

**ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
PREFEITURA MUNICIPAL DE CARAZINHO
SETOR DE LICITAÇÕES**

TOMADA DE PREÇOS Nº 005/2017

RETIFICADO E REPUBLICADO

Edital de tomada de preços para a prestação de serviços técnicos de publicidade institucional do município de Carazinho, a serem prestados por uma Agência de Propaganda, nos termos da Lei n.º 12.232/2010, Lei n.º 4.680/65 e Decreto n.º 57.690/66.

O **PREFEITO MUNICIPAL DE CARAZINHO/RS** no uso de suas atribuições legais e de conformidade com a Lei Federal nº 8.666/93, de 21 de junho de 1993 e suas alterações, torna público, para o conhecimento dos interessados, que as, ~~09 horas, do dia 01 agosto do ano de 2017 às 9 horas do dia 04 de setembro de 2017, 9 horas do dia 10 de novembro de 2017~~, na sala de reuniões do Departamento de Habitação, localizada no prédio da Prefeitura Municipal, à Avenida Flores da Cunha, nº 1264, se reunirá a Comissão Permanente de Licitação, designada pela Portaria nº 407/2017, com a finalidade de receber propostas para contratação de empresa especializada para execução dos serviços de publicidade, no processo licitatório na modalidade TOMADA DE PREÇOS, do tipo TÉCNICA E PREÇO, em regime de EMPREITADA GLOBAL.

Poderão participar as empresas do ramo pertinente ao objeto ora licitado, inscritas no Cadastro de Fornecedores do Município de Carazinho, cujo certificado esteja em vigor, inclusive para a documentação nele contida. Para efeitos de cadastramento das empresas ainda não cadastradas e/ou revalidação do cadastro existente, os interessados deverão apresentar os documentos **até o terceiro dia útil anterior** ao fixado para o recebimento das propostas.

Os envelopes serão padronizados e deverão ser retirados com o Presidente da Comissão Permanente de Licitação.

1. DO OBJETO

Constitui objeto da presente licitação a prestação de serviços técnicos de publicidade institucional do município de Carazinho, a serem prestados por uma Agência de Propaganda, nos termos do §1º do art. 37 da Constituição da República Federativa do Brasil e art. 2º da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010, definidos no Anexo V – **BRIEFING**.

Considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação visando promover a difusão de ideias ou informar o público em geral as ações do governo, de acordo com o art. 2º, caput, da Lei nº 12.232/10.

Os serviços compreendem as seguintes atividades:

a) Elaboração de um Plano de Comunicação que será avaliado pela Assessoria de Comunicação do Município;

b) Assessoramento e apoio na execução de ações de divulgação e promoção;

c) Desenvolvimento de ações destinadas a fortalecer a imagem institucional do município de Carazinho, de seus serviços, programas e ações mediante a estudo, planejamento, concepção, criação, execução e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários da seguinte forma:

- Programas de Rádio e TV.

- Anúncios de publicidade a serem veiculados em emissoras de rádio e TV, jornais, revistas, Internet e meios alternativos com abrangência local, regional, estadual e/ou nacional.

- Elaboração de marcas, expressões de propaganda, logotipos e outros elementos de comunicação visual.

- Pesquisa e análise dos veículos de divulgação que melhor possam comunicar as campanhas e peças publicitárias, especialmente em relação a sua natureza área de abrangência, audiência, eficiência e custos do serviço.

- Elaboração, criação, edição, produção e distribuição de publicações impressas, tais como, panfletos, folders, *bus door*, *front light*, mini-doors, outdoors, eletrônicos, digitais, vídeos, avaliação e supervisão técnica junto aos fornecedores contratados e veiculação junto aos meios de comunicação, desde que solicitados e autorizados pela Administração.

d) Os serviços referente à criação e concepção das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.

e) A verba destinada ao contrato administrativo de serviços de publicidade decorrente desta licitação é de até R\$ 300.000,00 (Trezentos mil reais).

Nota|: Os serviços deverão ser executados conforme necessidade da Administração, com sua prévia autorização, por escrito.

f) O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, a contar de sua assinatura, podendo ser prorrogado, a critério da Administração e com anuência da contratada, pelo prazo máximo permitido pela legislação, desde que observado o limite do valor da modalidade.

2. DO CADASTRO

2.1 Para efeitos de cadastramento, os interessados deverão apresentar, até o dia ~~21 de julho de 2017~~ ~~30 de agosto de 2017~~ **07 de novembro de 2017** os seguintes documentos:

2.1.1 Declaração que atende ao disposto no artigo 7.º, inciso XXXIII, da Constituição Federal, conforme o modelo do Decreto Federal n.º 4.538-02;

2.1.2 - HABILITAÇÃO JURÍDICA:

a) registro comercial, no caso de empresa individual;
b) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

c) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ/MF);

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

2.1.3 - REGULARIDADE FISCAL:

a) Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ/MF);

b) Prova de Regularidade com a **Fazenda Federal**, mediante a apresentação da Certidão de **Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União, em vigor, abrangendo inclusive os relativos à seguridade social**, emitida pelo Ministério da Fazenda;

c) Prova de Regularidade com a **Fazenda Estadual, em vigor**;

d) Prova de Regularidade com a **Fazenda Municipal** do domicílio ou sede do licitante;

e) Prova de Regularidade junto ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviço, **FGTS, em vigor**, demonstrando a situação regular ao cumprimento dos encargos sociais instituídos por Lei.

f) Prova de inscrição no **Cadastro de Contribuintes do Estado ou do Município, se houver, relativo ao domicílio ou sede do licitante**, pertinente ao seu ramo de atividades.

2.1.4 REGULARIDADE TRABALHISTA:

a) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, e Lei nº 12.440, de 7 de julho de 2011, sendo que esta pode ser expedida pelos sites do CSJT, TST e TRTs.

2.1.4 - QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

a) Certidão negativa de falência ou recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, em prazo não superior a 30 (trinta) dias da data designada para a apresentação do documento.

b) Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancete ou balanços provisórios, devendo os mesmos estar registrados no órgão competente (Junta Comercial, no caso de sociedade empresária e Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedade simples), assinados por contador habilitado e com registro no CRC, indicando expressamente o número do livro e as folhas em que se encontra regularmente transcrito, inclusive com os Termos de Abertura e Encerramento.

Prova de qualificação econômico - financeira da empresa, se dará através de demonstrações contábeis do último exercício social, devendo o licitante apresentar, já calculados, os seguintes índices, sob pena de desclassificação, mediante a aplicação das fórmulas abaixo:

b.1) Índice de Liquidez Corrente (ILC)

b.2) Índice de Liquidez Geral (ILG)

b.3) Índice de Solvência Geral (ISG)

Tais indicadores deverão ser calculados como segue:

$$LC = (AC / PC)$$

$$LG = (AC + ARLP) / (PC + PELP)$$

$$SG = AT / (PC + PELP)$$

Onde:

AC Ativo Circulante

ARLP Ativo Realizável a Longo Prazo

PC Passivo Circulante

PELP Passivo Exigível a Longo Prazo

AT Ativo Total

Os índices utilizados para verificação da capacidade da licitante são:

$$LC \geq 1,00$$

$$LG \geq 1,00$$

SG ≥ 1,00

b.4) No caso de empresa que ainda não encerrou seu primeiro exercício social, estando por essa razão, impossibilitada de apresentar o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis, será admitida (e somente para esta hipótese) a apresentação do balancete do mês imediatamente anterior ao da realização da licitação, assinado por contador habilitado.

c) Licitantes que aguardam a autenticação do balanço patrimonial pela Junta Comercial poderão apresentar, em substituição ao registro, o protocolo de envio no SPED (Sistema Público de Escrituração Digital) à Receita Federal do Brasil.

d) No caso de empresa que ainda não encerrou seu primeiro exercício social, estando por essa razão, impossibilitada de apresentar o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis, será admitida (e somente para esta hipótese) a apresentação de balancete do mês imediatamente anterior ao da realização da licitação, assinado por contador habilitado.

Observações: Serão considerados aceitos como na forma da Lei, o Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis assim apresentados: por cópia registrada ou autenticada na Junta Comercial da sede do licitante ou, por cópia do Livro Diário, devidamente autenticada na Junta Comercial da sede do licitante ou em outro órgão equivalente, inclusive com os Termos de Abertura e Encerramento.

2.2 Os documentos constantes dos itens **2.1.2 a 2.1.5**, poderão ser apresentados em original, por cópia autenticada por tabelião ou por servidor do Município ou publicação em órgão de imprensa oficial. Sendo que os documentos do item **2.1.3 a 2.1.5, alínea “a”**, poderão, ainda, serem extraídos de sistemas informatizados (internet) ficando sujeitos a verificação de sua autenticidade pela Administração.

2.2.1 A autenticação dos documentos, por parte do servidor da Prefeitura Municipal, deverá ser realizada até a abertura do certame. Somente será realizada a autenticação dos documentos, mediante a apresentação dos originais.

3. DO RECEBIMENTO DOS DOCUMENTOS E DAS PROPOSTAS

3.1 As propostas técnicas e de preços, assim como os documentos de habilitação, deverão ser apresentados pelas licitantes em **5 (cinco) invólucros lacrados**.

