CÂMARA MUNICIPAL
GRAMADO
TUA CASA. TUA VOZ.

TOMADA DE PREÇOS N.º 01/2022

1ª Retificação

CÂMARA MUNICIPAL DE GRAMADO

EDITAL DE TOMADA DE PREÇOS N.º 01/2022.

TIPO TÉCNICA E PREÇO

Edital de Tomada de Preços para a contratação de empresa para a prestação de serviços de publicidade.

A CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES DE GRAMADO, inscrita no CNPJ sob nº. 09.101.307/0001-53, com sede à Rua São Pedro nº. 369, Bairro Centro, município de Gramado/RS, por seu Vereador Presidente RENAN SARTORI DE BORBA, no uso de suas atribuições legais e de conformidade com a Lei n.º 8.666, de 21 de junho de 1993 e suas alterações, Lei Complementar nº. 123, de 14 de dezembro de 2006 e outras e Lei nº. 12.232, de 29 de abril de 20101, torna público, para o conhecimento dos interessados, que **às 14 horas, do dia 13 do mês de dezembro de 2022**, na Sala da Democracia, a Comissão Permanente de Licitações, designada pela Portaria nº. 022/2022, vem realizar através de licitação na modalidade Tomada de Preços, tipo **TÉCNICA E PREÇO**, sessão inaugural, sob a forma de execução indireta, em regime de empreitada por preço global, objetivando a contratação de empresa de agência de publicidade para a prestação de serviços de publicidade para a Câmara Municipal de Gramado.

O processamento e o julgamento da licitação serão conduzidos pela Comissão Permanente de Licitações – CPL, que receberá os documentos e as propostas em sessão pública, com exceção do julgamento das propostas técnicas, que será realizado por subcomissão técnica, constituídos nos termos do artigo 10 da Lei nº. 12.232, de 2010.

As informações e eventuais esclarecimentos poderão ser solicitados por escrito via e-mail: licitacoes@gramado.rs.leg.br, para posterior análise e resposta da Comissão Permanente de Licitações.

Poderão participar as empresas do ramo pertinente ao objeto ora licitado, cadastradas no Município de Gramado/RS, ou que apresentarem toda a documentação necessária para o cadastro até o terceiro dia anterior ao fixado para o recebimento das propostas.

1. DO OBJETO

1.1 Constitui o objeto da presente licitação a contratação de empresa especializada em agenciamento de Publicidade, para a prestação de serviços de comunicação à Câmara Municipal de Gramado/RS, em conformidade com este Edital e seus anexos.

1.2 Os serviços de publicidade a serem contratados compreendem:

a) o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de difundir ideias ou informar o público em geral sobre assuntos e temas de competência ou interesse da Câmara de Vereadores;

b) poderão ser incluídos como atividades especializadas de publicidade complementares: o planejamento, conceituação 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;

c) a criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

d) formulação e execução de Plano de Comunicação;

e) intermediação na veiculação publicitária em todos os meios de comunicação tradicionais e/ou alternativos.

2. DO CREDENCIAMENTO

2.1 O credenciamento do representante da licitante que não seja sócio-gerente ou diretor da empresa, far-se-á mediante a apresentação da Carta de Credenciamento (Anexo I) e/ou instrumento público ou particular, sendo que este último deverá conter assinatura reconhecida em cartório por autenticidade ou semelhança. O credenciamento será necessário somente para as empresas licitantes que se fizerem presentes no momento da abertura dos envelopes referentes a este certame licitatório. Será admitido apenas um representante por empresa, o qual deverá estar munido de cédula de identidade.

2.2 Caso a credencial não tenha sido assinada por sócio-gerente ou diretor da empresa, identificado no CRC (Certificado de Registro Cadastral) ou no Ato Constitutivo, a mesma deverá vir acompanhada de procuração que conceda poderes ao signatário da Credencial.

2.3 A documentação apresentada na primeira sessão credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição, no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

3. APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E PROPOSTA DE PREÇOS

Deverão ser entregues à Comissão de Licitações no **dia 13 de dezembro até às 14 horas**, em Gramado/RS, na Sala da Democracia da Câmara Municipal de Gramado, localizada na Rua São Pedro, 369, Centro, Gramado/RS, 4 (quatro) envelopes distintos, contendo as **Propostas Técnicas** e a de **Preços,** denominados respectivamente de:

3.1. ENVELOPE N.º 1 - Plano de Comunicação Publicitária – via *não identificada*

3.1.1. No envelope n.° 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária - via *não identificada.*

3.1.2. <u>Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Câmara Municipal de Gramado.</u>

3.1.3. O envelope n.° 1 deverá estar <u>sem fechamento e sem rubrica</u>.

3.1.3.1. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada na Assessoria Legislativa da Câmara Municipal e apresentado sem inclusão de qualquer marca, sinal ou palavra que por qualquer meio identifique a licitante.

3.1.3.2. Para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária – até a abertura do Invólucro nº 2 – o Invólucro nº 1 não poderá:

a) ter nenhum tipo de identificação;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

3.2. ENVELOPE Nº 2 - Plano de Comunicação Publicitária - via identificada

3.2.1. No envelope n.° 2 deverá constar o Plano de Comunicação Publicitária – via identificada, que constituir-se-á em uma **cópia** do Plano de Comunicação – *via não identificada,* mas com a identificação da licitante e ser datado, assinado na última página e rubricado nas demais páginas por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, **sem a peça da ideia criativa.**

3.2.2. O envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

CÂMARA MUNICIPAL DE GRAMADO
TOMADA DE PREÇOS Nº: 001/2022
ENVELOPE Nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA
Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
NOME DA EMPRESA LICITANTE:

3.3. ENVELOPE N.º 3 - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

3.3.1. No envelope n.° 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. O envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

CÂMARA MUNICIPAL DE GRAMADO
TOMADA DE PREÇOS Nº: 001/2022

ENVELOPE Nº 3 - PROPOSTA TÉCNICA
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
NOME DA EMPRESA LICITANTE:

3.3.2. O envelope nº 3 deverá estar lacrado, não poderá 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 envelope nº 2.

3.4. ENVELOPE Nº 4 - Proposta de Preços

3.4.1. No envelope n.º 4 deverá ser acondicionado a Proposta de Preços da licitante. O envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

CÂMARA MUNICIPAL DE GRAMADO
TOMADA DE PREÇOS Nº: 001/2022
ENVELOPE Nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS
NOME DA EMPRESA LICITANTE:

3.4.2. O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

4. DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO – ENVELOPE Nº 5

4.1. Os documentos de habilitação deverão ser entregues à Comissão de Licitações, em dia, hora e local por ela estipulados, **apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços.**

4.2. O envelope n.º 5, contendo os documentos de habilitação, deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

CÂMARA MUNICIPAL DE GRAMADO
TOMADA DE PREÇOS Nº: 001/2022
ENVELOPE Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
NOME DA EMPRESA LICITANTE:

5. DA ELABORAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS - Envelopes n° 1, 2 e 3

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

Quesitos	**Subquesitos**
I) Plano de Comunicação Publicitária	a) Raciocínio Básico; b) Estratégia de Comunicação Publicitária; c) Ideia Criativa; d) Estratégia de mídia e não mídia
II) Capacidade de Atendimento	
III) Repertório	
IV) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.	

5.1. O **envelope n.° 1**, contendo o Plano de Comunicação Publicitária – via *não identificada,* será composto dos **subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de mídia e não mídia** e deverá ser elaborado com base nas seguintes disposições:

5.1.1. Raciocínio básico – sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Gramado, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados. Deverá ser elaborado em no máximo 4 (quatro) laudas de 30 linhas cada, fonte “Times New Roman, corpo 12, espaçamento entre linhas 1,5, papel tamanho A4.

5.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária - sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio de alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Câmara Municipal de Gramado.

Deverá ser elaborado em no máximo 4 (quatro) laudas de 30 linhas cada, fonte “Times New Roman”, corpo 12, espaçamento entre linhas 1,5, papel tamanho A4;

5.1.3. Ideia criativa – sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do licitante aos desafios e metas por ele explicitado na estratégia de comunicação publicitária. As peças apresentadas serão limitadas a 01 (uma) peça para cada um dos seguintes meios:

- Jornal;

- Folder;

- Rádio;

- Redes sociais;

5.1.4 Estratégia de mídia e não mídia – exposta em forma de texto de no máximo 03 (três) páginas de folha tamanho A4, de 40 (quarenta) linhas cada, permitida a inclusão de tabelas que não serão computadas na contagem do tamanho máximo de páginas (apenas como um anexo), apresentando simulação de planos de distribuição das peças de que trata o subitem 5.1.3, deste item acompanhada de memória, em que se explicitem e justifiquem as premissas assumidas.

5.2. O Plano de Comunicação Publicitária identificado (ENVELOPE Nº 02), **sem o exemplo de peça da Ideia Criativa,** deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.3. O ENVELOPE Nº 3 – Informações do Proponente deverá conter as informações sobre a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação do proponente, da seguinte forma explicitados:

5.3.1. Capacidade de atendimento, demonstrada por meio de:

a) relação nominal dos principais clientes atendidos pela proponente, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

b) descrição da estrutura de atendimento e serviços a serem disponibilizados para a execução do contrato administrativo de serviços publicitários, pela proponente, tudo acompanhado dos respectivos contatos telefônicos e eletrônicos.

c) quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (contendo, no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas específicas e quantidades mínimas, que deverão contemplar, no mínimo:

c.1) quantificação e qualificação dos profissionais da proponente que permanecerão disponíveis para a execução do contrato, discriminados de acordo com os serviços de atendimento, planejamento, criação, produção, mídia, administrativo e financeiro;

c.2) sistemática de atendimento, discriminadas as obrigações a serem cumpridas pelo serviço de atendimento da proponente para execução do contrato, inclusive em relação a prazos, em dias úteis, a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de peça avulsa ou campanha, produção de publicidade e elaboração de plano de mídia;

c.3) estratégia para continuidade dos serviços de atendimento, no caso de substituição do profissional responsável.

d) atestado(s) emitido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que comprove(m) que a proponente executou ou está executando, a contento, serviços de natureza publicitária, similares ao objeto da presente licitação, com indicação clara do cargo ou função da pessoa que assina o atestado, bem como da identificação do tomador e prestador dos serviços (razão social, CNPJ e endereço da sede).

5.3.2. Repertório, com a apresentação, na forma de peças e respectivas fichas técnicas, do conjunto de trabalhos concebidos e veiculados pela proponente, podendo ser apresentadas até 05 (cinco) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou características de cada uma, desde que acompanhadas de ficha técnica, com

indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, seu título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de, pelo menos, um veículo de comunicação que a divulgou.

5.3.3. Relatos de soluções de problemas de comunicação, devendo ser apresentados até dois casos, com exposição das soluções de problema de comunicação, referendados pelos respectivos contratantes/anunciantes, sendo vedada a apresentação de ações de comunicação solicitadas e/ou contratadas pela Câmara Municipal de Gramado, limitados estes a 4 (quatro) laudas, em folha de tamanho A4, de 30 linhas cada, com fonte de texto “Times New Roman”, corpo 12, espaçamento entre linhas de 1,5.

5.4. A critério da Câmara Municipal de Gramado, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do futuro contrato administrativo.

6. DO JULGAMENTO E CRITÉRIOS PARA AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

6.1. O julgamento da Proposta Técnica estará a cargo da Subcomissão Técnica, constituída em conformidade com os §§ 1º a 9º do art. 10 da Lei n° 12.232/2010, quando serão observados os seguintes critérios:

A. Para a seleção das empresas, serão analisadas as Propostas Técnicas, avaliando-as através dos fatores relacionados abaixo:

I – Pela avaliação qualitativa da apresentação do **Plano de Comunicação**, serão atribuídas notas no intervalo de **0 (zero) a 70 (setenta) pontos**, considerando-se a seguinte distribuição referentes aos itens:

a) clareza do **raciocínio básico** apresentado, onde a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no *Briefing* contidas no Edital (Anexo IV): **0 (zero) a 15 (quinze) pontos;**

b) coerência e exequibilidade dos dados oferecidos, bem como o nível de explicitação da **estratégia de comunicação**, sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar: **0 (zero) a 20 (vinte) pontos;**

c) consistência da **ideia criativa** e os resultados obtidos, devendo a licitante apresentar campanha publicitária com exemplos de no mínimo 5 (cinco) peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação: **0 (zero) a 20 (vinte) pontos;**

d) aplicabilidade da estratégia de **mídia e não mídia** em função da verba disponível para execução do objeto, deverá ser demonstrado a capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha com simulação de plano de distribuição das peças propostas, acompanhada de tabela, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas: **0 (zero) a 15 (quinze) pontos**.

II – Pela avaliação do conteúdo da **Capacidade de Atendimento**, serão atribuídas notas de intervalo de **0 (zero) a 10 (dez) pontos**, observando-se a distribuição a seguir:

a) adequação do **currículo dos profissionais** colocados à disposição da Câmara Municipal de Gramado à estratégia de comunicação apresentada e demais exigências: **0 (zero) a 3 (três) pontos**;

b) **capacidade e experiência de atendimento**, através das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato: **0 (zero) a 4 (quatro) pontos**;

c) qualidade do trabalho atestado por seus clientes: **0 (zero) a 3 (três) pontos**;

III – Pela avaliação do **Repertório**, serão atribuídas notas de intervalo de **0 (zero) a 10 (dez) pontos**.

IV – Pelo **Relato de soluções de problemas de comunicação**, serão atribuídas notas de intervalo de **0 (zero) a 10 (dez) pontos**.

6.2. A nota da **Proposta Técnica** está limitada ao **máximo de 100 pontos** e será obtida com base nos critérios referidos no subitem 6.1.

6.3. A Subcomissão Técnica atribuirá pontos a cada um dos quesitos e subquesitos.

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

6.5. Persistindo a diferença de pontuação após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica que avaliaram as pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo dessa licitação.

6.6. A pontuação final da proposta técnica corresponderá a soma das notas de cada quesito.

6.7. Serão desclassificadas as propostas que deixarem de atender as exigências deste Edital, nos casos de:

a) houver aposição, na via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, de marca inclusive dobraduras, sinal, impresso ou qualquer outro elemento que, de alguma forma, possa identificar o licitante proponente;

b) obtiver nota zero em qualquer dos quesitos técnicos;

c) não obtiver, no somatório final dos quesitos, a **nota mínima de 60 pontos.**

7. DA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA FINANCEIRA – ENVELOPE Nº 04

7.1. O **ENVELOPE Nº 4** deverá conter:

a) proposta financeira, rubricada em todas as páginas e assinada na última, pelo representante legal da empresa;

b) prazo de validade da proposta, não inferior a **90 (noventa) dias** consecutivos da apresentação da mesma, observado o disposto no § 3°, art. 64 da Lei n° 8.666/93 e alterações.

