



CONCORRÊNCIA Nº 001/2019

A Câmara Municipal de Nova Lima, inscrita no CNPJ sob o nº 20.218.574/0002-48, com sede na Praça Bernardino de Lima nº 229, Bairro Centro, Nova Lima/MG, por intermédio de Comissão Permanente de Licitação designada pela Portaria Nº 06, de 03 de janeiro de 2019, torna público, para conhecimento dos interessados, que fará realizar licitação com as seguintes características:

MODALIDADE: Concorrência.

TIPO: Técnica e Preço.

OBJETO: Contratação de uma Agência para prestação de serviços de publicidade, conforme as condições e especificações constantes deste Edital e de seus anexos.

ENTREGA DOS INVÓLUCROS 1, 2, 3 e 4, COM AS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS: Até as 09 horas do dia 15/05/2019.

ENTREGA DO INVÓLUCRO 5, COM OS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO: Em dia e horário a serem posteriormente marcados.

LOCAL DE ENTREGA: Praça Bernardino de Lima, 229, Centro, Nova Lima, Minas Gerais.

1 - DA LEGISLAÇÃO APLICÁVEL E DOS ANEXOS DO EDITAL

1.1 Esta licitação obedecerá no que couber, às seguintes leis e normas:

- a) normas e documentos que regem a atividade de publicidade e propaganda, em especial:
- Lei Federal 12.232/2010;
 - Lei Federal 4.680/1965;
 - Decreto Federal 57.690/1966, parcialmente modificado pelo Decreto Federal 4.563/2002;
 - Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, instituído pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em 1957 e incorporado à Lei 4.680/1965;
 - Código de Auto-regulamentação Publicitária, de 1978;
 - Normas-Padrão da Atividade Publicitária, última edição, editadas pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);
 - Demais normas e dispositivos aplicáveis às Agências de Publicidade e aos serviços a serem contratados;
- b) Lei Federal 8.666/1993;
- c) Lei Complementar Federal 123/2006;
- d) Normas constantes deste Edital.

1.2 Constituem anexos deste Edital e dele fazem parte integrante:



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

- a) **ANEXO I** - Especificação do objeto e condições gerais para a prestação dos serviços;
- b) **ANEXO II** - *Briefing*;
- c) **ANEXO III** - Orientações e exigências relativas à Proposta Técnica;
- d) **ANEXO IV** - Modelo para apresentação da Proposta de Preço;
- e) **ANEXO V** - Critérios de julgamento das propostas;
- f) **ANEXO VI** - Modelo de declaração de que não emprega menor;
- g) **ANEXO VII** - Modelo de carta de credenciamento;
- h) **ANEXO VIII** - Modelo de declaração de condição de ME ou EPP;
- i) **ANEXO IX** - Minuta de Contrato.

2 - DAS CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO E DA DECLARAÇÃO DE ME OU EPP

2.1 Poderá participar da presente licitação a empresa do ramo pertinente ao objeto licitado e apta ao seu cumprimento, que atenda aos requisitos deste ato convocatório e aos da legislação específica.

2.2 Não poderá participar da presente licitação a empresa que se enquadrar em qualquer caso de proibição previsto na legislação vigente, especialmente em uma ou mais das situações a seguir:

- a) tenha sido declarada inidônea para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida sua reabilitação;
- b) tenha sido punida com suspensão/impedimento de licitar ou contratar com a Câmara Municipal de Nova Lima ou com a Prefeitura Municipal de Nova Lima, durante o prazo da sanção aplicada;
- c) esteja sob regime de recuperação judicial, falência ou insolvência civil;
- d) Reunidas em consórcio (NOTA EXPLICATIVA): Considerando que é ato discricionário da Administração diante da avaliação de conveniência e oportunidade no caso concreto; considerando que os serviços não são complexos; considerando que existem no mercado diversas empresas com potencial técnico, profissional e operacional, suficiente para atender satisfatoriamente às exigências previstas neste edital; e considerando que a admissão do consórcio na licitação poderá ocasionar dificuldades de gestão dos serviços ora licitados, entendeu-se que é conveniente a vedação de participação de empresas em "consórcio" nesta Concorrência Nº 002/2019.

2.2.1 A observância das vedações do subitem 2.2 deste Edital é de inteira responsabilidade da empresa que, pelo descumprimento, sujeitar-se-á às penalidades cabíveis.

2.3 A licitante que cumprir os requisitos legais para qualificação como **Microempresa (ME)** ou **Empresa de Pequeno Porte (EPP)**, conforme previsto no art. 3º da Lei Complementar Federal nº 123/2006, e que não estiver sujeita a quaisquer dos



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

impedimentos do § 4º do referido artigo, caso tenha interesse em usufruir do tratamento favorecido estabelecido na citada lei, deverá indicar sua condição de ME ou EPP por meio de **declaração emitida pela própria licitante**, conforme modelo constante do **ANEXO VIII** deste Edital.

2.3.1 A declaração a que se refere o subitem 2.3 deste Edital deverá ser entregue pela licitante quando do credenciamento de seu representante, sob pena de PERDA DO DIREITO aos benefícios que lhe são conferidos pela Lei Complementar Federal nº 123/2006.

2.3.2 A declaração de condição de ME ou EPP (**ANEXO VIII** deste Edital) poderá, por opção da licitante, ser preenchida por seu representante legal já confirmado e entregue à Comissão ainda na fase de credenciamento da reunião pública de abertura do certame.

2.3.3 A licitante que apresentar declaração falsa responderá por seus atos, civil, penal e administrativamente.

2.4 A simples participação da licitante neste certame implica:

- a) o pleno conhecimento e a integral concordância com as cláusulas e condições desta licitação, bem como a total sujeição à legislação pertinente;
- b) a inexistência de fatos impeditivos para a sua habilitação neste certame, observado o disposto no subitem 2.4.1 deste Edital;
- c) a aceitação de todas as condições estabelecidas na minuta de Contrato apresentada no **ANEXO IX** deste Edital.

2.4.1 Caso ocorra a superveniência de fato impeditiva da habilitação, após a emissão dos documentos mencionados nos subitens 8.4.1 a 8.5.1 deste Edital, fica a licitante obrigada a declará-la, na forma do § 2º do art. 32 da Lei nº 8.666/1993, sob pena de aplicação das penalidades legais cabíveis.

3 - DA ENTREGA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS E DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

3.1 Às **09 horas** do dia **15/05/2019**, na Câmara Municipal de Nova Lima, a Comissão Permanente de Licitação dará início ao credenciamento dos representantes das licitantes e, imediatamente após o término deste, ao recolhimento dos **04 (quatro) invólucros** das licitantes, sendo três invólucros distintos para a Proposta Técnica, um invólucro único para a Proposta de Preço, conforme se segue:



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

INVÓLUCRO 1:

- **Características:** invólucro opaco e padronizado a ser fornecido previamente pela Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Nova Lima.
- **Conteúdo:** Proposta Técnica - **via não identificada** do Plano de Comunicação Publicitária.
- **Forma de apresentação:** o invólucro deverá ser entregue **aberto** e não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante autora do Plano de Comunicação Publicitária em qualquer momento anterior à abertura do **invólucro 2**. Não poderá, ainda, estar danificado no manuseio, transporte ou deformado pelas peças e demais documentos nele acondicionados;

INVÓLUCRO 2:

- **Características:** invólucro opaco a ser providenciado pela licitante, contendo etiqueta com os seguintes dados: Via identificada do Plano de Comunicação Publicitária, Invólucro 2, Número da Concorrência, Razão Social/Nome da Licitante, CNPJ, endereço e contato.
- **Conteúdo:** Proposta Técnica: **via identificada** do Plano de Comunicação Publicitária, **sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa**.
- **Forma de apresentação:** o invólucro deverá ser entregue **fechado, lacrado** e com a indicação do seu conteúdo, do número desta Concorrência e do nome da licitante.

INVÓLUCRO 3:

- **Características:** invólucro opaco a ser providenciado pela licitante, contendo etiqueta com os seguintes dados: Conjunto de Informações, Invólucro 3, Número da Concorrência, Razão Social/Nome da Licitante, CNPJ, endereço e contato.
- **Conteúdo:** Proposta Técnica: Conjunto de Informações da Licitante.
- **Forma de apresentação:** o invólucro deverá ser entregue **fechado, lacrado** e com a indicação do seu conteúdo, do número desta Concorrência e do nome da licitante.

INVÓLUCRO 4:

- **Características:** invólucro opaco a ser providenciado pela licitante, contendo etiqueta com os seguintes dados: Proposta de Preços, Invólucro 4, Número da Concorrência, Razão Social/Nome da Licitante, CNPJ, endereço e contato.
- **Conteúdo:** Proposta de Preço.
- **Forma de apresentação:** o invólucro deverá ser entregue **fechado, lacrado** e com a indicação do seu conteúdo, do número desta Concorrência e do nome da licitante.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

3.1.1 Declarado encerrado o recebimento dos envelopes e o credenciamento dos representantes das licitantes presentes, a Comissão Permanente de Licitação não aceitará novas licitantes / envelopes.

3.2 O descumprimento das exigências previstas neste Edital para a entrega dos invólucros 1, 2, 3 e 4 implicará a declaração da empresa como NÃO PARTICIPANTE desta licitação.

3.3 As licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preço, na forma definida no ANEXO V deste Edital, serão convocadas pela Comissão Permanente de Licitação para apresentarem o invólucro 5 contendo os Documentos de Habilitação.

3.3.1 O invólucro a que se refere o subitem 3.3 deste Edital deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação, conforme se segue:

INVÓLUCRO 5:

- **Características:** invólucro opaco a ser providenciado pelas licitantes classificadas, contendo etiqueta com os seguintes dados: Documentos de Habilitação, Número da Concorrência, Razão Social/Nome da Licitante, CNPJ, endereço e contato.
- **Conteúdo:** Documentos de Habilitação.
- **Forma de apresentação:** o invólucro deverá ser entregue **fechado, lacrado** e com a indicação do seu conteúdo, do número desta Concorrência e do nome da licitante.
- **Entrega:** em dia e horário a serem posteriormente marcados.

3.4 O descumprimento das exigências previstas neste Edital para a entrega do invólucro 5 implicará a INABILITAÇÃO da licitante.

3.5 Não serão aceitos invólucros enviados via postal ou antes das datas e dos horários definidos neste Edital.

4 - DA PROPOSTA TÉCNICA - VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (Invólucro 1)

4.1 O invólucro 1 da Proposta Técnica, contendo a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, deverá ser apresentado à Comissão Permanente de Licitação na forma definida no subitem 3.1 deste Edital.

4.2 O invólucro 1, padronizado, deverá ser retirado pela interessada na Secretaria da Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Nova Lima, telefone (31) 3542-5932, no horário de 12 às 18 horas, dias úteis, até 2 (dois) dias úteis antes da data prevista no subitem 3.1 deste Edital para a sua entrega.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

4.3 A Proposta Técnica com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária deverá ser elaborada e apresentada de forma a atender às orientações e exigências constantes do **ANEXO III** deste Edital.

4.4 Os exemplos de peças da Ideia Criativa, a que se referem as alíneas da letra “c” do subitem 3.6 do **ANEXO III** deste Edital, sem nenhuma identificação de sua autoria, deverão ter formatos compatíveis com suas características e adequarem-se ao tamanho do **invólucro 1**.

4.5 O conteúdo do **invólucro 1**, qual seja, o Plano de Comunicação Publicitária - via não identificada, não poderá conter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou qualquer outro elemento que possa identificar a sua autoria antes da abertura do **invólucro 2**.

4.6 É vedada qualquer alteração das condições, orientações e exigências estabelecidas nos anexos deste Edital.

4.6.1 Ressalvam-se da vedação do subitem 4.6 deste Edital as alterações destinadas a sanar erros materiais evidentes e que não impliquem alteração de seu conteúdo.

4.7 A inobservância, total ou parcial, do disposto no subitem 4.5 supra e de quaisquer outras previsões deste Edital para o conteúdo e a forma de apresentação do **invólucro 1** implicará a **DECLASSIFICAÇÃO** da licitante.

5 - DA PROPOSTA TÉCNICA - VIA IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, SEM OS EXEMPLOS DE PEÇAS REFERENTES À IDEIA CRIATIVA (Invólucro 2)

5.1 O **invólucro 2** da Proposta Técnica, contendo a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária, deverá ser apresentado à Comissão Permanente de Licitação na forma definida no subitem 3.1 deste Edital.

5.2 O **invólucro 2** será providenciado pela licitante e deverá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

5.3 O Plano de Comunicação Publicitária - via identificada, deverá constituir-se de uma cópia da via não identificada do mesmo plano, porém, com a identificação da licitante, data, rubrica em todas as folhas e assinatura do representante legal da licitante na última folha.

5.3.1 Os exemplos de peças da Ideia Criativa, a que se referem às alíneas da letra “c” do subitem 3.6 do **ANEXO III** deste Edital, não deverão ser inseridos no **invólucro 2**.

5.4 É vedada qualquer alteração das condições, orientações e exigências estabelecidas nos anexos deste Edital.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

5.5 A inobservância, total ou parcial, de quaisquer das previsões deste Edital para o conteúdo do invólucro 2 implicará a **DECLASSIFICAÇÃO** da licitante.

6 - DA PROPOSTA TÉCNICA - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DA LICITANTE (Invólucro 3)

6.1 O **invólucro 3** da Proposta Técnica, contendo o Conjunto de Informações da Licitante, deverá ser apresentado à Comissão Permanente de Licitação na forma definida no subitem 3.1 deste Edital.

6.2 O **invólucro 3** será providenciado pela licitante e deverá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

6.3 Os documentos acondicionados no **invólucro 3** deverão ter a identificação da licitante e serem datados e assinados na última folha pelo representante legal da licitante e rubricado nas demais.

6.4 O **invólucro 3** e os documentos nele acondicionados não poderão conter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que permita identificar a autoria do Plano de Comunicação Publicitária - via não identificada - antes da abertura do **invólucro 2**.

6.5 A Proposta Técnica - Conjunto de Informações da Licitante - deverá ser elaborada e apresentada de forma a atender às orientações e exigências constantes do **ANEXO III** deste Edital.

6.6 É vedada qualquer alteração das condições, orientações e exigências estabelecidas nos anexos deste Edital.

6.6.1 Ressalvam-se da vedação do subitem 6.6 deste Edital as alterações destinadas a sanar erros materiais evidentes e que não impliquem alteração de seu conteúdo.

6.7 A inobservância, total ou parcial, do disposto no subitem 6.4 supra e de quaisquer outras previsões deste Edital para o conteúdo do invólucro 3 implicará a **DECLASSIFICAÇÃO** da licitante.