3.2 A proposta técnica deverá ser apresentada em três invólucros distintos, sendo um não identificado, que deverá ser retirado junto à Comissão Permanente de Licitações, **contendo o Plano de Comunicação Publicitária da proponente**, e outros dois identificados da seguinte forma:

INVÓLUCRO A – PROPOSTA TÉCNICA

Plano de Comunicação Publicitária (via identificada)

TOMADA DE PREÇOS Nº 005/2017

NOME E CNPJ DO PROPONENTE

INVÓLUCRO B – PROPOSTA TÉCNICA

Informações do Proponente

TOMADA DE PREÇOS Nº 005/2017

NOME E CNPJ DO PROPONENTE

3.3 O invólucro não identificado do Plano de Comunicação Publicitária não poderá conter qualquer tipo de marca, sinal, etiqueta, impresso, insígnia, ou outro elemento capaz de identificar o proponente.

3.4 A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária (INVÓLUCRO A) conterà o mesmo teor da via não identificada, com exceção dos exemplos das peças referentes à ideia criativa, conforme §2º do art. 9º da Lei n.º 12.232/2010.

3.5 A proposta comercial e os documentos de habilitação deverão ser apresentados em dois invólucros distintos, identificados da seguinte forma:

INVÓLUCRO C – PROPOSTA COMERCIAL

TOMADA DE PREÇOS Nº 005/2017

NOME E CNPJ DO PROPONENTE

INVÓLUCRO D – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

TOMADA DE PREÇOS Nº 005/2017

NOME E CNPJ DO PROPONENTE

3.6 O INVÓLUCRO C – Proposta Comercial deverá conter a proposta comercial da licitante, em via original, rubricada em todas as folhas e assinada na última pelo seu representante legal, com prazo de validade não inferior a 60 dias, ~~constituída de planilha de cotações de preços de produção e veiculação de peças publicitárias, tanto em relação a mídia, quanto a não-mídia, indicando, inclusive nominalmente, os veículos de comunicação e respectivos valores/percentuais de custo de divulgação.~~

3.7 O INVÓLUCRO D – Documentos de Habilitação, conterà os documentos referidos no item 06 deste edital, que poderão ser apresentados em original, por qualquer processo de cópia autenticada por cartório competente ou por servidor da administração ou publicação em órgão da imprensa oficial.

3.7.1 A proponente poderá substituir os documentos de habilitação do INVÓLUCRO D por Certificado de Registro Cadastral – CRC, expedido pela administração pública, dentro do seu prazo de validade, desde que, em havendo algum documento vencido desde a data de expedição do CRC, seja o mesmo apresentado em versão atualizada. Nesta hipótese, a habilitação da proponente ficará condicionada à verificação dos seu respectivo registro, bem como à validade

dos documentos cadastrais, por meio de consulta a ser realizada pela Comissão de Licitações, que certificará a regularidade do CRC nos autos da licitação.

4 PROPOSTA TÉCNICA

4.1 A proposta técnica consistirá do Plano de Comunicação Publicitária e das Informações da Proponente.

4.1.1. A verba destinada para esta campanha será de R\$100.000,00(cem mil reais) e prazo de execução de 60 (sessenta) dias.

4.2 O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborado com base no *Briefing*, de acordo com o Anexo V deste edital, o qual compreenderá os seguintes quesitos:

4.2.1 Raciocínio Básico: na forma de texto, apresentando um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de Carazinho, a compreensão do proponente acerca do objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados. Deverá ser elaborado com fonte de texto "Times New Roman", corpo 12, espaçamento entre linhas 1,5, papel tamanho A4.

4.2.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: sob a forma de texto, apresentando as linhas gerais da proposta, o partido temático e o conceito que, de acordo com o raciocínio básico, fundamentam a solução do problema específico de comunicação, com a exposição dos principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida pela proponente, especialmente em relação ao método de comunicação, público alvo, instrumentos, ferramentas e meios de comunicação. Deverá ser elaborado com fonte de texto "Times New Roman", corpo 12, espaçamento entre linhas 1,5, papel tamanho A4.

4.2.3 Ideia Criativa: na 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 (item 4.2.2). As peças a serem apresentadas serão limitadas a uma peça para cada um dos seguintes meios: jornal, revista, cartaz, *folder*, rádio, televisão, *outdoor* e internet.

4.2.4 Estratégia de mídia e não-mídia: apresentação da simulação de planos de distribuição das peças de que trata o item 4.2.3, sob a forma de texto, com fonte "Times New Roman", corpo 12, espaçamento entre linhas de 1,5, demonstrando a capacidade da estratégia de comunicação publicitária sugerida pelo proponente para atingir os públicos prioritários das campanhas, permitida a inclusão, como anexos, de tabelas e gráficos.

4.2.4.1 No caso de não mídia, também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.

4.2.4.2 Na simulação de plano de distribuição das peças propostas, os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos.

4.3 O **INVÓLUCRO B** – 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:

4.3.1 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 dos serviços (razão social, CNPJ e endereço da sua sede).

4.3.2 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 **uma 4(quatro) 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.

4.3.3 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 pelo Município de Carazinho, com fonte de texto "Times New Roman", corpo 12, espaçamento entre linhas de 1,5.

4.4 A critério do Município de Carazinho, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do futuro contrato administrativo.

5. PROPOSTA COMERCIAL

5.1 O INVÓLUCRO C deverá conter:

a) proposta financeira, rubricada em todas as páginas e assinada na última, pelo representante legal da empresa, mencionando o preço global para a execução do serviço objeto desta licitação, onde deverão estar incluídos todos os custos com material, mão-de-obra, impostos, taxas, contribuições sociais, lucro do empreendimento etc.;

~~b) planilha de quantitativos e custos unitários, a serem executados durante a vigência do contrato administrativo, contendo as seguintes informações:~~

~~————— b.1) percentual de desconto a ser concedido sobre os serviços a serem executados pela contratada, **no mínimo 20%(vinte por cento)**;~~

~~————— b.2) percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, conforme art. 11 da Lei n.º 4.680/1965, **no máximo 15%(quinze por cento)**;~~

~~————— b.3) percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual, **no mínimo 5%(cinco) e máximo 10%(dez por cento)**;~~

~~————— b.4) percentual de honorários a ser cobrado na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago pela Administração Municipal a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, **no mínimo 5%(cinco) e máximo 10%(dez por cento)**;~~

~~————— b.5) percentual de honorários a ser cobrado na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela Administração Municipal aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras, **no mínimo 5%(cinco) e máximo 10%(dez por cento)**.~~

b) planilha de quantitativos e custos unitários, a serem executados durante a vigência do contrato administrativo, sujeito a valoração contendo as seguintes informações:

b.1) percentual de desconto a ser concedido sobre os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio

Grande do Sul, a título de custos internos dos serviços a serem executados, no mínimo 20%(vinte por cento).

b.2) percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes a produção e a execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, conforme art. 11 da Lei n.º 4.680/1965, no mínimo 5%(cinco por cento) e no máximo 15%(quinze por cento).

b.3) percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual, mínimo 5%(cinco por cento) e no máximo 10%(dez por cento).

Observação 1: O prazo de validade da proposta é de 60 dias a contar da data aprazada para a sua entrega.

Observação 2: Quaisquer inserções na proposta que visem modificar, extinguir ou criar direitos, sem previsão no edital, serão tidas como inexistentes, aproveitando-se a proposta no que não for conflitante com o instrumento convocatório.

5.2 A proposta de preços deverá ser apresentada em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente –, com clareza, sem emendas ou rasuras, ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.3 Os honorários relativos aos itens das alíneas “b.4” e “b.5” do item 5.1 poderão ter seus valores reajustados pela variação do Índice Geral de Preços de Mercado – IGPM, disponibilizado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), desde que decorrido um ano da cessão original dos direitos.

5.4 A participação nesta licitação, com a respectiva apresentação de proposta de preços pelos interessados, implica, para a vencedora do certame, quando da execução do contrato, na assunção do compromisso de envidar esforços no sentido de obter as melhores condições de preços nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e serviços especializados, assim como em relação aos veículos de comunicação, quando for o caso, transferindo à Administração Municipal todas as vantagens obtidas.

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

6. DA HABILITAÇÃO

6.1 Para a habilitação, a licitante deverá apresentar no **INVÓLUCRO D**:

6.1.1 Declaração que atende ao disposto no artigo 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal, conforme o modelo do Decreto Federal n.º 4.358/02;

6.1.2 HABILITAÇÃO JURÍDICA:

a) registro comercial, no caso de empresa individual;

b) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

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

6.1.3 HABILITAÇÃO FISCAL:

a) Certificado de Registro Cadastral atualizado fornecido pelo Município de Carazinho/RS. **Obs.:** Se houverem documentos desatualizados (vencidos), poderá juntar o documento regular para a validação do Certificado.

b) prova do alvará de localização e funcionamento expedido pela Prefeitura Municipal da jurisdição fiscal do estabelecimento licitante da pessoa jurídica ;

c) se o proponente se fizer representar, deverá juntar procuração ou carta de credenciamento, outorgando com poderes ao representante para decidir a respeito dos atos constantes da presente licitação.

6.1.4 HABILITAÇÃO TÉCNICA:

a) comprovação de aptidão para desempenho de atividades pertinentes e compatível em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação, através de atestado fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado contratante do serviço e devidamente certificada pela entidade profissional competente, expedidas em nome da licitante;

b) certificado de qualificação técnica de funcionamento previsto no art. 4º da Lei n.º 12.232/2010, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão - CENP, entidade sem fins lucrativos, integrado e gerido por entidades nacionais que representam veículos, anunciantes e agências, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e

certificadora das condições técnicas de agências de propaganda.