7.2. A proposta deverá conter os **PERCENTUAIS (%) DE DESCONTO conforme descrito abaixo**. O percentual deverá ser expresso **com 2 (duas) casas decimais**, **à vista**, válido para ser praticado desde a data da apresentação da proposta, até o efetivo pagamento, da seguinte forma:

a) percentual de desconto a ser concedido, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços, emitida pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Sul.

b) percentual de honorários referente a remuneração das Agências, decorrente de trabalhos de produção/suprimentos/serviços realizados tecnicamente por terceiros, a partir de estudo ou de criação intelectual das Agências e sob sua supervisão e responsabilidade, limitado a 15% (quinze por cento) sobre o valor do custo de produção/suprimentos/serviços externos.

7.3. Nos percentuais de desconto propostos serão considerados todos os encargos salariais, previdenciários, encargos sociais, fiscais, comerciais, trabalhistas, tributários, fretes, seguros, tarifas, descarga, transporte, responsabilidade civil e demais despesas incidentes ou que venham a incidir sobre os serviços, objeto desta licitação.

7.3.1. Entende-se por encargos, referentes à proposta, os tributos (impostos, taxas), contribuições fiscais e parafiscais, emolumentos, fornecimento de mão de obra especializada, os instituídos por leis sociais, administração, lucros, equipamentos e

ferramental, transporte de material, de pessoal, estada, hospedagem, alimentação e qualquer despesa, acessória e/ou necessária, não especificada neste edital.

7.3.2. Os percentuais de desconto propostos serão considerados completos e suficientes para a prestação dos serviços, objeto desta licitação, sendo desconsiderada qualquer reivindicação de pagamento adicional devido a erro ou má interpretação de parte da licitante.

7.3.3. Todos os serviços executados a mais por comprovada negligência ou imperícia por parte da vencedora do certame não serão pagos pela Câmara, bem como, serviços reprovados e não refeitos.

7.4. A proposta deverá estar acompanhada de **DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS (Anexo V).**

7.5. Na elaboração da proposta de preço, **a licitante deverá considerar as seguintes obrigações na prestação dos serviços:**

7.5.1. Incluir no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado.

7.5.2. Constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças publicitárias, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporadas à peça, licenciamentos de uso das obras artísticas preexistentes e os de cessão dos demais direitos.

7.5.3. Executar o objeto contratado com completa organização, elevada qualidade e no prazo estipulado.

7.5.4. Realizar com seus próprios recursos todas as obrigações relacionadas com o objeto desta licitação, de acordo com as especificações determinadas neste Edital e em seus anexos.

7.5.5. Cumprir a legislação federal, estadual e municipal pertinente, bem como se responsabilizar pelos danos e encargos de qualquer espécie, decorrentes de ações ou omissões, culposas ou dolosas, que praticar durante a execução do contrato.

7.5.6. Pagar e recolher todos os impostos e demais encargos fiscais, bem como todos os encargos trabalhistas, previdenciários, sociais e comerciais, prêmios de

seguro e de acidente de trabalho, que forem devidos em decorrência do objeto desta licitação.

7.5.7. Divulgar informações acerca da prestação dos serviços, objeto desta licitação, que envolvam o nome da Câmara Municipal de Gramado, somente mediante autorização expressa do mesmo.

7.5.8. Orientar a produção das peças gráficas (folhetos, cartazes, etc.) aprovadas pela Câmara.

7.5.9. A quantidade de material a ser utilizado na veiculação somente será definida após a aprovação de mídia pela Câmara e sua reprodução dar-se-á a partir da aprovação das peças.

7.5.10. Registrar o serviço entre a Câmara e a licitante vencedora, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

7.5.11. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Câmara, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da licitante vencedora pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria licitante.

7.5.12. A licitante vencedora deverá realizar, com seus próprios recursos e/ou mediante a contratação de terceiros, todos os serviços relacionados com o objeto deste certame, de acordo com as especificações estipuladas pela Câmara.

7.5.13. A licitante vencedora poderá contratar outras empresas, para execução total ou parcial de alguns dos serviços, mediante anuência prévia, por escrito, da Câmara, permanecendo, perante este, todas as suas responsabilidades contratuais.

7.6. A licitante vencedora não poderá substituir os membros da equipe técnica, salvo casos de força maior e mediante prévia concordância da Câmara, satisfeitas todas as exigências do presente Edital, nos termos do artigo 30, § 10 da Lei n.º 8.666/93.

7.7. A licitante vencedora deverá manter atualizados, durante a vigência do contrato, telefone, e-mail e endereço, devendo comunicar a Contratante, qualquer alteração de dados.

8. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.1. As propostas comerciais serão analisadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital.

8.2. Será desclassificada a proposta comercial que contiver qualquer condição para prestação dos serviços objeto desta licitação e/ou consignar valor superior ao da verba destinada à contratação administrativa, preços globais ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços praticados no mercado.

8.3. A proposta comercial terá como nota máxima 50 (cinquenta) pontos, de acordo com os seguintes critérios:

Item	Descontos	Pontos
P1	Percentual de desconto sobre os custos dos serviços – Custos Internos - previstos na alínea "a", do item 7.2;	10% de desconto = 16 pontos 20% de desconto = 20 pontos 30% de desconto = 24 pontos 40% de desconto = 28 pontos 50% de desconto = 32 pontos
P2	Percentual de honorários incidentes sobre a remuneração das Agências, decorrente de trabalhos de produção/ suprimentos/ serviços realizados tecnicamente por terceiros, a partir de estudo ou de criação intelectual das Agências e sob sua supervisão e responsabilidade, limitado a 15% (quinze por cento) sobre o valor do custo	A pontuação obtida pela empresa corresponderá ao percentual de honorários ofertados, da seguinte forma: 15% = 1 ponto de 13,6 a 14,9% = 3 pontos

	de produção/ suprimentos/ serviços externos, nos termos do item 7.2 alínea “b”;	de 12,1% a 13,5% = 6 pontos de 10,6% a 12,0% = 9 pontos de 9,1% a 10,5% = 12 pontos de 7,6% a 9,0% = 15 pontos de 6,1% a 7,5% = 18 pontos
	CÁLCULO DA NOTA FINAL: **(P1 + P2) = _____ = PONTUAÇÃO DA PROPOSTA COMERCIAL (PP)**	

8.4. A nota final da proposta comercial será obtida a partir do cálculo final das notas de cada um dos quesitos constantes da tabela referida no item 8.3.

8.5. A proposta de preços que obtiver o maior somatório de pontos será considerada como a de menor preço.

NOTA FINAL

8.6 - Será considerada vencedora a licitante que apresentar a proposta mais vantajosa, assim entendido a que alcançar o maior número de pontos, somadas as notas da Proposta Técnica e da Proposta Financeira, considerando a aplicação da seguinte fórmula:

NT = (Pontuação Técnica) + (Pontuação de Preços) / 2

Onde: NT = Nota Final

9. DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

9.1. O julgamento dar-se-á pelo critério de TÉCNICA E PREÇO, obedecendo aos critérios contidos neste Edital e art. 46 da Lei n.º 8.666/93 e suas alterações.

9.2. A Comissão de Licitações considerará vencedora a licitante que obtiver **MAIOR NOTA FINAL**, **ou seja**, **cujas propostas técnica e de preço apresentarem o maior somatório de pontos**.

9.3. Em caso de empate entre duas ou mais propostas, após obedecido o disposto no inciso II parágrafo 2.º, do art. 3.º da Lei n.º 8.666/93, e observada a Emenda Constitucional n.º 6, de 15/08/1995, será realizado o sorteio, em ato público, com convocação prévia de todos as licitantes, conforme prevê o parágrafo 2.º do art. 45 do Estatuto Licitatório.

9.4. Serão desclassificadas as propostas que não atenderem às exigências do presente Edital e da lei pertinente às licitações.

10. DA ELABORAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO - Envelope n.º 5

10.1. Os documentos de habilitação serão apresentados **"somente"** pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, em obediência ao inciso XI, do artigo 11, da Lei 12.232/2010, e deverão atender ao que segue:

10.1.1. Declaração de que não há fato impeditivo de licitar com o Município;

10.1.2. Declaração assinada pelo representante legal da empresa de que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos;

10.1.3. Certificado de Registro Cadastral expedido por órgão público em vigor ou atender a todas as condições exigidas para o cadastramento até o terceiro dia anterior à data do recebimento das propostas, observada a necessária qualificação.

10.1.4. Declaração de não possuir em seu quadro de sócios, servidor público do Município, de acordo o art. 9° da Lei n° 8.666/93.

10.1.5 - HABILITAÇÃO JURÍDICA

a) Ato constitutivo, Estatuto ou Contrato Social e Cartão CNPJ em vigor, devidamente registrado em caso de sociedades comerciais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

b) Indicação do ato constitutivo, no caso de Sociedades Civis, acompanhada de prova, indicando a diretoria em exercício;

c) Registro Comercial no caso de empresa individual;

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

10.1.6 - QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

a) Certidão negativa de falência ou recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, em prazo não superior a trinta (90) dias da data da apresentação do documento.

10.1.7 - REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

a) Prova de Regularidade com a Fazenda Federal, mediante a apresentação da Certidão negativa de débitos relativos aos tributos federais e à dívida ativa da União, em vigor.

b) Prova de regularidade com a Fazenda Estadual.

c) Prova de regularidade com a Fazenda Municipal, sendo da sede do Licitante.

d) Prova de regularidade junto ao Fundo de Garantia por tempo de serviço (FGTS).

e) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

10.1.8 – QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

a) Comprovante de Registro ou Inscrição da licitante na entidade profissional competente: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade - ABAP, **em vigor**, para atendimento do art. 30, inciso I, da Lei n.º 8.666/93.

b) Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento concedido pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, atestando que a licitante tem estrutura profissional técnica e de conjunto mínimo de informações e dados de mídia, na configuração estabelecida pelo Anexo "A" e item 2.5.3 das Normas-Padrão, incorporadas ao sistema legal por força do Decreto n.º 4.563/2002, para atendimento do art. 30, inciso II, da Lei n.º 8.666/93.

c) Atestado de experiência, expedido por órgãos públicos, ou por empresas públicas ou privadas, comprovando a execução, pela licitante, de atividades pertinentes e compatíveis com o objeto da licitação.

10.2. A empresa que pretenda utilizar dos benefícios previstos nos art. 42 à 45 da Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006, deverá apresentar, no envelope de habilitação **declaração, firmada por contador e responsável legal da licitante, de que se enquadra como microempresa ou empresa de pequeno porte**;

10.3. A microempresa e a empresa de pequeno porte, bem como a cooperativa que atender ao item 10.2, que possuir restrição em qualquer dos documentos de regularidade fiscal, previstos nos sub-itens 10.1.7 deste Edital, terá sua habilitação condicionada à apresentação de nova documentação, desde que comprove a sua regularidade em cinco dias úteis, a contar da data em que for declarada vencedora do certame.

10.3.1. O benefício de que trata o item anterior não eximirá a microempresa, a empresa de pequeno porte e a cooperativa, da apresentação de todos os documentos, ainda que apresentem alguma restrição.

10.3.2. O prazo de que trata o item 10.3 poderá ser prorrogado uma única vez, por igual período, a critério da Comissão de Licitação, desde que seja requerido pelo interessado, de forma motivada e durante o transcurso do respectivo prazo.

10.3.3. A não regularização da documentação, no prazo fixado no item 10.3, implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo das penalidades previstas neste Edital, sendo facultado ao Poder Legislativo convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

10.4 Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original ou cópia autenticada. Pode a Comissão de Licitação autenticar as cópias, à vista do original.

11. DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

11.1. Esta licitação será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitações, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que serão feitas pela Subcomissão Técnica.

11.2. A Subcomissão Técnica será composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que 1/3 dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com a Câmara.

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

11.3.1. A relação dos nomes referidos nos subitens anteriores será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias anteriores à data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

11.3.2. Para os fins do cumprimento do disposto na Lei n.º 12.232/2010, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar os nomes da relação a que se referem os subitens anteriores, mediante recurso escrito.

11.3.3. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

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

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

11.3.6. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o Poder Legislativo, nos termos dos §§1º, 2º e 3º do art. 10 da Lei n.º 12.232/2010.

11.4. Caberá à Subcomissão Técnica:

a) analisar individualmente e julgar as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

b) elaborar e encaminhar à Comissão Permanente de Licitações os documentos relativos ao julgamento da qualificação técnica das licitantes, compreendidos pela ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, planilha com as pontuações dos quesitos e justificativa escrita das razões que as fundamentaram;

c) manifestar-se, em caso de eventuais recursos dos licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitada pela Comissão de Licitações.

11.5 A Comissão Permanente de Licitações deverá acompanhar o andamento dos trabalhos da Subcomissão Técnica, podendo participar das reuniões realizadas como meio de suporte.

11.6 Não será permitida a participação de agência de publicidade que possua qualquer vínculo com qualquer dos membros da Subcomissão Técnica, devendo a licitante firmar declaração neste sentido.

12. DO PROCEDIMENTO - ABERTURA DOS ENVELOPES

12.1. No dia, hora e local designados no preâmbulo deste Edital, presentes as licitantes ou seus representantes e as demais pessoas que queiram assistir ao ato, a Comissão de Licitações procederá no recebimento e na abertura dos envelopes de número 1, 2, 3 e 4, se for o caso, e registrará em ata a presença dos participantes. Após a hora designada, nenhum outro documento ou proposta serão aceitos pela Comissão.

12.2. Primeira Sessão

12.2.1. A **primeira sessão pública** será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo do Edital e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio dos documentos exigidos no item 2 deste Edital;

b) receber os envelopes n.° 1, 2, 3 e 4;

c) conferir se os envelopes estão em conformidade com as disposições deste Edital.

12.2.2. O envelope n.º 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão de Licitações se **não:**

a) estiver identificado;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do envelope n.º 2;

c) estiver danificado ou deformado pela peça, material e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do envelope n.º 2.

12.2.2.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem 12.2.2, a Comissão de Licitações **não** receberá o envelope n.º 1, o que também a impedirá de receber os demais envelopes da mesma licitante.

12.2.2.2. Ocorrida alguma das hipóteses previstas no subitem 12.2.2, ou mais de uma delas, a licitante estará eliminada do processo licitatório.

12.2.3. A **primeira sessão** prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os envelopes n.ºs 2 e 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Licitações, e separá-los dos envelopes n.ºs 1 e 3;

b) retirar e rubricar o conteúdo dos envelopes n.º 1;

c) abrir os envelopes n.º 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os envelopes n.º 1 e 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão por e-mail fornecido pela licitante na proposta.