7 - DA PROPOSTA DE PREÇO (Invólucro 4)

7.1 O **invólucro 4**, contendo a Proposta de Preço, deverá ser apresentado à Comissão Permanente de Licitação na forma definida no subitem 3.1 deste Edital.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

7.2 O **invólucro 4** será providenciado pela licitante e deverá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

7.3 A Proposta de Preço deverá ser elaborada de acordo com o modelo constante do **ANEXO IV** deste Edital, de forma a atender aos seguintes requisitos:

- a) indicar a denominação social e o número do CNPJ da licitante;
- b) conter oferta firme e precisa para a íntegra do item único, sem alternativas de percentuais ou indicação de quaisquer outras condições que induzam o julgamento a ter mais de um resultado;
- c) cotar o percentual de desconto que será concedido à Câmara Municipal de Nova Lima, incidente sobre os custos internos de produção da CONTRATADA, apurados em relação à tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais. O percentual de desconto oferecido deverá ser de no **mínimo 30% (trinta por cento) e no máximo 50% (cinquenta por cento)**, em respeito a um dos principais objetos desta licitação, que é o trabalho dos publicitários, o que, certamente influenciará na qualidade, inovação e eficiência da comunicação que se pretende ofertar à população de Nova Lima;
- d) cotar o percentual relativo a honorários a serem cobrados da Câmara, nos termos do subitem 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP, para remunerar a CONTRATADA nos casos em que a sua responsabilidade se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, a serem calculados sobre o valor respectivo. O percentual apresentado para honorários deverá ser de no **mínimo 5% (cinco por cento) e no máximo 10% (dez por cento)**;
- e) indicar o prazo validade da Proposta de Preço, quando este for superior ao mínimo de 60 (sessenta) dias;
- f) estar assinada por representante legal da licitante;
- g) não conter emendas, rasuras, borrões, ressalvas ou entrelinhas, salvo se, inequivocamente, tais falhas não acarretarem lesões ao direito das demais licitantes, prejuízo à administração ou não impedirem a exata compreensão de seu conteúdo.

7.3.1 Os percentuais deverão ser cotados com, no máximo, **duas casas decimais**. Não sendo observada esta regra, serão desconsideradas as casas decimais a partir da terceira, sem arredondamento.

7.4 O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias, a contar da data prevista para a abertura do **invólucro 4**.

7.4.1 Caso haja abertura de prazo para escoimar vícios verificados nas propostas de preços, com fundamento no disposto no art. 48, § 3º, da Lei Federal nº 8666/93, a contagem do prazo de validade das propostas será suspensa entre a data de publicação do ato respectivo e o final do prazo dado, reiniciando-se a partir do dia seguinte a esse último.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

7.4.2 Se a adjudicação não ocorrer dentro do prazo, poderá a Comissão Permanente de Licitação solicitar prorrogação geral da validade por, no máximo, igual prazo, condicionada tal prorrogação à aceitação da licitante.

7.5 É vedada qualquer alteração das condições, orientações e exigências estabelecidas nos anexos deste Edital, bem como a fixação de prazo de validade inferior ao previsto em seu subitem 7.4.

7.5.1 Ressalvam-se da vedação do subitem 7.5 supra as alterações destinadas a sanar erros materiais evidentes e que não impliquem alteração de conteúdo relativamente ao modelo constante do **ANEXO IV** deste Edital.

7.6 Quando da elaboração de sua Proposta de Preço, deverá a licitante levar em consideração que todos os tributos e demais encargos incidentes sobre o objeto desta licitação, inclusive custos com pessoal e de administração, serão de sua inteira responsabilidade, não sendo aceita vindicação posterior para a inclusão de tributos, encargos e custos, salvo se houver comprovação de que são novos e criados por ato de governo em data posterior à de apresentação da respectiva proposta.

7.7 A inobservância, total ou parcial, do disposto nos subitens anteriores e de quaisquer outras previsões deste Edital para o conteúdo do invólucro 4, implicará a **DECLASSIFICAÇÃO** da licitante.

7.8 Havendo, na Proposta de Preço da licitante, divergência entre percentuais numéricos e percentuais por extenso, prevalecerão os percentuais por extenso.

7.9 Os percentuais cotados pela licitante em sua Proposta de Preço serão de sua exclusiva responsabilidade e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do Contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

8 - DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (Invólucro 5)

8.1 O **invólucro 5**, contendo os documentos de habilitação, deverá ser apresentado à Comissão Permanente de Licitação na forma definida no subitem 3.3.1 deste Edital.

8.2 O **invólucro 5** será providenciado pela licitante e deverá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até a sua abertura.

8.3 Somente as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preço, na forma definida no **ANEXO V** deste Edital, serão convocadas pela Comissão Permanente de Licitação para apresentarem o **invólucro 5** contendo os documentos de habilitação.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

8.4 O **invólucro 5** das licitantes classificadas deverá conter os seguintes documentos, os quais deverão, preferencialmente, estar numerados, rubricados e organizados na ordem em que aparecem neste Edital:

8.4.1 DOCUMENTO RELATIVO À HABILITAÇÃO JURÍDICA:

a) prova de constituição social atualizada, que consiste em um dos seguintes documentos:

- a.1) no caso de empresa individual, o respectivo registro comercial;
- a.2) no caso de sociedade comercial, o respectivo ato constitutivo, estatuto ou contrato social, devidamente registrado;
- a.3) no caso de sociedade por ações, o documento referido em "a.2" acompanhado de documento de eleição dos administradores da empresa;
- a.4) no caso de sociedade civil, o respectivo ato constitutivo, registrado junto ao cartório competente, acompanhado de prova da diretoria em exercício.

8.4.1.1 - O documento de habilitação jurídica referido no subitem 8.4.1 deste Edital deverá explicitar o **objeto social**, que deverá ser compatível com o objeto licitado, a **sede da empresa** e os **responsáveis por sua administração** que tenham poderes para assinar os documentos pela empresa.

8.4.2 DOCUMENTOS RELATIVOS À REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA:

- a) comprovante de inscrição e de situação cadastral do **CNPJ**;
- b) Certidão Negativa de Débito ou Positiva com Efeito de Negativa Unificada, referente aos tributos federais e contribuições previdenciárias;
- c) comprovante de regularidade para com a **Fazenda Pública Estadual** do domicílio ou da sede da licitante, por meio de certidão emitida pelo órgão estadual competente;
- d) comprovante de regularidade para com a **Fazenda Pública Municipal** do domicílio ou da sede da licitante, por meio de certidão emitida pelo órgão municipal competente;
- e) comprovante de regularidade para com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - **FGTS**;
- f) prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, por meio da **Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT)**.

8.4.3 DOCUMENTOS RELATIVOS À QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:

- a) certidão negativa de falência ou recuperação judicial, expedida pelo (s) Cartório (s) Distribuidor (es) da Justiça da sede da licitante, datada dos últimos 180 (cento e oitenta) dias, tendo como referência a data de apresentação do **invólucro 5**.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

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 licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação do **invólucro 5**.

8.4.3.1 Caso a certidão negativa de falência ou recuperação judicial contenha prazo de validade determinado, prevalecerá esse em detrimento daquele assinalado na alínea "a" do subitem 8.4.3 deste Edital.

8.4.3.2 As empresas constituídas no exercício em curso deverão apresentar o **balanço de abertura**, devidamente registrado.

8.4.3.3 As empresas sujeitas ao regime estabelecido na Lei das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte (SIMPLES NACIONAL) estão dispensadas do balanço patrimonial e das demonstrações contábeis apenas para fins fiscais, mas, para a presente licitação, é obrigatória a apresentação destes documentos.

8.4.3.4 O balanço patrimonial e as demonstrações contábeis apresentados deverão estar assinados por Contador ou Técnico de Contabilidade, neles constando a indicação do número de registro destes junto ao Conselho Regional de Contabilidade.

8.4.3.5 Os balanços patrimoniais deverão estar acompanhados dos **Termos de Abertura** e dos **Termos de Encerramento**, com o devido **registro na Junta Comercial ou órgão equivalente**.

8.4.3.5.1 As empresas obrigadas por Lei a apresentar ECD – Escrituração Contábil Digital, deverão juntar o respectivo comprovante de transmissão ao SPED (Serviço Público de Escrituração Digital), bem como o Balanço Patrimonial (Instrução Normativa RFB 787 de 19/11/2007).

8.4.3.6 A comprovação da boa situação financeira da licitante será baseada na obtenção de índices de Liquidez Geral (LG) e Liquidez Corrente (LC) igual ou maiores que 1 (um), a serem calculados pela CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA por meio das seguintes fórmulas:

$$a) LG = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE} + \text{REALIZÁVEL A LONGO PRAZO}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}$$

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

8.4.3.7 A licitante que apresentar resultado menor que 1 (um) em qualquer dos índices referidos no subitem 8.4.3.6 deste Edital deverá comprovar que possui capital mínimo ou patrimônio líquido equivalente a pelo menos 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação, devendo a comprovação ser feita relativamente à data da apresentação do **invólucro 5**, admitida a atualização para esta data através de índices oficiais, para demonstrar sua boa situação financeira.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

8.4.3.8 Para os fins do subitem 8.4.3.7 supra, entende-se por valor estimado da contratação aquele constante do subitem 6.1 do **ANEXO I** deste Edital.

8.4.4 DOCUMENTO RELATIVO À QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

a) Certificado de Qualificação Técnica do CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, em vigor, de acordo com o subitem 2.5.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, e artigo 4 da Lei 12.232/2010.

8.4.5 DOCUMENTO RELATIVO AO CUMPRIMENTO DO DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO ART. 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL:

a) declaração de cumprimento do disposto no inciso XXXIII do artigo 7º da Constituição Federal e da Lei nº 9.854, de 27 de outubro de 1999 (**declaração de que não emprega menor**), conforme modelo constante do **ANEXO VI** deste Edital.

8.5 MICROEMPRESA (ME) E EMPRESA DE PEQUENO PORTE (EPP):

8.5.1 A Microempresa - ME e a Empresa de Pequeno Porte - EPP deverão entregar toda a documentação exigida para a habilitação, inclusive os documentos comprobatórios da regularidade fiscal, mesmo que estes apresentem alguma restrição fiscal, **podendo, também, optar pelo disposto nos subitens 8.5.1 a 8.5.7 deste Edital.**

8.5.2 Havendo restrição nos documentos comprobatórios da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de **2 (dois) dias úteis**, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que a ME ou EPP for declarada "habilitada com restrição" no certame, **prorrogáveis por igual período**, a critério da Comissão Permanente de Licitação, para regularização da documentação fiscal.

8.5.3 A prorrogação do prazo para a regularização da documentação fiscal dependerá de requerimento tempestivo da licitante, devidamente fundamentado, a ser dirigido ao Presidente da Comissão.

8.5.4 Entende-se por tempestivo o requerimento apresentado nos 2 (dois) dias úteis inicialmente concedidos.

8.5.5 A não regularização da documentação fiscal no prazo previsto implicará a inabilitação da ME ou EPP, sem prejuízo de aplicação das sanções previstas no art. 81 da Lei Federal nº 8.666/1993.

8.6 DISPOSIÇÕES GERAIS DA HABILITAÇÃO:

8.6.1 Os documentos necessários à habilitação, bem como quaisquer outros documentos solicitados neste Edital e em seus anexos, deverão ser entregues sob uma das seguintes formas:

- a) originais;
- b) cópias autenticadas em cartório;



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

c) cópias simples, desde que sejam apresentados os originais ou cópias autenticadas em cartório para autenticação pelo Presidente ou por membro da Comissão Permanente de Licitação na reunião de abertura do invólucro respectivo;

d) publicação em órgão de imprensa oficial, respeitadas as regras das alíneas anteriores;

e) emitidos através da *Internet*, ficando sua aceitação condicionada à confirmação de autenticidade mediante consulta ao *site* respectivo.

8.6.2 Procedida a consulta ao *site* respectivo, serão impressos documentos comprobatórios da autenticidade da documentação entregue pelas licitantes, que serão juntados aos autos do processo licitatório como anexos da ata.

8.6.3 Não serão aceitos “protocolos de entrega” ou “solicitações de documentos” em substituição a qualquer documento requerido no presente Edital e em seus anexos.

8.6.4 A documentação solicitada neste Edital e em seus anexos deverá guardar compatibilidade em relação ao CNPJ apresentado, não sendo permitida a mesclagem de documentos.

8.6.5 As declarações e os documentos emitidos pela licitante e apresentados neste certame deverão estar assinados por seu representante legal, observado o disposto no item 10 deste Edital.

8.6.6 Todos os documentos exigidos neste Edital e em seus anexos deverão estar dentro do prazo de validade na data de entrega dos invólucros respectivos.

8.6.6.1 Os documentos que não possuem prazo de validade estabelecido pelo órgão expedidor deverão ser datados dos últimos 180 (cento e oitenta) dias anteriores à data de entrega dos invólucros.

8.6.6.2 Não se enquadram na exigência do subitem 8.6.6.1 deste Edital aqueles documentos que, pela sua própria natureza, não se sujeitam a prazo de validade, dentre os quais os atestados de capacidade técnica.

8.6.7 Na apreciação dos documentos para habilitação, poderá a Comissão Permanente de Licitação solicitar o assessoramento técnico de órgãos ou de profissionais especializados.

8.6.8 A falta de quaisquer dos documentos ou o descumprimento de exigência prevista neste Edital em relação aos documentos de habilitação, implicará a **INABILITAÇÃO** da licitante.



9 - DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

9.1 Os conteúdos dos **invólucros 1 e 3** da Proposta Técnica serão analisados e julgados por uma **Subcomissão Técnica**, constituída na forma definida pela Lei Federal nº 12.232/2010.

9.2 Os integrantes da Subcomissão Técnica **NÃO** participarão das reuniões públicas de recebimento e abertura dos invólucros 1, 2 e 3 (Propostas Técnicas), 4 (Propostas de Preços) e 5 (Documentos de Habilitação).

10 - DO REPRESENTANTE CREDENCIADO DA LICITANTE

10.1 Cada licitante poderá ser representada por seu titular com poderes de administração, por procurador devidamente constituído ou por pessoa devidamente munida de credencial, sendo que somente estes poderão intervir nas fases do procedimento licitatório, atuando em nome da respectiva representada.

10.2 Para fins de confirmação da representação e de **credenciamento** perante a Comissão Permanente de Licitação, o representante da licitante deverá identificar-se e, cumulativamente:

a) entregar cópia de sua **carteira de identidade** ou documento equivalente e apresentar qualquer documento que indique o **número de seu CPF**;

b) entregar um dos seguintes documentos, conforme cada caso:

b.1) cópia do **ato constitutivo, estatuto, contrato social ou documento equivalente** da licitante, atualizado e registrado, no qual estejam expressos os poderes para exercer direitos e assumir obrigações em nome da empresa, no caso de o representante ser **sócio proprietário, dirigente ou assemblado da licitante**;

b.2) **procuração por instrumento público lavrada em cartório no prazo máximo de 01 ano**, hipótese em que não haverá necessidade de estar acompanhada de qualquer outro documento referente à constituição e organização da licitante;

b.3) **procuração outorgada por instrumento público e carta de credenciamento**, acompanhada necessariamente de cópia do **ato constitutivo, estatuto, contrato social ou documento equivalente** da licitante, atualizado e registrado, no qual estejam expressos que o signatário da procuração ou da carta de credenciamento detém poderes para exercer direitos e assumir obrigações em nome da licitante.

