enquadra no Art. 3º da Lei Complementar nº. 123/06, conforme modelo constante do Anexo VII;

9.5.2.8.1. - As microempresas e empresas de pequeno porte, por ocasião da entrega dos documentos de Habilitação, deverão apresentar toda a documentação exigida para fins de comprovação de regularidade fiscal e trabalhista, mesmo que esta apresente alguma restrição;

9.5.2.8.2. - Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal e trabalhista das microempresas e empresas de pequeno porte, será assegurado o prazo para regularização, nos termos do Art. 42 e 43 da Lei Complementar nº 123/2016;

9.5.2.8.3. - A não regularização da documentação, no prazo previsto no subitem anterior implicará na decadência do direito à - contratação, sem prejuízo das sanções legais, procedendo-se assim a convocação dos licitantes remanescentes (observados o direito de preferência), na ordem de classificação, para adjudicação do objeto do certame, ou a revogação da licitação, a critério da Administração.

9.5.3. - A documentação relativa à **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA** é a seguinte:

9.5.3.1. – Certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, artigo 4º e seu parágrafo primeiro, 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 ou por entidade

equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda;

9.5.3.2. - Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto desta licitação, mediante a apresentação de atestado(s) expedido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove o disposto no art. 2º e no seu parágrafo 1º, incisos I e II, da Lei 12.232/10, bem com o inciso II e § 1º, art. 30 da Lei Federal 8.666/93).

9.5.3.2.1. - O(s) Atestado(s) deverão ser apresentados em papel timbrado do emitente, conter identificação do signatário, nome, endereço, telefone e, se possível, correio eletrônico para contato, a fim de possibilitar possíveis diligências.

9.5.4. - A documentação relativa à **QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA** é a seguinte:

9.5.4.1. - Certidão Negativa de Falência, Concordata, Recuperação Judicial e Extrajudicial, expedida pelo órgão distribuidor da sede da pessoa jurídica.

9.5.4.1.1. - Caso a licitante apresente a Certidão Positiva de concessão de Recuperação Judicial, será necessária a apresentação do Plano de Recuperação Judicial, já homologado pelo juízo competente e em pleno vigor, apto a comprovar sua viabilidade econômico-financeira;

9.5.4.1.2. - Nos termos do decidido no TC 003987/989/2015, a licitante que estiver com Plano de Recuperação Judicial homologado pelo juízo competente não se exime de apresentar os demais documentos de habilitação econômico-financeiro previstos neste edital.

9.5.4.2. - Comprovante de prestação de garantia no valor de R\$ 13.429,38 (treze mil, quatrocentos e vinte e nove reais e trinta e oito centavos), 1% (um por cento) do valor estimado, em qualquer das modalidades previstas no artigo 56, na forma do artigo 31, inciso III, ambos da Lei Federal nº 8.666/93 e suas alterações.

9.5.4.2.1. - Caso o licitante opte pela modalidade em dinheiro, deverá abrir conta caução – (Op 008 -Caixa Econômica Federal), ou em qualquer outra Instituição Bancária, munido dos documentos (original e cópia):

- a) Documentos da Empresa:
 - Documento constitutivo da PJ registrado no órgão competente, de acordo com a Natureza Jurídica;
 - Comprovação de inscrição no CNPJ;
 - Comprovante de endereço da PJ.

- b) Documentos do Representante Legal da Empresa:
 - Documento de identificação;

- Comprovante de Inscrição no CPF;
 - Comprovante de endereço;
 - Comprovação da condição de residente no Brasil, no caso de cidadãos estrangeiros;
 - Procuração, Tutela ou Curatela, se for o caso;
 - Comprovação de emancipação, se for o caso;
 - Ato de designação do Representante Legal quando não expresso no documento constitutivo.
- c) Documento que comprova a exigência do depósito: Edital de Licitação – documento publicado no Diário Oficial da União/Estado/Distrito Federal/Município ou em jornal de grande circulação Estadual/Municipal.

9.5.4.2.2. - Na hipótese de não conclusão do processo licitatório dentro do prazo de validade da proposta e/ou do prazo de validade da garantia da proposta, no caso desta constituir-se em fiança bancária ou seguro garantia, deverá a Licitante, independente de comunicação formal da Câmara, promover a revalidação da garantia, por igual período, sob pena de ser declarada desistente do certame.

9.5.4.3. - Prova de Capital Social ou Patrimônio Líquido, no valor de R\$ 67.146,91 (sessenta e sete mil, cento e quarenta e seis reais e noventa e um centavos), o que corresponde a 5% (cinco por cento) do valor total estimado desta licitação.

9.5.4.4. - Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social (Ativo – Passivo – Demonstração do Resultado do Exercício, acompanhado dos termos de abertura e encerramento), devidamente registrados na Junta Comercial ou órgão equivalente, ou por meio de publicação em diário oficial ou jornal de grande circulação e assinados pelos sócios e pelo Contador responsável, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta;

9.5.4.4.1.- Para aquelas empresas com obrigatoriedade ou adesão voluntária de entrega do SPED, será aceito o Recibo de Entrega de Livro Fiscal, acompanhado do Termo de Abertura e Encerramento e das Demonstrações Financeiras do último exercício social geradas a partir do próprio SPED, devidamente assinadas digitalmente pelo representante legal da empresa e contador;

9.5.4.4.2. - Para aquelas empresas constituídas a menos de 01 (um) ano ou no exercício social vigente, admite-se a apresentação de balanço patrimonial e demonstrações contábeis referentes ao período de existência da empresa, devidamente assinados pelo seu representante legal e pelo contador responsável, em cópia autenticada ou via original;

9.5.4.5. - Demonstrativo dos índices econômico-financeiros a seguir mencionados, extraídos do balanço referido no subitem "9.5.4.4." acima:

a) índice de Liquidez Corrente (LC), igual ou maior que 1,00, obtido através da seguinte fórmula:

$$LC = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE}}$$

b) índice de Endividamento (EN), não superior a 0,50, obtido através da seguinte fórmula:

$$EN = \frac{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{PASSIVO NÃO CIRCULANTE}}{\text{ATIVO TOTAL}}$$

c) índice de Liquidez Geral (LG), igual ou maior do que 1,00, obtido através da seguinte fórmula:

$$LG = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE} + \text{REALIZÁVEL EM LONGO PRAZO}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{PASSIVO NÃO CIRCULANTE}}$$

9.5.5. - A documentação **complementar** é a seguinte:

9.5.5.1. - Declaração formal da empresa licitante, de que não está declarada inidônea por qualquer órgão ou entidade da Administração Pública Federal, Distrital, Estadual ou Municipal, tendo em vista os artigos 87, inciso IV, e 97, da Lei Federal nº 8.666/93 e inexistência de fato impeditivo e que concorda e sujeita-se a todos os termos do presente Edital, (Anexo V);

9.5.5.2. - Declaração, sob as penas da lei, de que vem dando cumprimento ao disposto no inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal (Lei nº. 9854, de 27/10/99), conforme (Anexo VI);

9.5.5.3. - Declaração de que o conteúdo da proposta foi elaborado de forma independente, conforme (Anexo VIII);

9.5.5.4. - Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por Cartório competente, servidor da Administração ou publicação em órgão de imprensa oficial;

9.5.5.5. - Todos os documentos expedidos pela licitante deverão estar subscritos por seu representante legal ou procurador, com identificação clara do subscritor;

9.5.5.6. - Preferencialmente, os documentos deverão ser apresentados sequencialmente, de acordo com o solicitado neste edital, devidamente numerados, inclusive com folha rosto/índice dos mesmos;

9.5.5.7. - Não serão aceitos documentos com prazo de validade vencido, sendo que documentos sem prazo de validade definido, será considerado o prazo de validade de 60 (sessenta) dias, a partir da data de sua expedição;

9.5.5.8. - Os documentos apresentados para a habilitação deverão estar em nome da licitante e, preferencialmente, com número de CNPJ. Se a licitante for matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz. Se for filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles que, pela própria natureza ou por determinação legal, forem comprovadamente emitidos apenas em nome da matriz ou cuja validade abranja todos os estabelecimentos da empresa;

9.5.5.9. - As licitantes poderão deixar de apresentar os documentos constantes nos subitens 9.5.2.2 a 9.5.2.6 do edital, caso já as tenham apresentado e possuam a inscrição no Cadastro de Fornecedores da Câmara Municipal de Itapevi (RC), devendo apresentá-la juntamente com os demais documentos de “HABILITAÇÃO”, conforme Art. 2º do Anexo I da Resolução nº 001/2014;

9.5.5.10. - Na hipótese de os documentos constantes nos subitens 9.5.2.2 a 9.5.2.6 do edital estarem vencidos na data estabelecida no preâmbulo do edital, estes deverão ser apresentados independente da vigência de sua inscrição no Cadastro de Fornecedores da Câmara Municipal de Itapevi (RC), conforme Art. 7º do Anexo I da Resolução nº. 001/2014.

9.5.5.11. - Se ocorrer a desclassificação ou a inabilitação da licitante vencedora, a Câmara poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar a licitação.

9.5.5.12. - Se todas as proponentes forem inabilitadas, a Câmara poderá fixar o prazo de 08 (oito) dias úteis para a apresentação de nova documentação, escoimadas das causas que ensejaram a inabilitação.

10- DA ABERTURA DOS ENVELOPES:

10.1. - Os **envelopes 1, 2, 3 e 4**, juntamente com as declarações previstas no Edital, fora dos envelopes, serão recebidos na data e horário estipulados no preâmbulo do Edital e em seguida, em ato público, serão rubricados pela Comissão, pelas licitantes presentes e após remetidos para exame da Subcomissão.

10.1.1. - Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local

anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação da Comissão em contrário;

10.1.2. - Os integrantes da Subcomissão Técnica **NÃO** poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preço.

10.2. - PRIMEIRA SESSÃO:

10.2.1. - Abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

10.2.1.1. - identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no item 7;

10.2.1.2. - entrega dos **envelopes 1, 2, 3 e 4**, juntamente com as declarações previstas no Edital, fora dos envelopes.

10.2.1.2.1. - O não recebimento do **envelope 1**, também impedirá de receber os demais envelopes da mesma licitante.

10.2.1.3. - rubricar, no fecho, os envelopes 2 e 4 que permanecerão fechados sob a guarda da Comissão Permanente de Licitação, e separá-los dos envelopes 1 e 3;

10.2.1.4. - retirada do conteúdo do envelope 1 e 3.

10.2.1.5. - a Comissão rubricará e analisará o material retirado dos envelopes e os licitantes irão somente rubricar o material, sem exame de seu conteúdo, orientados e acompanhados pela Comissão.

10.2.2. - Após o encerramento do prazo para recebimento dos envelopes, nenhum outro envelope, documento ou embalagem será recebido.

10.2.3. - A Comissão, antes da abertura do **envelope 1**, adotará medida para evitar que seus membros e/ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

10.2.4. - Abertos os **envelopes 1 e 3**, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

10.2.5. - A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos **envelopes 1 e 3** observarão os seguintes procedimentos:

- a) suspensão da sessão para análise individualizada e julgamento, pela subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária e Capacidade de Atendimento e dos Relatos de Solução de Problema de Comunicação;
- b) encaminhamento pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos **envelopes 1**;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, do relatório de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, com a pontuação e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos **envelopes 3**;
- e) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão do relatório de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento e aos Relatos de Solução de Problema de Comunicação, com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram em cada caso.