12.2.3.1. A Comissão de Licitações, antes do procedimento previsto na alínea ‘b’ do subitem 12.2.3, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

12.2.3.2. Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos envelopes n.º 1 e 3, a Comissão de Licitações e/ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Licitações desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.2.4. A Comissão de Licitações **não** lançará nenhum código, sinal ou marca nos envelopes n.º 1 e nos documentos que compõem a via *não identificada* do Plano de Comunicação Publicitária.

12.2.5. Abertos os envelopes n.º 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Licitações.

12.2.6. Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão de Licitações na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem 12.2.7 e seguintes. Caso contrário, a Comissão de Licitações divulgará o resultado conforme subitem 12.6, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

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

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

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Licitações, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.3. Segunda Sessão

12.3.1. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (envelopes n.º 1 e 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Licitações convocará as licitantes para participar da **segunda sessão pública**, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os envelopes n.º 2;

c) cotejar as vias *não identificadas* (envelope n.º 1) com as vias identificadas (envelope n.º 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica e registrar em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

f) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do subitem 12.6 deste Edital com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a', da Lei n.º 8.666/93.

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

12.4. Terceira Sessão

12.4.1. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitações convocará as licitantes, na forma do subitem 12.6 deste Edital, para participar da **terceira sessão pública,** com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os envelopes n.º 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitações e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos envelopes n.º 4;

d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

f) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços a licitante mais bem classificada nos termos do subitem 9.2 deste Edital;

g) informar o resultado do julgamento da Proposta de Preço e o julgamento final das Propostas será publicado na forma do subitem 12.6 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a', da Lei n.º 8.666/93.

12.5. Quarta Sessão

12.5.1 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitações convocará as licitantes classificadas no julgamento final das propostas, na forma do subitem 12.6 deste Edital, para participar da **quarta sessão pública,** com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na ata;

b) receber e abrir os envelopes n.º 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitações e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos envelopes n.º 5;

e) informar: o resultado da habilitação; que o resultado da habilitação será publicado na forma do subitem 12.6 deste Edital com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei n.º 8.666/93;

f) publicar na forma do subitem 12.6 deste Edital o nome da licitante vencedora desta licitação, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

12.6. A juízo da Comissão de Licitações, ressalvadas aquelas situações previstas na Lei n.° 8.666/93, as decisões referentes a este processo licitatório poderão ser divulgadas conforme a seguir:

a) nas sessões de abertura de envelopes;

b) na Imprensa oficial da Câmara;

c) por qualquer outro meio que permite o recebimento da comunicação pelas licitantes.

12.7. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 4, deste Edital.

12.8. Os integrantes da Subcomissão Técnica **não** poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços.

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

12.10. Qualquer tentativa da licitante influenciar a Comissão de Licitações ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

13. DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS

13.1. Dos atos da Administração, decorrentes do procedimento licitatório e na execução do Contrato Administrativo, cabem os recursos previstos no artigo 109 da Lei n° 8.666/93.

13.2. Os recursos devem observar os seguintes requisitos:

a) serem devidamente fundamentados;

b) conter a assinatura do Representante Legal da recorrente ou de seu procurador devidamente habilitado;

c) serem protocolados diretamente à Comissão Permanente de Licitações, dentro do prazo legal;

d) caso as licitantes interpuserem recursos administrativos através de meio eletrônico, deverão ser transmitidos dentro do prazo recursal e seus originais serem entregues no prazo de 1 (um) dia útil após a data de término do prazo recursal, sob pena de ser considerado deserto ou prejudicado.

13.3. Os requisitos constantes no item acima também serão aplicados aos pedidos de esclarecimentos e impugnações feitas ao edital.

14. DA ADJUDICAÇÃO E HOMOLOGAÇÃO

14.1. Encerrada a fase de julgamento, a Comissão classificará a proposta mais vantajosa do objeto ao(s) licitante(s) vencedor(es) e encaminhará o processo ao Sr. Presidente da Câmara Municipal para que o homologue e adjudique.

14.2. O Presidente se reserva o direito de, a qualquer tempo, revogar ou anular o presente processo licitatório, por razões de interesse público advindas de fato superveniente devidamente comprovado ou por atos ilegais durante o procedimento Licitatório.

15. DA FISCALIZAÇÃO

15.1 A fiscalização da prestação de serviços será exercida por servidor da Câmara Municipal de Gramado, neste ato denominado como FISCAL, devidamente designado através de ato próprio - portaria, conforme art. 37, da Lei 8.666/93.

16. DO PAGAMENTO

a) O pagamento será efetuado mensalmente, de acordo com a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul e aplicados os percentuais de desconto apresentados, a partir do 15º (décimo quinto) dia do mês subsequente ao da prestação dos serviços, mediante a apresentação da cópia da fatura correspondente às publicações e/ou veiculações efetivadas de cada órgão do CONTRATANTE, o comprovante de execução dos serviços, autorizações da Assessoria de Comunicação, bem como os comprovantes de quitação dos serviços tomados no mês anterior ao que se encontra em vigor.

b) A CONTRATADA submete-se às exigências, descontos e/ou retenções exigidos pelo INSS, ISS e IR, sobre o percentual de comissão de agência.

c) As notas fiscais emitidas pela CONTRATADA deverão estar de acordo com os valores unitários e totais, constantes na planilha da proposta da CONTRATADA.

d) Caso a CONTRATADA possua empregados que façam parte da execução deste contrato em condições especiais de trabalho, de acordo com o art. 145 da Instrução Normativa RFB n° 971 de 13.11.2009, a CONTRATADA deverá emitir Nota Fiscal específica para os serviços prestados em condições especiais pelos segurados empregados ou discriminar na Nota Fiscal a remuneração destes segurados.

e) Havendo a utilização de trabalhadores da CONTRATADA nas condições do art. 145 da Instrução Normativa RFB n° 971 de 12.11.2009, e não havendo a discriminação do valor destes serviços na forma prevista no parágrafo único do art. 145 da Instrução Normativa RFB n° 971, de 13.11.2009, a CONTRATANTE aplicará a regra do art. 146 da referida Instrução Normativa para fins de retenção previdenciária.

f) A inadimplência da CONTRATADA com relação aos encargos sociais, trabalhistas, fiscais e comerciais ou indenizações não transfere a CONTRATANTE a

responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto contratado, de acordo com o art. 71, parágrafo 1º da Lei Federal n.º 8.666/93.

17. DO FATURAMENTO

17.1. A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos do contrato a ser celebrado, consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item 8 deste Edital;

17.2. A forma e as condições de pagamento estão abaixo descritas:

17.2.1. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO:

17.2.1.1. Para cada serviço contratado, a documentação de cobrança da CONTRATADA será composta de uma via da sua Nota Fiscal/Fatura no valor integral dos serviços e uma via do documento fiscal do terceiro (fornecedor ou veículo) com o comprovante do respectivo serviço;

17.2.1.2. Ambos os documentos fiscais serão faturados contra a CONTRATANTE, sendo que o documento fiscal da CONTRATADA, terá isenção do valor do terceiro na sua base de cálculo de tributação;

17.2.1.3. A liquidação de ambos documentos ocorrerá única e exclusivamente mediante crédito na conta corrente mantida pela CONTRATADA;

17.3. A CONTRATANTE não pagará nenhum valor diretamente a terceiros;

17.4. Os pagamentos aos terceiros (fornecedores ou veículos) pelos serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 15 dias após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE;

17.4.1. A CONTRATADA deverá prestar contas à CONTRATADA da efetivação do pagamento feito a terceiros.

18. DO PRAZO DE VIGÊNCIA E PARA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

O prazo de vigência é de 12 (doze) meses a contar da ASSINATURA do CONTRATO podendo ser prorrogado a critério do contratante e mediante anuência da contratada, por igual período, até o prazo máximo contido na Lei 8.666/93.

19. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

19.1 A reserva orçamentária para gastos relativos ao objeto deste edital importa em R$ 285.000,00 (duzentos e oitenta e cinco mil reais), consignado no orçamento da Câmara Municipal de Vereadores de Gramado/RS, através da seguinte dotação orçamentária:

Projeto/Atividade 2.003 Gestão e Controle da Publicidade Legislativa

3.3.90.39.00.00.00.00 - Outros serviços de terceiros- PJ

3.3.90.39.92.00.00.00 - Serviços publicidade institucional.

20. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

20.1 Independentemente das sanções penais cabíveis por perdas e danos e no caso de não cumprimento do proposto neste Edital, o Poder Legislativo poderá aplicar as seguintes sanções, cumuladas ou não, como outras previstas no mesmo diploma legal:

a) Advertência, por escrito, sempre que ocorrerem pequenas irregularidades, para as que haja concorrido;

b) multa de 0,5% (meio por cento) por dia de atraso, limitado esta a 15 (quinze) dias, após o qual será considerado inexecução contratual;

c) multa de 8% (oito por cento) no caso de inexecução parcial do contrato, cumulada com a pena de suspensão do direito de licitar e o impedimento de contratar com a Administração pelo prazo de 01 (um) ano;

d) multa de 10% (dez por cento) no caso de inexecução total do contrato, cumulada com a pena de suspensão do direito de licitar e o impedimento de contratar com a Administração pelo prazo de 02 (dois) anos.

20.2 As multas serão calculadas sobre o montante não adimplido do contrato, e deverão ser recolhidas à Fazenda Municipal até a data do primeiro pagamento a ser feito à Contratada, após a aplicação da mesma.

21. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

21.1 A apresentação da proposta pela licitante implica aceitação deste Edital, bem como das normas legais e infra legais que regem a matéria e, se porventura a licitante for declarada vencedora, ao cumprimento de todas as disposições contidas nesta licitação.

21.2 De todas as reuniões de abertura dos envelopes lavrar-se-á ata circunstanciada, na qual se mencionará tudo o que ocorrer no ato. A ata será assinada pelos membros da Comissão Permanente de Licitações e pelos representantes credenciados presentes.

21.3 Uma vez iniciada, a abertura dos envelopes relativos à documentação, não serão admitidas à licitação participantes retardatárias.

21.4 Não serão consideradas as propostas que deixarem de atender qualquer das disposições do presente edital, bem como com preços unitários e/ou globais superestimados ou inexequíveis.

21.5 Em nenhuma hipótese serão aceitos quaisquer documentos ou propostas fora do prazo e local estabelecidos neste edital.

21.6 Não serão admitidas, por qualquer motivo, modificações ou substituições das propostas ou quaisquer outros documentos.

21.7 Só terão direito a usar a palavra, rubricar as propostas, apresentar reclamações ou recursos, assinar atas e contratos, os licitantes ou seus representantes credenciados e os membros da Comissão Julgadora.

21.8 Não serão lançadas em ata consignações que versarem sobre matéria objeto de recurso próprio, como por exemplo, sobre os documentos de habilitação e proposta financeira (art. 109, inciso I, *a* e *b,* da Lei n.° 8.666/93).

21.9 Do contrato a ser assinado com o vencedor da presente licitação constarão as cláusulas necessárias previstas no art. 55, e a possibilidade de rescisão do contrato, na forma determinada nos artigos 77 a 79 da Lei n.º 8.666/93.

21.10 Ao Presidente da Câmara de Vereadores fica assegurado o direito de revogar ou anular a presente Licitação, sem que caiba aos licitantes quaisquer direitos a reclamação ou indenização.

21.11 Compõem esta convocação geral, além das condições específicas, constantes do corpo do Edital, os seguintes documentos:

a) Anexo I – Modelo de Credenciamento;

b) Anexo II – Modelo de Declaração específica de que a empresa proponente não foi declarada inidônea para licitar ou contratar com o Poder Público;

c) Anexo III - Modelo de declaração que a empresa proponente não emprega menor de 16 anos;

d) Anexo IV – *Briefing*;

e) Anexo V – Declaração de Tratamento dos Direitos Autorais;

f) Anexo VI – Minuta de Contrato;

g) Anexo VII – Critério de julgamento das Propostas Técnicas;

h) Anexo VIII – Termo de Referência

Gramado/RS, 11 de novembro de 2022.

CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES
Presidente

CÂMARA MUNICIPAL
GRAMADO
TUA CASA. TUA VOZ.

ANEXO I

Modelo de Credenciamento

CREDENCIAMENTO

Pela presente, credenciamos o(a) Sr(a)....., portador(a) da cédula de identidade nº.....para participar de procedimento licitatório, Tomada de Preços 01/2022, podendo praticar todos os atos inerentes ao referido procedimento, no que diz respeito aos interesses da Representada.

Local e data

_____

Representada

ANEXO II

Modelo de Declaração

MODELO DE DECLARAÇÃO

A/C COMISSÃO DE LICITAÇÕES

Declaro, sob as penas da Lei, para fins da Tomada de Preços nº 01/2022, que a empresa.....não está sob os efeitos da penalidade administrativa de idoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, nos termos do inciso IV, do art. 87, da Lei 8.666/93, bem como que comunicarei qualquer fato ou evento superveniente à entrega dos documentos de habilitação que venha a alterar a atual situação quanto à capacidade jurídica, técnica, regularidade fiscal e idoneidade econômico-financeira.

(Data, nome e assinatura do representante)

ANEXO III

Modelo de Declaração

MODELO DE DECLARAÇÃO

A/C COMISSÃO DE LICITAÇÕES

Tomada de Preços nº 01/2022

.....(licitante), inscrito no CNPJ nº....., por seu representante legal Sr(a)....., portador(a) da Carteira de Identidade nº..... e do CPF nº....., DECLARA, para fins do dispositivo no inciso V, do art. 27 da Lei 8.666 de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

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

(Data, nome e assinatura do representante)

ANEXO IV

Briefing

Contexto

A Comunicação da Câmara de Vereadores de Gramado é informativa, educativa, de prestação de serviço e orientação social, buscando a valorização do trabalho do Legislativo como instituição e dos parlamentares como seus legítimos representantes.

As funções legislativas consistem na elaboração de leis sobre assuntos constitucionalmente permitidos como de sua competência, aprovando projetos que se transformam em leis impactando de alguma forma a vida das pessoas. É importante enaltecer que a atividade parlamentar acontece além das sessões plenárias e das reuniões de Comissões Permanentes. Cada parlamentar representa uma parcela da população. A decisão dos rumos do município passam pelo exame do Poder Legislativo.

Problema Geral de Comunicação

O cidadão precisa entender a importância do Poder Legislativo e ter o esclarecimento de que a atividade parlamentar vai além de participar de sessões.

Problema específico de Comunicação

A campanha publicitária de caráter institucional deverá expressar a relevância do papel da Câmara de Vereadores de Gramado e de que forma a atuação do parlamentar pode impactar positivamente na vida do cidadão.

Objetivos

Desta forma, a campanha deve informar, explicar e aproximar a população deste conceito, conscientizando-a sobre a importância do Poder Legislativo e do parlamentar como seu representante.

Período de Comunicação e Verba referencial

O período de comunicação da campanha será de 6 (seis) meses e o valor referencial total disponível será de até R$ 140.000,00 (cento e quarenta mil reais).

Público-Alvo

População gramadense.