~~e) prova do Registro de Publicitário na Delegacia Regional do Trabalho do responsável profissional pela empresa, constante na sua Carteira Profissional ou Diploma Legal;~~

d) declaração de plena submissão às condições do edital, em todas as fases de licitação;

e) declaração, sob as penalidades legais, de que não existe superveniência de fato impeditivo da habilitação e contratação com o Poder Público.

6.2 Para as MICROEMPRESAS

As microempresas ou empresas de pequeno porte (enquadradas nos termos do artigo 3º da Lei Complementar n.º 123/06) que pretendem se utilizar dos benefícios previstos nos art. 42 à 45 da Lei Complementar n.º 123/06, deverão apresentar, além de todos os documentos exigidos para o Invólucro D, **uma das opções abaixo especificadas:**

a) declaração, firmada por responsável, **contador ou técnico contábil**, de que se enquadra como microempresa ou empresa de pequeno porte ou cooperativa e não está excluída das vedações constantes no parágrafo 4º do artigo 3º do referido diploma legal (nos termos do modelo em anexo), **ou**;

b) certidão simplificada do seu enquadramento como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte junto a Junta Comercial do Estado onde se localiza a empresa licitante, (conforme Instrução Normativa nº 103, de 30 de abril de 2007, do Departamento Nacional de Registro do Comércio - DNRC). A referida certidão deverá ter sido expedida em no máximo 03 (três) meses anteriores a data determinada para a entrega dos envelopes.

Parágrafo único: A não apresentação dos documentos especificados no subitens **não será motivo de inabilitação da licitante**, entretanto a sua omissão será entendida como renúncia a qualquer privilégio, recebendo portanto o mesmo tratamento das demais empresas não beneficiadas pela disposto nos art. 42 à 45 da Lei Complementar 123/06.

7. CRITÉRIOS DE ACEITABILIDADE E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

7.1 As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por 3 (três) membros, conforme determina a Lei nº 12.232/10 (art. 10, § 1º e § 3º) .

7.2 As propostas técnicas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e em seus anexos.

7.3 A proposta técnica terá como nota máxima 100 (cem) pontos, de acordo com os seguintes critérios:

QUESITO		PONTUAÇÃO MÁXIMA
A) PLANO DE COMUNICAÇÃO		60%
I	Raciocínio Básico	10%

II	Estratégia de Comunicação Publicitária	20%
III	Idéia Criativa	20%
IV	Estratégia de Mídia e Não Mídia	10%
B) INFORMAÇÕES DA PROPONENTE		40%
I	Capacidade de atendimento	20%
II	Repertório	10%
III	Relatos de soluções de problemas de comunicação	10%

7.4 As propostas técnicas serão pontuadas individualmente pelos membros da subcomissão técnica, que, para apuração do resultado das notas finais de cada quesito, realizarão a média aritmética das avaliações individuais.

7.4.1 Se na avaliação de um quesito ou sub-quesito a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima definida neste edital, os membros da subcomissão reavaliarão a nota atribuída, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações.

7.4.2 Caso os avaliadores das pontuações destoantes entenderem por não retificar a nota atribuída, deverão registrar suas justificativas em ata, que será assinada por todos os membros da subcomissão técnica.

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

7.5 Será classificado, em primeiro lugar, quanto ao julgamento das propostas técnicas, a proponente que obtiver a maior pontuação na soma das notas dos quesitos.

7.6 Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação nos quesitos correspondentes ao Plano de Comunicação Publicitária.

7.7 Se após o procedimento do item anterior (7.6) persistir o empate das propostas técnicas, o desempate será realizado por sorteio, em ato público, conforme § 2º do art. 45 da Lei n.º 8.666/1993.

7.8 Serão desclassificadas as propostas técnicas que deixarem de atender as exigências deste edital, especialmente 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 50 pontos.

7.9 De acordo com o § 2º do art. 6º da Lei n.º 12.232/2010, se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão

acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 da Lei n.º 12.232/2010, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o §2º do art. 9º da Lei n.º 12.232/2010 (identificação do **INVÓLUCRO A** – Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada).

7.10 A subcomissão técnica elaborará ata de julgamento do plano de comunicação publicitária e encaminhará à Comissão Especial de Licitação, juntamente com as propostas técnicas, planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso. A ata deverá conter inclusive a análise individualizada e julgamento dos quesitos, inclusive nos casos de desclassificações.

7.11 Realizada a publicação da pontuação referente à proposta técnica, será agendado dia/horário/local para continuidade dos trabalhos, conforme processamento disciplinado no item 9 deste edital.

8. CRITÉRIOS DE ACEITABILIDADE E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS COMERCIAIS

8.1 As propostas comerciais serão analisadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e em seus anexos.

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 100 (cem) pontos, de acordo com os seguintes critérios:

DESCONTO/HONORÁRIOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
Percentual de desconto a ser concedido sobre os serviços a serem executados pela contratada (alínea 'b.1' item 5.1)	1,0 X Desconto
Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação (alínea 'b.2' item 5.1)	5,0 X Desconto
Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores (alínea 'b.3' item 5.1)	3,0 X Desconto
Percentual de honorários a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago a	0,5 X Desconto

atores e modelos (alínea 'b.4' item 5.1)	
Percentual de honorários a serem cobrados na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras (alínea 'b.5' item 5.1)	0,5 X Desconto
Observação: para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos desconto e honorários serão substituídos nas fórmulas da coluna "Pontuação máxima" pelas respectivas percentagens que constarem na sua planilha de quantitativos e custos, sem o símbolo %.	

DESCONTO/HONORÁRIOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA	PARCIAIS
Percentual de desconto a ser concedido sobre os serviços a serem executados pela contratada (alínea 'b.1' item 5.1)	1,0 X ____%	P1 = ____
Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição <u>não</u> proporcione ao licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação (alínea 'b.2' item 5.1)	(-) 0,5 X ____%	P2 = (-) ____
Percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores (alínea 'b.3' item 5.1)	(-) 0,5 X ____%	P3 = (-) ____
CÁLCULO DA NOTA FINAL: (+P1) + (-P2) + (-P3) = ____ X 100 = PONTUAÇÃO DA PROPOSTA COMERCIAL (PPC)		
Observação: para efeito de cálculo das notas de cada licitante, os termos desconto e honorários serão substituídos nas fórmulas da coluna "Pontuação máxima" pelas respectivas percentagens que constarem na planilha de quantitativos e custos do licitante, sem o símbolo %.		

8.4 A nota final da proposta técnica será obtida a partir do somatório 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.

9 DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E COMERCIAIS

9.1 As licitantes serão classificadas em ordem decrescente de pontuação, aferida mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$$(PPT \times 50\%) + (PPC \times 50\%) = \text{PONTUAÇÃO FINAL}$$

Considerando-se:

PPT – Pontuação da Proposta Técnica, aferida conforme item 7 deste edital

PPC – Pontuação da Proposta Comercial, aferida conforme item 8 deste edital

9.2 Ocorrendo empate na classificação de duas ou mais licitantes, será utilizado como critérios de desempate, de acordo com o §2º do art. 3º da Lei n.º 8.666/1993, a preferência aos bens e serviços, sucessivamente:

a) produzidos no País;

b) produzidos ou prestados por empresas brasileiras;

c) produzidos ou prestados por empresas que invistam em pesquisa e no desenvolvimento de tecnologia no país.

9.3 Se após o procedimento previsto no item 9.2 persistir a situação de empate, o desempate será realizado mediante sorteio, em ato público, para o qual serão convocados os licitantes.

10 DO PROCESSAMENTO

10.1 A presente licitação será processada e julgada por comissão própria, designada pela autoridade superior, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas, que serão efetuados por subcomissão técnica.

10.2 Serão lavradas atas circunstanciadas de todas as reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da Comissão de Licitação ou da Subcomissão Técnica, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes.

10.3 A sessão pública de recebimento e abertura dos envelopes terá início no dia, hora e local designados no preâmbulo deste edital, onde serão apresentados, pelos interessados, os invólucros contendo as propostas de preço e as propostas técnicas, sendo estas últimas em 3 (três) invólucros distintos, um com a via não identificada do plano de comunicação publicitária e outro com o mesmo conteúdo, devidamente identificado, bem como os documentos de habilitação.

10.3.1 A Comissão de Licitações realizará o exame da conformidade dos invólucros com os critérios especificados neste edital, registrando em ata as condições de apresentação dos mesmos.

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

10.4 A Comissão de Licitações abrirá o invólucro contendo a via não identificada do plano de comunicação publicitária e o **INVÓLUCRO B**, contendo os documentos referentes à capacidade de atendimento, o repertório e o relato de soluções de problemas de comunicação, rubricando todos os documentos.

10.4.1 A Comissão de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de

comunicação publicitária.

10.5 A Comissão de Licitações rubricará o fecho dos envelopes que contêm a via identificada do plano de comunicação publicitária e a proposta de preços (**INVÓLUCROS A e C**).

10.6 Os invólucros contendo as vias não identificadas dos planos de comunicação publicitária serão encaminhados à subcomissão técnica, para análise individualizada e julgamento dos planos de comunicação publicitária, elaboração da respectiva ata e encaminhamento à Comissão de Licitação da planilha com as pontuações, acompanhada das justificativas escritas que as fundamentaram em cada caso.