10.2.1 Os documentos que credenciam os representantes deverão ser entregues separadamente dos invólucros.

10.3 O **ANEXO VII** deste Edital contém um modelo de carta de credenciamento.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

10.4 Apenas uma pessoa poderá ser credenciada para representar cada licitante, não sendo admitido, de igual forma, que mais de uma empresa indique um mesmo representante.

10.4.1 Fica assegurado às licitantes, a qualquer tempo e mediante juntada dos documentos previstos no subitem 10.2 deste Edital, a indicação ou substituição de seu representante legal para credenciamento junto à Comissão Permanente de Licitação.

10.5 Somente as pessoas referidas no subitem 10.1 deste Edital poderão, em nome das licitantes que representam assinar documentos e declarações pertinentes ao certame.

10.6 A ausência do documento hábil de representação e, por consequência, o **não credenciamento perante a Comissão**, não impedirá a empresa de participar da licitação, entretanto, seu representante **ficará impedido de se manifestar e de praticar, em nome da licitante, qualquer ato durante o procedimento licitatório**.

10.7 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas reuniões de recepção e abertura, deverá encaminhar os invólucros por meio de portador. Neste caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação, na data, no horário e no local indicados neste Edital.

10.8 Os representantes credenciados das licitantes poderão nomear uma comissão constituída de alguns entre eles, para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão esta que constará da respectiva ata.

10.9 A entrega do ato constitutivo, estatuto, contrato social ou documento equivalente da licitante visando comprovar a qualidade de representante da mesma, nos termos previstos nos subitens 10.1 e 10.2 deste Edital, **NÃO** dispensa a inclusão do mesmo documento no **invólucro 5** (documentos de habilitação), sob pena de **INABILITAÇÃO** da licitante na fase pertinente.

11 - DAS REUNIÕES DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

11.1 Para o processamento desta licitação serão realizadas pela Comissão Permanente de Licitação quantas reuniões públicas forem necessárias, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação pertinente.

11.1.1 A primeira reunião pública destinada ao recebimento dos **invólucros 1, 2, 3 e 4** será realizada até **09 horas** do dia **15/05/2019**.

11.1.2 As demais reuniões da Comissão Permanente de Licitação serão realizadas em datas e horários a serem posteriormente marcados.

11.1.3 A Comissão Permanente de Licitação poderá alterar as datas ou pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidos os procedimentos legais pertinentes.



11.2 As reuniões da Comissão Permanente de Licitação serão realizadas na Sala de Reunião do Legislativo, podendo ser alterado o local, mediante afixação de aviso na entrada da Câmara Municipal de Nova Lima.

12 - DO CURSO DAS REUNIÕES DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

12.1 A primeira reunião pública da Comissão Permanente de licitação, a ser realizada no local, dia e horário previstos no subitem 11.1.1 deste Edital, terá a seguinte pauta básica:

- a) colher em lista de presença as assinaturas das pessoas que comparecerem à reunião;
- b) credenciar os representantes das licitantes, observadas as regras previstas no item 10 deste Edital, bem como o disposto no seu subitem 3.1.1;
- c) receber os seguintes **invólucros**:
 - **invólucro 1** → Proposta Técnica: via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária;
 - **invólucro 2** → Proposta Técnica: via identificada do Plano de Comunicação Publicitária;
 - **invólucro 3** → Proposta Técnica: Conjunto de Informações da Licitante;
 - **invólucro 4** → Proposta de Preço;
- d) conferir se os **invólucros 1** (Proposta Técnica: via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária), apresentam em sua parte externa marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar as licitantes que os apresentaram e, ainda, se não estão danificados ou deformados;
- e) rubricar os **invólucros 2** (Proposta Técnica: via identificada do Plano de Comunicação Publicitária), **3** (Proposta Técnica: Conjunto de Informações da Licitante) e **4** (Proposta de Preço), ainda fechados e lacrados;
- f) abrir, um a um, os **invólucros 1** (via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária), rubricar, juntamente com os representantes das licitantes presentes (ou um por eles indicado) seus conteúdos, lacrá-los com os respectivos conteúdos neles reinseridos e rubricar os lacres;
- g) abrir, um a um, os **invólucros 3** (Conjunto de Informações das Licitantes), rubricar seus conteúdos e reinserir os conteúdos respectivos nos mesmos, e rubricar os lacres;
- h) A Comissão Permanente de Licitações analisará os documentos de habilitação de todas as Licitantes classificadas e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos.



h) encaminhar os **invólucros 1 e 3**, das Propostas Técnicas, devidamente lacrados, à Subcomissão Técnica, para análise e julgamento.

12.1.1 Caso o **invólucro 1** esteja danificado ou deformado, em razão de caso fortuito ou força maior, a licitante poderá, antes de sua entrega à Comissão Permanente de Licitação, substituí-lo por outro a ser fornecido pela CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, em local reservado de forma a preservar a identificação de seu conteúdo.

12.1.2 A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos **invólucros 1** - padronizados, nem em seus conteúdos (documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária), que possam identificar seus autores.

12.1.3 A Comissão Permanente de Licitação manterá, sob sua guarda e responsabilidade, os **invólucros 2** (Proposta Técnica: via identificada do Plano de Comunicação Publicitária) e **4** (Proposta de Preço), devidamente fechados e lacrados, até sua posterior abertura e análise em reuniões próprias.

12.1.4 A Subcomissão Técnica fará a análise individualizada e o julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária (**invólucros 1**) e dos Conjuntos de Informações das Licitantes (**invólucros 3**), conforme critérios estabelecidos no **ANEXO V** deste Edital, elaborará a ata de julgamento e a encaminhará à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas indicando as pontuações obtidas e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.2 A segunda reunião pública da Comissão Permanente de licitação, a ser realizada em dia e horário a serem posteriormente marcados, terá como pauta básica a apuração do resultado geral das Propostas Técnicas (**invólucros 1 e 3**), com os seguintes procedimentos:

- a) colher em lista de presença as assinaturas das pessoas que comparecerem à reunião;
- b) identificar os representantes credenciados das licitantes presentes à reunião;
- c) abrir os **invólucros** com a não via identificada e identificada do Plano de Comunicação Publicitária (**invólucros 1 e 2**) e rubricar o seu conteúdo;
- d) promover o cotejamento entre as vias identificadas (**invólucros 2**) e não identificadas (**invólucros 1**) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- e) elaborar uma planilha geral com as pontuações atribuídas pela Subcomissão Técnica a cada um dos quesitos de cada Proposta Técnica;
- f) calcular a **Pontuação Técnica** de cada licitante;
- g) calcular a **Nota Técnica** de cada licitante classificada no julgamento das Propostas Técnicas;



h) proclamar o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas, registrando-se em ata as licitantes desclassificadas e a ordem de classificação das demais licitantes.

12.2.1 Serão **DECLASSIFICADAS** pela Comissão Permanente de Licitação as licitantes cujas Propostas Técnicas não tiverem atendido a quaisquer das exigências legais ou estabelecidas neste instrumento convocatório, bem como aquelas que obtiverem **Pontuação Técnica igual a 0 (zero)**.

12.2.2 Será publicado no Jornal Imprensa Oficial de Minas Gerais o resultado do julgamento das Propostas Técnicas, com a indicação das licitantes desclassificadas e das classificadas em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recurso.

12.3 Não tendo sido interposto recurso à fase de classificação das Propostas Técnicas, ou tendo havido a sua decadência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será marcada a terceira reunião pública, com a seguinte pauta básica:

- a) colher em lista de presença as assinaturas das pessoas que comparecerem à reunião;
- b) identificar os representantes credenciados das licitantes presentes à reunião;
- c) abrir os **invólucros 4** (Propostas de Preços) e rubricar o seu conteúdo;
- d) examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital para a elaboração das Propostas de Preços;
- e) fazer a avaliação e a valorização das Propostas de Preços, de acordo com critérios objetivos estabelecidos no **ANEXO V** deste instrumento convocatório;
- f) calcular a **Nota Preço** de cada licitante classificada no julgamento das Propostas de Preços;
- g) calcular a **Nota Final** de cada licitante de acordo com a média ponderada das valorizações das Notas Técnica e de Preço, com observância dos procedimentos e pesos estabelecidos no **ANEXO V** deste Edital.
- h) publicar no Jornal Imprensa Oficial de Minas Gerais o resultado do julgamento das Propostas de Preços, com a indicação das licitantes desclassificadas e das classificadas, bem como com a indicação da **Nota Final** de cada licitante, calculada da forma estabelecida no **ANEXO V** deste Edital, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recurso.

12.3.1 Serão **DECLASSIFICADAS** pela Comissão Permanente de Licitação as licitantes cujas Propostas de Preços desatenderem a quaisquer das exigências legais ou estabelecidas neste instrumento convocatório.

12.3.2 Somente as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços serão convocadas pela Comissão Permanente de Licitação para



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

apresentarem o **invólucro 5**, lacrado e opaco, contendo os documentos de habilitação relacionados no item 8 deste Edital.

12.4 Não tendo sido interposto recurso à fase de julgamento das Propostas de Preços e de definição da Nota Final de cada licitante, ou tendo havido a sua decadência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será marcada a quarta reunião pública, com a seguinte pauta básica:

- a) colher em lista de presença as assinaturas das pessoas que comparecerem à reunião;
- b) identificar os representantes credenciados das licitantes presentes à reunião;
- c) receber os **invólucros 5** com os documentos de habilitação das licitantes **classificadas**, abrir os mesmos e rubricar os documentos respectivos;
- d) analisar a conformidade dos documentos de habilitação com as condições estabelecidas neste Edital;
- e) decidir quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes;
- f) publicar no Jornal Imprensa Oficial de Minas Gerais o resultado da fase de julgamento dos documentos para habilitação, com a indicação das licitantes habilitadas e das inabilitadas, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recurso.

12.4.1 Não tendo sido interposto recurso à fase de habilitação, ou tendo havido a sua decadência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, o Presidente da CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA homologará o procedimento e adjudicará o objeto desta licitação à **licitante habilitada que conseguir a maior Nota Final**, calculada da forma prevista no **ANEXO V** deste Edital.

13 - DOS RECURSOS

13.1 As decisões da Comissão Permanente de Licitação são passíveis de recurso, nos termos da legislação aplicável, no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação respectiva.

13.2 O recurso será dirigido à Presidente da Comissão Permanente de Licitação, devendo ser apresentado em papel e protocolizado na Secretaria da Comissão Permanente de Licitação, Sala de Administração, telefone (31) 3541-5500, no horário de 08:00 às 18:00 horas dos dias úteis.

13.2.1 Não serão aceitos recursos enviados por fax, e-mail ou após o decurso do prazo legal.

13.3 A Presidente da Comissão poderá, decorrido o prazo concedido aos interessados para impugnação ao recurso, reconsiderar a decisão ou fazê-lo subir ao Presidente da CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, para o efetivo julgamento.



14 - DAS DILIGÊNCIAS

A Comissão Permanente de Licitação ou o Presidente da CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA poderão, em qualquer fase da licitação, promover as diligências que se fizerem necessárias para esclarecer ou complementar a instrução do processo, na forma e nos limites prescritos em lei.

15 - DAS CONSULTAS, DOS PEDIDOS DE ESCLARECIMENTOS E DAS IMPUGNAÇÕES AO EDITAL

15.1 Cópia deste Edital encontra-se disponível na Sede da Câmara Municipal de Nova Lima, permanecendo afixada, até o término do processo, no quadro de avisos localizado na entrada da Câmara Municipal de Nova Lima.

15.1.1 As comunicações referentes ao certame serão realizadas por meio de publicação no Jornal Imprensa Oficial de Minas Gerais, à exceção das comunicações relativas a pedidos de esclarecimentos e a impugnações ao Edital, as quais serão feitas apenas por divulgação no site www.cmnovalima.mg.gov.br.

15.1.2 Aqueles que tiverem interesse em participar do certame obrigam-se, durante todo o processo, a acompanhar as publicações referentes ao mesmo no site citado no subitem 15.1 deste Edital, bem como as publicações no Jornal Imprensa Oficial de Minas Gerais, quando for o caso, com vistas a possíveis alterações e avisos.

15.2 Qualquer pessoa poderá solicitar esclarecimentos ou impugnar o ato convocatório desta licitação, observando-se o seguinte:

a) as dúvidas relativas à especificação do objeto poderão ser esclarecidas pelo e-mail licitação@cmnovalima.mg.gov.br sendo que as respostas serão disponibilizadas no site www.cmnovalima.mg.gov.br, ficando acessíveis a todos os interessados, desde que enviadas até 2 (dois) dias úteis antes da entrega dos envelopes ;

b) as impugnações ao Edital deverão ser apresentadas em papel e protocolizadas na Secretaria da Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Nova Lima, à Praça Bernardino de Lima, 229, Centro, Nova Lima/MG, no horário de 12:00 às 18:00 horas dos dias úteis, sendo que as respostas serão disponibilizadas no site www.cmnovalima.mg.gov.br, ficando acessíveis a todos os interessados.

15.3 A empresa não poderá utilizar, em eventual pedido de esclarecimento ou impugnação, termos que possam propiciar a identificação da sua proposta quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (invólucro 1).



16 - DO JULGAMENTO FINAL

16.1 A Comissão Permanente de Licitação julgará as propostas observados os critérios constantes do **ANEXO V**, conforme a Nota Final apurada pela ponderação das Notas Técnica e de Preço.

16.2 As propostas serão classificadas por ordem decrescente de Nota Final, ou seja, será declarada **vencedora** do certame a licitante **habilitada** que tiver obtido a **maior Nota Final** para o item único.

16.3 As Notas **Técnica**, de **Preço** e **Final** serão definidas com o limite de **duas casas decimais**, desconsideradas as demais e o sistema de arredondamento.

16.4 Em caso de empate, a Comissão Permanente de Licitação sorteará o item único entre as licitantes habilitadas de igual Nota Final, na mesma reunião de abertura dos **invólucros 5** ou em reunião convocada para esse fim.

16.5 Na apreciação dos documentos, poderá a Comissão Permanente de Licitação solicitar o assessoramento técnico de órgãos ou de profissionais especializados.

17 - DA HOMOLOGAÇÃO E DA ADJUDICAÇÃO

Concluídos os trabalhos da Comissão Permanente de Licitação, será o processo encaminhado ao Presidente da Câmara Municipal de Nova Lima que, se o entender conforme os preceitos legais, homologará a decisão daquela e adjudicará o objeto da licitação à licitante cuja proposta for classificada em primeiro lugar, conforme previsto no item 16 deste Edital.

18 - REGRAS PARA CONTRATAÇÃO

18.1 Homologada a licitação, a Câmara Municipal de Nova Lima convocará a licitante vencedora do item único para, no prazo de até 10 (dez) dias úteis, assinar o Contrato, sob pena de decair o direito à contratação e de lhe serem aplicadas as penalidades legais cabíveis, com possibilidade, ainda, da cobrança de **multa compensatória de até 10% (dez por cento) do valor global da proposta respectiva**.

18.1.1 Para os fins do subitem 18.1 supra, entende-se por valor global da proposta o valor global indicado no item 19 deste Edital.

18.2 O instrumento de Contrato será lavrado pela Câmara Municipal de Nova Lima, de acordo com a minuta constante do **ANEXO IX** deste Edital.