ANEXO V

Declaração de Tratamento dos Direitos Autorais

À COMISSÃO DE LICITAÇÕES

(Razão social da licitante)_____, por meio de seu Diretor ou Responsável Legal, declara sob as penas da lei, que tratará a questão dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que vier a produzir dentro do que determina a Lei do Direito Autoral – Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, e conforme o Capítulo 3, item 3.7, das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, **com cessão definitiva à Câmara Municipal de Gramado dos direitos patrimoniais de uso,** conforme discriminado abaixo:

a) Para os direitos de autoria intelectual, abrangendo criação, textos, direção de arte, fotos, arte-finalização e material audiovisual, tais como trilha sonora original ou a partir de obra pré-existente que não seja de domínio público, *jingles, spots*, comerciais para TV e cinema e para uso público em eventos – incluindo direção e produção – e assemelhados, tanto criados e produzidos pela própria agência, como por empresas ou profissionais especializados contratados pela agência;

b) Para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas pré-existentes (ou de reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de vigência do contrato, com a definição de um percentual do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso.

Por ser expressão da verdade, firmamos a presente.

_____em ____de_____de 2022.

_____

Nome completo e assinatura do representante legal da empresa

ANEXO VI

Minuta de Contrato

CONTRATO Nº____/2022

Contrato celebrado entre a CÂMARA MUNICIPAL DE GRAMADO, sito a Rua São Pedro, 369, Centro, município de Gramado/RS, inscrito no CNPJ nº 09.101.307/0001-53, representada pelo Vereador Presidente, Sr. ....., brasileiro, domiciliado e residente em Gramado, com o endereço Rua São Pedro, 369, inscrito no CPF nº 013.628.840-57, doravante denominada **CONTRATANTE** e a empresa ....., sita....., inscrita no CNPJ sob o nº....., representada neste ato por..... residente e domiciliado na....., inscrito no CPF nº....., doravante denominada **CONTRATADA**, para executar a prestação de serviços descritos na **Tomada de Preços nº 01/2022.**

O presente contrato tem seu respectivo fundamento e finalidade na consecução do objeto contratado, descrito abaixo, constante do **Processo Licitatório Tomada de Preços nº 01/2022**, regendo-se pela Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993, Lei 12.232/2010 e legislação pertinente, assim como pelas condições do Edital referido e suas especificações, pelos termos da proposta e pelas cláusulas a seguir expressas, definidoras dos direitos, obrigações e responsabilidades das partes.

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

O presente contrato tem por objeto a contratação de empresa especializada em agenciamento de publicidade, para a prestação de serviços de comunicação à Câmara Municipal de Gramado.

1.1 Os serviços de publicidade a serem contratados compreendem:

a) o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de difundir ideias ou informar o público em geral sobre assuntos e temas de competência ou interesse da Câmara de Vereadores;

b) poderão ser incluídos como atividades especializadas de publicidade complementares: o planejamento, conceituação 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;

c) a criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

d) formulação e execução de Plano de Comunicação;

e) intermediação na veiculação publicitária em todos os meios de comunicação tradicionais e/ou alternativos.

1.2. Especificações do Serviço

1.2.1 Os serviços a serem prestados e intermediados pela agência contratada estão divididos nas seguintes categorias:

1.2.1.1 Jornais/revistas impressos

a) Veiculação e intermediação de anúncios institucionais em espaço previamente solicitado e contratado em mídia impressa escrita;

b) Criação e produção de arte/peça de anúncios e informes, quando solicitado pela Casa, desenvolvida pela agência mediante *briefing* do setor de Comunicação da Câmara de Vereadores de Gramado.

c) Publicação de conteúdos institucionais em formato de informe publicitário em mídia impressa escrita, com textos e fotos produzidos pelo setor de Comunicação da Câmara de Vereadores de Gramado.

d) A contratante determinará a periodicidade das publicações conforme a demanda de notícias e informações que precisam ser veiculadas, assim como tamanho das publicações.

e) Intermediação da agência com os veículos para reproduzir os conteúdos e produtos que são produzidos pela Câmara de Vereadores, como TV Câmara e vídeos institucionais, nas redes sociais do veículo.

1.2.1.2 Rádio comercial

a) Spot de até 2 minutos, de segunda a sexta-feira, com duas inserções no dia. O setor de Comunicação da Câmara de Vereadores agenda e fornece os áudios e a empresa jornalística executa a vinheta. Os conteúdos podem ser replicados nas redes sociais da rádio pelo menos uma vez no dia, mediante solicitação contida no *Briefing*. O conteúdo será intercalado com informações dos próprios vereadores e do setor de Comunicação.

b) A contratação do serviço deve garantir a cobertura presencial da emissora em, pelo menos, 50% das sessões ordinárias, extraordinárias e especiais realizadas, considerando um ano de contrato.

c) Programete de até 20 minutos com um vereador na rádio para falar das suas ações e trabalho realizado como Vereador, com inserção uma vez na semana em data previamente combinada.

d) O veículo contratado pela agência deverá realizar o registro de entrevista da fala de todos os vereadores antes das sessões ordinárias em, pelo menos, 50% das sessões ordinárias, especiais e extraordinárias realizadas, considerando um ano de contrato. O conteúdo deverá ser utilizado na manhã subsequente à sessão em um programete de até 10 minutos com vinheta e edição executadas pela emissora.

e) Intermediação da agência contratada com as emissoras para reproduzir os conteúdos produzidos pela Câmara de Vereadores, como TV Câmara, e védoes institucionais, nas redes sociais do veículo.

1.2.1.3 Rádio digital

a) *Spot* de até 4 minutos com conteúdo institucional produzido e editado pela equipe de Comunicação da Câmara – com duas inserções diárias em um dia da semana previamente combinado com a emissora.

b) Programete de entrevista de até 20 minutos, com um vereador – seguindo a ordem determinada pela Câmara de Vereadores, sempre prezando pela hegemonia – na rádio para falar das ações do seu gabinete, com inserção uma vez na semana em data previamente combinada – com 1 (um) compartilhamento nas redes sociais da rádio, com prazo de até 24h após a veiculação.

c) Intermediação da agência contratada para reproduzir os conteúdos produzidos pela Câmara de Vereadores, como TV Câmara e vídeos institucionais nas redes sociais do veículo.

1.2.1.4 Blogs e portais

a) Contratação de blog para serviços de divulgação de mídia publicitária. A arte é desenvolvida pela agência, se solicitado, mediante *briefing* do setor de comunicação da Câmara. Cada blog contratado deverá publicar um *banner* institucional, em seu site em tamanho previamente definido;

b) Contratação de blog para serviços de divulgação de informe publicitário da Câmara de Vereadores. O conteúdo será desenvolvido pelo setor de Comunicação da contratante;

c) O blog deverá realizar um programete por meio de transmissão ao vivo com um vereador, a cada 15 dias, sendo entrevistado para falar do seu trabalho e ações do seu gabinete, definido pelo critério de ordem alfabética;

d) Serão considerados como blogs ou portais de notícias virtuais aqueles que não consistem exclusivamente em jornais ou rádios.

e) A agência contratada intermediará com os blogs para reprodução dos conteúdos produzidos pela Câmara de Vereadores, como TV Câmara e vídeos institucionais, nas redes sociais do veículo.

1.2.1.5 Tráfego pago em redes sociais

a) Gestão de publicações patrocinadas nas redes sociais da Câmara, como Facebook, Instagram e Youtube, por meio de orçamento previamente autorizado pelo setor de Comunicação da contratante.

b) A gestão de tráfego pago deverá estudar e traçar estratégias para que o conteúdo seja reproduzido e distribuído de forma relevante, com o intuito de gerar maior engajamento para a rede/plataforma virtual em que o patrocínio for aplicado.

Também será necessário monitorar as métricas e avaliar os resultados que estas estratégias estarão gerando para a plataforma.

c) Deve estar incluso neste produto todo e qualquer tipo de agendamento e/ou atendimento com o suporte técnico da rede social, quando necessário.

1.2.1.6 Identidade visual

Elaboração de marcas, expressões de propaganda, logotipos e outros elementos de programação visual quando solicitado pela contratante.

1.2.1.7 Podcast e Youtube

a) Participação de vereadores em *podcasts* ou veículos com transmissão pelo Youtube, em formato de programete, para divulgações de ações do seu gabinete e trabalho em geral desenvolvido na Câmara em espaço/tempo previamente combinado com o veículo ou canal.

b) Serão considerados *podcasts* programas de áudio sob demanda, em que o ouvinte pode escutá-lo on-line na hora que quiser, diferentemente da rádio comercial, por meio de site ou serviço de *streaming* (de distribuição digital).

1.3 A critério da Câmara Municipal de Gramado, os serviços contidos nos itens 1.2.1 deste contrato podem ser contratados em quantidade menor às que estão especificadas.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO PREÇO

2.1 A CONTRATANTE pagará o preço de cada serviço de acordo com os valores constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul, relativamente aos serviços prestados internamente na Agência, aplicados os percentuais ofertados na proposta de preço da CONTRATADA, livre de encargos, conforme segue:

a) O percentual de desconto sobre os custos dos serviços — Custos Internos é de …….% (……...).

b) Percentual de honorários incidentes sobre a remuneração das Agências, decorrente de trabalhos de produção/ suprimentos/ serviços realizados tecnicamente por terceiros, a partir de estudo ou de criação intelectual das Agências e sob sua supervisão e responsabilidade é de ……...% (……...).

c) A CONTRATADA fará jus ao desconto de agência à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acelados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, a ser concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto n.° 57.690/1966, e as Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

d) A CONTRATADA deverá obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

e) Todos os serviços executados a mais por comprovada negligência ou imperícia por parte da CONTRATADA não serão pagos pela CONTRATANTE, bem como, os serviços reprovados e não refeitos.

f) No preço ajustado estão incluídos todos os custos com recursos humanos e materiais, fretes, equipamentos, transporte, bem como encargos fiscais, sociais, comerciais, trabalhistas e previdenciários e quaisquer outras despesas necessárias à prestação dos serviços ora contratados.

g) Os percentuais de desconto contratados serão considerados completos e suficientes para a prestação dos serviços, objeto deste contrato, sendo desconsiderada qualquer reivindicação de pagamento adicional devido a erro ou má interpretação de parte da CONTRATADA.

h) Pela execução dos serviços, a CONTRATADA receberá o valor total estimado em até R$ 285.000,00 (duzentos e oitenta e cinco mil reais) anuais.

CLÁUSULA TERCEIRA – DO PAGAMENTO

a) O pagamento será efetuado mensalmente, de acordo com a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul e aplicados os percentuais de desconto apresentados, a partir do 15º (décimo quinto) dia do mês subsequente ao da prestação dos serviços, mediante a apresentação da cópia da fatura correspondente às publicações e/ou veiculações efetivadas de cada órgão da CONTRATANTE, o comprovante de execução dos serviços, autorizações da Assessoria de Comunicação, bem como os comprovantes de quitação dos serviços tomados no mês anterior ao que se encontra em vigor.

b) Caso o objeto do certame esteja em consonância com o disposto na Instrução Normativa N° 03, de 14 de julho de 2005, do Ministério da Previdência Social, a contratada ficará sujeita as retenções legais.

c) A CONTRATADA submete-se às exigências, descontos e/ou retenções exigidos pelo INSS, ISS e IR, sobre o percentual de comissão de agência.

d) As notas fiscais emitidas pela CONTRATADA deverão estar de acordo com os valores unitários e totais, constantes na planilha da proposta da CONTRATADA.

e) Caso a CONTRATADA possua empregados que façam parte da execução deste contrato em condições especiais de trabalho, de acordo com o art. 145 da Instrução Normativa RFB n° 971 de 13.11.2009, a CONTRATADA deverá emitir Nota Fiscal específica para os serviços prestados em condições especiais pelos segurados empregados ou discriminar na Nota Fiscal a remuneração destes segurados.

f) Havendo a utilização de trabalhadores da CONTRATADA nas condições do art. 145 da Instrução Normativa RFB n° 971 de 12.11.2009, e não havendo a discriminação do valor destes serviços na forma prevista no parágrafo único do art. 145 da Instrução Normativa RFB n° 971, de 13.11.2009, a CONTRATANTE aplicará a regra do art. 146 da referida Instrução Normativa para fins de retenção previdenciária.

g) A inadimplência da CONTRATADA com relação aos encargos sociais, trabalhistas, fiscais e comerciais ou indenizações não transfere a CONTRATANTE a responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto contratado, de acordo com o art. 71, parágrafo 1º da Lei Federal n.º 8.666/93.

CLÁUSULA QUARTA – DO FATURAMENTO

4.1. A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos do contrato a ser celebrado, consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item 2.1 deste contrato;

4.2. A forma e as condições de pagamento estão abaixo descritas:

4.2.1. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO:

4.2.1.1. Para cada serviço contratado, a documentação de cobrança da CONTRATADA será composta de uma via da sua Nota Fiscal/Fatura no valor integral dos serviços e uma via do documento fiscal do terceiro (fornecedor ou veículo) com o comprovante do respectivo serviço;

4.2.1.2. Ambos os documentos fiscais serão faturados contra a CONTRATANTE, sendo que o documento fiscal da CONTRATADA, terá isenção do valor do terceiro na sua base de cálculo de tributação;

4.2.1.3. A liquidação de ambos documentos ocorrerá única e exclusivamente mediante crédito na conta corrente mantida pela CONTRATADA;

4.3. A CONTRATANTE não pagará nenhum valor diretamente a terceiros;

4.4. Os pagamentos aos terceiros (fornecedores ou veículos) pelos serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 15 dias após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE;

4.4.1. A CONTRATADA deverá prestar contas à CONTRATADA da efetivação do pagamento feito a terceiros.

CLÁUSULA QUINTA – DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas decorrentes do presente contrato correrão à conta da seguinte dotação orçamentária:

Projeto/Atividade 2.003 Gestão e Controle da Publicidade Legislativa

3.3.90.39.00.00.00.00 - Outros serviços de terceiros- PJ

3.3.90.39.92.00.00.00 - Serviços publicidade institucional.

CLÁUSULA SEXTA – DO REAJUSTE DOS PREÇOS

5.1 Não será concedido reajustamento de preços durante a vigência do contrato, exceto se a Lei Federal assim determinar, hipótese em que os reajustes serão concedidos de acordo com a norma legal.

5.2 Havendo reajuste, o percentual aplicado será o IPCA dos últimos doze meses.

CLÁUSULA SÉTIMA – DA FISCALIZAÇÃO

A fiscalização da prestação de serviços será exercida por servidor da Câmara Municipal de Gramado, neste ato denominado como FISCAL, devidamente designado através de ato próprio - Portaria, conforme art. 37, da Lei 8.666/93.