10.2.6. - Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 11.4, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

10.2.7. - O disposto no subitem 11.4 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos envelopes 2.

10.2.8. - As planilhas conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento e Relato de Solução de Problemas de Comunicação de cada licitante.

10.3. - SEGUNDA SESSÃO:

10.3.1. - Após receber os relatórios de julgamento das Propostas Técnicas (envelopes 1 e 3) respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação designará nova data e horário para realização da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta:

- a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante na sessão anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no item 7;
- b) abertura do receptáculo contendo o **envelope 2** ;
- c) abertura e rubrica do conteúdo do **envelope 2**, cotejo das vias não identificadas (**envelope 1**) com as vias identificadas (**envelope 2**) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

d) elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica.

d1) executar o sorteio previsto no subitem 11.15., quando for o caso.

10.3.2. - Será proclamado o resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação, assim como as licitantes que foram desclassificadas.

10.3.3. - Do resultado do julgamento e classificação ou desclassificação, caberá recurso.

10.3.3.1. - Havendo desistência expressa de todos os concorrentes do direito de interpor recurso, o que constará em Ata, a Comissão dará prosseguimento ao certame.

10.4. - TERCEIRA SESSÃO:

10.4.1. - Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão designará nova data e horário para a sessão de abertura das Propostas de Preço – **Envelope 4** das Licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no item 7;
- b) abertura dos envelopes 4, exame e rubrica de seus conteúdos pela Comissão e representantes;
- c) julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços, nos termos da exigência fixada no Edital, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação; e
- d) Do julgamento das propostas caberá recurso.

10.5. QUARTA SESSÃO:

10.5.1. - Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão designará nova data e horário para a sessão de recebimento e abertura dos documentos de Habilitação – **Envelope 5** das Licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no item 7;
- b) recebimento e abertura dos **envelopes 5**, das empresas classificadas e decisão sobre a habilitação, conforme exigências fixadas neste Edital;

- c) caso a Comissão julgue necessário fazer o exame internamente, encerra-se a sessão; e
- d) Do resultado do julgamento habilitação e inabilitação, caberá recurso.

11. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS:

A) JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

11.2. Serão levados em conta pela Subcomissão, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

11.2.1. Plano de Comunicação Publicitária

11.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- a) Das funções e do papel da CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI nos contextos social, político e econômico;
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI com seus públicos;
- c) Das características da CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) Do desafio de comunicação expresso no Briefing;
- f) Das necessidades de comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI para solucionar esse desafio.

11.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI e a seu desafio 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 do conceito proposto para a comunicação da CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI com seus públicos;
- d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação expresso no Briefing;
- e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI, o mercado no qual se insere, seu desafio de comunicação, seus públicos, os objetivos de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

11.2.1.3. Ideia Criativa

- a) Sua adequação ao desafio de comunicação exposto no Briefing;
- b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) Simplicidade da forma sob a qual se apresenta; (máximo de 2 pontos)
- g) Sua pertinência às atividades da CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou material apresentados;
- i) A exequibilidade das peças e/ou do material;
- j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou no material aos meios e aos públicos propostos.

11.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI;
- e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e /ou do material;
- f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

11.2.2. Capacidade de Atendimento

- a) O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI;
- d) A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição na execução do Contrato;

- e) A operacionalidade do relacionamento entre a CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) 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 a licitante colocará regularmente à disposição da CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI, sem ônus adicional, durante a vigência do Contrato.

11.2.3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- a) A evidência de planejamento publicitário;
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) A relevância dos resultados apresentados;
- d) A concatenação lógica da exposição.

11.3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

Quesitos/Subquesitos		Pontos
Plano de Comunicação Publicitária		75
Raciocínio Básico	10	
Estratégia de Comunicação Publicitária	25	
Ideia Criativa	25	
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15	
Capacidade de Atendimento		15
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		10
Pontuação Máxima Total		100

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

11.3.2 A Subcomissão reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a **20% (vinte por cento)** da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

11.3.3. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em relatórios as razões que os levaram a manter a

pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

11.3.4. A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

11.3.5. Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação.

11.4 Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas.

B) DA PROPOSTA DE PREÇOS

11.5. Deverá ser apresentada apenas com as informações constantes do **ANEXO III - Modelo de Proposta de Preços**.

11.6. 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 alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

11.7. As propostas das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

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

11.9. A licitante deverá apresentar uma única proposta de preços da qual constarão os seguintes itens:

- a) honorários sobre serviços externos de produção intermediados pela agência;
- b) honorários sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento como a intermediação e supervisão da agência;
- c) honorários sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência;
- d) honorários sobre o valor da mídia digital contratada por intermédio da agência, quando o veículo não remunerar esta com o desconto de agência;
- e) percentual de desconto sobre os custos internos, baseado na tabela de Custo Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo – SINAPRO/SP vigente na data da publicação do aviso desta licitação, a ser concedido pela agência à CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI.

11.10. A proposta também deve consignar, sem estar sujeita à pontuação, os percentuais máximos a serem pagos pela Câmara:

11.10.1 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.

11.10.2 Aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas a peças, sobre o valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por direito igual ao inicialmente pactuado.

11.11 A proposta de política de preços deverá levar em consideração que a Câmara efetuará o pagamento no prazo de até 30 dias, a contar do recebimento da nota fiscal.

11.12. Os preços ofertados pela licitante devem incluir todos os custos diretos e indiretos relativos aos objetos deste instrumento convocatório, inclusive materiais de uso e consumo para consecução dos serviços, assessoria de marketing, planejamento, criação, mão-de-obra, bem como todos os encargos tributários sociais, trabalhistas, previdenciários, securitários ou quaisquer outros custos decorrentes ou que venham a ser devidos em razão do objeto deste edital, não cabendo ao órgão contratante custos adicionais.

11.12.1. A Classificação se dará da seguinte forma:

a) percentual de honorários sobre produção e execução técnica externa, com a intermediação e supervisão da agência, de peças ou material:

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
100	Até 10%
80	11%
60	12%
40	13%
20	14%
10	15%

b) percentual de honorários sobre o planejamento e a 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 ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisões da agência:

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
100	Até 10%
80	11%
60	12%
40	13%
20	14%
10	15%

c) percentual de honorários sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência:

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
100	Até 10%
80	11%
60	12%
40	13%
20	14%
10	15%

d) percentual de honorários sobre a contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunerar a agência pelo desconto de agência:

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
100	Até 15%
80	16%
60	17%
40	18%
20	19%
10	20%

e) desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, fixados nos limites estabelecidos no quesito 9.4:

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTO INTERNOS
100	De 60% ou acima de 60%
80	De 50% a 59%
60	De 40% a 49%
40	De 30% a 39%

11.12.2. Serão consideradas as melhores propostas de preço aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

NFPP= Nota final da Proposta de preço

D1 – Pontuação aplicada ao percentual sobre honorários de produção externa

D2 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre pesquisa e outros instrumentos de avaliação

D3 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre formas inovadoras de comunicação

D4 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre o valor da mídia intermediada pela agência, que não enseje o pagamento do desconto de agência pelos veículos de divulgação

D5 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custo Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo

$$NFPP = \frac{D1+D2+D3+D4+D5}{5}$$

C) DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

11.13. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo:

$$PF = (NFPT \times 0,60) + (NFPP \times 0,40), \text{ onde:}$$

PF = Pontuação final

NFPT = Pontuação relativa à proposta técnica

NFPP = Pontuação relativa à proposta de preço

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

- Estratégia de Comunicação Publicitária;
- Ideia Criativa;
- Raciocínio Básico; e

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.15. Após a utilização do critério de desempate, persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio que ocorrerá em sessão pública.

11.16. Será considerada vencedora, a Licitante mais bem classificada no julgamento final da média ponderada entre as Propostas Técnicas e de Preços.

11.17. Será assegurado, como critério de desempate, preferência de contratação para as microempresas e empresas de pequeno porte, entendendo-se como empate ficto aquelas situações em que a pontuação final, constituída pela média ponderada das pontuações das Propostas Técnica e de Preço, alcançada pelas microempresas e empresas de pequeno porte, sejam superiores em até 10% (dez por cento) à média ponderada apresentada pela licitante mais bem classificada e desde que não seja esta uma microempresa ou empresa de pequeno porte.

11.18. Caso fique evidenciado o empate ficto, nos moldes do item 11.17, a empresa ME/EPP será convocada para que, caso deseje, ofereça um preço menor do que o já apresentado. Nesse caso, será recalculada sua pontuação relativa à proposta de preço (NFPP) e em seguida sua pontuação final (PF). Sendo a pontuação final da ME/EPP maior que a pontuação final do 1º colocado que não seja ME/EPP, a ME/EPP, beneficiada pela LC 123/06, vencerá.

11.19. Ocorrendo o empate entre microempresas e empresas de pequeno porte, será realizado sorteio entre elas.

11.20. As empresas ME/EPP que desejarem usufruir dos benefícios de que trata a Lei Complementar nº 123/2006 deverão apresentar a declaração prevista no ANEXO VII.

12. DA HABILITAÇÃO:

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

12.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será excluída do certame.

12.1.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista no subitem 9.5.

12.2. A Comissão analisará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

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

12.3. DISPOSIÇÕES GERAIS SOBRE OS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO:

12.3.1. Serão aceitas certidões positivas de débito, com efeitos de negativa, nos termos do artigo 206 do Código Tributário Nacional.

12.3.2. Se a licitante for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz, e se for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.

12.3.3. Caso a licitante pretenda que um dos seus estabelecimentos, que não o participante desta licitação, execute o futuro contrato, deverá ser apresentada a documentação de ambos os estabelecimentos.

12.3.4. Para efeito da validade das certidões de regularidade de situação perante a Administração Pública, se outro prazo não constar da lei ou do próprio documento, será considerado o lapso de 06 (seis) meses entre a data de sua expedição e a da abertura do certame.

12.3.5. A aceitação dos documentos obtidos via "internet" ficará condicionada à confirmação de sua validade, também por esse meio, pela Comissão Permanente de Licitação.

12.3.6. Os documentos poderão ser apresentados no original, por qualquer processo de cópia reprográfica autenticada por tabelião por força de Lei, ou a publicação em órgão da imprensa na forma da lei e serão anexados ao processo licitatório, inclusive na hipótese da apresentação de documentos originais.

12.3.7. As autenticações poderão ser feitas pelos membros da Comissão, mediante cotejo da cópia com o original.

12.3.8. Os documentos exigidos para habilitação não poderão ser substituídos por protocolos que configurem o seu requerimento, não podendo, ainda, ser apresentados posteriormente ao prazo fixado para a abertura do certame, exceto na situação do subitem 9.5.2.8.2.

13. DA ADJUDICAÇÃO, DA HOMOLOGAÇÃO, E CONTRATO:

13.1. Após o julgamento, a Comissão encaminhará o processo à Coordenadoria de autoridade competente para, a seu critério, adjudicar e homologar o objeto do certame à empresa vencedora e, após, a adjudicatária será convocada para assinar e retirar o Contrato.

13.2. As cláusulas gerais do instrumento contratual constam do **ANEXO IX**, deste Edital.

13.3. A adjudicatária deverá no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data da convocação, comparecer para assinatura do contrato, observado o prazo de validade da proposta.

13.4. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado por igual período mediante solicitação expressa da adjudicatária.