18.3 No caso de descumprimento total ou parcial das condições previstas na proposta ou no Contrato, poderá a Câmara Municipal de Nova Lima aplicar à CONTRATADA as sanções previstas no art. 87 da Lei Federal nº 8.666/93, sem prejuízo da possibilidade de rescisão contratual e de responsabilização civil e penal cabíveis.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

18.3.1 O Contrato definirá os valores de multas a serem aplicadas no caso de inadimplemento, sem prejuízo de aplicação de outras penalidades legalmente admissíveis.

18.4 A Câmara Municipal de Nova Lima se reserva o direito de não receber os serviços prestados em desacordo com o previsto neste Edital, podendo cancelar a contratação e aplicar o disposto no art. 24, XI, da Lei Federal nº 8.666/93.

19 - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

19.1 As despesas decorrentes desta licitação, no valor global de **R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais)**, correrão por conta de dotação orçamentária própria da Câmara Municipal de Nova Lima, sob o número:

01.001.01.031.0001.2002 – Manutenção do Serviço de Comunicação e Imprensa
33903900 – Outros Serviços Terceiros - PJ
33903968 – Serviços de Publicidade e Propaganda
Ficha: 5

19.2 O prazo de vigência do Contrato será de 12 (doze) meses contado a partir da data da sua assinatura, podendo, no interesse da Câmara Municipal ser prorrogado, desde que preenchidas as condições do art. 57 da Lei Federal nº 8.666/93.

20 - GARANTIA

20.1 Será exigida da CONTRATADA, no prazo máximo de **10 (dez) dias úteis** a contar da data de recebimento pela mesma do Contrato assinado pela Câmara Municipal de Nova Lima, a **prestação de garantia** para a execução contratual, no valor de **R\$30.000,00 (trinta mil reais)**, o que corresponde a **5% (cinco por cento)** do valor global da contratação definido no item 19 deste Edital.

20.2 A garantia prestada deverá abranger toda a **vigência do Contrato** e, também, o **período de 1 (um) mês após o término desta**, quando será liberada ou restituída, nos termos da lei e em observância às demais disposições contratuais.

20.3 Caberá à CONTRATADA optar por uma das seguintes modalidades de garantia:

- I -** caução em dinheiro;
- II -** títulos da dívida pública;
- III -** seguro-garantia;
- IV -** fiança bancária.

20.4 O documento comprobatório da garantia prestada deverá ser entregue pela CONTRATADA, no prazo fixado no subitem 20.1 deste Edital, à **Seção de Controle de Contratos da Câmara Municipal de Nova Lima**.



20.5 O descumprimento do disposto no subitem 20.4 supra configurar-se-á **inexecução contratual passível de rescisão unilateral do Contrato**, nos termos da Lei 8.666/1993, sem prejuízo da aplicação de outras penalidades legais e contratuais cabíveis.

21 - PAGAMENTO

O pagamento será efetuado de forma parcelada, à medida que os serviços forem sendo prestados e posteriormente a essa prestação, por meio de depósito bancário ou por outro meio que vier a ser acordado entre as partes, mediante apresentação da documentação respectiva à **Diretora de Controle de Contratos da Câmara Municipal de Nova Lima**, acompanhada de documentos relativos à regularidade fiscal, observadas as demais disposições contidas no item 9 do **ANEXO I** deste Edital.

22 - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

22.1 A licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade de informações, declarações e documentos apresentados em qualquer fase da licitação.

22.1.1 A licitante que apresentar informações, declarações ou documentos falsos responderá por seus atos, civil, penal e administrativamente.

22.2 O desatendimento de exigências formais não essenciais não importará no afastamento da licitante, desde que sejam possíveis a aferição da sua qualificação e a exata compreensão de sua proposta.

22.2.1 Na análise das propostas comerciais, poderá a Comissão Permanente de Licitação desconsiderar erros materiais e evidentes falhas formais sanáveis que não afetem o seu conteúdo.

22.3 As normas que disciplinam esta licitação serão sempre interpretadas em favor da ampliação da disputa entre os interessados, sem comprometimento da segurança da futura contratação.

22.4 Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital e em seus anexos, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento. Só se iniciam e vencem os prazos em dias de expediente na Câmara Municipal de Nova Lima.

22.5 A homologação do resultado da licitação não implicará direito à contratação do objeto licitado.

22.5.1 Fica assegurado à Câmara Municipal de Nova Lima o direito de, no interesse da Administração, anular ou revogar, a qualquer tempo, no todo ou em parte, a presente licitação, dando ciência aos participantes e sendo devidamente justificada na forma da legislação vigente.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

22.6 A licitante assume todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e a Câmara Municipal de Nova Lima não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

22.7 Os autos do processo permanecerão com vista franqueada aos interessados, na Secretaria da Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Nova Lima à Praça Bernardino de Lima, nº 229, Bairro Centro, Nova Lima/MG, telefone (31) 3541-5500, no horário de 08:00 às 18:00 horas dos dias úteis.

22.8 Havendo divergência entre os procedimentos definidos por este Edital e os procedimentos definidos pela Lei Federal 12.232/2010, prevalecerão os definidos por esta última, devendo a Comissão Permanente de Licitação, se for o caso, alterar a condução dos trabalhos para adequar-se ao estatuído na referida Lei.

22.9 Aos casos omissos aplicar-se-ão as demais disposições constantes das Leis Federais 12.232/2010 e 8.666/1993, bem como da Lei Complementar Federal 123/2006.

22.10 O foro para dirimir questões relativas ao presente Edital será o de Nova Lima.

Nova Lima/MG, 27 de março de 2019.



Presidente da Comissão Permanente de Licitação



**- ANEXO I DO EDITAL -
ESPECIFICAÇÃO DO OBJETO E CONDIÇÕES GERAIS PARA A
PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS**

1 - OBJETO

1.1 - Constitui objeto deste Anexo a contratação de uma Agência de Publicidade (CONTRATADA) para a prestação à Câmara Municipal de Nova Lima de serviços de publicidade, compreendendo:

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

b) como **atividades complementares**, os seguintes serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no subitem 1.3 deste Anexo;

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

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

1.2 - Os serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no subitem 1.1 deste Anexo, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação vigente.

1.2.1 - Não se confundem com o objeto desta licitação, estando, portanto, fora da contratação, as atividades de promoção, patrocínio, relações públicas, assessorias de comunicação e de imprensa e aquelas que tenham por finalidade a realização de eventos festivos.

1.2.2 - Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 1.2.1 o patrocínio de mídia – assim entendido os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação, entre eles redes sociais – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

1.3 - As pesquisas e avaliações previstas no inciso 1 da letra “b” do subitem 1.1 deste Anexo terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do Contrato.

1.3.1 - É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do Contrato de prestação de serviços de publicidade.

1.4 - Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Câmara Municipal de Nova Lima poderão fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do Contrato, nos termos da letra "b" do subitem 1.1 deste Anexo.

1.5 - O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no subitem 1.4 deste Anexo exigirá, sempre, a apresentação pela CONTRATADA à Câmara Municipal de Nova Lima de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

1.6 - No caso do subitem 1.5 deste Anexo, a CONTRATADA procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, **convocada e realizada pela CONTRATADA**, sob a **fiscalização da Câmara Municipal de Nova Lima** sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do Contrato.

1.7 - O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea "a" do inciso II do art. 23 da Lei 8.666/1993 está dispensado do procedimento previsto no subitem 1.6 deste Anexo.

1.8 - A CONTRATADA somente poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação por conta e por ordem da Câmara Municipal de Nova Lima, se previamente os identificar e tiver sido expressamente autorizada por esta última. A agência atuará por conta e ordem da Câmara Municipal de Nova Lima na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados para a execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1. e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias (Art. 3º da Lei nº 4.680/65 e Art. 2º da Lei nº 12.232/10).

1.9 - Os serviços afetos à concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação pela CONTRATADA.

2 - JUSTIFICATIVAS

2.1 - O direito à informação é assegurado a todo cidadão pela Constituição da República Federativa do Brasil. Para garantir o efetivo exercício desse direito, a Câmara Municipal de Nova Lima criou a Assessoria de Comunicação e Imprensa, que tem, dentre outras, a tarefa de informar a população sobre as ações e os serviços prestados pelo Legislativo Municipal.

2.2 - É dever do Poder Legislativo Municipal prestar contas de todos os seus atos, consagrando seu caráter de transparência e publicidade. É seu dever, também, prestar aos cidadãos todas as informações que considere de interesse público e que estejam



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

relacionadas aos trabalhos legislativos, mobilizando-os para atuarem junto à Câmara, em favor de uma maior e mais eficaz ação compartilhada do poder político.

2.3 - Assim, a política de comunicação social da Câmara Municipal de Nova Lima deve constituir-se de planejamento, definição e utilização dos instrumentos e canais de comunicação que garantam o direito à informação qualificada e orientada do cidadão. Sua eficácia pressupõe o desenvolvimento de um conjunto de estratégias e de ações táticas que visem dar visibilidade e reforçar a imagem das atividades da instituição, sob a ótica da transparência e do interesse público.

2.4 - Para fins de garantir a eficácia da política de comunicação social empreendida no âmbito da Câmara Municipal de Nova Lima vislumbra-se, ainda, implementar novos esforços de comunicação, baseados na execução de objetivos e compromissos assumidos.

2.5 - Portanto, a contratação da prestação dos serviços de publicidade justifica-se, sobretudo, pela utilidade pública desses serviços que objetivam criar um fluxo permanente de informações para a população e que possibilitem também a ela melhor relacionamento e utilização dos serviços prestados pela Câmara Municipal de Nova Lima.

3 - APRESENTAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

3.1 - A apresentação da Câmara Municipal de Nova Lima encontram-se definidas no *briefing* constante do **ANEXO II** deste Edital.

4 - METAS FÍSICAS

4.1 - Os serviços objeto desta licitação constituem um item único e serão adjudicados a uma só Agência de Publicidade.

4.2 - A CONTRATADA atuará de acordo com a solicitação da Assessoria de Comunicação e Imprensa da Câmara Municipal de Nova Lima.

5 - VIGÊNCIA CONTRATUAL

5.1 - O Contrato a ser firmado pela Câmara Municipal de Nova Lima com a CONTRATADA vigorará por 1 (um) ano, a partir da data de sua assinatura.

5.2 - O Contrato poderá ser prorrogado, em caso de interesse das partes contratantes, nos termos e limites da lei.

6 - VALOR GLOBAL DA CONTRATAÇÃO

6.1 - O valor global do Contrato a ser firmado pela Câmara Municipal de Nova Lima com a CONTRATADA está estimado em **RS 600.000,00 (seiscentos mil reais)**.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

6.2 - Os recursos para a execução dos serviços correrão por conta de dotação orçamentária própria da Câmara Municipal de Nova Lima, sob o número:

01.001.01.031.0001.2002 – Manutenção do Serviço de Comunicação e Imprensa
33903900 – Outros Serviços Terceiros - PJ
33903968 – Serviços de Publicidade e Propaganda
Ficha: 5

6.3 - A Câmara Municipal de Nova Lima não se compromete a realizar os gastos na totalidade do valor global definido no subitem 6.1 deste Anexo.

7 - CARACTERIZAÇÃO DOS SERVIÇOS

7.1 - Os serviços a serem realizados na vigência do Contrato serão executados das seguintes formas:

- a) serviços executados pela própria CONTRATADA;
- b) serviços executados por terceiros e supervisionados pela CONTRATADA, por conta e ordem da CONTRATANTE.

8 - DOCUMENTOS, PROPOSTAS E REMUNERAÇÃO

8.1 - As regras e os critérios para elaboração, apresentação, julgamento e pontuação das Propostas Técnicas e de Preços, bem como para apresentação dos Documentos de Habilitação, encontram-se descritos no Edital da CONCORRÊNCIA Nº 001/2019 e respectivos anexos, em conformidade com o disposto na Lei Federal 12.232/2010.

8.2 - Julgamento final da licitação:

8.2.1 - O julgamento final da licitação será feito de acordo com o previsto na Lei Federal 12.232/2010 para o tipo Técnica e Preço.

8.2.2 - As licitantes serão classificadas em ordem decrescente de Nota Final, aferida mediante aplicação de fórmula descrita no **ANEXO V** do Edital, sagrando-se **vencedora** do certame a **licitante habilitada** que tiver obtido a **maior Nota Final**.

8.3 - Comissão de julgamento:

8.3.1 - As fases do certame serão conduzidas pela Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Nova Lima, que administrará todo o procedimento.

8.3.2 - As Propostas Técnicas (**invólucros 1 e 3**) serão analisadas e julgadas por uma Subcomissão Técnica, constituída nos termos da Lei Federal 12.232/2010, sem qualquer tipo de interferência da Comissão Permanente de Licitação ou de terceiros.



8.4 - Remuneração da CONTRATADA:

8.4.1 - A remuneração da CONTRATADA dar-se-á na forma das disposições legais aplicáveis à espécie, em especial das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP, conforme se segue:

a) relativamente à **veiculação**, os serviços publicitários serão remunerados pelos veículos de comunicação, considerando-se o desconto concedido sobre os seus preços de tabela;

b) por **honorários de 15% (quinze por cento)** sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados junto a fornecedores especializados, conforme estabelecido no **subitem 3.6.1 das Normas-Padrão do CENP**;

c) para os serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal ou com recursos da própria CONTRATADA, pelos **preços estabelecidos na tabela vigente** do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, para os serviços ali previstos, **deduzido o percentual de desconto ofertado pela CONTRATADA** em sua proposta comercial;

d) por honorários de ...% (..... por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados para os casos em que a responsabilidade da CONTRATADA se limitar exclusivamente à contratação ou ao pagamento do serviço ou suprimento, **por honorários** a serem calculados sobre o valor respectivo, no percentual ofertado pela CONTRATADA em sua proposta comercial, o qual deverá ser de no **mínimo 5% (cinco por cento)** e de no **máximo 10% (dez por cento)**, conforme estabelecido no **subitem 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP**.

8.4.1.1 - Na hipótese de prorrogação de contrato, sob qualquer fundamento e para qualquer fim, a progressividade de desconto prevista nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Anexo B) observará o investimento anual efetuado em mídia.

8.5 - A Câmara Municipal de Nova Lima não efetua pagamento antecipado, não sendo considerados os itens das propostas que assim se apresentarem.

9 - FORMA DE FATURAMENTO E PAGAMENTO

9.1 - A nota fiscal de quaisquer fornecedores e veículos será emitida em nome da CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA e entregue aos cuidados da CONTRATADA para faturamento.

9.2 - A CONTRATADA deverá discriminar em sua nota fiscal o nome e o número da nota fiscal do fornecedor e/ou veículo, bem como a discriminação dos serviços prestados.