CLÁUSULA OITAVA – DOS PRAZOS

O prazo de vigência é de 12 (doze) meses a contar da ASSINATURA do CONTRATO podendo ser prorrogado a critério do contratante e mediante anuência da contratada, por igual período, até o prazo máximo contido na Lei 8.666/93.

CLÁUSULA NONA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

Compete à CONTRATANTE:

a) receber, fiscalizar, orientar, impugnar, dirimir dúvidas emergentes da execução do objeto contratado;

b) efetuar os pagamentos nos prazos estabelecidos em contrato;

c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessárias à execução dos serviços;

d) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

e) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato, bem como multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

CLÁUSULA DÉCIMA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

Caberá a empresa contratada o cumprimento das obrigações descritas abaixo:

a) Executar os serviços objetos deste Termo nos prazos estipulados;
b) correrão por conta da CONTRATADA todas as despesas necessárias à consecução do objeto contratado;
c) arcar com encargos salariais, previdenciários, encargos sociais, fiscais (ICMS e outros), comerciais, trabalhistas, tributários, fretes, seguros, tarifas, descarga, transporte, responsabilidade civil e demais despesas incidentes ou que venham a incidir sobre os serviços resultantes deste contrato, bem como os riscos atinentes à atividade;
d) entende-se por encargos, referentes a este contrato, os tributos (impostos, taxas), contribuições fiscais e parafiscais, emolumentos, fornecimento de mão de obra especializada, os instituídos por leis sociais, administração, lucros, equipamentos e ferramental, transporte de material, de pessoal, estada, hospedagem, alimentação e qualquer despesa acessória e/ou necessária, não especificada neste projeto;
e) arcar com ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos 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;
f) responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedades ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato;
g) 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 o CONTRATANTE;
h) cumprir fielmente o contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas;
i) atribuir os serviços a profissionais legalmente habilitados e idôneos;
j) responsabilizar-se pela solicitação, recebimento e aprovação final das provas gráficas de materiais publicitários aprovados pela CONTRATANTE.
k) disponibilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento constante na Proposta Técnica, na prestação dos serviços, objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo CONTRATANTE;
l) assegurar os empregados contra riscos de acidentes de trabalho;
m) assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado;
n) 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;
o) apresentar, mensalmente, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais;

p) indenizar terceiros e a CONTRATANTE por eventuais prejuízos ou danos decorrentes de dolo ou culpa, durante a execução do contrato, ou após o seu término, em conformidade com o artigo 70 da Lei n.° 8.666/93, assim como no caso de demora e/ou de omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade;
q) guiar-se pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade e promoção que estejam de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes;
r) informar a CONTRATANTE, durante a vigência do contrato, qualquer mudança de endereço, telefone ou outros;
s) apresentar ao fiscal do contrato, relatório técnico das atividades realizadas, quando solicitado pela CONTRATANTE;
t) disponibilidade para reuniões de alinhamento de estratégias com o setor de Comunicação da CONTRATANTE a cada 15 dias, de modo presencial.
u) caso o produto solicitado pela Câmara seja rejeitado, o mesmo deve ser refeito pela CONTRATADA no prazo máximo de até 24h a contar da notificação enviada por e-mail cadastrado na proposta, sem qualquer ônus à CONTRATANTE;
v) apresentar à CONTRATANTE 03 (três) orçamentos dos serviços ou bens a serem contratados, que deverão ser obtidos entre as pessoas que atuam no ramo do fornecimento pretendido.
x) manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas no processo licitatório.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DA INEXECUÇÃO DO CONTRATO

11.1 A Contratada reconhece os direitos da Câmara Municipal de Gramado em caso de rescisão administrativa, previstos no artigo 77 da Lei 8666/93, sendo que a rescisão deste contrato implicará na retenção de créditos decorrentes da contratação, até o limite dos prejuízos causados à Contratante.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – DAS PENALIDADES E MULTAS

12.1 Nos termos do disposto no art. 87 e §§ da Lei nº 8.666/93 e suas posteriores alterações, pela inexecução parcial ou total deste contrato, a CONTRATANTE poderá aplicar à CONTRATADA as seguintes penalidades, isoladamente ou em conjunto, sempre garantida a prévia defesa em processo administrativo:
I – advertência, por escrito, sempre que verificadas pequenas irregularidades para as quais haja concorrido;
II – multa graduada conforme a infração;
III – suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração pública, por prazo não superior a 02 (dois) anos;
IV – rescisão do contrato pelos motivos previstos no art. 78 da Lei nº 8.666/93 e alterações;
V – declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração pública, nos casos de falta grave com comunicação aos respectivos registros cadastrais,

enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso III.

12.1.1 Será aplicada multa de 0,3% (zero vírgula três por cento) ao dia, limitado até o trigésimo dia de atraso, após esse prazo será considerado inexecução contratual, sendo a multa calculada sobre o valor total contratado, quando a CONTRATADA sem justa causa, deixar de cumprir no prazo estabelecido a obrigação assumida.

12.1.2 Será aplicada multa de 10% (dez por cento) sobre o valor total da contratação, quando a CONTRATADA:

I – recusar-se a assinar o contrato, estando sua proposta no prazo de validade;

II – prestar informações inexatas ou criar embaraços à fiscalização;

III – executar o objeto contratado em desacordo com os projetos, normas técnicas e especificações, independentemente de fazer, às suas expensas, as correções necessárias;

IV – cometer infrações às normas legais de qualquer das esferas de governo, respondendo, ainda, pelas multas aplicadas pelos órgãos competentes, em razão da infração cometida;

V – desatender as determinações da fiscalização;

VI – cometer faltas reiteradas na execução do objeto do contrato;

VII – não iniciar, sem justa causa, a execução do contrato no prazo fixado;

VIII – ocasionar sem justa causa a inexecução parcial do contrato.

12.1.3 Será aplicada multa de 20% (vinte por cento), calculada sobre o valor total da contratação, quando a CONTRATADA:

I – ocasionar, sem justa causa, atraso superior a 30 (trinta) dias na execução do objeto contratado;

II – recusar-se a executar, sem justa causa, no todo ou em parte, o objeto contratado;

III – praticar, por ação ou omissão, imprudência, negligência ou imperícia, dolo ou má fé, qualquer ato que venha a causar danos à CONTRATANTE ou a terceiros independentemente da obrigação de reparar os danos causados;

IV – ocasionar sem justa causa a inexecução total do contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA RESCISÃO

13.1 Além dos motivos enumerados no art. 78 da Lei n° 8.666/93, o contrato poderá ser rescindido a qualquer tempo, independente de notificação judicial ou extrajudicial se a CONTRATADA:

I – não cumprir com as cláusulas contratuais, especificações, projetos ou prazos;

II – cumprir irregularmente ou com lentidão as cláusulas contratuais, especificações, projetos e prazos, levando a Administração a comprovar a impossibilidade da conclusão do serviço nos prazos estipulados;

III – atrasar injustificadamente o início do serviço;

IV – paralisar o serviço sem justa causa e prévia comunicação à Administração;

V – subcontratar, salvo quando previamente autorizado pela CONTRATANTE, transferir ou ceder parcial ou totalmente o objeto deste contrato a terceiros;

VI – proceder a alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa, que prejudique a execução do contrato;

VII – desatender as determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como a de seus superiores;
VIII – cometer reiteradamente faltas na sua execução;
IX – falir, requerer recuperação judicial ou for instaurada insolvência civil;
X – demonstrar incapacidade, desaparelhamento, inidoneidade técnica ou má-fé.
13.1.1 As multas que aludem às cláusulas anteriores não impedem que a CONTRATANTE rescinda unilateralmente o contrato, ou aplique, também, outra das penalidades previstas.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DAS RESPONSABILIDADES E OBRIGAÇÕES
14.1 A CONTRATADA responsabiliza-se integral e exclusivamente pelas despesas realizadas durante o objeto pactuado, assim como por todos os encargos trabalhistas, previdenciários, cíveis e tributários decorrentes das relações que ajustar com empregados ou prepostos seus, eventualmente utilizados para auxiliar, ou decorrentes de danos por qualquer razão causados a terceiros, sem qualquer responsabilidade solidária da CONTRATANTE, aos quais desde logo, nesta assegura o direito de regresso contra a CONTRATADA, em vindo a ser solidariamente responsabilizado.
14.2 A CONTRATADA fica obrigada a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no todo ou em parte, o objeto executado, no qual se verificar vício, defeito ou incorreção, resultante de má execução ou dos materiais empregados.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DISPOSIÇÕES GERAIS
15.1 Os casos omissos serão resolvidos à luz da Lei Federal nº 8.666/93, de 21 de junho de 1993, recorrendo-se à analogia, aos costumes e aos princípios gerais de direito.
15.2 Elegem as partes, independente de qualquer outro por mais privilegiado que for, o Foro da Comarca de Gramado/RS, para dirimir quaisquer dúvidas ou questões do presente contrato.
15.3 E, por estarem justos e contratados, assinam o presente contrato em 02 (duas) vias de igual teor e forma, o qual, lido e achado conforme, é assinado pelas partes contratantes.

Gramado, ___de _____de 2022.

_____
Câmara Municipal de Gramado
CONTRATANTE

_____
CONTRATADA

ANEXO VII

Critérios de Julgamento das Propostas Técnicas

(Os critérios que seguem têm a finalidade de apoio e complementaridade aos requisitos previstos em edital, e na possibilidade de conflito ou divergência deverão prevalecer os requisitos do edital)

Quesito / Subquesito	**Atributos a considerar no julgamento**
Plano de Comunicação Publicitária	
Subquesitos	
Raciocínio básico apresentação pela licitante da acuidade de compreensão: de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do anunciante, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) de comunicação a serem enfrentados.	a) das funções e do papel do anunciante nos contextos sociais, político e econômico; problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s). b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do anunciante com seus públicos; c) das características do anunciante e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária; d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação; e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo anunciante;

	f) das necessidades de comunicação do anunciante para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).
Estratégia de comunicação publicitária apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo anunciante, 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.	a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do anunciante e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), 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 do anunciante com seus públicos; d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação do anunciante; 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 o anunciante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.
Ideia criativa apresentação pela licitante de campanha publicitária com exemplos de peças e/ ou material que corporifiquem objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.	a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do anunciante; b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante; c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de públicoalvo; 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 do anunciante e à sua inserção nos contextos sociais, 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.
Estratégia de mídia e não mídia constituída de: a) apresentação, em que a contratante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no *Briefing*; b) simulação de plano de distribuição em que a contratante identificará as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição e suas respectivas inserções, quantidades e custos nominais de produção e de veiculação, exposição ou distribuição.	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 do anunciante (se indicados no *briefing*); 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.

Quesito/ Subquesito	**Atributos a considerar no julgamento**
Capacidade de Atendimento	
Apresentação, pela licitante, de informações compreendendo: a) 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 e 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; b) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;	a) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; b) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do anunciante; c) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
Repertório	
Apresentação pela licitante de trabalhos por ela, concebidos e veiculados, conforme constantes nos Atestados, expostos ou distribuídos, sob a forma de peça e/ou	a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido;

material.	b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material; c) a clareza da exposição das informações prestadas;

ANEXO VIII

Termo de Referência

TERMO DE REFERÊNCIA

CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA EM AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE DA CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES GRAMADO/RS

1. INTRODUÇÃO

1.1 A Câmara de Vereadores identificou a necessidade de contratação de empresa especializada do ramo do objeto a ser licitado, a fim de dar maior transparência aos atos legislativos e ampliar os canais de comunicação com a comunidade.

2. DO OBJETO

2.1 O objeto deste Termo de Referência é a contratação de uma empresa especializada em agenciamento de Publicidade(contratada), para a prestação de serviços de comunicação à Câmara Municipal de Gramado/RS.

3. DA JUSTIFICATIVA

3.1 A presente contratação tem por finalidade gerar maior transparência aos atos do Legislativo Municipal e cumprir as legislações vigentes. Nos mais recentes anos tem-se observado o surgimento de novos espaços de Comunicação, e a Casa Legislativa quer ter a possibilidade de estar presente em diferentes plataformas. Desta forma, no intuito de informar a comunidade de todas as ações que acontecem na Câmara e das proposições que tramitam na Casa do Povo, a justificativa para esta contratação é trabalhar as questões de divulgação institucional de forma mais ampla, para que os munícipes possam acompanhar todos os processos, manifestar-se quando pertinente, sugerir e cobrar ações que possam auxiliar a cidade e a seus moradores, além de prestar contas do trabalho de cada parlamentar em uma linguagem acessível.

3.2 A Câmara de Vereadores de Gramado utilizará a publicidade como ferramenta importante da divulgação de suas atividades legislativas junto à sociedade e como uma das formas essenciais de demonstrar transparência da gestão pública.

3.3 A contratação de uma agência de publicidade, que consiga agregar em seus produtos qualidade técnica, trará ganhos para toda a comunidade por investir com inteligência os recursos públicos disponíveis e previstos na legislação vigente, oferecendo melhores condições de acesso às informações dos trabalhos realizados pelo Legislativo dando maior visibilidade aos temas tratados pela Câmara Municipal.

3.4 A Câmara visa melhor qualidade dos serviços publicitários implementadas pela Casa devido à capacidade da empresa fornecedora de oferecer mão de obra especializada com o trabalho de produção dos conteúdos.

3.5 Obter suporte técnico e operacional competente e adequado para o planejamento, a criação e o desenvolvimento de conteúdos institucionais, além da possibilidade de fornecer produtos e serviços nas área de publicidade com agilidade e com qualidade, que busquem qualificar a imagem da instituição pública junto à comunidade.

3.6 Os serviços que deverão ser contratados são de fundamental importância para manter a difusão da imagem sólida da Câmara de Vereadores junto à comunidade, marcando presença diária na vida de todos os cidadãos, levando informações de maneira clara e transparente sobre os temas tratados pela Câmara, mostrando a importância dos trabalhos do Poder Legislativo e o impacto que ele tem diretamente sobre a vida de toda a população.

3.7 A contratação de agência de publicidade está em consonância com o planejamento das atividades do setor de Comunicação do Legislativo, definidas com o intuito de garantir o atendimento das necessidades da instituição no que diz respeito ao uso estratégico das ferramentas de comunicação publicitárias disponíveis e na difusão de conteúdos institucionais em multiplataformas.

4. DA DESCRIÇÃO DO OBJETO

4.1 Os serviços de publicidade a serem contratados compreendem:

a) o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de difundir ideias ou informar o público em geral sobre assuntos e temas de competência ou interesse da Câmara de Vereadores;

b) poderão ser incluídos como atividades especializadas de publicidade complementares: o planejamento, conceituação 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;

c) a criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando a expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias;

d) formulação e execução de Plano de Comunicação;

e) intermediação na veiculação publicitária em todos os meios de comunicação tradicionais e/ou alternativos.