10.7 Com o recebimento da ata do julgamento realizado pela subcomissão técnica das vias não identificadas dos planos de comunicação publicitária, a Comissão de Licitações encaminhará à subcomissão técnica os **INVÓLUCROS B**, contendo a capacidade de atendimento, o repertório e os relatos de soluções de problemas de comunicação para análise individualizada e julgamento, com a elaboração da respectiva ata e posterior encaminhamento à Comissão de Licitação da planilha com as pontuações e da justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

10.8 A Comissão de Licitações se reunirá em sessão pública para apuração do resultado geral das propostas técnicas, adotando, para tanto, o seguinte procedimento:

a) abertura do **INVÓLUCRO A**, com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

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

c) julgamento geral das propostas técnicas, registrando-se em ata a ordem de classificação, bem como as propostas desclassificadas, se houver.

10.9 Após o julgamento das propostas técnicas, a Comissão de Licitações realizará, em sessão pública, a abertura dos **INVÓLUCROS C**, contendo as propostas de preços, examinando preliminarmente o atendimento das exigências estabelecidas neste edital, rubricando-as em todas as folhas, para posterior julgamento.

10.10 Após a classificação das propostas de preço, a Comissão de Licitações, de acordo com os critérios de julgamento, item 9 deste edital, elaborará a respectiva planilha com as pontuações de cada licitante, para fins de apuração e classificação geral das propostas, cujos resultados serão consignados em ata.

10.11 Os licitantes classificados no julgamento final das propostas técnicas e de preços serão convocados para, em sessão pública, a abertura dos **INVÓLUCROS D**, contendo os documentos de habilitação, que serão examinados quanto ao atendimento das exigências estabelecidas neste edital, de acordo com o item 6 e respectivos subitens, procedendo-se o julgamento da fase de habilitação.

10.12 A Comissão de Licitações, após a classificação geral das propostas técnicas e de

preços, bem como do julgamento relativo à fase de habilitação do certame, declarará o licitante vencedor, submetendo o processo à autoridade superior para homologação do certame e adjudicação do seu objeto.

11. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

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

11.2 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica deu-se por sorteio, em sessão pública, resultante da Chamamento Público nº 001/2017, na data de 23/06/2017.

12. DOS RECURSOS

Em todas as fases da presente licitação, serão observadas as normas previstas nos incisos, alíneas e parágrafos do art. 109 da Lei n.º 8.666/1993.

13. DOS PRAZOS

13.1 Esgotados todos os prazos recursais, a Administração convocará o vencedor para assinar o contrato, no prazo de 03 (três) dias, sob pena de decair do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei n.º 8.666/1993.

13.2 O prazo de que trata o item anterior poderá ser prorrogado uma vez, pelo mesmo período, desde que seja feito de forma motivada e durante o transcurso do respectivo prazo.

13.3 Se, dentro do prazo, a convocada não assinar o contrato, a Administração convocará os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada, inclusive quanto aos preços atualizados pelo critério previsto neste edital, ou então revogará a licitação, sem prejuízo da aplicação da pena de multa, no valor correspondente a 10% (dez por cento) do valor do contrato e mais a suspensão temporária da participação em licitação e impedimento de contratar com a Administração por prazo de 02 (dois) anos.

13.4 O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, a contar de sua assinatura, podendo ser prorrogado, a critério da Administração e com a anuência da contratada, pelo prazo máximo permitido pela legislação, **desde que observado o limite do valor da modalidade da licitação, nos termos do art. 57, inciso II, da Lei n.º 8.666/1993.**

14. DA FISCALIZAÇÃO

14.1 A execução do contrato será acompanhada e fiscalizada através do(a) **Gestor(a) do Contrato – Secretário(a) Geral do Governo** ou, através de **servidor designado** pela Administração Municipal, na forma do artigo 67 da Lei Federal n.º 8.666/93, a quem compete

verificar se a **CONTRATADA** está prestando os serviços, observando o contrato e os documentos que o integram.

14.2 A execução do Contrato será acompanhada e fiscalizada pelo responsável designado, determinando ao preposto da empresa contratada o que for necessário à regularização das faltas ou defeitos observados.

14.3 A **CONTRATADA** declara aceitar, integralmente, todos os métodos e processos de inspeção, verificação e controle a serem adotados pelo contratante.

14.4 A existência e atuação da fiscalização do **CONTRATANTE** em nada restringe a responsabilidade única, integral e exclusiva da **CONTRATADA**, no que concerne aos serviços contratados e suas consequências e implicações próximas e remotas.

15. DAS PENALIDADES

Pela inexecução total ou parcial do contrato o **MUNICÍPIO** poderá, garantida prévia defesa, aplicar à **CONTRATADA** as seguintes penalidades:

Multa de 0,5 % (meio por cento) por dia de atraso, limitado esta a 20 (vinte) dias, após o qual será considerado inexecução contratual;

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;

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.

Observação: As multas serão calculadas sobre o valor do contrato.

16. DAS CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

16.1 A agência de publicidade contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação, por conta e por ordem do Município, se previamente os identificar e tiver sido por eles expressamente autorizada, conforme disposto no §2º do art. 4º da Lei n.º 12.232/2010.

16.2 É permitido à agência de publicidade subcontratar a execução de serviços complementares, na forma do § 1º do art. 2º e nos termos do art. 14 e seguintes, todos da Lei n.º 12.232/2010.

16.3 Constituição obrigações da agência de publicidade contratada:

16.3.1 Operar como organização completa e prestar os serviços contratados com elevada qualidade; utilizar, na elaboração dos serviços de publicidade, os profissionais indicados na Proposta Técnica apresentada nesta licitação, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida a substituição destes por profissionais com experiência equivalente ou

superior.

16.3.2 Envidar esforços para obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores, prestadores de serviços e veículos de comunicação, transferindo ao Município as vantagens obtidas:

a) pertencem ao Município as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da agência de publicidade contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículos de divulgação, de acordo com paragrafo único, art. 15 da Lei nº12.232/2010, excetuando-se desta previsão os planos de incentivo, conforme art. 18 da mesma Lei;

b) a agência de publicidade contratada não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses do Município, preterindo veículos de comunicação e de divulgação que não os concedam, ou ainda priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha dos veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

16.3.3 A agência de publicidade contratada deverá fazer cotações prévias de preços para todos os bens e serviços a serem prestados por terceiros.

16.3.4 Submeter à prévia e formal aprovação do Município requisições de contratação de terceiros e de autorização de despesas relativas ao fornecimento de bens, à prestação de serviços e veiculação de mídia, relacionadas ao objeto do contrato.

16.3.5 Manter, durante toda a execução contratual, as condições de habilitação exigidas nesta licitação, inclusive o certificado de qualificação técnica de funcionamento obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, conforme o § 1º do art. 4º da Lei n.º 12.232/2010;

16.3.6 Apresentar, durante a execução contratual, documentos que comprovem o cumprimento de obrigações tributárias, previdenciárias e trabalhistas, em cumprimento ao art. 71 da Lei n.º 8.666/1993;

16.3.7 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionados com os serviços publicitários contratados.

16.3.8 Pelos serviços efetivamente prestados a agência de publicidade contratada receberá o pagamento do preço, nas condições da proposta apresentada nesta licitação.

16.3.9 A agência de publicidade contratada não receberá nenhum valor pelos leiautes, roteiros e similares reprovados pelo Município;

16.3.10 A agência de publicidade cederá ao Município os direitos patrimoniais do autor das ideias, estudos, análises, planos, campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência do contrato celebrado com o Poder Público.

16.3.11 O Município se resguarda o direito de utilizar e reutilizar referidos direitos patrimoniais diretamente ou por meio de terceiros, sem que disso decorra qualquer pagamento à agência de publicidade contratada, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

16.3.12 Do contrato a ser assinado com o vencedor da presente licitação, além das condições constantes deste edital, constarão as cláusulas necessárias previstas no art. 55 e a possibilidade de rescisão, na forma determinada nos artigos 77 a 79, todos da Lei n.º 8.666/1993, assim como as disposições dos arts. 13 ao 17 da Lei n.º 12.232/2010.

17. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

17.1 O pagamento será efetuado no prazo de até 30 (trinta) dias, a contar do recebimento da fatura acompanhada da planilha de medição, aprovada pelo servidor responsável pela fiscalização do contrato e pelo Secretário Geral do Governo.

17.1.1 Para fins de comprovação dos serviços prestados, a **CONTRATADA** deverá apresentar a fatura correspondente às publicações e/ou veiculações efetivadas, devidamente autorizadas pelo Secretário Geral do Governo, bem como os comprovantes de quitação dos serviços de terceiros tomados no mês anterior, de acordo com a proposta de preços apresentada nesta licitação, com estrita observância ao desconto proposto.

17.2 Ocorrendo atraso no pagamento, os valores serão corrigidos monetariamente pelo IGP-M/FGV do período, ou outro índice que vier a substituí-lo, e a Administração compensará a **CONTRATADA** com juros de 0,5% ao mês, *pro rata*.

17.3 Serão processadas as retenções previdenciárias nos termos da lei que regula a matéria.

17.4 O Município não pagará honorários ou qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes a produção de peças e materiais, cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

17.5 A **CONTRATADA** não fará jus a nenhuma remuneração pela intermediação dos serviços a que se referem: assessoramento e apoio na execução de ações de promoção e patrocínios, relacionamento com clientes, imprensa, assessoramento no desenvolvimento de produtos e serviços; elaboração e registro de marcas, expressões de propaganda, logotipos e de outros elementos de propaganda visual.

18. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas decorrentes da contratação, estimadas para o período de vigência do contrato oriundas desta licitação, correrão à conta da seguinte dotação orçamentária:

02 SECRETARIA GERAL DO GOVERNO

02.01 GABINETE DA SECRETARIA

02.01.04 ADMINISTRAÇÃO

02.01.04.122 ADMINISTRAÇÃO GERAL

02.01.04.122.0030 ADMINISTRAÇÃO GOVERNAMENTAL

02.01.04.122.0030.2170 DIVULGAÇÃO OFICIAL E INSTITUCIONAL

6/3.3.3.9.0.39.00.00.00 OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PJ

0001 LIVRE

19. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

19.1 Não serão consideradas as propostas que deixarem de atender qualquer das disposições do presente edital.

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

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

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

Observação: 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.º 8.666/1993).

19.5 Uma vez iniciada a abertura dos envelopes relativos à proposta técnica, não serão admitidos à licitação os participantes retardatários.

19.6 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, todos da Lei n.º 8.666/1993, assim como as disposições dos arts.13 ao 17 da Lei n.º 12.232/2010.

19.7 A participação na presente licitação implica, tacitamente, para o proponente:

a) A aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste edital e de seus anexos.

b) A responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

19.8 Constituem anexos e fazem parte integrante deste edital:

Anexo I: Declaração de Enquadramento Microempresas e EPPs;

Anexo II: Declaração de inexistência de irregularidade quanto ao trabalho do menor;

Anexo III: Declaração de Idoneidade;

Anexo IV: Procuração;

Anexo V: Briefing e Definição do Objeto;

Anexo VI: Termo de Referência

Anexo VII: Planilha de Preços Sujeitos a Valoração **Proposta**

Anexo VIII: Modelo de Critério de Julgamento das Propostas Técnicas.

Anexo VIII:IX: Minuta de Contrato.

19.9 Informações serão prestadas aos interessados no horário das 08h15min às 11h45min e das 13h30min às 17hs., na Prefeitura Municipal de Carazinho, no departamento de licitações, sito Rua Av. Flores da Cunha, n.º 1264 ou pelo fone/fax n.º (54) 3331- 2699 ramal 102.

Carazinho, 09 de outubro de 2017.

MILTON SCHMITZ

Prefeito

Esta minuta de edital encontra-se examinada e aprovada por esta Assessoria Jurídica.

Em: ____ - ____ - ____

ANEXO I

TIMBRE DA EMPRESA
ENDEREÇO COMPLETO, TELEFONE, ENDEREÇO ELETRÔNICO,
N.º CNPJ, INSCRIÇÃO ESTADUAL

DECLARAÇÃO PARA MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE

Tomada de Preços nº 005/2017

(Nome da Empresa) sediada na _____
(Endereço Completo) inscrita no CNPJ/MF sob o número _____, declara, sob as penas da lei, que na presente data é considerada:

() MICROEMPRESA, conforme o inciso I, do artigo 3º, da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

() EMPRESA DE PEQUENO PORTE, conforme o inciso II, do artigo 3º, da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006

Declara ainda, que a empresa está excluída das vedações constantes do parágrafo 4º, do artigo 3º, da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

_____, em _____ de _____ de 2017.

(Assinatura do Representante Legal)

(Nome Completo do Representante Legal)

(Carimbo da Empresa)

Assinatura do Contador da Empresa

Nome Completo do CONTADOR DA EMPRESA

Identificação no órgão Competente (CRC)

ANEXO II
TIMBRE DA EMPRESA
ENDEREÇO COMPLETO, TELEFONE, ENDEREÇO ELETRÔNICO,
N.º CNPJ, INSCRIÇÃO ESTADUAL

**DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE IRREGULARIDADE
QUANTO AO TRABALHO DO MENOR**

MODELO "A": EMPREGADOR PESSOA JURÍDICA

DECLARAÇÃO

Ref.: (identificação da licitação)

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

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

.....
(data)

.....
(representante legal)

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

ANEXO III

DECLARAÇÃO DE QUE NÃO TEM IMPEDIMENTOS

A empresaatravés de seu representante legal, Sr. (a)....., CPF, cargo na empresa, (Sócio ou Diretor), DECLARA, para fins de direito, na qualidade de proponente da licitação instaurada pelo Município de Carazinho RS, que não foi declarada **INIDÔNEA** para licitar com o Poder Público, em qualquer de suas esferas, bem como de que comunicaremos qualquer fato ou evento superveniente a entrega dos documentos de habilitação, que venha alterar a atual situação quanto à capacidade jurídica, técnica, regularidade fiscal e idoneidade econômico-financeira.

Por ser expressão da verdade, firma a presente.

....., dede 2017.

Assinatura do representante legal acima qualificado e carimbo da empresa.

(Se procurador, anexar cópia da procuração autenticada ou com o original para que se proceda à autenticação por servidor da Administração)

ANEXO IV

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, razão social, etc.).

Outorgado

O representante devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Tomada de Preços _____/2017

Poderes

Apresentar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

_____ de _____ de 2017.

EMPRESA

CARGO E NOME

Observações: Se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.

ANEXO V

BRIEFING E DEFINIÇÃO DO OBJETO

Com uma localização estratégica, situada no coração do Mercosul, Carazinho é um polo logístico no norte do Rio Grande do Sul, a 292 km de Porto Alegre, no maior entroncamento rodoviário do Sul do país. Liga através das BRs 386 e 285, o Estado aos principais polos industriais e comerciais do Brasil, Argentina, Uruguai, Paraguai e Chile.

Carazinho está entre as poucas cidades do país que possui uma empresa própria de distribuição de energia, proporcionando a segurança necessária de que o investimento realizado aqui, contará com energia de qualidade.

Para proporcionar o desenvolvimento, novos empreendimentos e geração de emprego e renda, o município conta com dois Distritos Industriais que disponibilizam de completa infraestrutura e já são utilizados por pequenas, médias e grandes empresas. Ambos com excelente localização as margens das BRs 285 e 386. Facilitando a logística e gerando ganho de competitividade aos empreendimentos aqui instalados.

Pensando em um Carazinho que pode mais, a Administração Municipal está trabalhando para concluir a infraestrutura da nova Avenida das Indústrias. Com 2,5 quilômetros de extensão, a avenida está localizada as margens BR 285 próximo a ULBRA e a nova unidade do SEST/SENAT.

Na área de formação técnica profissional, fundamental para o desenvolvimento de um município, Carazinho está muito bem. Contamos com unidades do SENAI, SESC, SENAC, SEST/SENAT, Escola Agrícola e ainda com o Centro Municipal de Ensino profissionalizante – CMEP. A formação de profissionais com curso superior em habilitações técnicas e gerenciais acontecem em 2 campus universitários instaladas na cidade, a ULBRA e a UPF, além de instituições de ensino a distância.

Com investimento forte em saúde, o Hospital de Caridade de Carazinho- HCC é uma completa casa de saúde pronta para atender a pequena e média complexidade. Investimentos contínuos estão preparando a instituição para o atendimento de alta complexidade e ampliação dos serviços para a região. Um corpo clínico qualificado presta atendimento em diversos ESFs nos bairros, proporcionando qualidade em saúde para os colaboradores, suas famílias e população em geral.

Dessa forma, Carazinho vive um novo ciclo, o ciclo do SIM para o desenvolvimento. A Administração Municipal é parceira do empreendedorismo, dos que impulsionam o crescimento socioeconômico e acreditam que Carazinho é um município que realmente pode mais.

DEFINIÇÃO DO OBJETO

Constitui objeto da presente licitação a prestação de serviços técnicos de publicidade institucional do município de Carazinho, a serem prestados por uma Agência de Propaganda.

Considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação visando promover a difusão de ideias ou informar o público em geral as ações do governo.

Os serviços compreendem as seguintes atividades:

- a) Elaboração de um Plano de Comunicação que será avaliado pela Assessoria de Comunicação do Município.
- b) Assessoramento e apoio na execução de ações de divulgação e promoção.
- c) Desenvolvimento de ações destinadas a fortalecer a imagem institucional do município de Carazinho, de seus serviços, programas e ações mediante a estudo, planejamento, concepção, criação, execução e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários da seguinte

forma:

- Programas de Rádio e TV

- Anúncios de publicidade a serem veiculados em emissoras de rádio e TV, jornais, revistas, Internet e meios alternativos com abrangência local, regional, estadual e/ou nacional.

- Elaboração de marcas, expressões de propagando, logotipos e outros elementos de comunicação visual.

- Pesquisa e análise dos veículos de divulgação que melhor possam comunicar as campanhas e peças publicitárias, especialmente em relação a sua natureza área de abrangência , audiência, eficiência e custos do serviço.

- Elaboração, criação, edição, produção e distribuição de publicações impressas, tais como, panfletos, folders, *bus door*, *front light*, mini-doors, outdoors, eletrônicos, digitais, vídeos, avaliação e supervisão técnica junto aos fornecedores contratados e veiculação junto aos meios de comunicação, desde que solicitados e autorizados pela Administração.

d) Os serviços referente à criação e concepção das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.

e) A verba destinada ao contrato administrativo de serviços de publicidade decorrente desta licitação é de até R\$300.000,00 (Trezentos mil reais).