9.3 - Além de documentos relativos à regularidade fiscal, o faturamento deverá vir acompanhado:



9.3.1 - Quando se tratar de veiculação:

- a) da nota fiscal do veículo de comunicação, com a discriminação obrigatória do período da prestação do serviço;
- b) da autorização devidamente assinada pelo representante da ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA;
- c) dos comprovantes de veiculação;
- d) da demonstração do valor devido ao veículo de comunicação, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível;
- e) dos seguintes documentos, quando se tratar de TV, cinema e rádio: cópia em mídia da publicidade veiculada e comprovante de veiculação emitido pela empresa que realizou a veiculação ou declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar as seguintes informações: nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local e data, nome da peça veiculada, dia e horário da veiculação;
- f) dos seguintes documentos, quando se tratar de mídia exterior: fotos das peças, com identificação do local de exibição;
- g) do seguinte documento, quando se tratar de Internet: relatório de gerenciamento fornecido pelas empresas que veicularam as peças;
- h) dos seguintes documentos, quando se tratar de mídia impressa: exemplares originais dos títulos;
- i) de quaisquer outros documentos solicitados pela Câmara Municipal de Nova Lima e relacionados ao serviço prestado.

9.3.2 - Quando se tratar de produção:

- a) da nota fiscal com a discriminação obrigatória do serviço prestado;
- b) da autorização devidamente assinada pelo representante da Assessoria de Comunicação e Imprensa;
- c) dos comprovantes da prestação dos serviços;
- d) de quaisquer outros documentos solicitados pela Câmara Municipal de Nova Lima e relacionados ao serviço prestado.



9.3.3 - Quando se tratar de outros serviços realizados por terceiros:

- a) da nota fiscal do fornecedor em nome da Câmara Municipal de Nova Lima, com a discriminação obrigatória do período da prestação do serviço;
- b) da autorização devidamente assinada pelo representante da ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA;
- c) dos comprovantes da prestação dos serviços ou do fornecimento;
- d) de quaisquer outros documentos solicitados pela Câmara Municipal de Nova Lima e relacionados ao serviço prestado.

9.4 - Para os fins do disposto no subitem 1.4 deste Anexo, a CONTRATADA deverá apresentar à Câmara Municipal de Nova Lima, quando do faturamento, o comprovante de registro junto à Câmara das pessoas físicas ou jurídicas que forneceram **bens ou serviços especializados** relacionados com as atividades complementares mencionadas na letra "b" do subitem 1.1 deste Anexo.

9.5 - Nenhuma despesa será paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da CONTRATADA ou de seus fornecedores, bem como sem a manifestação de sua aceitação pela Assessoria de Comunicação e Imprensa.

9.6 - Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a Câmara Municipal de Nova Lima, a seu critério, poderá devolvê-la para as devidas correções ou aceitá-la com a glosa da parte que considerar indevida.

9.7 - A Câmara Municipal de Nova Lima não pagará nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, relativo à execução do Contrato, sejam ou não instituições financeiras.

9.8 - Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância pela CONTRATADA de prazos de pagamento aos seus fornecedores, serão de sua exclusiva responsabilidade.

9.9 - A CONTRATADA apresentará à Câmara Municipal de Nova Lima até o dia 10 do mês subsequente, um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a terceiros.

9.10 - A Câmara Municipal de Nova Lima efetuará o pagamento da veiculação e dos demais serviços executados pela CONTRATADA, inclusive por terceiros, desde que previamente autorizados e após comprovada a sua efetiva realização, no prazo máximo de 30 (trinta) dias contados da apresentação dos respectivos documentos à CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, desde que a nota fiscal esteja instruída adequadamente e desde que não haja dúvida a respeito de algum item respectivo.

9.11 - Os prazos de pagamento superiores ao limite máximo fixado no subitem 9.10, concedidos pelos veículos de comunicação ou outros prestadores de serviços à CONTRATADA, deverão ser repassados à Câmara Municipal de Nova Lima.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

9.12 - A CONTRATADA se obriga a repassar o pagamento das veiculações e demais serviços efetuados por terceiros no prazo máximo de 10 (dez) dias após o efetivo pagamento pela Câmara Municipal de Nova Lima.

10 - OBRIGAÇÕES DA CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

10.1 - Coordenar e fiscalizar os serviços a serem prestados pela CONTRATADA.

10.2 - Aprovar, previamente e por escrito, os trabalhos a serem executados e os respectivos custos.

10.3 - Fiscalizar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA.

10.4 - Cumprir todos os compromissos financeiros por ela assumidos com a CONTRATADA.

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

10.6 - Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

10.7 - Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento do Contrato.

10.8 - Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

10.9 - Analisar as tabelas de preços dos veículos de comunicação, para fins de verificação do cumprimento do estabelecido no subitem 11.7 deste Anexo.

10.10 - Divulgar, em sítio próprio aberto para o Contrato na rede mundial de computadores, as informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

11. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:

11.1 - Executar perfeitamente os serviços contratados, por meio de pessoas idôneas e tecnicamente capacitadas, registradas em seu nome e sob sua responsabilidade, sem qualquer solidariedade da Câmara Municipal de Nova Lima, cabendo-lhe efetuar todos os pagamentos em dia, inclusive dos encargos previstos na legislação trabalhista, previdenciária e fiscal, bem como de seguros e quaisquer outros decorrentes de sua condição de empregadora, assumindo, ainda com relação ao contingente alocado, responsabilidade pela coordenação e supervisão dos encargos administrativos, tais como: controle, fiscalização e orientação técnica.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

11.2 - Orientar-se pela disciplina do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de promover uma publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais normas pertinentes, que seja amoral e condizente com os bons costumes, com observância, em todos os trabalhos, das limitações previstas no § 1º do artigo 37 da Constituição Federal.

11.3 - Manter atendimento em Nova Lima compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados para a Câmara Municipal de Nova Lima.

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

11.5 - Indicar, por escrito, um **preposto** para representá-la em todas as questões relacionadas ao Contrato firmado com a Câmara Municipal de Nova Lima.

11.6 - Utilizar, na elaboração dos serviços a serem prestados, os profissionais indicados na Proposta Técnica para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela Câmara Municipal de Nova Lima.

11.7 - Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e transferir à Câmara Municipal de Nova Lima as vantagens obtidas.

11.8 - Submeter à aprovação prévia da Assessoria de Comunicação e Imprensa os trabalhos a serem executados, com os respectivos custos.

11.9 - Produzir, após a aprovação do serviço pela Assessoria de Comunicação e Imprensa, duas cópias em DVD dos VT's de campanha, uma cópia em CD dos *spots* e *jingles* e um CD-ROM com as demais peças publicitárias e materiais em arquivos extensão "*jpeg*" e "*pdf*".

11.9.1 - Após a finalização de vídeos de caráter documentário e institucional, produzir três cópias em DVD, bem como disponibilizar para a Câmara Municipal de Nova Lima um DVD com a matriz desbloqueada que permita reproduções, sem ônus para a Câmara Municipal de Nova Lima.

11.9.2 - Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD.

11.10 - Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por seus fornecedores, observadas as disposições a seguir:

11.10.1 - Apresentar, **no mínimo, três propostas**, das quais constarão todos os produtos ou serviços, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários.

11.10.2 - Apresentar propostas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa do responsável (nome, RG e CPF), com a assinatura deste último.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

- 11.10.3** - Apresentar, para fins de análise pela Câmara Municipal de Nova Lima, as justificativas pertinentes, por escrito, se não houver possibilidade de obtenção de no mínimo três propostas.
- 11.10.4** - Proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos preços de mercado.
- 11.11** - Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do Contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas para a Câmara Municipal de Nova Lima.
- 11.12** - Submeter à prévia e expressa anuência da Câmara Municipal de Nova Lima a subcontratação de outras empresas para a execução total ou parcial de alguns dos serviços de que trata o Contrato, observada a restrição prevista no subitem 11.12.1, ressaltando-se que a CONTRATADA permanecerá com todas as suas responsabilidades contratuais perante a Câmara Municipal de Nova Lima, não podendo transferir tal responsabilidade para a empresa subcontratada.
- 11.12.1** - Os serviços afetos à concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.
- 11.13** - Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala direta, etc.) aprovadas pela Assessoria de Comunicação e Imprensa.
- 11.14** - Ao definir o material a ser utilizado na impressão de peças gráficas, solicitar a prévia aprovação pela Assessoria de Comunicação e Imprensa.
- 11.15** - Entregar à Câmara Municipal de Nova Lima, semanalmente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas na semana anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação do seu estágio.
- 11.16** - Entregar à Câmara Municipal de Nova Lima, ao final de cada campanha, relatório das despesas de produção das peças e materiais, bem como da veiculação executada.
- 11.17** - Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA, 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 contratados.
- 11.18** - Prestar esclarecimentos à Assessoria de Comunicação e Imprensa sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
- 11.19** - Não caucionar ou utilizar o Contrato firmado com a Câmara Municipal de Nova Lima como garantia para qualquer operação financeira.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

11.20 - Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes, responsabilizando-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

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

11.22 - Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do Contrato firmado com a Câmara Municipal de Nova Lima, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

11.23 - 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.

11.24 - Apresentar, quando solicitado pela Câmara Municipal de Nova Lima, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

11.25 - Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e à própria Câmara Municipal de Nova Lima.

11.26 - Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos pela Câmara Municipal de Nova Lima.

11.27 - Responder, perante a Câmara Municipal de Nova Lima e a terceiros, por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer outros serviços relacionados ao objeto do Contrato firmado com a Câmara Municipal de Nova Lima.

11.28 - Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a Câmara Municipal de Nova Lima.

11.29 - Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos 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 Contrato firmado com a Câmara Municipal de Nova Lima.

11.30 - Adotar as providências necessárias no sentido de preservar a Câmara Municipal de Nova Lima e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza, relacionadas ao objeto contratado e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsar à Câmara Municipal de Nova Lima as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.



11.31 - Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do Contrato firmado com a Câmara Municipal de Nova Lima.

11.32 - Transferir para a Câmara Municipal de Nova Lima os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto do Contrato firmado com a Câmara Municipal de Nova Lima, inclusive as peças publicitárias.

11.33 - Atender aos seus fornecedores e prestar informações sobre faturamento e previsão de pagamento.

11.34 - Efetuar o pagamento das veiculações e demais serviços prestados por terceiros até o prazo de 10 (dez) dias após o efetivo pagamento pela Câmara Municipal de Nova Lima.

11.35 - Apresentar à Assessoria de Comunicação e Imprensa, antes da escolha dos veículos de comunicação a serem utilizados, as tabelas de preços em vigor desses veículos.

11.36 - Entregar à Câmara Municipal de Nova Lima, quando da assinatura do Contrato e sempre que houver alteração, a tabela de preços vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

12 - GARANTIA

12.1 - Para assegurar a execução contratual, a CONTRATADA deverá apresentar garantia correspondente a 5% (cinco por cento) do valor global da contratação, conforme disposto no item 20 do Edital da CONCORRÊNCIA Nº 001/2019.

13 - FISCALIZAÇÃO

13.1 - A execução do serviço será objeto de acompanhamento, controle, fiscalização e avaliação por representante da **Assessoria de Comunicação e Imprensa da Câmara Municipal de Nova Lima**, que será a área responsável pela **gestão do Contrato**.

13.1.1 - Nos termos do § 1º do artigo 67 da Lei 8.666/1993, caberá ao **representante da Assessoria de Comunicação e Imprensa**, que será o **fiscal da contratação**, proceder às anotações das ocorrências relacionadas com a execução do objeto contratado, determinando o que for necessário à regularização das falhas ou impropriedades observadas.

13.2 - Da mesma forma, a CONTRATADA deverá indicar um **preposto** para, se aceito pela Câmara Municipal de Nova Lima, representá-la na execução do Contrato firmado entre as partes.

13.2.1 - As decisões e providências que ultrapassarem a competência do representante deverão ser solicitadas aos seus superiores em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

13.3 - A Câmara Municipal de Nova Lima se reserva o direito de rejeitar, no todo ou em parte, os serviços prestados em desacordo com o Edital e com o Contrato firmado com a CONTRATADA.

13.4 - Quaisquer exigências da fiscalização, inerentes ao objeto do Contrato, deverão ser prontamente atendidas pela CONTRATADA, sem ônus para a Câmara Municipal de Nova Lima.

13.5 - Além das atribuições previstas no Contrato e na legislação aplicável, caberá ao representante da Assessoria de Comunicação e Imprensa responsável pela fiscalização verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da subcontratação e aos honorários devidos à CONTRATADA.

13.6 - A fiscalização pela Câmara Municipal de Nova Lima em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

13.7 - A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da Câmara Municipal de Nova Lima.

13.8 - A não-aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega acordado, salvo expressa concordância da Câmara Municipal de Nova Lima.

13.8.1 - A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado às suas expensas e nos prazos estipulados pela Câmara Municipal de Nova Lima.

13.9 - A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus subcontratados não a desobrigará de suas responsabilidades quanto à perfeita execução dos mesmos.

13.10 - A ausência de comunicação por parte da Câmara Municipal de Nova Lima, referente a irregularidades ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas no Contrato.

13.11 - A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização durante a vigência do Contrato firmado com a Câmara Municipal de Nova Lima, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela Câmara Municipal de Nova Lima.

13.12 - A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da Câmara Municipal de Nova Lima, ou auditoria externa por esta última indicada, tenha acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados.

13.13 - À Câmara Municipal de Nova Lima é facultado o acompanhamento de todos os serviços contratados, juntamente com o representante indicado pela CONTRATADA.



14. DIREITOS AUTORAIS

14.1 - A CONTRATADA cede à Câmara Municipal de Nova Lima, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, de seus empregados, ou prepostos, concebidos, criados e produzidos em decorrência do Contrato firmado entre a Câmara Municipal de Nova Lima e a CONTRATADA.

14.2 - O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas no Contrato firmado entre a Câmara Municipal de Nova Lima e a CONTRATADA.

14.3 - A Câmara Municipal de Nova Lima poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou subcontratados.

14.4 - Em todas as contratações que envolvam direitos de subcontratados, a CONTRATADA, mediante prévia definição da Câmara Municipal de Nova Lima, poderá solicitar dois orçamentos para a execução do serviço, um com cessão de direitos por tempo limitado e outro com cessão total e definitiva de tais direitos, para que a Câmara Municipal de Nova Lima escolha uma das opções.

14.4.1 - Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/contrato, de cláusulas em que o subcontratado garanta a cessão pelo prazo mínimo a ser definido pela Câmara Municipal de Nova Lima.

14.4.2 - Quando a Câmara Municipal de Nova Lima 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 subcontratados cláusulas escritas que:

- a) explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros, protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os arquivos magnéticos e demais trabalhos assemelhados;
- b) estabeleçam que a Câmara Municipal de Nova Lima poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato firmado entre a Câmara Municipal de Nova Lima e a CONTRATADA e, mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;
- c) qualquer remuneração devida em decorrência da cessão – definitiva ou por tempo limitado – será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

14.5 - 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.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

14.6 - A CONTRATADA se compromete a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

- a) que a Câmara Municipal de Nova Lima poderá solicitar até duas cópias em DVD de todo o material bruto produzido;
- b) a cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material à Câmara Municipal de Nova Lima, que poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato firmado entre a Câmara Municipal de Nova Lima e a CONTRATADA e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

14.7 - A Câmara Municipal de Nova Lima será a única e exclusiva proprietária dos resultados oriundos do cumprimento do Contrato firmado com a CONTRATADA, sejam tais resultados passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

14.8 - É garantido à Câmara Municipal de Nova Lima o direito de titularidade sobre o resultado privilegiável da propriedade intelectual, oriundo da execução do objeto contratual, respeitados os direitos garantidos à CONTRATADA ou a terceiros antes da assinatura do Contrato firmado com a CONTRATADA.