5. ESPECIFICAÇÕES DO SERVIÇO

5.1 Os serviços a serem prestados e intermediados pela agência contratada estão divididos nas seguintes categorias:

5.1.1 Jornais/revistas impressos

a) Veiculação e intermediação de anúncios institucionais em espaço previamente solicitado e contratado em mídia impressa escrita;

b) Criação e produção de arte/peça de anúncios e informes, quando solicitado pela Casa, desenvolvida pela agência mediante *briefing* do setor de Comunicação da Câmara de Vereadores de Gramado;

c) Publicação de conteúdos institucionais em formato de informe publicitário em mídia impressa escrita, com textos e fotos produzidos pelo setor de Comunicação da Câmara de Vereadores de Gramado;

d) A contratante determinará a periodicidade das publicações conforme a demanda de notícias e informações que precisam ser veiculadas, assim como tamanho das publicações;

e) Intermediação da agência com os veículos para reproduzir os conteúdos e produtos que são produzidos pela Câmara de Vereadores, como TV Câmara e vídeos institucionais, nas redes sociais do veículo.

5.1.2 Rádio comercial

a) *Spot* de até 2 minutos, de segunda a sexta-feira, com duas inserções no dia. O setor de Comunicação da Câmara de Vereadores agenda e fornece os áudios e a empresa jornalística executa a vinheta. Os conteúdos podem ser replicados nas redes sociais da rádio pelo menos uma vez no dia, mediante solicitação contida no *Briefing*. O conteúdo será intercalado com informações dos próprios vereadores e do setor de Comunicação;

b) A contratação do serviço deve garantir a cobertura presencial da emissora em, pelo menos, 50% das sessões ordinárias, extraordinárias e especiais realizadas, considerando um ano de contrato;

c) Programete de até 20 minutos com um vereador na rádio para falar das suas ações e trabalho realizado como Vereador, com inserção uma vez na semana em data previamente combinada;

d) O veículo contratado pela agência deverá realizar o registro de entrevista da fala de todos os vereadores antes das sessões ordinárias em, pelo menos, 50% das sessões ordinárias, especiais e extraordinárias realizadas, considerando um ano de contrato. O conteúdo deverá ser utilizado na manhã subsequente à sessão em um programete de até 10 minutos com vinheta e edição executadas pela emissora;

e) Intermediação da agência contratada com as emissoras para reproduzir os conteúdos produzidos pela Câmara de Vereadores, como TV Câmara e vídeos institucionais, nas redes sociais do veículo.

5.1.3 Rádio digital

a) *Spot* de até 4 minutos com conteúdo institucional produzido e editado pela equipe de Comunicação da Câmara – com duas inserções diárias em um dia da semana previamente combinado com a emissora.

b) Programete de até 20 minutos, com um vereador – seguindo a ordem determinada pela Câmara de Vereadores, sempre prezando pela hegemonia – na rádio para falar das ações do seu gabinete, com inserção uma vez na semana em data previamente combinada – com 1 (um) compartilhamento nas redes sociais da rádio, com prazo de até 24h após a veiculação.

c) Intermediação da agência contratada para reproduzir os conteúdos produzidos pela Câmara de Vereadores, como TV Câmara e vídeos institucionais nas redes sociais do veículo.

5.1.4 Blogs e portais

a) Contratação de blog para serviços de divulgação de mídia publicitária. A arte é desenvolvida pela agência, se solicitado, mediante *briefing* do setor de comunicação da Câmara. Cada blog contratado deverá publicar um *banner* institucional, em seu site em tamanho previamente definido;

b) Contratação de blog para serviços de divulgação de informe publicitário da Câmara de Vereadores. O conteúdo será desenvolvido pelo setor de Comunicação da contratante;

c) O blog deverá realizar um programete por meio de transmissão ao vivo com um vereador, a cada 15 dias, sendo entrevistado para falar do seu trabalho e ações do seu gabinete, definido pelo critério de ordem alfabética;

d) Serão considerados como blogs ou portais de notícias virtuais aqueles que não consistem exclusivamente em jornais ou rádios.

e) A agência contratada intermediará com os blogs para reprodução dos conteúdos produzidos pela Câmara de Vereadores, como TV Câmara e vídeos institucionais, nas redes sociais do veículo.

5.1.5 Tráfego pago em redes sociais

a) Gestão de publicações patrocinadas nas redes sociais da Câmara, como Facebook, Instagram e Youtube, por meio de orçamento previamente autorizado pelo setor de Comunicação da contratante.

b) A gestão de tráfego pago deverá estudar e traçar estratégias para que o conteúdo seja reproduzido e distribuído de forma relevante, com o intuito de gerar maior engajamento para a rede/plataforma virtual em que o patrocínio for aplicado. Também será necessário monitorar as métricas e avaliar os resultados que estas estratégias gerarão para a plataforma.

c) Deve estar incluso neste produto todo e qualquer tipo de agendamento e/ou atendimento com o suporte técnico da rede social, quando necessário.

5.1.6 Identidade visual

Elaboração de marcas, expressões de propaganda, logotipos e outros elementos de programação visual quando solicitado pela contratante.

5.1.7 Podcast e Youtube

a) Participação de vereadores em *podcasts* ou veículos com transmissão pelo Youtube, em formato de programete, para divulgações de ações do seu gabinete e trabalho em geral desenvolvido na Câmara em espaço/tempo previamente combinado com o veículo ou canal.

b) Serão considerados *podcasts* programas de áudio sob demanda, em que o ouvinte pode escutá-lo on-line na hora que quiser, diferentemente da rádio comercial, por meio de site ou serviço de *streaming* (de distribuição digital).

5.2. A critério da Câmara Municipal de Gramado, os serviços contidos nos itens 5.1 deste Termo de Referência podem ser contratados em quantidade menor às que estão especificadas.

6. DO CREDENCIAMENTO

6.1. O credenciamento do representante da licitante que não seja sócio-gerente ou diretor da empresa, far-se-á mediante a apresentação da **Carta de Credenciamento** e/ou instrumento público ou particular, sendo que este último deverá conter assinatura reconhecida em cartório por autenticidade ou semelhança. O credenciamento será necessário somente para as empresas licitantes que se fizerem presentes no momento da abertura dos envelopes referentes a este certame licitatório. Será admitido apenas um representante por empresa, o qual deverá estar munido de cédula de identidade**.**

6.2. Caso a credencial não tenha sido assinada por sócio-gerente ou diretor da empresa, identificado no CRC (Certificado de Registro Cadastral) ou no Ato

Constitutivo, a mesma deverá vir acompanhada de procuração que conceda poderes ao signatário da Credencial.

6.3. A documentação apresentada na primeira sessão credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição, no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

7. APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E PROPOSTA DE PREÇOS

Deverão ser entregues à Comissão de Licitações no **dia ……. até às …….. horas**, em Gramado/RS, na Sala da Democracia da Câmara Municipal de Gramado, localizada na Rua São Pedro, 369, Centro, Gramado/RS, 4 (quatro) envelopes distintos, contendo as **Propostas Técnicas** e a de **Preços,** denominados respectivamente de:

7.1. ENVELOPE N.º 1 - Plano de Comunicação Publicitária – via *não identificada*

7.1.1. No envelope n.° 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária - via *não identificada.*

7.1.2. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Câmara Municipal de Gramado.

7.1.3. O envelope n.° 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

7.1.3.1. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada na Assessoria Legislativa da Câmara Municipal e apresentado sem inclusão de qualquer marca, sinal ou palavra que por qualquer meio identifique a licitante.

7.1.3.2. Para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária – até a abertura do Invólucro nº 2 – o Invólucro nº 1 não poderá:

a) ter nenhum tipo de identificação;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

7.2. ENVELOPE Nº 2 - Plano de Comunicação Publicitária - via identificada

7.2.1. No envelope n.° 2 deverá constar o Plano de Comunicação Publicitária – via identificada, que constituir-se-á em uma **cópia** do Plano de Comunicação – *via não identificada,* mas com a identificação da licitante e ser datado, assinado na última página e rubricado nas demais páginas por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, **sem a peça da ideia criativa.**

7.2.2. O envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

CÂMARA MUNICIPAL DE GRAMADO

TOMADA DE PREÇOS Nº: 001/2022

ENVELOPE Nº 2 - PROPOSTA TÉCNICA

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

NOME DA EMPRESA LICITANTE:

7.3. ENVELOPE N.º 3 - Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

7.3.1. No envelope n.° 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação. O envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

CÂMARA MUNICIPAL DE GRAMADO

TOMADA DE PREÇOS Nº: 001/2022

ENVELOPE Nº 3 - PROPOSTA TÉCNICA

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

NOME DA EMPRESA LICITANTE:

7.3.2. O envelope nº 3 deverá estar lacrado, não poderá 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 envelope nº 2.

7.4. ENVELOPE Nº 4 - Proposta de Preços

7.4.1. No envelope n.º 4 deverá ser acondicionado a Proposta de Preços da licitante. O envelope deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

CÂMARA MUNICIPAL DE GRAMADO

TOMADA DE PREÇOS Nº: 001/2022

ENVELOPE Nº 4 - PROPOSTA DE PREÇOS

NOME DA EMPRESA LICITANTE:

7.4.2. O Invólucro nº 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

8 DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO – ENVELOPE Nº 5

8.1. Os documentos de habilitação deverão ser entregues à Comissão de Licitações, em dia, hora e local por ela estipulados, **apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços.**

8.2. O envelope n.º 5, contendo os documentos de habilitação, deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

CÂMARA MUNICIPAL DE GRAMADO

TOMADA DE PREÇOS Nº: 001/2022

ENVELOPE Nº 5 - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

NOME DA EMPRESA LICITANTE:

9. DA ELABORAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS - Envelopes n° 1, 2 e 3

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

Quesitos	**Subquesitos**
I) Plano de Comunicação Publicitária	a) Raciocínio Básico; b) Estratégia de Comunicação Publicitária; c) Ideia Criativa; d) Estratégia de mídia e não mídia.
II) Capacidade de Atendimento	

III) Repertório	
IV) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.	

9.1. O **envelope n.° 1**, contendo o Plano de Comunicação Publicitária – via *não identificada,* será composto dos **subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de mídia e não mídia** e deverá ser elaborado com base nas seguintes disposições:

9.1.1. Raciocínio básico – sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Gramado, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados. Deverá ser elaborado em no máximo 4 (quatro) laudas de 30 linhas cada, fonte "Times New Roman, corpo 12, espaçamento entre linhas 1,5, papel tamanho A4.

9.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária - sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio de alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Câmara Municipal de Gramado. Deverá ser elaborado em no máximo 4 (quatro) laudas de 30 linhas cada, fonte "Times New Roman", corpo 12, espaçamento entre linhas 1,5, papel tamanho A4;

9.1.3. Ideia criativa – sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do licitante aos desafios e metas por ele explicitado na estratégia de comunicação publicitária. As peças apresentadas serão limitadas a 01 (uma) peça para cada um dos seguintes meios:

- Jornal;

- Folder;

- Rádio;

- Redes sociais;

9.1.4 Estratégia de mídia e não mídia – exposta em forma de texto de no máximo 03 (três) páginas de folha tamanho A4, de 40 (quarenta) linhas cada, permitida a inclusão de tabelas que não serão computadas na contagem do tamanho máximo de páginas (apenas como um anexo), apresentando simulação de planos de distribuição das peças de que trata o subitem 9.1.3, deste item acompanhada de memória, em que se explicitem e justifiquem as premissas assumidas.

9.2. O Plano de Comunicação Publicitária identificado (ENVELOPE Nº 02), sem o exemplo de peça da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.3. O ENVELOPE Nº 3 – Informações do Proponente deverá conter as informações sobre a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação do proponente, da seguinte forma explicitados:

9.3.1. Capacidade de atendimento, demonstrada por meio de:

a) relação nominal dos principais clientes atendidos pela proponente, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;

b) descrição da estrutura de atendimento e serviços a serem disponibilizados para a execução do contrato administrativo de serviços publicitários, pela proponente, tudo acompanhado dos respectivos contatos telefônicos e eletrônicos.

c) quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (contendo, no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas específicas e quantidades mínimas, que deverão contemplar, no mínimo:

c.1) quantificação e qualificação dos profissionais da proponente que permanecerão disponíveis para a execução do contrato, discriminados de acordo com os serviços de atendimento, planejamento, criação, produção, mídia, administrativo e financeiro;

c.2) sistemática de atendimento, discriminadas as obrigações a serem cumpridas pelo serviço de atendimento da proponente para execução do contrato, inclusive em relação a prazos, em dias úteis, a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de peça avulsa ou campanha, produção de publicidade e elaboração de plano de mídia;

c.3) estratégia para continuidade dos serviços de atendimento, no caso de substituição do profissional responsável.

d) atestado(s) emitido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que comprove(m) que a proponente executou ou está executando, a contento, serviços de natureza publicitária, similares ao objeto da presente licitação, com indicação clara do cargo ou função da pessoa que assina o atestado, bem como da identificação do tomador e prestador dos serviços (razão social, CNPJ e endereço da sede).

9.3.2. Repertório, com a apresentação, na forma de peças e respectivas fichas técnicas, do conjunto de trabalhos concebidos e veiculados pela proponente, podendo ser apresentadas até 05 (cinco) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou características de cada uma, desde que acompanhadas de ficha técnica, com indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, seu título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de, pelo menos, um veículo de comunicação que a divulgou.

9.3.3. Relatos de soluções de problemas de comunicação, devendo ser apresentados até dois casos, com exposição das soluções de problema de comunicação, referendados pelos respectivos contratantes/anunciantes, sendo vedada a apresentação de ações de comunicação solicitadas e/ou contratadas pela Câmara Municipal de Gramado, limitados estes a 4 (quatro) laudas, em folha de tamanho A4, de 30 linhas cada, com fonte de texto "Times New Roman", corpo 12, espaçamento entre linhas de 1,5.

9.4. A critério da Câmara Municipal de Gramado, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do futuro contrato administrativo.