Nota|: Os serviços deverão ser executados conforme necessidade da Administração, com sua prévia autorização, por escrito.

f) O prazo de vigência do contrato será de 12 meses, a contar de sua assinatura, podendo ser prorrogado, a critério da Administração e com anuência da contratada, pelo prazo máximo permitido pela legislação, desde que observado o limite do valor da modalidade.

ANEXO VI

TERMO DE REFERÊNCIA

Os serviços e as ações de comunicação, publicidade e propaganda deverão ser executados pela agência que atuará mediante solicitação da Administração Municipal, sendo que os mesmos serão destinados a fortalecer a imagem de Carazinho, como município potencial de desenvolvimento. Divulgar ações de desenvolvimento, educativas, institucional, informativas, social, cujo conteúdo estejam em sintonia com os objetivos da nova gestão que é recolocar Carazinho como protagonista regional.

Solicitamos as peças mencionadas abaixo:

- a) VT de 30" para TV
- b) Anúncio de Jornal/Revista – ½ página
- c) Folder
- d) Outdoor
- e) Anúncio para Redes Sociais
- f) Site de Desenvolvimento – Layout básico do site para o desenvolvimento e geração de emprego

ANEXO VII

PLANILHA DE PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO RETIFICADO E REPUBLICADO

PROPOSTA

~~Declaramos, que, na vigência do contrato, adotamos a seguinte política de preços para os serviços descritos:~~

~~a) Desconto de, no mínimo, 20% (vinte por cento) a ser concedido ao Município, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Sul. Proposta: _____% (_____ por cento);~~

~~b) Honorários a serem cobrados do Município, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros. Proposta: _____% (_____ por cento);~~

~~c) Honorários a serem cobrados do Município, incidentes sobre os custos de outros serviços realizados por terceiros, referentes, entre outros, ao desenvolvimento de pesquisas de mercado e de opinião e de produtos e serviços, à organização de eventos e ao planejamento e montagem de estandes em feiras e exposições de, no máximo 10% (dez por cento). Proposta: _____% (_____ por cento);~~

~~a) percentual de desconto a ser concedido sobre os serviços a serem executados pela contratada, no mínimo 20%(vinte por cento). Proposta: _____%(_____ por cento);~~ **b.1) percentual de desconto a ser concedido sobre os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Sul, a título de custos internos dos serviços a serem executados, no mínimo 20%(vinte por cento). Proposta _____% (_____ por cento)**

~~b) percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, conforme art. 11 da Lei n.º 4.680/1965, no mínimo 5%(cinco por cento) e no máximo 15%(quinze por cento) Proposta: _____%(_____ por cento);~~

~~c) percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual, no mínimo 5%(cinco) e máximo 10%(dez por cento) Proposta: _____%(_____ por cento);~~

~~d) percentual de honorários a ser cobrado na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago pela Administração Municipal a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e~~

~~som de voz, no mínimo 5%(cinco) e máximo 10%(dez por cento). Proposta: _____%
(_____por cento);~~

~~_____ e) percentual de honorários a ser cobrado na reutilização de peças por período
igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da
cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela
Administração Municipal aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras, no
mínimo 5%(cinco) e máximo 10%(dez por cento). Proposta: _____%(_____por cento).~~

_____, _____ de _____ de 2017.
(nome da licitante)

Representante legal

Anexo VIII

MODELO DE CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

Quesito/Sub-quesito	Atributos a considerar no julgamento	% sobre a pontuação total
Plano de Comunicação Publicitária		
Sub-questos		
<p>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) ou o(s)</p>	<p>a) das funções e do papel do anunciante nos contextos social, político e econômico; problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s).</p> <p>b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do anunciante com seus públicos;</p> <p>c) das características do anunciante e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;</p> <p>d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;</p> <p>e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo anunciante;</p> <p>f) das necessidades de comunicação do anunciante para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).</p>	Mínimo 10%
<p>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:</p> <p>a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;</p> <p>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.</p>	<p>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;</p> <p>b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;</p> <p>c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do anunciante com seus públicos;</p> <p>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;</p> <p>e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;</p> <p>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.</p>	Mínimo 20%
<p>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</p>	<p>a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação do anunciante;</p> <p>b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;</p> <p>c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;</p>	Mínimo 20%

<p>problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.</p>	<p>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 social, político e econômico; h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados; i) a exequibilidade das peças e ou do material; j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.</p>	
<p>Estratégia de mídia e não mídia – constituída: a) apresentação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório; b) simulação de plano de distribuição em que a licitante 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.</p>	<p>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.</p>	<p>Mínimo 10%</p>

Quesito/Sub-quesito	Atributos a considerar no julgamento	% sobre a pontuação total
Capacidade de Atendimento		
<p>Apresentação, pela licitante, de informações compreendendo: a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles; b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de</p>	<p>a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado; b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias; c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do anunciante; d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato; e) a operacionalidade do relacionamento entre o anunciante e a licitante, esquematizado na proposta; f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.</p>	<p>Máximo 20%</p>

Quesito/Sub-quesito	Atributos a considerar no julgamento	% sobre a pontuação total
<p>estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;</p> <p>c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;</p> <p>d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;</p> <p>e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.</p>		

Quesito/Sub-quesito	Atributos a considerar no julgamento	% sobre a pontuação total
Repertório		
<p>Apresentação pela licitante de trabalhos por ela, concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos, sob a forma de peça e ou material e respectivas fichas técnicas, nas quais se incluirá a indicação sucinta do problema que a peça e ou material se propôs a resolver, identificação do cliente e da licitante, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.</p>	<p>a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido;</p> <p>b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;</p> <p>c) a clareza da exposição das informações prestadas;</p>	<p>Máximo 10%</p>

Quesito/Sub-quesito	Atributos a considerar no julgamento	% sobre a pontuação total
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação		
<p>Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Apresentação, pela licitante, de soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação</p>	<p>a) a evidência de planejamento publicitário;</p> <p>b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;</p> <p>c) a relevância dos resultados apresentados;</p> <p>d) a concatenação lógica da exposição.</p>	<p>Máximo 10%</p>

Quesito/Sub-quesito	Atributos a considerar no julgamento	% sobre a pontuação total
planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.		

ANEXO IX

MINUTA DE CONTRATO

Origem : Processo Licitatório nº 073/2017.

Tomada de Preços nº 005/2017.

O **Município de Carazinho/RS**, pessoa jurídica de direito público interno, inscrita no CNPJ sob nº 87.613.535/0001-16, com sede na Avenida Flores da Cunha, nº 1264, neste ato representado pelo Prefeito Municipal, Sr. Milton Schmitz, doravante denominado simplesmente **CONTRATANTE** e, _____, doravante denominada **CONTRATADA**, com sede na rua na cidade de, inscrita no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica-CNPJ, da Secretaria da Receita Federal sob o nº, por seu representante legal que ao final assina, tem entre si, justo e acertado, o que se contem nas cláusulas seguintes e em conformidade com os dispositivos da Lei nº 8.666/93, e legislação subsequente.

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

Constitui objeto da presente licitação a prestação de serviços técnicos de publicidade institucional do município de Carazinho, a serem prestados por uma Agência de Propaganda, nos termos do §1º do art. 37 da Constituição da República Federativa do Brasil e art. 2º da Lei n.º 12.232, de 29 de abril de 2010, definidos no Anexo V – *BRIEFING* do edital Tomada de Preços nº 005/2017 e de acordo com os termos e condições do presente instrumento.

Considera-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação visando promover a difusão de ideias ou informar o público em geral as ações do governo, de acordo com o art. 2º, caput, da Lei nº 12.232/10.

Os serviços compreendem as seguintes atividades:

- a) Elaboração de um Plano de Comunicação que será avaliado pela Assessoria de Comunicação do Município.
- b) Assessoramento e apoio na execução de ações de divulgação e promoção.
- c) Desenvolvimento de ações destinadas a fortalecer a imagem institucional do município de Carazinho, de seus serviços, programas e ações mediante a estudo, planejamento, concepção, criação, execução e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários da seguinte forma:

- Programas de Rádio e TV

- Anúncios de publicidade a serem veiculados em emissoras de rádio e TV, jornais, revistas, Internet e meios alternativos com abrangência local, regional, estadual e/ou nacional.

- Elaboração de marcas, expressões de propagando, logotipos e outros elementos de comunicação visual.
- Pesquisa e análise dos veículos de divulgação que melhor possam comunicar as campanhas e peças publicitárias, especialmente em relação a sua natureza área de abrangência , audiência, eficiência e custos do serviço.
- Elaboração, criação, edição, produção e distribuição de publicações impressas, tais como, panfletos, folders, *bus door*, *front light*, mini-doors, outdoors, eletrônicos, digitais, vídeos, avaliação e supervisão técnica junto aos fornecedores contratados e veiculação junto aos meios de comunicação, desde que solicitados e autorizados pela Administração.

d) Os serviços referente à criação e concepção das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.

e) A verba destinada ao contrato administrativo de serviços de publicidade decorrente desta licitação é de até **R\$ 300.000,00 (Trezentos mil reais)**.

Nota|: Os serviços deverão ser executados conforme necessidade da Administração, com sua prévia autorização, por escrito.

f) O prazo de vigência do contrato será de 12 meses, a contar de sua assinatura, podendo ser prorrogado, a critério da Administração e com anuência da contratada, pelo prazo máximo permitido pela legislação, desde que observado o limite do valor da modalidade.