13.5. Na hipótese do não atendimento à convocação para assinatura do instrumento contratual ou havendo recusa em recebê-lo, fica facultado à Administração, desde que haja conveniência, proceder a adjudicação às demais licitantes, observada a ordem de classificação das propostas e a legislação vigente.

13.6. A contratada deverá prestar garantia no valor de 1% (um por cento) do valor do contrato, em conformidade com a legislação vigente, observando o disposto na cláusula oitava da minuta de contrato (ANEXO IX).

14. DO RECEBIMENTO DO OBJETO

14.1. O objeto desta licitação será recebido pela unidade requisitante, consoante o disposto no artigo 73 e 74, da Lei federal nº 8.666/93 e demais normas pertinentes.

14.2. Constatadas irregularidades na execução do objeto, a Administração poderá:

- a) Refutá-lo no todo ou em parte, determinando a substituição de produto, refazimento dos serviços ou rescindir a contratação, sem prejuízo das penalidades previstas.
- b) Na hipótese de substituição de produto ou refazimento de serviços, a contratada deverá fazê-lo em conformidade com as condições estabelecidas no instrumento contratual, no prazo máximo de 15 dias, contados da notificação por escrito, sem que isto implique em quaisquer ônus para a Câmara Municipal de Itapevi.
- c) Na impossibilidade de serem substituídos ou refeitos, aplicar-se-ão as sanções cabíveis.

14.3. Os direitos autorais, patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análise e planos), peças, acompanhadas de demais materiais de publicidade, de sua propriedade

exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste contrato serão cedidos à Câmara Municipal de Itapevi.

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

14.3.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração no contrato.

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

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

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

14.3.6. A Câmara será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento do contrato fruto da licitação, sejam estes passíveis ou não de proteção de Direito de Propriedade Intelectual.

15- ESCLARECIMENTOS, IMPUGNAÇÕES E RECURSOS:

15.1- Quaisquer pedidos de esclarecimentos em relação a eventuais dúvidas na interpretação deste edital deverão ser encaminhados por escrito à Comissão de Licitações, na Câmara Municipal de Itapevi, através do e-mail: licitacao@itapevi.sp.leg.br, em até 02 (dois) dias úteis anteriores à data de entrega dos envelopes;

15.2- As impugnações, deverão ser assinadas por representante legal, encaminhadas aos cuidados da Coordenadoria de Licitações e Contratos e protocoladas na Seção de Expediente e Protocolo, no endereço a Rua Arnaldo Sérgio Cordeiro das Neves, nº 80 – Vila Nova Itapevi – Itapevi – SP, CEP: 06694-090, das 08h às 17h, em até 02 (dois) dias úteis anteriores à data de entrega dos envelopes, **ou através do e-mail:** licitacao@itapevi.sp.leg.br.

15.3- Os recursos deverão estar assinados por representante legal, ser encaminhados aos cuidados da Coordenadoria de Licitações e Contratos e dirigidos ao Presidente da Comissão Permanente de Licitação, devendo ser protocolados no Setor de Protocolo, no endereço a Rua Arnaldo Sérgio Cordeiro das Neves, nº 080 – Vila Nova Itapevi – Itapevi – SP, das 08h às 17h, no prazo e na forma dispostos na Lei, **ou através do e-mail:** licitacao@itapevi.sp.leg.br.

16 – DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

16.1- Os preços propostos, deverão ser expressos em Reais (R\$), com duas casas decimais, referentes à data da apresentação da Proposta Comercial;

16.2- Os pagamentos serão realizados em até 10 (dez) dias úteis a contar da apresentação da Nota Fiscal, após regular recebimento do objeto da licitação mediante atestado de execução emitido pela Coordenadoria de Comunicação;

16.3- Quando da emissão da nota fiscal/fatura, a empresa deverá fazer constar no seu corpo o número do Contrato, sendo que na sua ausência a mesma será recusada;

16.4- Nos pagamentos efetuados com atraso, serão acrescidos: correção monetária pelo índice do IPCA/IBGE, juros moratórios legais em 0,5% (meio por cento) ao mês *pro rata die*; acréscimos estes incidentes sobre a (s) parcela (s) em atraso, independentemente das perdas e danos;

16.5- Os pagamentos deverão ser efetuados mediante depósito em conta bancária, conforme dados informados pela CONTRATADA junto com o envio da nota fiscal.

16.6- Nos termos do § 3º da IN 2145/2023, para fins do disposto em seu § 2º, a pessoa jurídica fornecedora do bem ou prestadora do serviço amparado pela isenção, não incidência ou alíquota zero deverá, no ato da assinatura do contrato, apresentar à Contratante declaração de acordo com os modelos constantes dos Anexos II, III ou IV da IN 1234/2012, conforme o caso, assinada pelo seu representante legal.

17- DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA: As despesas decorrentes da presente licitação correrão por conta da dotação orçamentária nº 01.01.01.01.131.0021.2080.33.90.3988.

18- PENALIDADES:

18.1- Sem prejuízo do disposto no artigo 87 da Lei Federal nº 8.666/93, o adjudicatário ou a contratada ficará sujeito às seguintes penalidades:

I - os casos de descumprimento contratual de natureza leve e de menor potencial ofensivo, nos quais a contratada (ainda que tenha adotado medidas corretivas) mereça ser repreendida e/ou alertada de que a reincidência implicará penalidade de maior gravame, ensejarão advertência;

II - o atraso injustificado na execução do contrato de prestação de serviços, na execução de obra ou na entrega de materiais, sem prejuízo do disposto no § 1º do artigo 86 da Lei nº 8.666/93, sujeitará a contratada à multa de mora calculada sobre o valor da obrigação não cumprida, a partir do primeiro dia útil seguinte ao término do prazo estipulado:

a) de 0,5% (meio por cento) ao dia, para atraso de até 15 (quinze) dias corridos;

b) superados os 15 (quinze) dias corridos, a partir do 16º a multa será de 1% (um por cento) ao dia, limitado a 30 (trinta) dias corridos e aplicada em acréscimo à da alínea "a";

c) após 30 (trinta) dias corridos, fica caracterizada a inexecução parcial ou total, conforme o caso, aplicando-se o disposto no inciso III, cumulativamente a este.

III - a inexecução total ou parcial das obrigações contratuais, relacionadas à entrega do objeto ou à de documentos exigidos no edital, submeterá a contratada:

a) aplicação de multa correspondente a até 10% (dez por cento) sobre o valor da obrigação não cumprida; ou

b) pagamento correspondente à diferença de preço decorrente de nova licitação para o mesmo fim.

IV - a recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato, aceitar ou retirar instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido pela Administração da Câmara Municipal de Itapevi caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-o às seguintes penalidades:

a) multa de 10% (dez por cento) sobre o valor do contrato; ou,

b) pagamento correspondente à diferença de preço decorrente de nova licitação para o mesmo fim;

c) impedimento de licitar e contratar com a Administração, por prazo não superior a 2 (dois) anos.

V - a entrega de documentação falsa, o retardamento imotivado da execução contratual, o comportamento inidôneo e a fraude, trabalhista ou fiscal, implicarão a emissão da declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, a quem lhe der causa, observado o disposto no inciso IV e §3º do artigo 87 da Lei nº 8.666/93.

18.2- O simples pagamento da multa não eximirá as partes da obrigação de sanar a falha ou irregularidade a que deu origem.

18.3- As importâncias pecuniárias resultantes da aplicação das multas previstas neste contrato em favor da CONTRATANTE serão passíveis de inscrição e cobrança na Dívida Ativa.

18.4- O simples pagamento da multa não eximirá as partes da obrigação de sanar a falha ou irregularidade a que deu origem.

18.5- As importâncias pecuniárias resultantes da aplicação das multas previstas neste contrato em favor da CONTRATANTE serão passíveis de inscrição e cobrança na Dívida Ativa.

19- DOCUMENTOS QUE INTEGRAM O PRESENTE EDITAL:

Anexo I – Memorial Descritivo;

Anexo II – Briefing;
Anexo III - Modelo de Proposta Comercial;
Anexo IV - Modelo de Credenciamento;
Anexo V – Modelo de Declaração de Concordância aos Termos do Edital e Inexistência de Fatos Supervenientes Impeditivos da Habilitação;
Anexo VI – Modelo de Declaração de situação regular perante o Ministério do Trabalho;
Anexo VII – Modelo de Declaração de que estão enquadradas como microempresa ou empresa de pequeno porte nos termos do art. 3º da Lei Complementar nº. 123/06;
Anexo VIII – Modelo de Declaração de que o conteúdo da proposta foi elaborado de forma independente;
Anexo IX – Minuta de Contrato;
Anexo X - Termo de Confidencialidade;
Anexo XI - Termo de Ciência e Notificação; e
Anexo XII - Declaração de documentos à disposição do TCE-SP;

20- A Câmara Municipal de Itapevi se reserva o direito de revogar ou anular a licitação ou declarar nulo o contrato que dela resultar, hipóteses em que nenhuma indenização será devida aos licitantes, ressalvado o disposto no parágrafo único do artigo 59 da Lei Federal nº 8666/93.

Itapevi, 04 de outubro de 2023.

A Comissão Permanente de Licitação:

Enéas Costa dos Santos – Presidente

André da Silva Gomes – Membro

Carlos André Cavalcante Silva – Membro

Caroline Pires Col Freiria – Membro

Moacir Campos dos Santos - Membro

Ciente e de acordo:

Thiago da Silva Santos – Presidente da Câmara

ANEXO I
MEMORIAL DESCRITIVO – TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO

1.1. Constitui objeto da presente Memorial Descritivo (Termo de Referência) a contratação de empresa especializada na prestação de serviço de publicidade/comunicação pública para realização de atividades integradas que possibilitem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação institucional e de utilidade publicitária para atender às necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Itapevi, bem como, na forma da disposição do parágrafo 1º, incisos I, II e III do artigo 2º da Lei 12.232/2010, executar, como atividades complementares, os serviços pertinentes:

- 1.1.1. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- 1.1.2. À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias; à produção e à execução técnica das peças e ou materiais criados pela agência contratada;
- 1.1.3. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem 1.1.1 terão a finalidade de:
 - a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Câmara Municipal de Itapevi, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
 - b) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
 - c) Possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.
- 1.1.4. Contratar e manter ferramenta de gerenciamento de mídias sociais e atendimento multicanal.

2. DA JUSTIFICATIVA

2.1 A Coordenadoria de Comunicação tem por finalidade assessorar a Câmara Municipal de Itapevi nas áreas de comunicação social, promover a divulgação das ações da CMI e dos seus órgãos, disseminar informações de interesse público, coordenar a e acompanhar a criação e veiculação da publicidade institucional relativa a planos, programas, projetos e ações, estabelecendo políticas e diretrizes, objetivando a manutenção de um fluxo permanente de informação à sociedade de acordo com o plano de comunicação estabelecido anualmente pela Coordenadoria de Comunicação.

2.2. O Poder Legislativo Municipal tem mantido seu compromisso com a mudança e a construção de uma sociedade com mais justiça social e igualdade, baseado no diálogo permanente com a sociedade do município, no respeito às pessoas e, sobretudo, construindo projetos de governo e políticas públicas que tem a população de Itapevi como sua prioridade máxima.