10. DO JULGAMENTO E CRITÉRIOS PARA AVALIAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1. O julgamento da Proposta Técnica estará a cargo da Subcomissão Técnica, constituída em conformidade com os §§ 1º a 9º do art. 10 da Lei n° 12.232/2010, quando serão observados os seguintes critérios:

A. Para a seleção das empresas, serão analisadas as Propostas Técnicas, avaliando-as através dos fatores relacionados abaixo:

I – Pela avaliação qualitativa da apresentação do **Plano de Comunicação**, serão atribuídas notas no intervalo de **0 (zero) a 70 (setenta) pontos**, considerando-se a seguinte distribuição referentes aos itens:

a) clareza do **raciocínio básico** apresentado, onde a licitante demonstrará seu entendimento sobre as informações apresentadas no *Briefing* contidas no Edital: **0 (zero) a 15 (quinze) pontos;**

b) coerência e exequibilidade dos dados oferecidos, bem como o nível de explicitação da **estratégia de comunicação**, sugerida para a solução do problema específico de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar: **0 (zero) a 20 (vinte) pontos;**

c) consistência da **ideia criativa** e os resultados obtidos, devendo a licitante apresentar campanha publicitária com exemplos de no mínimo 5 (cinco) peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação: **0 (zero) a 20 (vinte) pontos;**

d) aplicabilidade da estratégia de **mídia e não mídia** em função da verba disponível para execução do objeto, deverá ser demonstrado a capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha com simulação de plano de distribuição das peças propostas, acompanhada de tabela, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas: **0 (zero) a 15 (quinze) pontos.**

II – Pela avaliação do conteúdo da **Capacidade de Atendimento**, serão atribuídas notas de intervalo de **0 (zero) a 10 (dez) pontos**, observando-se a distribuição a seguir:

a) adequação do **currículo dos profissionais** colocados à disposição da Câmara Municipal de Gramado à estratégia de comunicação apresentada e demais exigências: **0 (zero) a 3 (três) pontos**;

b) capacidade e experiência de atendimento, através das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato: **0 (zero) a 4 (quatro) pontos**;

c) qualidade do trabalho atestado por seus clientes: **0 (zero) a 3 (três) pontos**;

III – Pela avaliação do **Repertório**, serão atribuídas notas de intervalo de **0(zero) a 10 (dez) pontos**.

IV – Pelo **Relato de soluções de problemas de comunicação**, serão atribuídas notas de intervalo de **0 (zero) a 10 (dez) pontos**.

10.2. A nota da **Proposta Técnica** está limitada ao **máximo de 100 pontos** e será obtida com base nos critérios referidos no subitem 10.1.

10.3. A Subcomissão Técnica atribuirá pontos a cada um dos quesitos e subquesitos.

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

10.5. Persistindo a diferença de pontuação após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica que avaliaram as pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo dessa licitação.

10.6. A pontuação final da proposta técnica corresponderá a soma das notas de cada quesito.

10.7. Serão desclassificadas as propostas que deixarem de atender as exigências deste Termo de Referência, nos casos de:

a) houver aposição, na via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, de marca inclusive dobraduras, sinal, impresso ou qualquer outro elemento que, de alguma forma, possa identificar o licitante proponente;

b) obtiver nota zero em qualquer dos quesitos técnicos;

c) não obtiver, no somatório final dos quesitos, a **nota mínima de 60 pontos.**

11. DA ELABORAÇÃO DA PROPOSTA FINANCEIRA – ENVELOPE Nº 04

11.1. O **ENVELOPE Nº 4** deverá conter:

a) proposta financeira, rubricada em todas as páginas e assinada na última, pelo representante legal da empresa;

b) prazo de validade da proposta, não inferior a **90 (noventa) dias** consecutivos da apresentação da mesma, observado o disposto no § 3°, art. 64 da Lei n° 8.666/93 e alterações.

11.2. A proposta deverá conter os **PERCENTUAIS (%) DE DESCONTO conforme descrito abaixo**. O percentual deverá ser expresso **com 2 (duas) casas decimais**, **à vista**, válido para ser praticado desde a data da apresentação da proposta, até o efetivo pagamento, da seguinte forma:

a) percentual de desconto a ser concedido, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços, emitida pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Sul.

b) percentual de honorários referente a remuneração das Agências, decorrente de trabalhos de produção/suprimentos/serviços realizados tecnicamente por terceiros, a partir de estudo ou de criação intelectual das Agências e sob sua supervisão e responsabilidade, limitado a 15% (quinze por cento) sobre o valor do custo de produção/suprimentos/serviços externos.

11.3. Nos percentuais de desconto propostos serão considerados todos os encargos salariais, previdenciários, encargos sociais, fiscais, comerciais, trabalhistas, tributários, fretes, seguros, tarifas, descarga, transporte, responsabilidade civil e demais despesas incidentes ou que venham a incidir sobre os serviços, objeto desta licitação.

11.3.1. Entende-se por encargos, referentes à proposta, os tributos (impostos, taxas), contribuições fiscais e parafiscais, emolumentos, fornecimento de mão de obra especializada, os instituídos por leis sociais, administração, lucros, equipamentos e

ferramental, transporte de material, de pessoal, estada, hospedagem, alimentação e qualquer despesa, acessória e/ou necessária, não especificada neste edital.

11.3.2. Os percentuais de desconto propostos serão considerados completos e suficientes para a prestação dos serviços, objeto desta licitação, sendo desconsiderada qualquer reivindicação de pagamento adicional devido a erro ou má interpretação de parte da licitante.

11.3.3. Todos os serviços executados a mais por comprovada negligência ou imperícia por parte da vencedora do certame não serão pagos pela Câmara, bem como, serviços reprovados e não refeitos.

11.4. A proposta deverá estar acompanhada de **DECLARAÇÃO DE TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS.**

11.5. Na elaboração da proposta de preço, **a licitante deverá considerar as seguintes obrigações na prestação dos serviços:**

11.5.1. Incluir no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos, por tempo limitado.

11.5.2. Constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças publicitárias, os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s) incorporadas à peça, licenciamentos de uso das obras artísticas preexistentes e os de cessão dos demais direitos.

11.5.3. Executar o objeto contratado com completa organização, elevada qualidade e no prazo estipulado.

11.5.4. Realizar com seus próprios recursos todas as obrigações relacionadas com o objeto desta licitação, de acordo com as especificações determinadas neste Termo de Referência e em seus anexos.

11.5.5. Cumprir a legislação federal, estadual e municipal pertinente, bem como se responsabilizar pelos danos e encargos de qualquer espécie, decorrentes de ações ou omissões, culposas ou dolosas, que praticar durante a execução do contrato.

11.5.6. Pagar e recolher todos os impostos e demais encargos fiscais, bem como todos os encargos trabalhistas previdenciários, sociais e comerciais, prêmios de seguro e de acidente de trabalho, que forem devidos em decorrência do objeto desta licitação.

11.5.7. Divulgar informações acerca da prestação dos serviços, objeto desta licitação, que envolvam o nome da Câmara Municipal de Gramado, somente mediante autorização expressa do mesmo.

11.5.8. Orientar a produção das peças gráficas (folhetos, cartazes, etc.) aprovadas pela Câmara.

11.5.9. A quantidade de material a ser utilizado na veiculação somente será definida após a aprovação de mídia pela Câmara e sua reprodução dar-se-á a partir da aprovação das peças.

11.5.10. Registrar o serviço entre a Câmara e a licitante vencedora, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambas tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

11.5.11. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Câmara, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da licitante vencedora pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria licitante.

11.5.12. A licitante vencedora deverá realizar, com seus próprios recursos e/ou mediante a contratação de terceiros, todos os serviços relacionados com o objeto deste certame, de acordo com as especificações estipuladas pela Câmara.

11.5.13. A licitante vencedora poderá contratar outras empresas, para execução total ou parcial de alguns dos serviços, mediante anuência prévia, por escrito, da Câmara, permanecendo, perante este, todas as suas responsabilidades contratuais.

11.6. A licitante vencedora não poderá substituir os membros da equipe técnica, salvo casos de força maior e mediante prévia concordância da Câmara, satisfeitas todas as exigências do presente Termo de Referência, nos termos do artigo 30, § 10 da Lei n.º 8.666/93.

11.7. A licitante vencedora deverá manter atualizados, durante a vigência do contrato, telefone, e-mail e endereço, devendo comunicar a Contratante, qualquer alteração de dados.

12. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS

12.1. As propostas comerciais serão analisadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência.

12.2. Será desclassificada a proposta comercial que contiver qualquer condição para prestação dos serviços objeto desta licitação e/ou consignar valor superior ao da verba destinada à contratação administrativa, preços globais ou unitários simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços praticados no mercado.

12.3. A proposta comercial terá como nota máxima 50 (cinquente) pontos, de acordo com os seguintes critérios:

Item	Descontos	Pontos

P1	Percentual de desconto sobre os custos dos serviços – Custos Internos - previstos na alínea "a", do item 11.2;	10% de desconto = 16 pontos 20% de desconto = 20 pontos 30% de desconto = 24 pontos 40% de desconto = 28 pontos 50% de desconto = 32 pontos
P2	Percentual de honorários incidentes sobre a remuneração das Agências, decorrente de trabalhos de produção/ suprimentos/ serviços realizados tecnicamente por terceiros, a partir de estudo ou de criação intelectual das Agências e sob sua supervisão e responsabilidade, limitado a 15% (quinze por cento) sobre o valor do custo de produção/ suprimentos/ serviços externos, nos termos do item 11.2 alínea "b";	A pontuação obtida pela empresa corresponderá ao percentual de honorários ofertados, da seguinte forma: 15% = 1 ponto de 13,6 a 14,9% = 3 pontos de 12,1% a 13,5% = 6 pontos de 10,6% a 12,0% = 9 pontos de 9,1% a 10,5% = 12 pontos de 7,6% a 9,0% = 15 pontos de 6,1% a 7,5% = 18 pontos
	CÁLCULO DA NOTA FINAL: **(P1 + P2) = _____ = PONTUAÇÃO DA PROPOSTA COMERCIAL (PP)**	

12.4. A nota final da proposta comercial será obtida a partir do cálculo final das notas de cada um dos quesitos constantes da tabela referida no item 12.3.

12.5. A proposta de preços que obtiver o maior somatório de pontos será considerada como a de menor preço.

NOTA FINAL

12.6 - Será considerada vencedora a licitante que apresentar a proposta mais vantajosa, assim entendido a que alcançar o maior número de pontos, somadas as notas da Proposta Técnica e da Proposta Financeira, considerando a aplicação da seguinte fórmula:

NT = (Pontuação Técnica) + (Pontuação de Preços) / 2

Onde: NT = Nota Final

13. DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

13.1. O julgamento dar-se-á pelo critério de TÉCNICA E PREÇO, obedecendo aos critérios contidos neste Termo de Referência e art. 46 da Lei n.º 8.666/93 e suas alterações.

13.2. A Comissão de Licitações considerará vencedora a licitante que obtiver **MAIOR NOTA FINAL**, **ou seja**, **cujas propostas técnica e de preço apresentarem o maior somatório de pontos**.

13.3. Em caso de empate entre duas ou mais propostas, após obedecido o disposto no inciso II parágrafo 2.º, do art. 3.º da Lei n.º 8.666/93, e observada a Emenda Constitucional n.º 6, de 15/08/1995, será realizado o sorteio, em ato público, com convocação prévia de todos as licitantes, conforme prevê o parágrafo 2.º do art. 45 do Estatuto Licitatório.

13.4. Serão desclassificadas as propostas que não atenderem às exigências do presente Termo de Referência e da lei pertinente às licitações.

14. DA ELABORAÇÃO DA DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO - Envelope n.º 5

14.1. Os documentos de habilitação serão apresentados **"somente"** pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas, em obediência ao inciso XI, do artigo 11, da Lei 12.232/2010, e deverão atender ao que segue:

14.1.1. Declaração de que não há fato impeditivo de licitar com o Município;

14.1.2. Declaração assinada pelo representante legal da empresa de que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos;

14.1.3. Certificado de Registro Cadastral expedido por órgão público em vigor ou atender a todas as condições exigidas para o cadastramento até o terceiro dia anterior à data do recebimento das propostas, observada a necessária qualificação.

14.1.4. Declaração de não possuir em seu quadro de sócios, servidor público do Município, de acordo o art. 9° da Lei n° 8.666/93.

14.1.5 - HABILITAÇÃO JURÍDICA

a) Ato constitutivo, Estatuto ou Contrato Social e Cartão CNPJ em vigor, devidamente registrado em caso de sociedades comerciais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

b) Indicação do ato constitutivo, no caso de Sociedades Civis, acompanhada de prova, indicando a diretoria em exercício;

c) Registro Comercial no caso de empresa individual;

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

14.1.6 - QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

a) Certidão negativa de falência ou recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, em prazo não superior a trinta (90) dias da data da apresentação do documento.

14.1.7 - REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

a) Prova de Regularidade com a Fazenda Federal, mediante a apresentação da Certidão negativa de débitos relativos aos tributos federais e à dívida ativa da União, em vigor.

b) Prova de regularidade com a Fazenda Estadual.

c) Prova de regularidade com a Fazenda Municipal, sendo da sede do Licitante.

d) Prova de regularidade junto ao Fundo de Garantia por tempo de serviço (FGTS).

e) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

14.1.8 – QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

a) Comprovante de Registro ou Inscrição da licitante na entidade profissional competente: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade - ABAP, **em vigor**, para atendimento do art. 30, inciso I, da Lei n.º 8.666/93.

b) Certificado de Qualificação Técnica de Funcionamento concedido pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, atestando que a licitante tem estrutura profissional técnica e de conjunto mínimo de informações e dados de mídia, na configuração estabelecida pelo Anexo “A” e item 2.5.3 das Normas-Padrão, incorporadas ao sistema legal por força do Decreto n.º 4.563/2002, para atendimento do art. 30, inciso II, da Lei n.º 8.666/93.

c) Atestado de experiência, expedido por órgãos públicos, ou por empresas públicas ou privadas, comprovando a execução, pela licitante, de atividades pertinentes e compatíveis com o objeto da licitação.

14.2. A empresa que pretenda utilizar dos benefícios previstos nos art. 42 à 45 da Lei Complementar 123, de 14 de dezembro de 2006, deverá apresentar, no envelope de habilitação **declaração, firmada por contador e responsável legal da licitante, de que se enquadra como microempresa ou empresa de pequeno porte**;

14.3. A microempresa e a empresa de pequeno porte, bem como a cooperativa que atender ao item 14.2.1, que possuir restrição em qualquer dos documentos de regularidade fiscal, previstos nos sub-itens 14.1.7 deste Termo de Referência, terá sua habilitação condicionada à apresentação de nova documentação, desde que comprove a sua regularidade em cinco dias úteis, a contar da data em que for declarada vencedora do certame.

14.3.1. O benefício de que trata o item anterior não eximirá a microempresa, a empresa de pequeno porte e a cooperativa, da apresentação de todos os documentos, ainda que apresentem alguma restrição.

14.3.2. O prazo de que trata o item 14.3 poderá ser prorrogado uma única vez, por igual período, a critério da Comissão de Licitação, desde que seja requerido pelo interessado, de forma motivada e durante o transcurso do respectivo prazo.

14.3.3. A não regularização da documentação, no prazo fixado no item 14.3, implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo das penalidades previstas neste Termo de Referência, sendo facultado ao Poder Legislativo convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

OBS: Os documentos necessários à habilitação poderão ser apresentados em original ou cópia autenticada. Pode a Comissão de Licitação autenticar as cópias, à vista do original.

15. DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

15.1. Esta licitação será processada e julgada por Comissão Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que serão feitas pela Subcomissão Técnica.