CLÁUSULA SEGUNDA – EXECUÇÃO DO CONTRATO

2.1 O objeto deste contrato dever ser executado diretamente pela CONTRATADA, não podendo ser subempreitado, cedido ou sublocado, excetuado aquilo que não se inclua em sua especialização, o que dependerá de prévia anuência da Administração, por escrito, sem prejuízo da responsabilidade da CONTRATADA pelo ônus e perfeição técnica do mesmo.

2.2 Manter, durante toda a execução contratual, as condições de habilitação exigidas na licitação, inclusive o certificado de qualificação técnica de funcionamento obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, conforme o § 1º do art. 4º da Lei n.º 12.232/2010;

CLÁUSULA TERCEIRA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

Na execução do objeto do presente contrato, envidará a CONTRATADA todo o empenho e dedicação necessários ao fiel e adequado cumprimento dos encargos que lhe forem confiados, obrigando-se ainda, além das previstas neste instrumento ou dele decorrentes, a:

3.1 Designar um profissional para representá-la junto ao Município, promover o controle do pessoal, respondendo perante a mesma, por todos os atos e fatos gerados ou provocados por sua equipe.

3.2 Apresentar quinzenalmente, através de relatórios, as ações efetuadas, os valores despendidos e o saldo restante do valor orçado para o período (anual).

3.3 Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

3.4 Realizar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de terceiros – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.

3.5 Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da Tomada de Preços que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo CONTRATANTE.

3.5.1 Apresentar, durante a execução contratual, documentos que comprovem o cumprimento de obrigações tributárias, previdenciárias e trabalhistas, em cumprimento ao art. 71 da Lei n.º 8.666/1993;

3.5.2 A agência de publicidade contratada não receberá nenhum valor pelos leiautes, roteiros e similares reprovados pelo Município;

3.5.3 A agência de publicidade cederá ao Município os direitos patrimoniais do autor das ideias, estudos, análises, planos, campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência do contrato celebrado com o Poder Público.

3.5.4 O Município se resguarda o direito de utilizar e reutilizar referidos direitos patrimoniais diretamente ou por meio de terceiros, sem que disso decorra qualquer pagamento à agência de publicidade contratada, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

3.6 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, o CONTRATANTE descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens.

a) a agência de publicidade contratada não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses do Município, preterindo veículos de comunicação e de divulgação que não os concedam, ou ainda priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha dos veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

b) Submeter à prévia e formal aprovação do Município requisições de contratação de terceiros e de autorização de despesas relativas ao fornecimento de bens, à prestação de serviços e veiculação de mídia, relacionadas ao objeto do contrato.

3.7 Negociar sempre as melhores condições de preço, para os direitos autorais de imagem e som

de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do CONTRATANTE.

3.8 Fazer cotações de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução, que poderá ou não ser aprovado pela Administração, que a seu critério poderá realizar outros orçamentos.

3.9 Se não houver possibilidade de obter três propostas, a CONTRATADA deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

3.10 Obter a aprovação prévia do CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

3.11 Submeter a subordinação de terceiros, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.

3.12 Nesses casos, a CONTRATADA permanece com todas as suas responsabilidades contratuais perante o CONTRATANTE.

3.13 A contratação de serviços ou compra de material de empresa em que a CONTRATADA ou seus funcionários tenham, direta ou indiretamente participação societária, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizado após comunicar o CONTRATANTE esse vínculo e obter sua aprovação.

3.14 Produzir, após a respectiva aprovação do serviço pelo CONTRATANTE, em formato digital, uma cópia de spots e jingles de rádio, um fotolito e duas provas de fotolito de peças para revistas ou jornais.

3.15 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc) aprovadas pelo CONTRATANTE.

3.16 No caso de necessidade de segunda tiragem, o CONTRATANTE poderá, a seu critério, optar pela contratação junto a terceiros, sob sua própria orientação.

3.17 A quantidade de material a ser utilizado na veiculação só será definida após a aprovação da mídia pelo CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças relacionadas.

3.18 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por terceiros por ela contratada.

3.19 Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome do CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.

3.20 Prestar esclarecimentos o CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

3.21 Não assumir na vigência deste contrato nenhum encargo de publicidade, promoção ou comunicação de empresa concorrente do CONTRATANTE.

3.22 Submeter previamente o CONTRATANTE a eventual caução ou utilização deste contrato em

qualquer operação financeira.

3.23 Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na **Tomada de Preços que deu origem a este ajuste.**

3.24 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes das infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legalidade estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

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

3.26 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.

3.27 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.

3.28 Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

3.29 Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e o própria CONTRATANTE.

3.30 Em casos de subcontratação de terceiros para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do presente contrato.

3.31 Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE.

3.32 A infração a este dispositivo, implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279, de 14.05.96, e às indenizações das perdas e danos previstas na legislação ordinária.

3.33 Responder perante o CONTRATANTE e terceiros, por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato

3.34 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.

3.35 Responsabilizar-se pelos ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causado por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou subcontratados, 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.

3.36 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar o CONTRATANTE e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará o CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

3.37 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionados com os serviços objeto deste contrato.

CLÁUSULA QUARTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

Constituem obrigações do CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

4.1 Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA.

4.2 Comunicar por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de vinte quatro horas úteis.

4.3 Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

4.4 Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

4.5 Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato.

4.6 Notificar a contratada por escrito com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

4.7 Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato por meio de servidor especialmente designado, nos termos do art. 67, da Lei nº 8.666/93.

4.8 Solicitar, se julgar necessário, a apresentação dos documentos comprobatórios do pagamento de pessoal, do recolhimento dos encargos sociais, em especial do INSS e FGTS, e outros.

CLÁUSULA QUINTA - TRIBUTOS

5.1 Todos os tributos existentes na data da assinatura deste instrumento, correspondentes a execução do mesmo, ou dele decorrentes, correrão unicamente por conta da CONTRATADA.

5.2 O Município somente aceitará a revisão de preços, em ocorrendo, criação, alteração de novos tributos ou extinção dos tributos existentes, após a data limite da apresentação da proposta, desde que, comprovadamente, reflitam-se nos preços acordados, de acordo com o disposto no artigo 65, § 5º, da Lei nº 8.666/93 e legislação complementar.

CLÁUSULA SEXTA - DESPESAS

6.1 A CONTRATADA será responsável por todas as obrigações sociais de proteção aos seus profissionais, bem como todas as despesas necessárias para a execução dos serviços contratados, incluindo despesas com deslocamento, estadia, alimentação, salários, encargos sociais, previdenciários, comerciais, trabalhistas, equipamentos de proteção individual e quaisquer outros que se fizerem necessários ao cumprimento das obrigações decorrentes deste contrato, isentando integralmente o Município.

6.2 Os funcionários da CONTRATADA, serão diretamente subordinados a mesma, isentando o Município de todo e qualquer ônus, compromisso ou responsabilidade relacionada aos mesmos.

CLÁUSULA SÉTIMA – VIGÊNCIA

7.1. O prazo de duração do contrato será de 12 (doze) meses a contar da data da sua assinatura.

7.2 O CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, na forma do artigo 57, Inc. II, Lei 8.666/93, desde que observado o limite do valor da modalidade da licitação.

CLÁUSULA OITAVA – RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

8.1. A estimativa das despesas com a execução dos serviços correrão à conta da seguinte dotação orçamentária:

02 SECRETARIA GERAL DO GOVERNO

02.01 GABINETE DA SECRETARIA

02.01.04 ADMINISTRAÇÃO

02.01.04.122 ADMINISTRAÇÃO GERAL

02.01.04.122.0030 ADMINISTRAÇÃO GOVERNAMENTAL

02.01.04.122.0030.2170 DIVULGAÇÃO OFICIAL E INSTITUCIONAL

6/3.3.3.9.0.39.00.00.00 OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PJ

0001 LIVRE

8.2. O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu critério, utilizar ou não a totalidade de verba prevista.

CLÁUSULA NONA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

9.2 A fiscalização dos serviços pelo CONTRATANTE não desobriga a CONTRATADA de sua responsabilidade quanto a sua perfeita execução.

9.3 A CONTRATADA, somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal do CONTRATANTE.

9.4 A não-aceleração de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CONTRATANTE.

9.5 A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluindo o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado, a suas expensas e nos prazos estipulados pela fiscalização.

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

9.7 A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente a irregularidades ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

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

9.9 A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e/ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados ao CONTRATANTE.

9.10 Ao CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

9.11 Ao CONTRATANTE poderá realizar trimestralmente, avaliação da qualidade do atendimento do nível técnico dos trabalhos e dos resultados concretos dos esforços da comunicação sugeridos pelo CONTRATANTE, da diversificação dos serviços prestados e dos benefícios decorrentes da política de preços por ela praticada.

9.12 A avaliação trimestral será considerada pelo CONTRATANTE para aquilatar a necessidade de solicitar à CONTRATADA que melhore a qualidade dos serviços prestados; **para decidir sobre a conveniência de renovar ou, a qualquer tempo, rescindir o presente contrato; para fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu** desempenho, a fim de servir de prova de capacitação técnica em licitações públicas.

CLÁUSULA DÉCIMA – REMUNERAÇÃO

10 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

10.1 Pelos honorários de, no máximo _____% (_____ por cento) referentes à produção de peças e materiais, cuja distribuição não proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de serviços realizados por terceiros, com a efetiva intermediação da CONTRATADA.