14.9 - É garantida à Câmara Municipal de Nova Lima a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos, inclusive do uso e da exploração econômica sobre os resultados decorrentes da execução do objeto contratual, que importem em direitos autorais, respeitada a nomeação do autor.

14.10 - A CONTRATADA deverá entregar à Câmara Municipal de Nova Lima, quando da cobrança das peças correspondentes, os originais de todos os atos de cessão de direitos autorais relacionados a ajustes que vier a celebrar com subcontratados.

15 - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

15.1 - Pela inexecução total ou parcial do Contrato, poderá a Câmara Municipal de Nova Lima, mediante regular processo administrativo e garantida a prévia defesa, aplicar à CONTRATADA, além das demais cominações legais e contratuais pertinentes, as seguintes sanções:

I - advertência;

II - multa de até 0,3% (zero vírgula três por cento) por dia de inadimplemento, até o 30º (trigésimo) dia, calculada sobre o valor global da contratação;

III - multa de até 10% (dez por cento) sobre o valor global da contratação, no caso de inadimplemento por prazo superior a 30 (trinta) dias até 60 (sessenta) dias;

IV - multa de até 20% (vinte por cento) sobre o valor global da contratação, no caso de inadimplemento por prazo superior a 60 (sessenta) dias;



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

V - suspensão temporária de licitar e contratar com a Câmara Municipal de Nova Lima, por prazo não superior a 2 (dois) anos;

VI - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com qualquer órgão público;

VII - rescisão contratual, aplicável independentemente de efetiva aplicação de qualquer das penalidades anteriores.

15.1.1 - As sanções definidas nos **itens I, II, III e IV** poderão ser aplicadas pela Diretoria de Administração e Finanças ou pela Diretoria Geral da Câmara Municipal de Nova Lima. As sanções definidas nos **itens V, VI e VII** poderão ser aplicadas pela Presidência da Câmara Municipal de Nova Lima.

15.1.2 - Os valores das multas aplicadas poderão ser descontados da garantia ou dos pagamentos devidos pela Câmara Municipal de Nova Lima. Se os valores da garantia e dos pagamentos devidos não forem suficientes, a diferença deverá ser recolhida pela CONTRATADA no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da aplicação da sanção.

15.1.3 - Em face da gravidade da infração, poderão ser aplicadas as penalidades V, VI e VII cumulativamente com a multa cabível.

15.1.4 - As penalidades somente serão aplicadas **após regular processo administrativo**, em que se garantirá a observância dos princípios do contraditório e da ampla defesa, na forma e nos prazos previstos em lei.

15.1.5 - Para os fins do subitem 15.1, entende-se por valor global da contratação o valor global previsto no item 6.1 deste Anexo.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

- ANEXO II DO EDITAL - BRIEFING

- BRIEFING CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA -

Introdução: Câmara Municipal de Nova Lima – MG abre licitação para contratação de empresa de publicidade que atenderá a Câmara Municipal de Nova Lima, em conformidade com o presente Edital de Concorrência para Serviços de Publicidade e Propaganda. Este briefing, de caráter informativo e orientador, em sintonia com o inteiro teor do Edital e a ele submetido, destina-se a fornecer alguns parâmetros balizadores às agências que se interessarem em participar da licitação.

1 – Contexto

CÂMARA DE NOVA LIMA

A Câmara Municipal é o órgão Legislativo do município, composta por dez vereadores eleitos diretamente pelo povo, por meio do sistema de voto proporcional dos partidos. Nela estão claramente representadas as diversas correntes de opinião que se agrupam nos partidos políticos e os interesses de diversos segmentos da população.

O PAPEL DO VEREADOR

Originário do grego antigo, o vocábulo vereador vem da palavra “verea”, que significa vereda, caminho. O vereador, portanto, seria o que vercia, trilha, ou orienta os caminhos. Existe no idioma brasileiro o verbo verear, que é o ato de exercer o cargo e as funções de vereador. Resumindo, o vereador é a ligação entre o governo e o povo. Ele tem o poder de ouvir o que os eleitores querem, propor e aprovar esses pedidos na câmara municipal e fiscalizar se o prefeito e seus secretários estão colocando essas demandas em prática. Por isso, é importante que o cidadão acompanhe a atuação do vereador para verificar se o trabalho está sendo bem desenvolvido.

Ao vereador cabe elaborar as leis municipais e fiscalizar a atuação do Executivo – no caso, o prefeito. São os vereadores que propõem, discutem e aprovam as leis a serem aplicadas no município. Entre essas leis, está a Lei Orçamentária Anual, que define em que deverão ser aplicados os recursos provenientes dos impostos pagos pelos cidadãos. Também é dever do vereador acompanhar as ações do Executivo, verificando se estão sendo cumpridas as metas de governo e se estão sendo atendidas as normas legais.

A Constituição Federal e as leis orgânicas municipais estabelecem tudo o que o vereador pode e não pode fazer durante o mandato.

Legislativo

Os vereadores fazem parte do Poder Legislativo, e discutem e votam matérias que envolvem impostos municipais, educação municipal, linhas de ônibus e saneamento, entre outros temas da cidade. Cada vereador é eleito de forma direta, pelo voto, tornando-se um representante da população. Por isso, deve propor projetos que estejam de acordo com os interesses e o bem-estar do povo.



Na câmara municipal (também chamada de câmara de vereadores), os projetos, emendas e resoluções têm de passar por comissões, para serem votados no plenário. Mesmo depois de aprovados, projetos e emendas precisam ser submetidos à apreciação do prefeito, que pode vetá-los total ou parcialmente ou aprová-los. Quando há aprovação, o projeto é publicado no diário oficial da cidade e vira lei.

Fiscalização

Além das votações, os vereadores também têm o poder e o dever de fiscalizar a administração, cuidando da aplicação dos recursos e observando o orçamento. É dever deles acompanhar o Poder Executivo, principalmente em relação ao cumprimento das leis e da boa aplicação e gestão do dinheiro público.

ADMINISTRATIVO

A Câmara de Nova Lima conta com cerca de 180 servidores, divididos em diversas áreas. Dentre elas, estão as assessorias criadas para orientar os legisladores, coordenar as ações da Câmara e dar encaminhamento aos trâmites legislativos. São elas: Jurídica, Urbanismo e Infraestrutura, Recursos Humanos, Parlamentar, Controle Interno, Administração, Assessoria Orçamentária, Comunicação e Imprensa, Procuradoria Jurídica, Financeiro e Assessoria de Relações Institucionais.

II – Descrição e Análise da Situação Específica

Nas últimas eleições houve grande renovação nas cadeiras da Câmara e, motivado também pelo cenário político-econômico nacional, o cidadão exige transparência e lisura de todos os atores políticos.

O cidadão desconhece ou conhece pouco - insatisfatoriamente - os papéis da câmara e dos vereadores. Temos aqui o nosso PRIMEIRO PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO. Ao desconhecer tais papéis, exime-se de participar em benefício do município. Temos, aqui, nosso SEGUNDO PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO. Informar sobre o papel e convocar para a participação. São estes os objetivos de comunicação da nossa campanha.

A Câmara e seus vereadores estão de portas abertas para o cidadão, que pode acessar o seu site (<http://www.cmnovalima.mg.gov.br>), ir aos gabinetes dos vereadores e, claro, comparecer e participar das audiências públicas da câmara.

Portanto, há que se promover o papel da Câmara, do vereador, sua transparência, fomentando não apenas a busca de informações pelo cidadão, mas, principalmente, sua participação. Assim, ampliamos a imagem da Câmara de Nova Lima frente aos públicos de interesse.

Construindo a proposta de campanha

No que tange ao conteúdo, entendemos que a proposta de campanha da licitante deverá atender aos seguintes objetivos:

- Reforçar o posicionamento da Câmara dos Vereadores e os vereadores como



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

protagonistas na interlocução com a cidadão, em defesa dos seus interesses.

- Valorizar o trabalho do vereador no âmbito das audiências públicas, mostrando que nelas é possível a interação direta do cidadão com o seu representante e, conseqüentemente, um alinhamento mais preciso dos resultados do trabalho do vereador com as expectativas da sociedade;
- Destacar a relevância desse trabalho para o cidadão, já que as audiências tratam de assuntos de interesse direto de todos os cidadãos de Nova Lima;
- Construir uma percepção positiva sobre a atuação da Câmara, mostrando os possíveis desdobramentos dessa atuação nas diversas esferas do poder público;
- Esclarecer ao cidadão a oportunidade representada pelas audiências para que ele influencie as decisões políticas, por meio dessa interação com seus representantes;
- Incentivar a participação do cidadão nesse espaço de debate.

Em relação ao planejamento, é preciso que a proposta da licitante demonstre:

- Complementaridade entre o uso das ferramentas de publicidade e propaganda, promoção e marketing digital e as estratégias adequadas ao setor público;
- Visão estratégica na elaboração do plano de mídia, de forma a viabilizar uma presença mais constante da comunicação institucional nos veículos de comunicação, com base na verba disponível;
- Exequibilidade, viabilidade e compatibilidade com os recursos previstos e racionalidade na proposta de gastos;
- Inovação na propositura de conceitos e enfoques adequados às expectativas dos diversos segmentos de público e à natureza da instituição;
- Comunicação suprapartidária, institucional e focada no cidadão, no sentido de que as estratégias, ferramentas, projetos, conteúdos e mensagens façam sentido para qualquer pessoa, independentemente de simpatias ideológicas;

Públicos de interesse: população geral de Nova Lima e público jovem.

Recursos próprios de Comunicação:

Site: www.cmnovalima.mg.gov.br

Estruturação do projeto de comunicação

O projeto de comunicação deve ser estruturado e apresentado segundo critérios estabelecidos no edital de licitação e pelo briefing, a saber:

- a) Norteamento da campanha: explicar desde o raciocínio básico até a elaboração das estratégias;
- b) Ações de comunicação: apresentar as ações de comunicação propostas, descritas em detalhe;



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

- c) Plano de Mídia: apresentar planejamento de mídia estruturado, distribuindo a verba disponível para o projeto por peça, por meio, por veículo e por período de veiculação;
- d) Ideia criativa: apresentar a ideia criativa, contendo todas as peças;
- e) Assinatura da Campanha: a campanha deverá ser assinada com a logomarca da Câmara Municipal de Nova Lima;
- f) Verba: R\$ 100.000,00 (cem mil reais);
- g) Prazo: 30 (trinta) dias.

Observações finais:

Deve o licitante levar em conta que estamos falando de uma instituição pública, cuja importância política exige sobriedade, mas não falta de criatividade; exige postura, mas não soluções burocráticas. Lembramos ainda que a utilização de conteúdo textual ou visual que contrariem os valores, crenças e anseios democráticos da Câmara Municipal de Nova Lima e/ou os mecanismos legais que regem as ações municipais, estaduais, federais, ou que firam os direitos dos cidadãos e da instituição, assim como conceitos que configurem promoção pessoal a qualquer membro da Câmara Municipal e/ou agência licitante, é passível de desclassificação ou perda de pontos segundo critérios adotados pela equipe de licitação

_____ X _____ X _____ X _____



**- ANEXO III DO EDITAL -
ORIENTAÇÕES E EXIGÊNCIAS RELATIVAS À PROPOSTA
TÉCNICA**

1. A Proposta Técnica será utilizada para se avaliar as condições da licitante quanto à capacitação técnica para o perfeito cumprimento do objeto da licitação.

2. A Proposta Técnica deverá ser entregue pela licitante à Comissão Permanente de Licitação em três invólucros distintos, conforme se segue:

INVÓLUCRO 1:

- **Conteúdo:** via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

INVÓLUCRO 2:

- **Conteúdo:** via identificada do Plano de Comunicação Publicitária, sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa.

INVÓLUCRO 3:

- **Conteúdo:** Conjunto de Informações da Licitante.

INVÓLUCRO 4:

- **Conteúdo:** Proposta de Preços

3. INVÓLUCRO 1 - VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

3.1 O Plano de Comunicação Publicitária, a ser inserido no **invólucro 1** (via não identificada), corresponderá a uma **campanha publicitária simulada**. O Plano deverá ser elaborado com observância às seguintes regras:

- a) redigido em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza e sem emendas, rasuras ou entrelinhas que dificultem o seu perfeito entendimento;
- b) em papel A4, cor branca, 75 gr/m², orientação retrato;
- c) com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- d) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- e) com textos "justificados";
- f) com espaçamento "simples" entre as linhas;
- g) com texto em fonte "arial", estilo "normal", cor "automático" e tamanho "12 pontos", salvo as exceções eventualmente feitas neste Anexo;



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

h) com numeração em suas páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna (excluindo a capa) em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;

i) em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;

j) capa e contracapa em papel A4, cor branca, 75 gr/m², ambas em branco (sem qualquer escrita, informação ou desenho);

k) sem identificação da licitante.

3.1.1 Eventual descumprimento às regras relativas a espaçamento (letras “c” e “p”), recuo (“d”), justificação (“e”), fonte (“g”), estilo (“g”) e tamanho (“g”) somente implicarão a desclassificação da licitante se implicar em descumprimento de tamanho mínimo das peças ou se comprovadamente implicar prejuízo à determinação de anonimato quanto à autoria respectiva.

3.2 O Plano de Comunicação Publicitária a ser inserido no **invólucro 1** deverá ser apresentado **sem identificação da licitante** e sem qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a sua autoria. Da mesma forma, deverá ser rigorosamente respeitada a forma de apresentação do mesmo invólucro 1 contida no subitem 3.1 do Edital. A não observância a estas regras implicará a **DECLASSIFICAÇÃO** da proposta pela Comissão Permanente de Licitação.

3.3 As especificações do subitem 3.1 deste Anexo aplicam-se, **no que couber**, ao quesito Ideia Criativa do Plano de Comunicação Publicitária.

3.3.1 Os exemplos das peças a serem apresentadas para o quesito Ideia Criativa, também sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequar-se ao tamanho do **invólucro 1** a ser fornecido pela CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA.

3.4 Na elaboração das tabelas, planilhas e gráficos integrantes do quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia do Plano de Comunicação Publicitária, as licitantes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para a sua apresentação.

3.5 Para orientação das licitantes quanto ao Plano de Comunicação Publicitária a ser apresentado, fica estipulada uma **verba referencial de R\$ 100.000,00 (cem mil reais)** para a campanha simulada, que deve durar aproximadamente 30 (trinta) dias, tendo como público-alvo a população de Nova Lima.

3.5.1 A verba de referência deverá cobrir o gasto integral da campanha, inclusive os custos para produção das peças de mídia impressa e eletrônica, observadas as disposições constantes dos subitens 3.6 e 3.7 seguintes.