15.2. A Subcomissão Técnica será composta por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que 1/3 dos membros da Subcomissão não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto com a Câmara.

15.3. A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o dobro do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta

por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Poder Legislativo Municipal.

15.3.1. A relação dos nomes referidos nos subitens anteriores será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias anteriores à data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

15.3.2. Para os fins do cumprimento do disposto na Lei n.º 12.232/2010, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar os nomes da relação a que se referem os subitens anteriores, mediante recurso escrito.

15.3.3. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

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

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

15.3.6. O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o Poder Legislativo, nos termos dos §§1º, 2º e 3º do art. 10 da Lei n.º 12.232/2010.

15.4. Caberá à Subcomissão Técnica:

a) analisar individualmente e julgar as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Termo de Referência;

b) elaborar e encaminhar à Comissão Permanente de Licitações os documentos relativos ao julgamento da qualificação técnica das licitantes, compreendidos pela ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, planilha com as pontuações dos quesitos e justificativa escrita das razões que as fundamentaram;

c) manifestar-se, em caso de eventuais recursos dos licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitada pela Comissão de Licitações.

15.5 A Comissão Permanente de Licitação deverá acompanhar o andamento dos trabalhos da Subcomissão Técnica, podendo participar das reuniões realizadas como meio de suporte;

16. DO PROCEDIMENTO - ABERTURA DOS ENVELOPES

16.1. No dia, hora e local designados no preâmbulo deste Termo de Referência, presentes as licitantes ou seus representantes e as demais pessoas que queiram assistir ao ato, a Comissão de Licitações procederá no recebimento e na abertura dos envelopes de número 1, 2, 3 e 4, se for o caso, e registrará em ata a presença dos participantes. Após a hora designada, nenhum outro documento ou proposta serão aceitos pela Comissão.

16.2. Primeira Sessão

16.2.1. A **primeira sessão pública** será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo do Edital e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio dos documentos exigidos no item 3 deste Termo de Referência;

b) receber os envelopes n.° 1, 2, 3 e 4;

c) conferir se os envelopes estão em conformidade com as disposições deste Termo de Referência.

16.2.2. O envelope n.º 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão de Licitações se **não:**

a) estiver identificado;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do envelope n.º 2;

c) estiver danificado ou deformado pela peça, material e/ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do envelope n.º 2.

16.2.2.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas ‘a’, ‘b’ e ‘c’ do subitem 12.2.2, a Comissão de Licitações **não** receberá o envelope n.º 1, o que também a impedirá de receber os demais envelopes da mesma licitante.

16.2.2.2. Ocorrida alguma das hipóteses previstas no subitem 16.2.2, ou mais de uma delas, a licitante estará eliminada do processo licitatório.

16.2.3. A **primeira sessão** prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os envelopes n.ºs 2 e 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão de Licitações, e separá-los dos envelopes n.ºs 1 e 3;

b) retirar e rubricar o conteúdo dos envelopes n.º 1;

c) abrir os envelopes n.º 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os envelopes n.ºs 1 e 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão por e-mail fornecido pela licitante na proposta.

16.2.3.1. A Comissão de Licitações, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 16.2.3, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

16.2.3.2. Se, ao examinar e/ou rubricar os conteúdos dos envelopes n.ºs 1 e 3, a Comissão de Licitações e/ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão de Licitações desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus envelopes até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

16.2.4. A Comissão de Licitações **não** lançará nenhum código, sinal ou marca nos envelopes n.º 1 e nos documentos que compõem a via *não identificada* do Plano de Comunicação Publicitária.

16.2.5. Abertos os envelopes n.ºs 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Licitações.

16.2.6. Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão de Licitações na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem 16.2.7 e seguintes. Caso contrário, a Comissão de Licitações divulgará o resultado conforme subitem 16.6, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos.

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

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

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Termo de Referência;

c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

16.3. Segunda Sessão

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

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os envelopes n.º 2;

c) cotejar as vias *não identificadas* (envelope n.º 1) com as vias identificadas (envelope n.º 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica e registrar em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

f) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do subitem 16.6 deste Termo de Referência com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a', da Lei n.º 8.666/93.

16.3.2 Além das demais atribuições previstas neste Termo de Referência, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos das licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão de Licitações.

16.4. Terceira Sessão

16.4.1. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitações convocará as licitantes, na forma do subitem 16.6 deste Termo de Referência, para participar da **terceira sessão pública,** com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os envelopes n.º 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitações e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos envelopes n.º 4;

d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Termo de Referência para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

f) declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços a licitante mais bem classificada nos termos do subitem 13.2 deste Termo de Referência;

g) informar o resultado do julgamento da Proposta de Preço e o julgamento final das Propostas será publicado na forma do subitem 16.6 deste Termo de Referência, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a', da Lei n.º 8.666/93.

16.5. Quarta Sessão

16.5.1 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão de Licitações convocará as licitantes classificadas no julgamento final das propostas, na forma do subitem 16.6 deste Termo de Referência, para participar da **quarta sessão pública,** com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na ata;

b) receber e abrir os envelopes n.º 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Licitações e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Termo de Referência e na legislação em vigor;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos envelopes n.º 5;

e) informar: o resultado da habilitação; que o resultado da habilitação será publicado na forma do subitem 16.6 deste Termo de Referência com a indicação das licitantes habilitadas e inabilitadas, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei n.º 8.666/93;

f) publicar na forma do subitem 16.6 deste Termo de Referência o nome da licitante vencedora desta licitação, caso não tenha sido interposto recurso na fase de

habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

16.6. A juízo da Comissão de Licitações, ressalvadas aquelas situações previstas na Lei n.° 8.666/93, as decisões referentes a este processo licitatório poderão ser divulgadas conforme a seguir:

a) nas sessões de abertura de envelopes;

b) na Imprensa oficial da Câmara;

c) por qualquer outro meio que permite o recebimento da comunicação pelas licitantes.

16.7. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no item 3, deste Termo de Referência.

16.8. Os integrantes da Subcomissão Técnica **não** poderão participar de nenhuma sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preços.

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

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

17. DA FISCALIZAÇÃO

17.**1** A fiscalização da prestação de serviços será exercida por servidor da Câmara Municipal de Gramado, neste ato denominado como FISCAL, devidamente designado através de Portaria própria, conforme art. 37, da Lei 8.666/93.

18. DAS OBRIGAÇÕES DA EMPRESA CONTRATADA

18.**1** Caberá a empresa contratada o cumprimento das obrigações descritas abaixo:

a) Executar os serviços objetos deste Termo de Referência nos prazos estipulados;

b) correrão por conta da CONTRATADA todas as despesas necessárias à consecução do objeto contratado;

c) arcar com encargos salariais, previdenciários, encargos sociais, fiscais (ICMS e outros), comerciais, trabalhistas, tributários, fretes, seguros, tarifas, descarga, transporte, responsabilidade civil e demais despesas incidentes ou que venham a

incidir sobre os serviços resultantes deste contrato, bem como os riscos atinentes à atividade;

d) entende-se por encargos, referentes a este contrato, os tributos (impostos, taxas), contribuições fiscais e parafiscais, emolumentos, fornecimento de mão de obra especializada, os instituídos por leis sociais, administração, lucros, equipamentos e ferramental, transporte de material, de pessoal, estada, hospedagem, alimentação e qualquer despesa acessória e/ou necessária, não especificada neste projeto;

e) arcar com ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos 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;

f) responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedades ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato;

g) 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 o CONTRATANTE;

h) cumprir fielmente o contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas;

i) atribuir os serviços a profissionais legalmente habilitados e idôneos;

j) responsabilizar-se pela solicitação, recebimento e aprovação final das provas gráficas de materiais publicitários aprovados pela CONTRATANTE.

k) disponibilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento constante na Proposta Técnica, na prestação dos serviços, objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo CONTRATANTE;

l) assegurar os empregados contra riscos de acidentes de trabalho;

m) assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado;

n) 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;

o) apresentar, mensalmente, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais;

p) indenizar terceiros e a CONTRATANTE por eventuais prejuízos ou danos decorrentes de dolo ou culpa, durante a execução do contrato, ou após o seu término, em conformidade com o artigo 70 da Lei n.° 8.666/93, assim como no caso de demora e/ou de omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade;

q) guiar-se pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade e promoção que estejam de

acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes;

r) informar a CONTRATANTE, durante a vigência do contrato, qualquer mudança de endereço, telefone ou outros;

s) apresentar ao fiscal do contrato, relatório técnico das atividades realizadas, quando solicitado pela CONTRATANTE;

t) disponibilidade para reuniões de alinhamento de estratégias com o setor de Comunicação da CONTRATANTE a cada 15 dias, de modo presencial.

u) caso o produto solicitado pela Câmara seja rejeitado, o mesmo deve ser refeito pela CONTRATADA no prazo máximo de até 24h a contar da notificação enviada por e-mail cadastrado na proposta, sem qualquer ônus à CONTRATANTE.

19. DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

19.1 Compete ao CONTRATANTE:

a) receber, fiscalizar, orientar, impugnar, dirimir dúvidas emergentes da execução do objeto contratado;

b) efetuar os pagamentos nos prazos estabelecidos em contrato;

c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessárias à execução dos serviços;

d) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

e) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato, bem como multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

20. DO PREÇO E ORÇAMENTO ESTIMADO

20.1 O CONTRATANTE pagará o preço de cada serviço de acordo com os valores constantes da Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul, relativamente aos serviços prestados internamente na Agência, aplicados os percentuais ofertados na proposta de preço da CONTRATADA, livre de encargos, conforme segue:

a) O percentual de desconto sobre os custos dos serviços — Custos Internos é de …….% (……...).

b) Percentual de honorários incidentes sobre a remuneração das Agências, decorrente de trabalhos de produção/ suprimentos/ serviços realizados tecnicamente por terceiros, a partir de estudo ou de criação intelectual das Agências e sob sua supervisão e responsabilidade é de ……...% (……...).

c) A CONTRATADA fará jus ao desconto de agência à base de um percentual bruto de 20% (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acelados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, a ser concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965, aprovado pelo Decreto n.° 57.690/1966, e as Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

d) A CONTRATADA deverá obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

e) Todos os serviços executados a mais por comprovada negligência ou imperícia por parte da CONTRATADA não serão pagos pela CONTRATANTE, bem como, os serviços reprovados e não refeitos.

f) No preço ajustado estão incluídos todos os custos com recursos humanos e materiais, fretes, equipamentos, transporte, bem como encargos fiscais, sociais, comerciais, trabalhistas e previdenciários e quaisquer outras despesas necessárias à prestação dos serviços ora contratados.

g) Os percentuais de desconto contratados serão considerados completos e suficientes para a prestação dos serviços, objeto deste contrato, sendo desconsiderada qualquer reivindicação de pagamento adicional devido a erro ou má interpretação de parte da CONTRATADA.

h) Pela execução dos serviços, a CONTRATADA receberá o valor total estimado em até R$ 285 mil anuais.

21. DO PRAZO DE VIGÊNCIA E PARA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

O prazo de vigência é de 12 (doze) meses a contar da ASSINATURA do CONTRATO podendo ser prorrogado a critério do contratante e mediante anuência da contratada, por igual período, até o prazo máximo contido na Lei 8.666/93.

22. DO PAGAMENTO

a) O pagamento será efetuado mensalmente, de acordo com a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul e aplicados os percentuais de desconto apresentados, a partir do 15º (décimo quinto) dia do mês subsequente ao da prestação dos serviços, mediante a apresentação da cópia da fatura correspondente às publicações e/ou veiculações efetivadas de cada órgão do CONTRATANTE, o comprovante de execução dos serviços, autorizações da Assessoria de Comunicação, bem como os comprovantes de quitação dos serviços tomados no mês anterior ao que se encontra em vigor.

b) A CONTRATADA submete-se às exigências, descontos e/ou retenções exigidos pelo INSS, ISS e IR, sobre o percentual de comissão de agência.

c) As notas fiscais emitidas pela CONTRATADA deverão estar de acordo com os valores unitários e totais, constantes na planilha da proposta da CONTRATADA.

d) Caso a CONTRATADA possua empregados que façam parte da execução deste contrato em condições especiais de trabalho, de acordo com o art. 145 da Instrução Normativa RFB n° 971 de 13.11.2009, a CONTRATADA deverá emitir Nota

Fiscal específica para os serviços prestados em condições especiais pelos segurados empregados ou discriminar na Nota Fiscal a remuneração destes segurados.

e) Havendo a utilização de trabalhadores da CONTRATADA nas condições do art. 145 da Instrução Normativa RFB n° 971 de 12.11.2009, e não havendo a discriminação do valor destes serviços na forma prevista no parágrafo único do art. 145 da Instrução Normativa RFB n° 971, de 13.11.2009, a CONTRATANTE aplicará a regra do art. 146 da referida Instrução Normativa para fins de retenção previdenciária.

f) A inadimplência da CONTRATADA com relação aos encargos sociais, trabalhistas, fiscais e comerciais ou indenizações não transfere a CONTRATANTE a responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto contratado, de acordo com o art. 71, parágrafo 1º da Lei Federal n.º 8.666/93.

23. FATURAMENTO

23.1. A remuneração às contratadas, pelos serviços prestados, será feita nos termos do contrato a ser celebrado, consoante os preços estabelecidos na Proposta de menor preço, observado o item 12 deste Termo de Referência;

23.2. A forma e as condições de pagamento estão abaixo descritas:

23.2.1. DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO:

23.2.1.1. Para cada serviço contratado, a documentação de cobrança da CONTRATADA será composta de uma via da sua Nota Fiscal/Fatura no valor integral dos serviços e uma via do documento fiscal do terceiro (fornecedor ou veículo) com o comprovante do respectivo serviço;

23.2.1.2. Ambos os documentos fiscais serão faturados contra a CONTRATANTE, sendo que o documento fiscal da CONTRATADA, terá isenção do valor do terceiro na sua base de cálculo de tributação;

23.2.1.3. A liquidação de ambos documentos ocorrerá única e exclusivamente mediante crédito na conta corrente mantida pela CONTRATADA;

23.3. A CONTRATANTE não pagará nenhum valor diretamente a terceiros;

23.4. Os pagamentos aos terceiros (fornecedores ou veículos) pelos serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 15 dias após a compensação bancária dos pagamentos feitos pela CONTRATANTE;

23.4.1. A CONTRATADA deverá prestar contas à CONTRATADA da efetivação do pagamento feito a terceiros.

24. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

Projeto/Atividade 2.003 Gestão e Controle da Publicidade Legislativa

3.3.90.39.00.00.00.00 - Outros serviços de terceiros- PJ

3.3.90.39.92.00.00.00 - Serviços publicidade institucional.

Gramado, 09 de agosto de 2022.

Letícia Morgenstern de Lima	Renan Sartori de Borba
Gerente de Comunicação	Presidente da Câmara Municipal