~~a) percentual de desconto a ser concedido sobre os serviços a serem executados pela contratada, _____%(_____por cento);~~ a) percentual de desconto a ser concedido sobre os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Sul, a título de custos internos dos serviços a serem executados _____% (_____ por cento)

b) percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, conforme art. 11 da Lei n.º 4.680/1965. _____% (_____por cento);

c) percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual _____%(_____por cento);

~~d) percentual de honorários a ser cobrado na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao cachê original a ser pago pela Administração Municipal a atores e modelos, pelos direitos de uso de imagem e som de voz, _____%(_____por cento);~~

~~_____e) percentual de honorários a ser cobrado na reutilização de peças por período igual ao inicialmente pactuado, o percentual máximo em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela Administração Municipal aos detentores dos direitos patrimoniais de uso dessas obras, - _____%(_____por cento).~~

10.1.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço líquido, assim entendido o preço efetivamente faturado dele excluído o valor dos impostos, cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

10.2 Pelos honorários de, no máximo _____% (_____ por cento) incidentes sobre os custos comprovados e previamente autorizados de outros serviços a serem realizados por terceiros, com a efetiva intermediação da CONTRATADA, referentes, entre outros, ao desenvolvimento de pesquisas de mercado e de opinião e de produtos e serviços referentes à organização de eventos e ao planejamento e montagem de estandes em feiras e exposições e aos demais serviços destinados ao atendimento das necessidades de comunicação do CONTRATANTE.

10.2.1 Esses honorários serão calculados sobre o preço líquido, assim entendido o preço efetivamente faturado, dele excluído o valor dos impostos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

10.3 Desconto de, no mínimo, _____% (_____ por cento) a ser concedido ao Município

~~sobre os custos internos dos trabalhos realizados pela própria CONTRATADA, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Sul.~~

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

10.5 Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA ou de seus representantes serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse do CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pelo CONTRATANTE.

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA-PRIMEIRA – DO REAJUSTAMENTO

Fica suspensa a aplicação de reajustamento, enquanto vigor vedação por legislação federal.

Parágrafo Único: No caso em que a legislação federal determine novos parâmetros para os reajustamentos contratuais, com periodicidade inferior a um ano, o contrato será aditivado para **adequação às novas normas, ressalvado o reequilíbrio econômico-financeiro do mesmo.**

CLÁUSULA DÉCIMA-SEGUNDA – DESCONTO DE AGÊNCIA

12.1. Além da remuneração prevista na cláusula décima primeira, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agências – à base de um percentual bruto de 20 % (vinte por cento) dos preços de tabela ou dos preços acertados para veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois – concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 do Regulamento da Lei nº 4.680/65, aprovado pelo Decreto nº 57.690/66 e alterado pelo Decreto nº 2262/97.

121.1. As partes contratantes poderão renegociar, no interesse do CONTRATANTE, esse percentual de repasse, nos casos de renovação ou de prorrogação deste contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA-TERCEIRA – DIREITOS AUTORAIS

13.1. A CONTRATADA cede ao CONTRATANTE, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das idéias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, concebidos, criados e produzidos em decorrência deste contrato.

13.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas

nas Cláusulas Décima Primeira e Décima Terceira deste contrato.

13.1.2. Ao CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.

13.2. Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA solicitará de cada contratado dois orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que ao CONTRATANTE escolha uma das opções.

13.2.1. Nos caso de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA condicionará a contratação do serviço por período mínimo de seis meses e utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

13.2.2. Quando ao CONTRATANTE optar pela execução dos serviços com a cessão total e definitiva, a CONTRATADA se compromete a fazer constar dos ajustes que vier a celebrar com terceiros – para a produção de peças e campanhas e a prestação de outros serviços – cláusulas escritas que:

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

13.2.2.2. Estabeleçam que este CONTRATANTE poderá a seu juízo utilizar referidos direitos diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

13.2.3. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão – definitiva ou por tempo limitado – será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

13.3. A CONTRATADA se compromete a fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção os custos dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos.

13.4. A critério do CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA, poderão ser reutilizadas por outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes da estrutura do Poder Executivo Municipal, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA.

13.5. A seu critério, o CONTRATANTE, poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, entidades ou sociedades integrantes do Poder Executivo Municipal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com **os eventuais detentores dos direitos das peças.**

CLÁUSULA DÉCIMA-QUARTA – CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

14.1. Os pagamentos serão sempre efetuados mediante apresentação pela CONTRATADA até o último dia mês da realização dos serviços, no local indicado pelo CONTRATANTE, da respectiva

Nota Fiscal, corretamente emitida, acompanhada dos comprovantes das despesas nela contidas. Os pagamentos serão efetuados conforme Decreto Executivo nº 011/2017, do mês subsequente ao da realização dos serviços devidamente atestados pelo Secretário Geral do Governo. Os pagamentos serão realizados mediante crédito na conta corrente fornecida pela CONTRATADA.

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

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

14.3. A falta de pagamento, pelo CONTRATANTE, nos prazos previstos acarretará correção do valor faturado, calculado desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IGP-M/FGV.

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

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

14.5 O CONTRATANTE efetuará retenção, na fonte, dos tributos e contribuições sobre todos os pagamentos à CONTRATADA, conforme legislação vigente.

CLÁUSULA DÉCIMA-QUINTA – DAS PENALIDADES E MULTA

Pela inexecução total ou parcial do contrato o **MUNICÍPIO** poderá, garantida prévia defesa, aplicar à **CONTRATADA** as seguintes penalidades:

Multa de 0,5 % (meio por cento) por dia de atraso, limitado esta a 20 (vinte) dias, após o qual será considerado inexecução contratual;

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;

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.

Observação 1: As multas serão calculadas sobre o montante não adimplido do contrato.

Observação 2: As multas aplicadas na execução do contrato serão descontadas do pagamento, a critério exclusivo do MUNICÍPIO e, quando for o caso, cobradas judicialmente.

CLÁUSULA DÉCIMA-SEXTA – RESCISÃO

16.1 Será rescindido o presente contrato, mediante termo próprio, nos seguintes casos:

a) por ato unilateral e escrito do **CONTRATANTE**, nos casos previstos nos incisos I a XII e XVIII do art. 78 da Lei Federal nº 8.666/93, de 21 de junho de 1993;

b) amigavelmente, por acordo entre as partes, mediante formalização através de aviso-prévio, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, não cabendo indenização de qualquer das partes, desde que haja conveniência para o **CONTRATANTE**, recebendo a **CONTRATADA** o valor dos serviços já executados;

c) judicialmente, nos termos da legislação vigente.

16.2 Será rescindido o presente contrato, independente de notificação judicial ou extrajudicial, sem qualquer direito à indenização, por parte da **CONTRATADA**, se esta:

I - não cumprir regularmente quaisquer das obrigações assumidas neste contrato;

II - subcontratar, transferir ou ceder, total ou parcialmente, o objeto deste contrato a terceiros;

III - fusionar, cindir ou incorporar-se a outra empresa;

IV - executar os serviços com imperícia técnica;

V - falir, requerer concordata ou for instaurada insolvência civil;

VI - paralisar ou cumprir lentamente os serviços, sem justa causa, por mais de 10 (dez) dias consecutivos;

VII - demonstrar incapacidade, desaparecimento, inidoneidade técnica ou má fé;

VIII - atrasar injustificadamente o início dos serviços.

CLÁUSULA DÉCIMA-SÉTIMA – DISPOSIÇÕES GERAIS

17.1. A **CONTRATADA**, guiar-se-á 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.

17.2. O presente contrato poderá ser denunciado, por qualquer das partes, após decorridos cento e oitenta dias de sua vigência mediante aviso prévio com antecedência mínima de sessenta dias, através de correspondência protocolizada ou por intermédio do Cartório de Registro de Títulos e Documentos.

17.3. Constituem direitos e prerrogativas do **CONTRATANTE**, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/93, que a **CONTRATADA** aceita e a eles se submete.

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

17.5 A **CONTRATADA** fica obrigada a aceitar nas mesmas condições contratuais, os acréscimos

ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme previsto no artigo 65 da Lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA-OITAVA – FORO

Fica eleito, de comum acordo entre as partes, o Foro da Comarca de Carazinho/RS, para dirimir quaisquer litígios oriundos do presente contrato.

E, por estarem justos e contratados, firmam o presente instrumento que, lido e achado conforme, vai assinado pelas partes.

Carazinho, de de

CONTRATANTE

CONTRATADA

PREFEITURA MUNICIPAL DE CARAZINHO/RS.
SETOR DE LICITAÇÕES

TOMADA DE PREÇOS Nº 005/2017

O Prefeito do Município de Carazinho/RS, torna público que às ~~9 horas, do dia 01 de mês de agosto do ano de 2017~~ **às 9 horas do dia 04 de setembro de 2017**, **às 9 horas do dia 10 de novembro de 2017**, na sala de reuniões do Departamento de Habitação, localizada na Avenida Flores da Cunha, 1264, se reunirá a Comissão de Licitações para receber os envelopes de Habilitação e Proposta da **Tomada de Preços nº 005/2017**, que tem como objeto a contratação de empresa especializada para prestação de serviços publicitários ao Município de Carazinho/RS.

Editais disponíveis no site do Município www.carazinho.rs.gov.br. Informações pelo telefone (54) 3331- 2699 Ramal 102 ou licitacao@carazinho.rs.gov.br.

Carazinho, 09 de outubro de 2017.

MILTON SCHMITZ

Prefeito