2.3. As ações do Município, através de sua Câmara de Vereadores, têm sido orientadas em quatro eixos estruturantes, intersetoriais e transversais, sem prejuízo de novas demandas que possam ir surgindo ao longo da gestão. Esses eixos estão integrados entre si e são na sua essência, indivisíveis e, portanto, transversais aos demais. São eles:

- a) Enfrentar as diferenças sociais com um conjunto de políticas, programas, projetos e ações, direcionados à garantia do efetivo exercício de cidadania da população e continuar construindo oportunidades que garantam o usufruto dos direitos sociais, políticos e culturais para todos;
- b) Cuidar bem do dinheiro público e modernização da gestão pública que traduz o compromisso de uma gestão pautada pela correta aplicação dos recursos públicos, assegurando a cobertura das políticas com as oportunidades de emprego, trabalho, renda e cidadania, possibilitando ainda a modernização contínua da administração pública;
- c) Promover o desenvolvimento para todos que reflete a luta permanente e persistente para construir oportunidades de maior acesso da população aos benefícios decorrentes do desenvolvimento sustentável, focado nas pessoas e suas demandas econômicas, sociais, culturais e ambientais e na valorização da cultura e das identidades da população.
- d) Ampliar a infraestrutura e logística com desenvolvimento para todos com o objetivo de reestruturar as ações dessa área visando acessibilidade e utilização democrática dos espaços públicos, na perspectiva de garantir mobilidade das pessoas e bens no território do município e indicar novas possibilidades de qualificar a experiência cotidiana do cidadão.

2.4. Entende-se, assim que o jeito correto de governar, através do poder legislativo, também exige uma forma correta de se comunicar com a sociedade, construindo canais de comunicação eficazes para levar a todos os moradores do município conhecimento sobre os atos administrativos e de gestão do município, mas também ouvir permanentemente os anseios da população.

2.5. A sociedade da informação que estamos vivenciando, se caracteriza pela necessidade de respostas rápidas e por uma cultura acentuadamente voltada aos relacionamentos internos e externos, com transformações que se localizam principalmente nas formas e no tempo de distribuição de informação, resultado de inovações tecnológicas e da importância ofertada ao desenvolvimento social.

2.6. O ambiente da comunicação também mudou, com a inclusão das novas tecnologias que, de um lado, oferecem mais recursos e, de outro, aceleram os processos e alteram uma cultura bastante tradicional de relacionamento entre as comunidades interna e externa das organizações. Assim, temos notícias via satélite e por redes de crescente autonomia comunicacional do cidadão, a diminuição da prestação de serviços públicos presenciais, o crescente envolvimento

da mídia com o mercado, enfim tudo parece indicar que existe uma grande transformação da cultura de comunicação na sociedade contemporânea.

2.7. Observa-se, portanto, que a comunicação da administração pública visando a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas e o reconhecimento das ações promovidas nos campos político, econômico e social é de vital importância para o atingimento das metas estabelecidas.

3. DA CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E SEU FUNDAMENTO

3.1. A contratação de serviços publicitários pela Administração Pública deverá ser precedida de correspondente processo licitatório, sob pena de incorrerem as autoridades responsáveis, em infrações legais, inclusive decorrentes da prática de atos de improbidade administrativa, além de outros.

3.2 A Lei n.º 12.232/2010, em seu artigo 1º. estabelece a obrigatoriedade da realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela administração pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, aí abrangidos os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela união, Estados e Municípios.

3.2.Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei n.º 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei n.º 12.232/2010.

4. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

4.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado de acordo com a seguinte formatação:

- a) Em papel tipo sulfite, A4 – de até 90 g/m² branco;
- b) Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda, capa e contracapa em papel sulfite branco, formato A4, branco e com até 90 g/m²;
- c) Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- d) Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- e) Espaçamento “simples” entre linhas e opcionalmente duplo entre parágrafos, títulos e subtítulos.
- f) Alinhamento justificado do texto.
- g) Texto e numeração de páginas em fonte “Arial”, cor “automático”, corpo 12 (doze);
- h) Numeração em todas as páginas, em fonte Arial 12, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito;

4.4. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças da Ideia Criativa, estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquestos.

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

4.6. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Apêndice Briefing, parte deste Termo de Referência, observadas as seguintes disposições:

4.6.1. Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Itapevi para enfrentar os desafios ou os problemas gerais e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados;

4.6.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

- a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- b) Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar;

4.6.3. Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- a) Apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça e ou material.
- b) Da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar 10 (dez) peças como exemplos para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

4.6.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: constituída de:

- a) Apresentação em que a licitante explicitará a justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) Simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), com duração de 60 (sessenta) dias.

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

- a) O período de distribuição das peças e ou material;
- b) As quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) Os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) As quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;
- g) Os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia;
- h) Nessa simulação:
- i) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- j) Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei n.º 4.680/1965;
- k) Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

- l) Para veículos de comunicação e divulgação que não atuem com tabelas de preços públicas, mas que possam ser considerados como formas inovadoras de comunicação (tais como mídia programática, *trading desks* e redes sociais) a licitante deverá informar o montante de investimento proposto a ser utilizado com essas ferramentas no âmbito de sua estratégia, assim como para o alcance dos objetivos previamente estabelecidos, definindo em sua proposta quais métricas serão utilizadas para atingi-los (ex: cpm, true views, taxa de impressão, geração de leads, custo por alcance, cpc, cpe, custo por visualização de vídeo, custo por curtida, entre outros).
- m) Para fins desta licitação, a publicidade em plataformas digitais, a exemplo da programação de publicidade nas redes sociais Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, está inserida no conceito de forma inovadora de comunicação.

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

4.7. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

I – Ter a identificação da licitante;

II – Ser datado;

III – Estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Capacidade de Atendimento

4.8. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em cadernos específicos, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.8.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos neste item poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

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

- a) Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
- b) A quantificação e a qualificação sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da

- execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.
- c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
 - d) A sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
 - e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Anunciante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

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

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

4.11. A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes. O Relato:

- a) Será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;
- b) Deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;
- c) Não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pela Câmara Municipal de Itapevi.
- d) - Deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

4.12. A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.

4.13. propostas de que trata o subitem 4.11 devem ter sido implementadas a partir de 01.01.2020

4.14. É permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

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

4.15. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) Relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no Edital.

5. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

5.1. A Subcomissão Técnica prevista neste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

5.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

5.3. Plano de Comunicação Publicitária.

5.4. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

- a) Das funções e do papel da Câmara Municipal de Itapevi nos contextos social, político e econômico;
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal de Itapevi com seus públicos;
- c) Das características da Câmara Municipal de Itapevi e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- d) Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- e) Dos desafios ou dos problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados pela Câmara Municipal de Itapevi.
- f) Das necessidades de comunicação do ANUNCIANTE para enfrentar esses desafios ou problemas.

5.5. Estratégia de Comunicação Publicitária:

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Câmara Municipal de Itapevi e a seus desafios ou problemas, geral e ou 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 do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Itapevi com seus públicos;

- d) A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios ou dos problemas, geral e ou específico, de comunicação da Câmara Municipal de Itapevi;
- e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
- f) A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Itapevi, o mercado no qual se insere, seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

5.6. Ideia Criativa:

- a) Sua adequação aos desafios ou problemas geral e ou específico, de comunicação da Câmara Municipal de Itapevi;
- b) Sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) Sua pertinência às atividades da Câmara Municipal de Itapevi e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) A exequibilidade das peças e ou do material;
- j) A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

5.7. Estratégia de Mídia e Não Mídia:

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Itapevi;
- e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

5.8. Capacidade de Atendimento:

- a) O porte e a tradição dos clientes atuais das licitantes e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) A experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

- c) A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Itapevi;
- d) A adequação das instalações da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) A operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal de Itapevi e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) 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 a licitante colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal de Itapevi, sem ônus adicional durante a vigência do contrato.

5.9. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:

- a) A evidência de planejamento publicitário;
- b) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) A relevância dos resultados apresentados;
- d) A concatenação lógica da exposição.

5.10. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

5.11. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS / SUBQUESITOS	PONTOS
Plano de Comunicação Publicitária, sendo:	75 pontos
Raciocínio Básico	20 pontos
Estratégia de Comunicação Publicitária	20 pontos
Ideia Criativa	20 pontos
Estratégia de Mídia e Não Mídia	15 pontos
Capacidade de Atendimento	15 pontos
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10 pontos
Pontuação máxima total	100 pontos

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

5.13. A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

5.14. Será considerada mais bem classificada na fase de julgamento da Proposta Técnica a licitante que obtiver a maior nota.

6. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

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

6.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos do artigo 46, parágrafo 1º da Lei n.º 8.666/1993 **não será aceito:**

- a) **Desconto inferior a 30% (trinta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes;
- b) **Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
- c) **Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos em consonância com novas tecnologias;
- d) **Percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material.
- e) **Percentual de remuneração superior a 20% (vinte por cento)** incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

6.4. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Licitação considerará o preço por extenso.

7. DO PRAZO

O prazo de vigência da presente contratação será de 12 (doze) meses, contados do recebimento da Ordem de Serviço, podendo ser prorrogado, a critério da administração, segundo as disposições do artigo 57 da Lei n.º 8.666/1993 e suas alterações.

ANEXO II BRIEFING

A transparência dos atos da Administração Pública é garantida juridicamente pelo inciso XXXIII do artigo 5º da Constituição Federal. Seu propósito vai além de apenas fornecer acesso à população a dados relativos às ações de governo, buscando também oferecer essas informações de maneira clara e acessível a todos os estratos sociais.

Quanto ao Poder Legislativo, mais especificamente a Câmara Municipal de Itapevi, tem-se observado ao longo dos anos a implementação de ações efetivas com o objetivo de aumentar a participação da sociedade no processo legislativo. Busca-se, dessa forma, envolver diretamente a população do município nas discussões e decisões sobre diversos aspectos da política municipal.

Para concretizar esses objetivos, a Estratégia de Comunicação Institucional da Câmara Municipal de Itapevi desempenha um papel crucial. Seu propósito é divulgar a atuação da Câmara, suas funções e projetos, bem como destacar a importância que exerce na vida da população e a relevância da participação popular no processo legislativo. Tudo isso é feito com o objetivo específico de sedimentar e fortalecer a imagem institucional da Câmara Municipal perante a comunidade.

A Câmara Municipal vem desenvolvendo ações de comunicação institucional de forma a evidenciar seu importante papel na vida do cidadão, com projetos e leis que vão ao encontro das necessidades de uma cidade em franco desenvolvimento.

O briefing contempla uma visão que norteará a campanha a ser desenvolvida na proposta técnica, os objetivos genéricos e específicos de comunicação.

COMUNICAÇÃO GENÉRICA

- ✓ A preservação e o fortalecimento da imagem institucional da Câmara Municipal.
- ✓ Apresentação da Câmara Municipal como agente de desenvolvimento social integrado ao cidadão.
- ✓ Aprimorar o relacionamento Câmara Municipal/Comunidade, a qual atua além da simples prestação de contas de suas ações, mas fazê-lo de forma tal que o cidadão possa compreender e atuar como fiscal máximo dos poderes republicanos, possibilitando maior conhecimento pela população através da difusão de deliberações legislativas, seja no estímulo à participação popular em audiências públicas par discussão de assuntos relevantes, seja no convite à interação popular nas seções ordinárias, extraordinárias, solenes e audiências públicas.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

- ✓ A comunicação da Câmara Municipal deve conter informações objetivas de modo a produzir conhecimento e esclarecimento, contribuindo para aumentar o respeito do cidadão ao Poder Legislativo local, consolidando a sua credibilidade junto à comunidade.
- ✓ O enfoque da comunicação deverá ser fundamentado em objetivos definidos em informações eficientes, direcionadas a toda a população atendida pelas leis elaboradas e aprovadas pela Câmara Municipal.
- ✓ Divulgar os principais projetos em andamento na Câmara Municipal e também demonstrar os resultados legislativos e administrativos da Casa, através de um sistema de transparência administrativa.