3.6 O Plano de Comunicação Publicitária a ser apresentado pela licitante será elaborado com base no *Briefing* (ANEXO II do Edital) e será composto dos seguintes quesitos:

a) **Raciocínio Básico**, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Nova Lima, a



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

compreensão da licitante sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

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

c) **Ideia Criativa**, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa da licitante aos desafios e metas por ela explicitados na Estratégia de Comunicação Publicitária, conforme se segue:

- I- apresentará a relação de todas as peças integrantes da campanha, incluídas as eventuais reduções e variações de formato e as peças que eventualmente extrapolarem o limite previsto na sub alínea "II.1" da alínea "II" seguinte;
- II- apresentará exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme abaixo:

II.1- deverão ser apresentados **no mínimo 10 (dez)**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça, desde que, qualquer que seja a quantidade - respeitado o mínimo exigido - caibam todos em um só invólucro padrão fornecido pela Câmara Municipal de Nova Lima;

II.2- podem ser apresentados sob a forma de roteiro, *layout* e *story-board* impressos, para qualquer peça, e de "monstro", para rádio e internet;

II.3- só serão aceitos finalizados em caso de não mídia;

II.4- devem possuir dimensões compatíveis com o **invólucro 1** a ser fornecido pela Câmara Municipal de Nova Lima;

II.5- deverão ser condicionados de forma a não marcar, de dentro para fora, o invólucro em que serão acondicionados;

d) **Estratégia de Mídia e Não Mídia**, com todo o material contido em, **no máximo, 35 (trinta e cinco) páginas**, constituída de:

I- apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada neste Anexo, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

II- simulação de plano de distribuição de todas as peças ou material destinados a veiculação, exibição, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas. Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

II.1- o período de distribuição das peças ou material;

II.2- as quantidades de inserções das peças em veículos e em outros meios de divulgação;

II.3- os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos e em outros meios de divulgação, separadamente por meios;

II.4- os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça destinada a veículos e a outros meios de divulgação;



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

- II.5- as quantidades a serem produzidas de cada peça de não mídia;
- II.6- os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça de não mídia;
- II.7- os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de peças de não mídia.

d.1) Na simulação de que trata a alínea "II" da letra "d" supra:

- os preços das inserções em veículos e outros meios de comunicação, a serem considerados na simulação do plano de distribuição, devem ser os de tabela cheia dos veículos e ou de outros meios de divulgação;
- devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

3.7 Os textos pertinentes a Raciocínio Básico e a Estratégia de Comunicação Estratégica, componentes do Plano de Comunicação Publicitária, deverão ter, **em conjunto**, até 8 (oito) páginas, ressalvado que não serão computados neste limite:

I- a capa, a contracapa e as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos dos quesitos;

II- a página com a relação prevista na alínea "I" da letra "c" do subitem 3.6 deste Anexo;

III- os roteiros das peças de que trata a subalínea "II.2" da alínea "II" da letra "c" do subitem 3.6 deste Anexo;

IV- os textos, as tabelas, os gráficos e as planilhas referentes às alíneas "I" e "II" da letra "d" do subitem 3.6 deste Anexo, que terão o limite total próprio de 35 (trinta e cinco) páginas.

4. INVÓLUCRO 2 - VIA IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA:

4.1 O Plano de Comunicação Publicitária - via identificada, a ser inserido no **invólucro 2**, deverá constituir-se de uma cópia da via não identificada do mesmo plano, porém, com a identificação da licitante, data, rubrica em todas as folhas e assinatura na última folha.

4.1.1 O Plano de Comunicação Publicitária - via identificada, deverá ser apresentado **sem os exemplos de peças referentes à Ideia Criativa**.

5. INVÓLUCRO 3 - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DA LICITANTE:

5.1 O Conjunto de Informações da Licitante, a ser inserido no **invólucro 3**, será composto de quesitos destinados a avaliar a capacidade de atendimento da licitante e o nível dos trabalhos por ela realizados para seus clientes.

5.2 O Conjunto de Informações da Licitante deverá ser apresentado sem marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

- via não identificada - e que permita identificar a autoria desse plano antes da abertura do **invólucro 2**. A não observância a esta regra implicará a **DESCCLASSIFICAÇÃO** da licitante pela Comissão Permanente de Licitação.

5.3 O Conjunto de Informações da Licitante será composto dos seguintes quesitos:

a) Capacidade de atendimento:

Este tópico deverá conter **até 30 (trinta) páginas** sobre os pontos a seguir indicados, não sendo computadas nesse limite as páginas intermediárias de titulação, conhecidas como "folhas de rosto", norma válida para os demais itens da Proposta Técnica:

- I-** histórico da licitante, indicando o perfil da Agência, com a descrição de sua estrutura e organização;
- II-** descrição das instalações físicas e do instrumental técnico, bem como dos investimentos em estrutura de atendimento que serão colocados à disposição da Câmara Municipal de Nova Lima para atender o objeto da licitação;
- III-** relação dos principais executivos e integrantes das equipes que irão atender a Câmara Municipal de Nova Lima, nas áreas de atendimento, planejamento, criação, produção gráfica, mídia e R1VC, com a demonstração de sua qualificação técnica;
- IV-** relação dos principais clientes atendidos nos últimos 24 (vinte e quatro) meses, respectivos produtos e data do início e término do atendimento;

b) Repertório:

- I-** conjunto de trabalhos realizados pela licitante - *portfólio* -, com as respectivas fichas técnicas, sendo os filmes apresentados em DVD's e os *spots* e *jingles* em CD's;
- II-** poderão ser apresentadas **até 10 (dez) peças**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou da característica da peça;
- III-** as peças do repertório e do "case" poderão ser apresentadas em caderno único, ou separadas, em formato A4 ou A3.

c) Relatos de soluções de problemas de comunicação:

Relatar sobre 1 (**uma**) **campanha** de propaganda - *case* - completa, desenvolvida anteriormente pela licitante, acompanhadas de **5 (cinco) peças** e respectivas fichas técnicas, com apresentação do relato dos problemas que cada campanha se propôs a resolver e os resultados alcançados, em **até 3 (três) páginas**, referendadas com a assinatura do anunciante/cliente;

d) Experiência anterior:

A licitante deverá apresentar **Atestados de Capacidade Técnica**, fornecidos por entes ou órgãos, públicos ou privados, indicando, cada um deles, objeto compatível com a presente licitação.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

5.4 Qualquer informação inverídica constante do Conjunto de Informações da Licitante, apurada pela Comissão Permanente de Licitação, mediante simples conferência ou diligência, implicará na **DESCCLASSIFICAÇÃO** da respectiva licitante.

6. Para os gráficos e planilhas inseridos nos textos da Proposta Técnica, serão aceitos fontes e tamanhos compatíveis com aqueles dos *softwares* disponíveis.

7. A critério da Câmara Municipal de Nova Lima, a campanha publicitária da proposta vencedora poderá ou não vir a ser produzida e veiculada, com ou sem modificações, na vigência do Contrato.

8. Será **DESCCLASSIFICADA** a licitante que deixar de atender a qualquer exigência prevista para a apresentação da Proposta Técnica.

9. A tabela a seguir apresenta os limites máximos a serem observados para cada quesito da Proposta Técnica, ressalvadas as observações anteriores quanto aos itens que não serão computados nestes limites:

PROPOSTA TÉCNICA	LIMITES MÁXIMOS
Raciocínio Básico + Estratégia de Comunicação Estratégica	8 páginas
Estratégia de Mídia e Não Mídia	35 páginas
Capacidade de Atendimento	30 páginas
Repertório	10 peças
Relatos de Soluções (<i>cases</i>)	1 case / 3 páginas / 5 peças
Experiência Anterior	Sem limite



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

- ANEXO IV DO EDITAL - MODELO PARA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

CONCORRÊNCIA Nº 001/2019

OBJETO: Prestação de serviços de publicidade.

DENOMINAÇÃO SOCIAL DA LICITANTE: _____

CNPJ: _____

Apresenta esta licitante, **por intermédio de seu representante legal**, Proposta de Preço para o item único abaixo, cuja especificação completa encontra-se detalhada no ANEXO I do Edital da CONCORRÊNCIA Nº 001/2019:

ITEM ÚNICO:

SUB-ITEM	DESCRIÇÃO	PERCENTUAIS (%)
1	Percentual de desconto a ser concedido pela CONTRATADA à Câmara Municipal de Nova Lima, incidente sobre os custos internos de produção da CONTRATADA, apurados em relação à tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais que deverá ser no mínimo de 30% máximo de 50% →	
2	Percentual relativo a honorários a serem cobrados da CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA pela CONTRATADA, nos termos do subitem 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP, para remunerar a CONTRATADA nos casos em que a sua responsabilidade se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, a serem calculados sobre o valor respectivo. O percentual apresentado para honorários deverá ser de no mínimo 5% (cinco por cento) e no máximo 10% (dez por cento) →	

OBSERVAÇÃO: os serviços ofertados obedecem a todas as condições estabelecidas no ANEXO I do Edital da CONCORRÊNCIA Nº 001/2019, responsabilizando-se a licitante, com a apresentação de sua proposta, pela veracidade desta informação.

PRAZO DE VALIDADE DA PROPOSTA DE PREÇO: _____ dias (mínimo de 60 dias, a contar da data prevista para a abertura do **invólucro 4**).

Nova Lima, ____ de _____ de 2019.

Nome e assinatura de **representante legal** da licitante



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

- ANEXO V DO EDITAL - CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

1 NOTA TÉCNICA:

1.1 Para efeito de cálculo da **Nota Técnica (NT)**, referente à Proposta Técnica, serão considerados os critérios a seguir indicados.

1.2 A Subcomissão Técnica, constituída nos termos da Lei Federal 12.232/2010, analisará as Propostas Técnicas das licitantes, às quais atribuirá pontos para os quesitos abaixo (com no **máximo duas casas decimais**), segundo critérios técnicos, considerando a seguinte pontuação máxima:

I - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA		
REFERÊNCIA ANEXO III	QUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
3.6, "a"	Raciocínio Básico	10
3.6, "b"	Estratégia de Comunicação Publicitária	25
3.6, "c"	Ideia Criativa	20
3.6, "d"	Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
II - INFORMAÇÕES DA LICITANTE - DOCUMENTOS IDENTIFICADOS		
REFERÊNCIA ANEXO III	QUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA
5.3, "a"	Capacidade de Atendimento	10
5.3, "b"	Repertório	10
5.3, "c"	Relatos de Soluções de Problemas de Comunicações - <i>case</i>	10
5.3, "d"	Experiência Anterior	5
PONTUAÇÃO MÁXIMA TOTAL (I + II) →		100

1.3 Os pontos para cada quesito serão assim distribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica:

1.3.1 Na avaliação do quesito Raciocínio Básico (máximo de 10 pontos), será avaliada a acuidade de compreensão, através da verificação dos seguintes aspectos:

- a) as funções e o papel da Câmara Municipal de Nova Lima nos contextos social, político e econômico;
- b) a natureza, a extensão e a qualidade das relações da Câmara Municipal de Nova Lima com o seu público;
- c) a natureza e a extensão do objeto da licitação;



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

d) o problema específico de comunicação a ser enfrentado pela Câmara Municipal de Nova Lima;

e) as necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Nova Lima para enfrentar esse problema de comunicação.

1.3.2 Na avaliação do quesito Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo de 25 pontos), serão verificados os seguintes aspectos:

a) a adequação do partido temático e o conceito propostos à natureza e à qualificação da Câmara Municipal de Nova Lima e ao seu problema específico de comunicação;

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

c) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Nova Lima;

d) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

e) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de Nova Lima, o ambiente no qual ela se insere, seu problema específico de comunicação, seu público, os resultados e metas por ela desejadas e a verba disponível.

1.3.3 Na avaliação do quesito Ideia Criativa (máximo de 20 pontos), serão verificados os seguintes aspectos:

a) sua adequação ao problema específico de comunicação da Câmara Municipal de Nova Lima, à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e à realidade dos segmentos de público alvo;

b) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

c) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta e a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

d) a exequibilidade da campanha proposta;

e) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças ou material apresentados.

1.3.4 Na avaliação do quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo de 10 pontos) serão verificados os seguintes aspectos:

a) conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos do público prioritário;



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

- b) capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
- d) economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- e) criatividade na proposição de peças de mídia e não mídia.

1.3.5 Na avaliação do quesito Capacidade de Atendimento (máximo de 10 pontos), serão verificados os seguintes aspectos:

- a) qualificação dos principais executivos e integrantes das equipes nas áreas de atendimento, planejamento, criação, produção gráfica, mídia e RIVC;
- b) capacidade geral de atendimento revelada pela licitante, considerando o histórico, o perfil da Agência e a estrutura operacional colocada à disposição da Câmara Municipal de Nova Lima;
- c) experiência de atendimento nos últimos 24 (vinte e quatro) meses.

1.3.6 Na avaliação do quesito Repertório (máximo de 10 pontos), observar-se-á a capacidade técnica e artística revelada pela licitante no atendimento a outros clientes, verificando-se os seguintes aspectos:

- a) pertinência;
- b) clareza;
- c) qualidade de execução;
- d) acabamento.

1.3.7 Na avaliação do quesito Relatos de Soluções - case (máximo de 10 pontos), serão verificados os seguintes aspectos:

- a) capacidade técnica da licitante em detectar e delimitar problemas de comunicação e equacioná-los;
- b) capacidade de planejar a solução dos problemas;
- c) concatenação entre causa e efeito, possibilitando a verificação adequada dos resultados.

1.3.8 Na avaliação do quesito Experiência Anterior (máximo de 5 pontos), será verificado o número de atestados de capacidade técnica apresentados:

- a) não apresentou atestado → 0 (zero);
- b) apresentou de 1 a 3 atestados → 3 (três) pontos;



c) apresentou 4 ou mais atestados → 5 (cinco) pontos.

1.4 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação dada por seus membros for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima daquele quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos postos neste Anexo.

1.5 No caso do subitem 1.4 deste Anexo, persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo licitatório.

1.6 Se houver desclassificação de alguma Proposta Técnica por descumprimento de disposições do Edital da CONCORRÊNCIA Nº 001/2019, ainda assim será atribuída pontuação aos seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a esta fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do **invólucro nº 2** (via identificada do Plano de Comunicação Publicitária).

1.7 A *Pontuação Final (PF) do quesito, a ser calculada pela Subcomissão Técnica*, corresponderá à média aritmética simples dos pontos dados por cada membro da Subcomissão para aquele mesmo quesito.

1.8 A *Pontuação Técnica (PT) da licitante, a ser calculada pela Comissão Permanente de Licitação*, será a soma da Pontuação Final (PF) de cada um de seus quesitos de 1.3.1 a 1.3.8 deste Anexo, ou seja, $PT = (PF\ 1.3.1 + PF\ 1.3.2 + PF\ 1.3.3 + PF\ 1.3.4 + PF\ 1.3.5 + PF\ 1.3.6 + PF\ 1.3.7 + PF\ 1.3.8)$.