AS ATRIBUIÇÕES DA CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI

A Câmara Municipal de Itapevi, Poder Legislativo constituído do Município, compõe-se de Vereadores eleitos nas condições e termos da Constituição da República Federativa do Brasil, Constituição do Estado de São Paulo e na Lei orgânica do Município de Itapevi.

A Câmara Municipal tem funções legislativas, exerce atribuições de fiscalização externa, financeira, orçamentária e patrimonial de controle e de assessoramento aos atos do Executivo e de julgamento político, administrativo, desempenhando ainda as atribuições que lhe são próprias, atinentes à gestão dos assuntos de sua economia interna.

As funções legislativas consistem na elaboração de Emendas à Lei Orgânica do Município, de Leis Complementares, Leis Ordinárias, Decretos Legislativos e Resoluções sobre todas as matérias de competência do Município.

As funções de fiscalização externa são exercidas com o auxílio do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, podendo haver contratação de Auditoria Independente, compreendendo:

- ✓ Apreciação das contas do exercício financeiro, apresentadas pelo Prefeito e pela Mesa Diretora da Câmara Municipal de Itapevi;
- ✓ Acompanhamento das atividades financeiras e orçamentárias do Município;
- ✓ Julgamento da regularidade das contas dos administradores e demais responsáveis por bens e valores públicos.

A função do controle da Administração Pública implica a vigilância dos negócios do Executivo em geral, sob os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e ética político administrativa, bem como a tomada de medida saneadora que se fizer necessário.

A função de assessoramento consiste em sugerir medidas de interesse público ao Executivo, mediante indicações.

A função administrativa é restrita à sua organização interna, à regulamentação de seu funcionalismo e à estrutura e direção de seus serviços auxiliares.

A função julgadora ocorre na hipótese em que é necessário julgar o Prefeito e os Vereadores, quando tais agentes políticos cometem, no exercício de suas funções, infrações político administrativas previstas em lei ou na falta de decoro.

A gestão dos assuntos de economia interna da Câmara Municipal de Itapevi realiza-se através da disciplina regimental de suas atividades e da estrutura e administração de seus serviços auxiliares.

COMUNICAÇÃO ESPECÍFICA PARA A CAMPANHA OBJETO DA PROPOSTA TÉCNICA

A campanha deverá enaltecer o trabalho realizado pela Câmara Municipal de Itapevi, reafirmando o relevante papel da instituição do poder público municipal no desenvolvimento da cidade e na atuação em prol do bem-estar da sociedade de Itapevi.

A ideia é transmitir aos munícipes o quanto é importante à atuação da Câmara Municipal de Itapevi e o quanto sua atuação se relaciona com o cotidiano da população, como órgão de representação democrática de todos os segmentos da comunidade.

Caberá às licitantes, no desenvolvimento da campanha publicitária simulada, avaliar e fornecer as melhores alternativas publicitárias para o alcance dos objetivos elencados.

PÚBLICO ALVO

Considerando os objetivos estratégicos acima referidos e as atividades desenvolvidas pela Câmara Municipal, as ações de publicidade têm como público-alvo toda a população residente em Itapevi, integrantes das classes econômicas A/B e C/D, com idade entre 13 e 70 anos, com variados perfis socioculturais, ocupações e regiões de moradia. Em razão das especificidades dos projetos de leis e das discussões a cargo da Câmara Municipal, o Plano de Comunicação visa atingir, ainda, setores específicos da sociedade, como sindicatos, associações de classes, conselhos de direitos, estudantes, empresários, etc.

VERBA PARA SIMULAÇÃO DO PLANO

Para a campanha simulada a ser desenvolvida pelos licitantes, a verba disponibilizada é de R\$200.000,00 (duzentos mil reais).

DURAÇÃO DA CAMPANHA

Para esta simulação a licitante deverá propor uma campanha com duração de 60 (sessenta) dias, em período que fica a critério de cada uma das licitantes.

RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO



A Câmara Municipal de Itapevi possui, como recursos próprios de Comunicação, que podem ser utilizados na elaboração da campanha simulada a ser apresentada pelas licitantes: Plataformas de comunicação digital Oficiais da Câmara Municipal: Portal Institucional, Yammer (comunicação interna), Instagram, Facebook, LinkedIn, Youtube, Twitter e Malling da Imprensa.

INFORMAÇÕES FINAIS

As informações sobre a Câmara Municipal de Itapevi, contidas neste briefing, deverão ser utilizadas pelas licitantes para o desenvolvimento das campanhas publicitárias previstas no edital, apenas para o desenvolvimento da campanha publicitária simulada a ser apresentada no Plano de Comunicação, contido na Proposta Técnica.

A campanha simulada deverá também contemplar os problemas, questionamentos e objetivos apresentados neste briefing.

As licitantes poderão dar à campanha simulada a denominação ou nome que entenderem mais pertinente, bem como ampliar o foco respectivo, desde que o tema seja efetivamente enfrentado e as questões postas neste documento sejam de fato abordadas, bem como obedecidas as orientações específicas, nele contidas.

ANEXO III
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

(papel timbrado da licitante)

TOMADA DE PREÇOS N.º 003/2023
PROCESSO N.º 056/2023

Ref.: Contratação de empresa especializada na prestação de serviço de publicidade/comunicação pública para realização de atividades integradas que possibilitem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação institucional e de utilidade publicitária para atender às necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Itapevi.

A empresa, estabelecida na, inscrita no CNPJ sob nº, telefone....., e-mail.....propõe prestar à Câmara Municipal de Itapevi, em estrito cumprimento ao previsto no edital da licitação em epígrafe, os serviços conforme abaixo discriminado:

- 1) Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Tomada de Preços n. xxx/2023 promovida pela Câmara Municipal de Itapevi, serão cobrados os seguintes honorários:
 - a) Honorários de% (.....por cento) sobre serviços externos de produção e outros, incumbidos a terceiros, com a intermediação e sob supervisão da agência;
 - b) Honorários de% (.....por cento) sobre pesquisas e instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, com a intermediação e supervisão da agência;
 - c) Honorários de% (.....por cento) sobre formas inovadoras de comunicação publicitária com a intermediação e supervisão da agência;
 - d) Honorários de% (.....por cento) o valor da mídia digital contratada com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos não remunerem a agência pelo desconto de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65; e
 - e) Desconto a ser concedido à Câmara Municipal de Itapevi sobre os custos internos, baseados na tabela referencial de custos internos do Sindicato das Agências de

Propaganda do Estado de São Paulo vigente na data da publicação do aviso desta licitação.....%(..... por cento).

- 2) Ficam definidos, **sem estarem sujeitos à pontuação**, os percentuais máximos a serem pagos pela Câmara Municipal de Itapevi:
 - a) Remuneração de até 100% (cem por cento) aos 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; e
 - b) Remuneração de até 100% (cem por cento) aos detentores dos direitos patrimoniais de uso de obras consagradas, incorporadas às peças e campanhas publicitárias realizadas, na reutilização destas por período igual ao inicialmente pactuado.
- 3) Declaramo-nos cientes de que a Câmara Municipal de Itapevi procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em Lei.
- 4) Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas no subitem 14.3.
- 5) Declaramos que nos comprometemos em envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Câmara Municipal de Itapevi as vantagens obtidas.

O prazo de execução do objeto é de 12 (doze) meses corridos a contar do recebimento da Ordem de Serviço, prorrogáveis nos termos da lei.

O prazo de validade da proposta de preços é de 90 (noventa) dias corridos a partir da data do recebimento das propostas pela Comissão Permanente de Licitação.

O prazo para pagamento será de até 10 (dez) dias úteis após o recebimento da nota fiscal, mediante aprovação da Câmara Legislativa do Município de Itapevi.

_____ (Local) _____, _____ (data)

Atenciosamente,

(carimbo, nome e assinatura do responsável legal)

(carteira de identidade número e órgão emissor)



ANEXO IV
MODELO DE CREDENCIAMENTO

(papel timbrado da licitante)

TOMADA DE PREÇOS N.º 003/2023
PROCESSO N.º 056/2023

Ref.: Contratação de empresa especializada na prestação de serviço de publicidade/comunicação pública para realização de atividades integradas que possibilitem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação institucional e de utilidade publicitária para atender às necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Itapevi.

Pelo presente instrumento, a empresa, CNPJ....., com sede na....., através de seu representante legal infra-assinado, credencia Sr. XXXX, portador da cédula de identidade nº, expedida pela SSP/SP, outorgando-lhe plenos poderes para representá-la na sessão pública da Tomada de Preços nº, em especial para acompanhar a sessão de abertura e recebimento da documentação de habilitação e propostas de preços, bem como assinar atas e praticar todos os atos pertinentes ao certame.

_____ (Local) _____, _____ (data) _____

Atenciosamente,

(carimbo, nome e assinatura do responsável legal)

(carteira de identidade número e órgão emissor)

ANEXO V

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE CONCORDÂNCIA AOS TERMOS DO EDITAL E
INEXISTÊNCIA DE FATOS SUPERVENIENTES IMPEDITIVOS DA
HABILITAÇÃO**

(papel timbrado da licitante)

TOMADA DE PREÇOS N.º 003/2023
PROCESSO N.º 056/2023

Ref.: Contratação de empresa especializada na prestação de serviço de publicidade/comunicação pública para realização de atividades integradas que possibilitem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação institucional e de utilidade publicitária para atender às necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Itapevi.

Pelo presente instrumento, a empresa, CNPJ....., com sede na....., através de seu representante legal infra-assinado, declara expressamente que se submete às condições estabelecidas no Edital de Tomada de Preços em pauta e nos respectivos anexos.

Declara, ainda, para todos os fins de direito, a inexistência de fatos supervenientes impeditivos da habilitação ou que comprometam a idoneidade da proponente nos termos do da Lei 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações subsequentes.

_____ (Local) _____, _____ (data)

Atenciosamente,

(carimbo, nome e assinatura do responsável legal)

(carteira de identidade número e órgão emissor)

ANEXO VI

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE SITUAÇÃO REGULAR PERANTE O
MINISTÉRIO DO TRABALHO**

(papel timbrado da licitante)

TOMADA DE PREÇOS N.º 03/2023
PROCESSO N.º 056/2023

Ref.: Contratação de empresa especializada na prestação de serviço de publicidade/comunicação pública para realização de atividades integradas que possibilitem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação institucional e de utilidade publicitária para atender às necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Itapevi.

....., inscrito no CNPJ n.º, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr.(a), portador(a) da Carteira de Identidade n.º e do CPF n.º, DECLARA para fins do disposto no inc. V do art. 27 da Lei n.º 8.666, de 21 de Junho de 1993, acrescido pela Lei n.º 9.854, de 27 de Outubro de 1999, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e que não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos a qualquer tipo de trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de quatorze anos.

_____ (Local) _____, _____ (data)

Atenciosamente,

(carimbo, nome e assinatura do responsável legal)

(carteira de identidade número e órgão emissor)

ANEXO VII

**MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE ESTÃO ENQUADRADAS COMO
MICROEMPRESA OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE NOS TERMOS DO ART.
3º DA LEI COMPLEMENTAR Nº. 123/06**

(papel timbrado da licitante)

TOMADA DE PREÇOS N.º 003/2023
PROCESSO N.º 056/2023

Ref.: Contratação de empresa especializada na prestação de serviço de publicidade/comunicação pública para realização de atividades integradas que possibilitem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação institucional e de utilidade publicitária para atender às necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Itapevi.

A _____(nome da licitante)_____, qualificada como microempresa (ou empresa de pequeno porte) por seu representante legal, inscrita no CNPJ sob nº _____, com sede à _____, declara para os devidos fins de direito que pretende ter preferência no critério de desempate quando do julgamento das propostas, nos termos da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

Declara ainda, não possuir qualquer dos impedimentos previstos nos §§ 4º e seguintes do artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2.006, alterada pela Lei Complementar nº 147, de 7 de agosto de 2.014, cujos termos declaro conhecer na íntegra.

Sendo expressão da verdade, subscrevo-me.

_____(Local)_____, _____(data)_____

Atenciosamente,

(carimbo, nome e assinatura do responsável legal)

(carteira de identidade número e órgão emissor)

ANEXO VIII
MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE O CONTEÚDO DA PROPOSTA FOI
ELABORADO DE FORMA INDEPENDENTE

(papel timbrado da licitante)

TOMADA DE PREÇOS N.º 003/2023
PROCESSO N.º 056/2023

Ref.: Contratação de empresa especializada na prestação de serviço de publicidade/comunicação pública para realização de atividades integradas que possibilitem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação institucional e de utilidade publicitária para atender às necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Itapevi.

Pelo presente instrumento, a empresa, CNPJ....., com sede na....., através de seu representante legal infra-assinado, DECLARA sob as penas da Lei:

- 1) Conhecimento do instrumento convocatório; ter recebido o **ENVELOPE 01**, assim como todos os documentos e informações necessários à participação nesta Concorrência, conhecendo e acatando as condições para o cumprimento das obrigações objeto da licitação;
- 2) Elaboração independente de Proposta:
 - a) Que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente;
 - b) Que a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato desta Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
 - c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
 - d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação; e
 - e) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de



qualquer integrante da Câmara Municipal de Itapevi antes da abertura oficial das propostas.

_____ (Local) _____, _____ (data) _____

Atenciosamente,

(carimbo, nome e assinatura do responsável legal)

(carteira de identidade número e órgão emissor)

- c) à produção e à execução técnica das peças e/ou material criados pela agência contratada.
- 1.1.** As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do item 1 terão a finalidade de:
- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Câmara Municipal de Itapevi, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
 - b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
 - c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.
- 1.2.** Os serviços previstos no item 1. não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.
- 1.2.1.** Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículos de comunicação.
- 2.** A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o artigo 3º da Lei 4.680/65, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1. e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.
- 3.** A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.
- 4.** A CONTRATADA atuará de acordo com solicitação da CONTRATANTE.

CLÁUSULA SEGUNDA – GERENCIAMENTO E FISCALIZAÇÃO

O gerenciamento e a fiscalização da execução do contrato oriundo da presente contratação serão de responsabilidade da Coordenadoria de Comunicação.

- 1.** Sem prejuízo de outras finalidades com objetivo semelhante ou complementar, o fiscal/gestor do contrato fará a avaliação semestral dos serviços prestados, que será considerada instrumento para:

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

- II – subsidiar decisão sobre prorrogação e rescisão contratuais;
- III – subsidiar declaração sobre desempenho da CONTRATADA.

CLÁUSULA TERCEIRA - DO REGIME JURÍDICO DO CONTRATO

Este CONTRATO regula-se pelas suas disposições e por preceitos de Direito Público, aplicando, supletivamente, os princípios da Teoria Geral dos Contratos e as disposições de Direito Privado, sendo que seu regime jurídico confere à CONTRATANTE, conforme o caso, as prerrogativas de:

1. Sem prejuízo do disposto no Artigo 65 da Lei 8.666/93, alterá-lo, unilateralmente e na forma da lei, para melhor adequação às finalidades de interesse público, assegurando o seu equilíbrio econômico-financeiro e os demais direitos da CONTRATADA;
2. Rescindi-los, unilateralmente, nos casos especificados no inciso I do art. 79 da Lei Federal n. 8666/1993;
3. Fiscalizar sua execução;
4. Aplicar sanções previstas em lei ou neste instrumento, em razão de sua inexecução parcial ou total;
5. Anular ou revogar o procedimento nos termos da legislação de regência e utilizar-se das demais prerrogativas permitidas em lei;
6. Manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

CLÁUSULA QUARTA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

Além das demais disposições contidas neste contrato e/ou em lei, constituem obrigações da CONTRATADA:

1. Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.
 - 1.1. Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a intermediação na contratação de fornecedores nos termos do edital, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE, observada a restrição prevista no subitem 1.2 deste contrato;
2. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da Tomada de Preços que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por

profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE;

3. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

- 3.1. Pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículos de divulgação.

- 3.1.1. O disposto no subitem 9.1. não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos à CONTRATADA, nos termos do artigo 18 da Lei 12.232/2010.

- 3.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

- 3.3. A CONTRATADA não poderá, 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.

- 3.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 3.3. constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

4. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 2.1.1.1 e 2.2 no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

5. Observar a seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

- I – fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

- II – só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados junto à Câmara Municipal de Itapevi, como tais, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

- III – apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
- IV – exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
- V – a cotação deverá ser apresentada no original, em pape timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
- VI – juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito e em atividade, CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido;
- VII – a CONTRATADA após recebimento de cada processo de pagamento pela CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de 7 (sete) dias úteis, a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto deste contrato;
- 6.** Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.
- 6.1.** Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do gestor deste contrato.
- 6.2.** Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá:
- a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;
 - b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.
- 6.3.** Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima Terceira para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.
- 6.4.** As disposições dos itens 6 a 6.3 não se aplicam à compra de mídia.
- 7.** Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

- 7.1.** É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:
- I – um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;
 - II – dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.
- 8.** Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito para autorizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.
- 8.1.** A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.
- 9.** Apresentar à CONTRATANTE para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.
- 10.** Apresentar à CONTRATANTE como alternativa ao item 9, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.
- 10.1.** O estudo de que trata o item 10 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.
- 10.1.1.** O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 10.1.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 6 (seis) meses da data de assinatura deste contrato.
- 10.1.2.** Os serviços de aferição e auditoria de mídia, será de responsabilidade da contratada, devendo ser apresentado sob forma de Relatório de Checagem de Veiculação, não gerando quaisquer ônus para a CONTRATANTE. Devendo, na impossibilidade, apresentar uma declaração de que efetivamente foi veiculado nas mídias, sob as penas da lei.
- 10.1.3.** Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no item 10, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à

CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

11. Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:
 - a) TV e Cinema: cópias em *Betacam* e/ou arquivos digitais;
 - b) internet: cópias em arquivos digitais;
 - c) Rádio: cópias em arquivos digitais; e
 - d) Mídia impressas e material publicitário: cópias digitais.
12. Manter, durante o período de 05 (cinco) anos, após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e/ou material produzidos, independentemente do disposto no item 11.
13. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.
 - 13.1. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 11.
14. Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.
15. Registrar em relatório de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviços entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias do desempenho de suas tarefas e responsabilidades.
 - 15.1. Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato.
 - 15.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.
16. Tomar providências, imediatamente em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

17. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.
18. Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
19. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.
20. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na licitação que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4º e seu parágrafo primeiro da Lei 12.232/2010.
21. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infração a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.
22. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.
23. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, de encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
24. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
25. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.
26. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.
27. Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

- 28.** Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.
- 29.** Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.
 - 29.1.** Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.
- 30.** Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

CLÁUSULA QUINTA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

Além das demais disposições contidas neste contrato e/ou em lei, constituem obrigações da CONTRATANTE:

- 1.** Efetuar o pagamento dos serviços contratados, no valor, na forma e nas condições estabelecidas neste contrato;
- 2.** Fornecer as informações, documentos, dados e diretrizes de seu alcance, quando solicitados pelo CONTRATADA, e quando necessários ou úteis à execução dos serviços contratados;
- 3.** Promover a fiscalização do presente contrato, efetuar suas medições e atestar o recebimento em termos dos serviços, quando este estiver em acordo com as diretrizes estabelecidas;
- 4.** Comunicar a CONTRATADA, por escrito, qualquer suspensão, interrupção, alteração unilateral ou anormalidade verificada na execução ou no controle dos serviços, bem como qualquer fato que possa colocar em risco a segurança e a qualidade dos serviços e sua execução dentro do prazo pactuado;

5. Sem prejuízo da utilização de suas prerrogativas, garantir a CONTRATADA todos os direitos e garantias constitucionais e legais concernentes aos contratos administrativos regidos pelo direito público.
6. A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na licitação de que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

CLÁUSULA SEXTA – DO PRAZO DE VIGÊNCIA

1. O presente contrato terá prazo de vigência de 12 (doze) meses, contados a partir do recebimento da Ordem de Serviço, podendo ser prorrogado, a critério da administração, segundo as disposições do artigo 57 da Lei n.º 8.666/1993 e suas alterações.

CLÁUSULA SÉTIMA - DOS VALORES

1. Pela execução efetiva dos serviços ora pactuados, serão devidos pela CONTRATANTE a CONTRATADA o valor Global estimado de R\$, pagos de acordo com a apresentação da nota fiscal referente aos serviços solicitados pela CONTRANTE conforme estabelecido no Item 4 da Cláusula Primeira, sendo esta encaminhada para que seja paga em até 10 (dez) dias úteis a contar do seu recebimento, após o regular recebimento do objeto da licitação mediante atestado da Coordenadoria de Comunicação;
2. Após o período de 12 meses de apresentação da proposta comercial, nos termos do art. 40, inciso XI, da Lei nº 8.666 de 1993 e art. 3º, § 1º, da Lei nº 10.192 de 2001, poderá ser concedido reajuste monetário de preço dos serviços utilizando o índice IPCA (IBGE) ou a tabela SINAPRO atualizada, devendo ser adotado, dentre os indicadores de preço, àquele que apresentar a menor variação percentual;
3. As despesas decorrentes da contratação serão suportadas com recursos da dotação orçamentária: 01.01.01.01.122.0021.2075.33.90.3978 para o exercício de 2023.
4. Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.
5. A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

CLÁUSULA OITAVA – DA GARANTIA CONTRATUAL

1. Como garantia da execução do contrato, a CONTRATADA efetuará, caução de garantia do cumprimento do presente contrato, no valor de R\$_____, correspondente a 1% (um por cento) do valor global estimado do contrato, no prazo de 05 (cinco) dias úteis;
- 1.1. No caso de alteração a maior do valor contratual, a Contratada obriga-se a efetuar o depósito no valor complementar, sendo que o não cumprimento do mesmo implicará a rescisão automática do presente contrato;
- 1.2. A garantia prestada será liberada ou restituída após término do contrato.

CLÁUSULA NONA – DA REMUNERAÇÃO E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta cláusula:

1. Ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, com base na Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo, com a concessão do desconto de % (.....).
2. Percentual de honorários% (.....) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;
3. Percentual de honorários% (.....) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
4. Percentual de honorários% (.....) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material;
5. Percentual de honorários% (.....) incidente sobre veiculação intermediada pela CONTRATADA, que não proporcionem à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.
6. As parcelas devidas deverão ser quitadas em até 10 (dez) dias úteis após o recebimento de cada nota fiscal, juntamente com demonstrativo de dados referentes ao FGTS/INSS;
7. Nos pagamentos efetuados com atraso, serão acrescidos: correção monetária pelo índice do IPCA/IBGE, juros moratórios legais em 0,5% (meio por cento) ao mês pro rata die; acréscimos estes incidentes sobre a (s) parcela (s) em atraso, independentemente das perdas e danos.

8. Os pagamentos deverão ser efetuados mediante depósito em conta bancária, em nome da contratada, conforme dados informados junto com o envio da nota fiscal.
9. Quaisquer tributos ou encargos legais criados, alterados ou extintos, bem como a superveniência de disposições legais, quando ocorridas após a data de assinatura deste contrato, implicarão a revisão dos valores descritos no Item 6 desta Cláusula, para mais ou para menos, conforme o caso.
10. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.
 - 10.1. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de São Paulo e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no item 1.
11. Os honorários de que tratam os itens 2 a 5 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.
12. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.
13. Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegura seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.
14. A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.
15. As formas de remuneração estabelecidas nesta Cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA – DESCONTO DE AGÊNCIA

1. Além da remuneração prevista na Cláusula Nona, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o artigo 11 da Lei 4.680/65.
2. Quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, a CONTRATADA repassará à CONTRATANTE, sob a forma de desconto, parte do desconto padrão de agência a que faz jus, cabendo, do valor correspondente à veiculação,% (..... por cento) à CONTRATADA e% (..... por cento) à CONTRATANTE, desde que atendidas as disposições do Anexo B das Normas-Padrão quanto à possibilidade de repasse parcial do desconto de agência, de acordo com a verba anual de mídia da CONTRATANTE.
 - 2.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pelos veículos de divulgação pela concepção, execução e/ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do artigo 19 da Lei 12.232/2010.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA RESPONSABILIDADE CIVIL DA CONTRATADA

1. A CONTRATADA assumirá integral responsabilidade por danos causados à CONTRATANTE ou a terceiros decorrentes da execução dos serviços ora contratados, devendo comunicar, por escrito, qualquer anormalidade verificada na execução ou no controle do serviço prestado, bem como qualquer fato que possa colocar em risco a segurança e a qualidade dos serviços e sua execução dentro do prazo pactuado.
2. A contratada deverá corrigir ou substituir, no total ou em parte, os fornecimentos impugnados por erros, imperícias, vícios, defeitos ou incorreções resultantes da qualidade dos produtos/serviços oferecidos, por sua conta e risco, sem prejuízo de ação regressiva contra aquele que tiver dado causa;
3. Na execução do contrato a contratada deverá respeitar rigorosamente a legislação trabalhista, fiscal e previdenciária, bem como as normas de higiene e segurança, por cujos encargos responderá unilateralmente;

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

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

I – a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRATANTE, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito no Banco agência, conta corrente n.bem como toda a documentação fiscal que demonstrem a regularidade com o município, estado e governo federal que trata o item 10.

II – a primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo;

III – os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

1.2. O gestor/fiscal deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas, pela CONTRATADA, todas as condições pactuadas.

2. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I – serviços executados pela CONTRATADA:

a) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do item 1.

b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do item 1.

II – serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

a) produção e execução técnica de peça e/ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 1;

b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do item 1;

c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do item 1;

d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do item 1, da demonstração do valor devido ao veículo, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do item 10.

3. As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea “a” do inciso II do item 2.

4. Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas na alínea “d” do subitem 2, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.
5. Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei 12.232/2010, será conferido pelo gestor/fiscal do contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.
6. O pagamento das despesas será feito nos termos da cláusula sétima, após a apresentação dos documentos previstos nos itens 1 e 2.
7. No tocante à veiculação, além do previsto na alínea “d” do inciso II do item 2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I – Exemplar original de revista;

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

III – demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos itens 9 ou 10 da Cláusula Quarta perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

8. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 9 ou 10 da Cláusula Quarta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

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

I.1) como alternativa do procedimento previsto no inciso I, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento composto contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

I.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e I.1 deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

II – Mídia Exterior:

II.1. Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.2. Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.3. Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III – internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o *print* da tela.

9. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas neste contrato serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.
10. A CONTRATADA deverá apresentar à CONTRATANTE, mensalmente, conforme o caso, o Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviços – FGTS, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos, das Secretarias de Fazenda do Estado, quando devida, e do Município.
11. Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la para as devidas correções ou aceitá-la com a glosa da parte que considerar indevida.
 - 11.1. Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.
12. No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da

CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IPCA.

12.1. A 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.

13. A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

14. Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

14.1. A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatórios até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

14.1.1. Os dados e formatos dos controles serão definidos pela CONTRATANTE e os relatórios deverão conter pelo menos as seguintes informações: data de pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

14.2. O não cumprimento do disposto nos itens 14 e 14.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

14.2.1. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 14.2, a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Sexta, poderá optar pela rescisão deste contrato e ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços especializados ou ao veículo, conforme o caso.

14.2.2. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempo e/ou espaço, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DIREITOS AUTORAIS

1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.
 - 1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.
 - 1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.
2. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores, quando determinada pela CONTRATANTE, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.
 - 2.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE, em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas neste contrato.
 - 2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 100% (cem por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.
 - 2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do IPCA, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

- 2.2.** Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 100% (cem por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.
- 2.3.** Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 2.1.1. e 2.2. o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos e qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.
- 2.4.** Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.
- 2.5.** A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obras consagradas, incorporadas à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no item 5.
- 2.6.** A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:
- I – a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direito, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contados da data do pagamento dos serviços, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;
 - II – que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;
 - III – que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DAS ALTERAÇÕES

As inclusões ou alterações de qualquer elemento não constante do presente, serão efetuadas por TERMO ADITIVO que integrarão o presente Contrato para todos os fins e efeitos de direito.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DO RECEBIMENTO DO OBJETO

1. O objeto deste Contrato será recebido pela Coordenadoria de Comunicação, consoante o disposto no artigo 73 e 74, da Lei federal nº 8.666/93 e demais normas pertinentes, ficando a CONTRATADA responsável pelo bom funcionamento dos serviços executados exceto por danos que sejam de responsabilidade da CONTRATANTE;
2. Constatadas irregularidades na execução do objeto, a Administração poderá:
 - a) Refutá-lo no todo ou em parte, determinando a substituição de produto, refazimento dos serviços ou rescindir a contratação, sem prejuízo das penalidades previstas.
 - b) Na hipótese de substituição de produto ou refazimento de serviços, a contratada deverá fazê-lo em conformidade com as condições estabelecidas no instrumento contratual, no prazo máximo de 15 dias, contados da notificação por escrito, sem que isto implique em quaisquer ônus para a Câmara Municipal de Itapevi.
 - c) Na impossibilidade de serem substituídos ou refeitos, aplicar-se-ão as sanções cabíveis.
3. Os direitos autorais, patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análise e planos), peças, acompanhadas de demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste contrato serão cedidos à Câmara Municipal de Itapevi.
 - 3.1. Os direitos são cedidos de forma total e definitiva, para uso no Brasil ou em qualquer outro país.
 - 3.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração no contrato.
 - 3.3. Os direitos patrimoniais poderão ser usados pela Câmara em todas as suas modalidades de utilização, diretamente ou por intermédio de terceiros.
 - 3.4. Quando necessário realizar contratações que envolvam direitos de autor e conexos, a Câmara solicitará a quem de direito a concessão por prazo, finalidade, território e preço, inclusive quando à eventual renovação do contrato, dos direitos autorais e conexos de suas respectivas titularidades.
 - 3.5. A licitante se compromete fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção, o custo com cachês, os de cessão de direitos de uso obra(s) consagrada(s) e incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos de autor e conexos.
 - 3.6. A Câmara será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento do contrato fruto da licitação, sejam estes passíveis ou não de proteção de Direito de Propriedade Intelectual.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DA RESCISÃO

1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos arts. 77 e 78 nas formas estabelecidas no artigo 79, todos da Lei 8.666/93.
2. Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:
 - a) For atingido por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
 - b) For envolvida em escândalo público e notório;
 - c) Quebrar o sigilo profissional.
 - d) Utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
 - e) Não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
 - f) Motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;
 - g) Deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
 - h) Vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública; e
 - i) Não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no artigo 4º da Lei 12.232/2010.
3. Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.
4. Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – DOS DIREITOS DA ADMINISTRAÇÃO EM CASO DE RESOLUÇÃO DO CONTRATO

São direitos da Administração, sem prejuízo das demais disposições previstas neste instrumento, em caso de resolução do contrato administrativo:

1. Assumir de imediato o objeto do contrato, no estado e no local em que se encontrar;

2. Ocupar e utilizar o local, instalações, equipamentos, material e pessoal empregados na execução do contrato, necessários à sua continuidade;
3. Executar a garantia do contrato;
4. Reter os créditos decorrentes do contrato até o limite dos prejuízos causados à Administração pela contratada.

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – DAS PENALIDADES

4. Sem prejuízo do disposto no artigo 87 da Lei Federal nº 8.666/93, o adjudicatário ou a contratada ficará sujeito às seguintes penalidades:

I - os casos de descumprimento contratual de natureza leve e de menor potencial ofensivo, nos quais a contratada (ainda que tenha adotado medidas corretivas) mereça ser repreendida e/ou alertada de que a reincidência implicará penalidade de maior gravame, ensejarão advertência;

II - o atraso injustificado na execução do contrato de prestação de serviços, na execução de obra ou na entrega de materiais, sem prejuízo do disposto no § 1º do artigo 86 da Lei nº 8.666/93, sujeitará a contratada à multa de mora calculada sobre o valor da obrigação não cumprida, a partir do primeiro dia útil seguinte ao término do prazo estipulado:

a) de 0,5% (meio por cento) ao dia, para atraso de até 15 (quinze) dias corridos;

b) superados os 15 (quinze) dias corridos, a partir do 16º a multa será de 1% (um por cento) ao dia, limitado a 30 (trinta) dias corridos e aplicada em acréscimo à da alínea "a";

c) após 30 (trinta) dias corridos, fica caracterizada a inexecução parcial ou total, conforme o caso, aplicando-se o disposto no inciso III, cumulativamente a este.

III - a inexecução total ou parcial das obrigações contratuais, relacionadas à entrega do objeto ou à de documentos exigidos no edital, submeterá a contratada:

a) aplicação de multa correspondente a até 10% (dez por cento) sobre o valor da obrigação não cumprida; ou

b) pagamento correspondente à diferença de preço decorrente de nova licitação para o mesmo fim.

IV - a recusa injustificada do adjudicatário em assinar o contrato, aceitar ou retirar instrumento equivalente, dentro do prazo estabelecido pela Administração da Câmara Municipal de Itapevi caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-o às seguintes penalidades:

- a) multa de 10% (dez por cento) sobre o valor do contrato; ou,
- b) pagamento correspondente à diferença de preço decorrente de nova licitação para o mesmo fim;
- c) impedimento de licitar e contratar com a Administração, por prazo não superior a 2 (dois) anos.

V - a entrega de documentação falsa, o retardamento imotivado da execução contratual, o comportamento inidôneo e a fraude, trabalhista ou fiscal, implicarão a emissão da declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, a quem lhe der causa, observado o disposto no inciso IV e §3º do artigo 87 da Lei nº 8.666/93.

- 5. O simples pagamento da multa não eximirá as partes da obrigação de sanar a falha ou irregularidade a que deu origem.
- 6. As importâncias pecuniárias resultantes da aplicação das multas previstas neste contrato em favor do CONTRATANTE serão passíveis de inscrição e cobrança na Dívida Ativa.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA – VINCULAÇÃO AO EDITAL E À PROPOSTA

Vincula-se a este Contrato o Edital de Tomada de Preços nº XX/2023, processo administrativo nº 056/2023 e seus Anexos.

CLÁUSULA VIGÉSIMA – DISPOSIÇÕES GERAIS

- 1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.
- 2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Estado de SP, Diário Oficial do Legislativo e Portal da Transparência da Câmara, às suas expensas, na forma prevista na Lei de Licitações.
- 3. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei 8.666/93, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.
- 4. São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei n. 8078/90 (Código de Defesa do Consumidor).

5. A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes gerará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.
6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no Portal da Transparência da CONTRATANTE, na internet.
7. As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviços de fornecedores e de cada meio de divulgação.

CLÁUSULA VIGÉSIMA PRIMEIRA- FORO DE ELEIÇÃO

As PARTES elegem, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, o Foro da Comarca de Itapevi, Estado de São Paulo, para qualquer ação ou medida judicial originada ou referente a este contrato.

E por terem assim ajustado, as PARTES assinam o presente instrumento, em 2 (duas) vias de igual teor e forma, para que surta seus jurídicos e legais efeitos, na presença das testemunhas abaixo.

_____, ____ de _____ de 2023.

CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI
THIAGO DA SILVA SANTOS
PRESIDENTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

Nome:

Nome:

RG:

RG:

ANEXO IX
TERMO DE CONFIDENCIALIDADE

Eu, _____, nacionalidade _____, inscrito no CPF nº. _____, RG nº. _____, representante legal da empresa _____, CNPJ sob o nº. _____, com sede a _____, por ocasião da assinatura do Contrato Administrativo nº. ____ /____, perante a Câmara Municipal de Itapevi, declaro ter ciência inequívoca da legislação sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural, nos termos da Lei nº 13.709 de 14 de agosto de 2018 – Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), e conforme condições que seguem:

- a) Tratar-se-ão com o mais absoluto sigilo, todas as informações ou dados pessoais, de forma escrita, digital ou mídias em geral, em qualquer nível de sigilo, que sejam fornecidos pela CONTRATANTE a CONTRATADA, ou que venha a ter acesso em decorrência desta contratação;
- b) Caso a CONTRATANTE revele alguma informação sob a guarda de sigilo, em que a CONTRATADA também a detenha, não terá a CONTRATADA, desta forma, a permissão para assim também fazê-la, sob qualquer pretexto ou de qualquer forma, e caso assim o faça, estará incorrendo em desacordo com a LGPD, sofrendo as sanções cabíveis, inclusive em ação de regresso nos casos em que a CONTRATANTE for por ela prejudicada;
- c) A CONTRATADA compromete-se a utilizar, manter e processar, eletrônica e manualmente as informações ou dados sigilosos apenas para o exclusivo e restrito propósito de desempenho de suas atividades junto à CONTRATANTE;
- d) A CONTRATADA não utilizará nenhuma informação ou dado disponibilizado em seu próprio benefício e/ou de outrem, ou para qualquer outro propósito;
- e) Não irá divulgar, publicar, fazer circular, copiar ou realizar backup, por qualquer meio ou forma, de qualquer dado ou informação por ela recebido e tratado, e zelando, no mínimo, com o mesmo zelo e cuidado que dispensa às suas próprias informações, para com tais dados e informações recebidas da CONTRATANTE;
- f) Em nenhuma hipótese revelará informações ou dados a terceiros, salvo prévia e expressa justificativa por escrito à CONTRATANTE, e ainda assim, terá a mesma que manifestar-se de acordo e autorizar por escrito. Caso seja autorizada a revelação, comprometer-se-á em repassar todas as obrigações descritas neste termo aos que vierem a ter acesso a tais informações, responsabilizando-se por eventuais descumprimentos;

- g) Não praticar quaisquer atos que possam afetar o sigilo ou a integridade das informações classificadas em qualquer grau de sigilo, ou dos materiais de acesso restrito;
- h) Informar imediatamente à CONTRATANTE qualquer violação das condições de sigilo ora estabelecidas que tenha ocorrido ou que venha a ocorrer por sua causa ou omissão, independentemente da existência de dolo;
- i) Serão aplicáveis a este termo, as “Leis Aplicáveis à Proteção de Dados” que significa todas as leis, normas e regulamentos que regem o tratamento de dados pessoais, especificamente, a LGPD;
- j) A CONTRATADA declara-se ciente dos direitos, obrigações e penalidades aplicáveis constantes da LGPD e obriga-se a adotar todas as medidas razoáveis para garantir, por si, bem como seu pessoal, colaboradores, empregados e subcontratados que utilizem os dados protegidos na extensão autorizada na referida LGPD, e que assumam um compromisso de confidencialidade ou estejam sujeitas a adequadas obrigações legais de confidencialidade;
- k) A CONTRATADA tratará as informações e os dados pessoais fornecidos pela CONTRATANTE de acordo com as instruções escritas fornecidas por esta, se houver. Caso a CONTRATADA considere que não possui informações suficientes para o tratamento dos dados pessoais de acordo com este termo ou que uma instrução infrinja as Leis Aplicáveis à Proteção de Dados, a CONTRATADA prontamente notificará a CONTRATANTE e aguardará novas instruções;
- l) As condições estabelecidas neste termo não terão aplicação sobre quaisquer informações ou dados quando: (i) anteriormente ao seu recebimento, tenham tornado-se públicas ou chegado ao seu poder por uma fonte que não seja a CONTRATANTE; (ii) após o seu recebimento, tenham tornado-se públicas por quaisquer outros meios que não como consequência de uma violação de sua obrigação aqui pactuada;
- m) A inobservância de qualquer uma das disposições estabelecidas neste termo, sujeitará a CONTRATADA ao pagamento ou ressarcimento, de todas as perdas e danos, materiais e morais, lucros cessantes, nos termos das legislações vigentes;
- n) Este termo poderá ser alterado somente mediante a celebração de Termo Aditivo e sua nulidade ou anulação de qualquer cláusula deste termo não implicará na nulidade ou anulação das demais cláusulas, que permanecerão em vigor, a menos que expressamente anuladas por decisão judicial;

E por estar de acordo, assino o presente Termo.

Itapevi, xx de xxxxxxxx de 2023.

CONTRATADA

ANEXO X
TERMO DE CIÊNCIA E NOTIFICAÇÃO

CONTRATANTE:

CONTRATADA:

CONTRATO N° (DE ORIGEM):

OBJETO: Contratação de empresa especializada na prestação de serviço de publicidade/comunicação pública para realização de atividades integradas que possibilitem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação institucional e de utilidade publicitária para atender às necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Itapevi.

Pelo presente TERMO, nós, abaixo identificados:

1. Estamos CIENTES de que:
 - a) o ajuste acima referido, seus aditamentos, bem como o acompanhamento de sua execução contratual, estarão sujeitos a análise e julgamento pelo Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, cujo trâmite processual ocorrerá pelo sistema eletrônico;
 - b) poderemos ter acesso ao processo, tendo vista e extraindo cópias das manifestações de interesse, Despachos e Decisões, mediante regular cadastramento no Sistema de Processo Eletrônico, em consonância com o estabelecido na Resolução n° 01/2011 do TCESP;
 - c) além de disponíveis no processo eletrônico, todos os Despachos e Decisões que vierem a ser tomados, relativamente ao aludido processo, serão publicados no Diário Oficial do Estado, Caderno do Poder Legislativo, parte do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, em conformidade com o artigo 90 da Lei Complementar n° 709, de 14 de janeiro de 1993, iniciando-se, a partir de então, a contagem dos prazos processuais, conforme regras do Código de Processo Civil;
 - d) as informações pessoais dos responsáveis pela contratante e e interessados estão cadastradas no módulo eletrônico do “Cadastro Corporativo TCESP – CadTCESP”, nos termos previstos no Artigo 2º das Instruções n°01/2020, conforme “Declaração(ões) de Atualização Cadastral” anexa (s);
 - e) é de exclusiva responsabilidade da contratada manter seus dados sempre atualizados.
2. Damo-nos por NOTIFICADOS para:
 - a) O acompanhamento dos atos do processo até seu julgamento final e consequente publicação;
 - b) Se for o caso e de nosso interesse, nos prazos e nas formas legais e regimentais, exercer o direito de defesa, interpor recursos e o que mais couber.

LOCAL e DATA:

AUTORIDADE MÁXIMA DO ÓRGÃO/ENTIDADE:

Nome:

Cargo:

CPF:

RESPONSÁVEIS PELA HOMOLOGAÇÃO DO CERTAME OU RATIFICAÇÃO DA
DISPENSA/INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO:

Nome:

Cargo:

CPF:

Assinatura: _____

RESPONSÁVEIS QUE ASSINARAM O AJUSTE:

Pelo contratante:

Nome:

Cargo:

CPF:

Assinatura: _____

Pela contratada:

Nome:

Cargo:

CPF:

Assinatura: _____

ORDENADOR DE DESPESAS DA CONTRATANTE:

Nome:

Cargo:

CPF:

Assinatura: _____

GESTOR(ES) DO CONTRATO:

Nome:

Cargo:

CPF:

Assinatura: _____

DEMAIS RESPONSÁVEIS:

Tipo de ato sob sua responsabilidade: _____

Nome:

Cargo:

CPF:

Assinatura: _____



ANEXO XI
DECLARAÇÃO DE DOCUMENTOS À DISPOSIÇÃO DO TCE-SP

CONTRATANTE: CÂMARA MUNICIPAL DE ITAPEVI

CNPJ Nº: 59.052.316.0001/70

CONTRATADA:

CNPJ Nº:

CONTRATO Nº (DE ORIGEM):

DATA DA ASSINATURA:

VIGÊNCIA:

OBJETO: Contratação de empresa especializada na prestação de serviço de publicidade/comunicação pública para realização de atividades integradas que possibilitem o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação institucional e de utilidade publicitária para atender às necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Itapevi.

VALOR (R\$):

Declaro(amos), na qualidade de responsável(is) pela entidade supra epigrafada, sob as penas da Lei, que os demais documentos originais, atinentes à correspondente licitação, encontram-se no respectivo processo administrativo arquivado na origem à disposição do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, e serão remetidos quando requisitados.

Em se tratando de obras/serviços de engenharia:

Declaro(amos), na qualidade de responsável(is) pela entidade supra epigrafada, sob as penas da Lei, que os demais documentos originais, atinentes à correspondente licitação, em especial, os a seguir relacionados, encontram-se no respectivo processo administrativo arquivado na origem à disposição do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo, e serão remetidos quando requisitados:

- a) memorial descritivo dos trabalhos e respectivo cronograma físico-financeiro;
- b) orçamento detalhado em planilhas que expressem a composição de todos os seus custos unitários;
- c) previsão de recursos orçamentários que assegurem o pagamento das obrigações decorrentes de obras ou serviços a serem executados no exercício financeiro em curso, de acordo com o respectivo cronograma;
- d) comprovação no Plano Plurianual de que o produto das obras ou serviços foi contemplado em suas metas;
- e) as plantas e projetos de engenharia e arquitetura.

Itapevi,

Nome e cargo: xxxxxxxxxxxx - Presidente

E-mail institucional: xxxxxxxxxxxxxxxxx

E-mail pessoal: xxxxxxxxxxxxxxxxx

Assinatura: _____