1.9 Será **DECLASSIFICADA** a licitante que obtiver Pontuação Técnica igual a 0 (zero).

1.10 A *Nota Técnica (NT) de cada licitante classificada será aferida pela Comissão Permanente de Licitação*, segundo os critérios acima estabelecidos, aplicando-se posteriormente a seguinte fórmula:

$$NT = \frac{\text{Pontuação Técnica da licitante}}{\text{maior Pontuação Técnica apurada dentre as licitantes}}$$

1.11 Nos cálculos da Pontuação Final (PF) do quesito, da Pontuação Técnica (PT) da licitante e da Nota Técnica (NT) da licitante classificada, serão consideradas apenas **duas casas decimais**, desprezando-se as demais. Não haverá arredondamento.



2 NOTA PREÇO:

2.1 Para a apuração da **Nota Preço (NP)** de cada licitante, dever-se-á, antes, calcular a **Nota Preço-1 (NP-1)** e a **Nota Preço-2 (NP-2)** relativas aos subitens 1 e 2, respectivamente, da Proposta de Preço de cada licitante, conforme se segue:

2.2 A **Nota Preço-1 (NP-1)** de cada licitante está relacionada ao percentual de desconto a ser concedido pela CONTRATADA à Câmara Municipal de Nova Lima, incidente sobre os custos internos de produção da CONTRATADA, apurados em relação à tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais e será apurada da seguinte maneira:

$$NP-1 = \frac{\text{Percentual de Desconto proposto pela licitante}}{\text{maior Percentual de Desconto proposto dentre as licitantes}}$$

2.2.1 Serão consideradas apenas **duas casas decimais** na **Nota Preço-1 (NP-1)**, desprezando-se as demais. Não haverá arredondamento.

2.3 A **Nota Preço-2 (NP-2)** de cada licitante está relacionada ao percentual relativo aos honorários a serem cobrados da Câmara Municipal de Nova Lima pela CONTRATADA, nos termos do subitem 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP, para remunerar a CONTRATADA nos casos em que a sua responsabilidade se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, a serem calculados sobre o valor respectivo, sendo apurada da seguinte maneira:

$$NP-2 = \frac{\text{menor Percentual de Honorários proposto dentre as licitantes}}{\text{Percentual de Honorários proposto pela licitante}}$$

2.3.1 Serão consideradas apenas **duas casas decimais** na **Nota Preço-2 (NP-2)**, desprezando-se as demais. Não haverá arredondamento.

2.4 A **Nota Preço (NP)** de cada licitante corresponderá à média aritmética simples de suas **Notas Preços 1 e 2**, conforme abaixo:

$$NP = \frac{\text{Nota Preço-1 (NP-1)} + \text{Nota Preço-2 (NP-2)}}{2}$$

2.4.1 Serão consideradas apenas **duas casas decimais** na **Nota Preço (NP)**, desprezando-se as demais. Não haverá arredondamento.

3 NOTA FINAL:

3.1 Será declarada vencedora do certame a **licitante habilitada** que tiver obtido a **maior Nota Final**, apurada pela utilização da seguinte fórmula:

$$NF = (0,7 \times NT) + (0,3 \times NP)$$



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

Onde:

NF é a Nota Final da licitante;

0,7 é a ponderação da Nota Técnica

NT é a Nota Técnica da licitante;

0,3 é a ponderação da Nota Preço;

NP é a Nota Preço da licitante.

3.2 Serão consideradas apenas **duas casas decimais** na Nota Final (NF), desprezando-se as demais. Não haverá arredondamento.



**- ANEXO VI DO EDITAL -
MODELO DE DECLARAÇÃO DE QUE NÃO EMPREGA MENOR**

DECLARAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº 001/2019

A empresa _____,
inscrita no CNPJ/ME sob o nº _____, por intermédio de seu
representante legal, o(a) Sr.(a) _____,
portador(a) da Carteira de Identidade nº _____ e do CPF nº _____,
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 nº 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não
emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega
menor de dezesseis anos.

Ressalva:

Emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz (____).
(marcar com um "x" o espaço acima, em caso afirmativo)

Nova Lima, _____ de _____ de 2019.

Nome e assinatura de **representante legal** da licitante



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

- ANEXO VII DO EDITAL - MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

CREDENCIAMENTO

Pelo presente instrumento, credenciamos o (a) Sr. (a) _____, portador (a) do documento de identidade nº _____ e do CPF nº _____, para participar das reuniões relativas à CONCORRÊNCIA Nº 001/2019, o (a) qual está autorizado (a) a requerer vistas de documentos e propostas, manifestar-se em nome da licitante, desistir e interpor recursos, rubricar e assinar documentos, declarações e atas, a que tudo daremos por firme e valioso.

Nova Lima, ____ de _____ de 2019.

Nome e assinatura de **representante legal** da licitante



**ANEXO VIII DO EDITAL
- MODELO DE DECLARAÇÃO DE CONDIÇÃO DE ME OU EPP -**

DECLARAÇÃO

A empresa _____,
CNPJ nº _____, declara, sob as penas da lei, **por intermédio de seu representante legal**, que cumpre os requisitos legais para qualificação como _____ (indicar a condição na qual a empresa se enquadra: **Microempresa - ME ou Empresa de Pequeno Porte - EPP**), conforme previsto no artigo 3º da Lei Complementar Federal nº 123/2006, e que não está sujeita a quaisquer dos impedimentos do § 4º deste mesmo artigo, estando apta a usufruir do tratamento favorecido estabelecido nos artigos 42 a 49 da citada lei.

Nova Lima, ____ de _____ de 2019.

Nome e assinatura de **representante legal** da licitante



**- ANEXO IX DO EDITAL -
MINUTA DE CONTRATO**

**CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, QUE
ENTRE SI CELEBRAM A CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA E A
EMPRESA _____.**

A CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, inscrita no CNPJ sob o nº 20.218.574/0002-48, com sede em Nova Lima, na Praça Bernardino de Lima, 229, neste ato representada por seu Presidente, Vereador Fausto Niquini Ferreira, e a empresa _____, inscrita no CNPJ sob o nº _____, com sede na cidade de _____, na Rua _____, nº _____, bairro _____, neste ato representada por _____, doravante designada CONTRATADA, têm justo e contratado entre si, em decorrência da CONCORRÊNCIA Nº 001/2019 e observados os preceitos das Leis Federais 12.232/2010, 8.666/1993 e 4.680/1965; do Decreto Federal 57.690/1966, parcialmente modificado pelo Decreto Federal 4.563/2002; do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda, instituído pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em 1957 e incorporado à Lei 4.680/1965; do Código de Auto-Regulamentação Publicitária, de 1978; das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, última edição, elaboradas sob a orientação do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) e dos demais dispositivos aplicáveis às Agências de Publicidade, o presente **CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE**, que se regerá pelas cláusulas e condições seguintes:

1 OBJETO

Constitui objeto do presente Contrato a prestação pela CONTRATADA de serviços de publicidade para a Câmara Municipal de Nova Lima.

2 CONDIÇÕES DE EXECUÇÃO DO CONTRATO

As condições exigíveis para a execução do presente Contrato são aquelas previstas em seu **ANEXO ÚNICO** e também no Edital da CONCORRÊNCIA Nº 001/2019.

3 PREÇO E CONDIÇÕES PARA PAGAMENTO

3.1 A presente contratação possui, para o seu período de vigência, o valor global de R\$ 600.000,00 (seiscentos mil de reais).

3.1.1 Em 2019, somente poderá ser realizada despesa até o valor correspondente ao saldo orçamentário existente no orçamento deste ano, e, em 2020, ao saldo contratual restante ou ao valor total previsto no item 3.1, se nenhuma despesa for efetivada em 2019.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

3.2 A remuneração da CONTRATADA dar-se-á na forma das disposições legais aplicáveis à espécie, em especial das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP, conforme se segue:

a) relativamente à **veiculação**, os serviços publicitários serão remunerados **considerando-se o desconto** concedido pelos veículos de comunicação sobre os seus preços de tabela, nos termos do item 2.5 das Normas Padrão do CENP;

b) **por honorários de 15% (quinze por cento)** sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados junto a fornecedores especializados, selecionados pela CONTRATADA, conforme estabelecido no **subitem 3.6.1 das Normas-Padrão do CENP**;

c) **por honorários de ____% (XXXXXX por cento)** sobre o valor dos serviços e suprimentos para os serviços internos, assim entendidos como aqueles que são executados pelo pessoal ou com recursos da própria CONTRATADA, pelos **preços estabelecidos na tabela** do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, vigente à época para os serviços ali previstos, **deduzido o percentual de desconto ofertado pela CONTRATADA** em sua proposta comercial que é de ____%;

d) para os casos em que a responsabilidade da CONTRATADA se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, por honorários a serem calculados sobre o valor respectivo, no percentual ofertado pela CONTRATADA em sua proposta comercial, conforme estabelecido no **subitem 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP**.

3.2.1 Na hipótese de prorrogação de contrato, sob qualquer fundamento e para qualquer fim, a progressividade de desconto prevista nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Anexo B) considerará todo o investimento feito anualmente desde o primeiro dia da vigência original deste Contrato, sem interrupção e sem recomeçar nova contagem.

3.3 A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela Câmara Municipal de Nova Lima, de crédito que a esta tenha sido eventualmente concedido por veículo de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este Contrato.

3.4 A Câmara Municipal de Nova Lima não se compromete a realizar os gastos estimados em sua totalidade.

3.4.1 A CONTRATADA, com a assinatura deste Contrato, renuncia ao direito de executar pelo menos 75% (setenta e cinco por cento) do valor global atualizado da contratação, considerando a natureza de seu objeto e a imprevisibilidade da quantidade que será demandada durante a execução contratual.

3.5 O pagamento será efetuado à medida que os serviços forem sendo executados, por meio de depósito bancário ou por outro meio que vier a ser acordado entre as partes, mediante apresentação, pela CONTRATADA, de nota fiscal e de documentos relativos à regularidade fiscal, observado também o disposto no subitem 3.5.1 seguinte.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

3.5.1 O documento de cobrança deverá ser apresentado pela CONTRATADA à Divisão de Gestão Financeira da Câmara Municipal de Nova Lima, com rigorosa observância às regras definidas no item 9 (forma de faturamento e pagamento) do **ANEXO ÚNICO** deste Contrato.

3.6 O pagamento somente será efetuado se o representante da Superintendência de Comunicação Institucional da Câmara Municipal de Nova Lima atestar a execução satisfatória dos serviços.

3.7 O pagamento efetuado não implica reconhecimento pela CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA de adimplemento por parte da CONTRATADA relativamente às obrigações previdenciárias, sociais, trabalhistas, tributárias e fiscais, nem novação em relação a qualquer regra constante das especificações deste Contrato.

3.8 A Câmara Municipal de Nova Lima não efetua pagamento antecipado, não sendo considerados os itens que assim se apresentarem.

4 REAJUSTAMENTO DOS PREÇOS

Os preços poderão ser alterados, nos termos da legislação vigente e das demais normas aplicáveis aos serviços contratados, respeitado, ainda, o princípio constitucional e legal do equilíbrio econômico-financeiro do Contrato.

5 DURAÇÃO DO CONTRATO

5.1 Este Contrato vigorará por 1 (um) ano, a partir da data de sua assinatura.

5.2 Este Contrato poderá ser prorrogado, em caso de interesse das partes contratantes, nos termos e limites da lei.

6 FISCALIZAÇÃO

6.1 Observadas as disposições contidas no item 13 do **ANEXO ÚNICO** deste Contrato, deverão ser assegurados à Câmara Municipal de Nova Lima amplos poderes para fiscalizar e acompanhar os serviços contratados, bem como o direito de obter os esclarecimentos que julgar necessários, devendo a CONTRATADA fornecer relatórios e informações que lhe forem solicitados.

6.2 A ação fiscalizadora da Câmara Municipal de Nova Lima não fará cessar nem diminuir a responsabilidade da CONTRATADA pelo perfeito cumprimento das obrigações estipuladas neste Contrato ou por irregularidades constatadas, nem por quaisquer danos causados, inclusive a terceiros.

7 DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas decorrentes desta contratação correrão integralmente por conta de dotação orçamentária própria da Câmara Municipal de Nova Lima, sob o número:



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

01.001.01.031.0001.2002 – Manutenção do Serviço de Comunicação e Imprensa

33903900 – Outros Serviços Terceiros - PJ

33903968 – Serviços de Publicidade e Propaganda

Ficha: 5

8 RESPONSABILIDADES

8.1 A CONTRATADA, neste ato, assume a responsabilidade civil relativamente a qualquer dano que os serviços por ela prestados venham a causar ao patrimônio público, ao pessoal da Câmara Municipal de Nova Lima ou a terceiros.

8.2 A CONTRATADA será responsável pelos encargos trabalhistas, sociais previdenciários, fiscais e securitários resultantes da execução deste Contrato, devendo remeter à Câmara Municipal de Nova Lima os respectivos comprovantes, sempre que exigidos.

8.2.1 Em caso de a Câmara Municipal de Nova Lima ser judicialmente condenada ao pagamento de quaisquer ônus referidos no subitem 8.2, a CONTRATADA deverá ressarcir-la dos valores correspondentes, acrescidos de 20% (vinte por cento) a título de honorários.

8.3 A CONTRATADA deverá manter, ao longo da execução deste Contrato, a qualidade dos serviços previstos no **ANEXO ÚNICO**, sendo obrigada a refazer, a qualquer tempo, serviço prestado que apresente qualquer tipo de defeito.

8.4 A CONTRATADA será obrigada a manter, durante a vigência deste Contrato, as condições de habilitação exigidas no processo licitatório.

9 CAUSAS DE EXTINÇÃO DO CONTRATO

9.1 Este Contrato se extinguirá pelas hipóteses de rescisão e de resolução previstas nos subitens seguintes.

9.2 A Câmara Municipal de Nova Lima poderá, sem prejuízo da aplicação de outras penalidades previstas em lei ou neste Contrato, rescindi-lo nos seguintes casos:

- a) inexecução parcial ou total das obrigações contratuais;
- b) declaração de falência ou aceitação do pedido de recuperação judicial da CONTRATADA, no curso da execução deste Contrato;
- c) injustificada baixa na qualidade dos serviços prestados, a juízo da Câmara Municipal de Nova Lima.

9.3 Resolve-se o Contrato:

- a) pelo decurso de seu prazo de vigência;
- b) pelo integral cumprimento de seu objeto, atestado pelo órgão interno competente da Câmara Municipal de Nova Lima;



c) pelo acordo formal entre as partes, nos termos do que dispõe o art. 472 do Código Civil Brasileiro.

10 SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

10.1 Pela inexecução total ou parcial do Contrato poderá a Câmara Municipal de Nova Lima, mediante regular processo administrativo e garantida a prévia defesa, aplicar à CONTRATADA, além das demais cominações legais e contratuais pertinentes, as seguintes sanções:

I - advertência;

II - multa de até 0,3% (zero vírgula três por cento) por dia de inadimplemento, até o 30º (trigésimo) dia, calculada sobre o valor global da contratação;

III - multa de até 10% (dez por cento) sobre o valor global da contratação, no caso de inadimplemento por prazo superior a 30 (trinta) dias até 60 (sessenta) dias;

IV - multa de até 20% (vinte por cento) sobre o valor global da contratação, no caso de inadimplemento por prazo superior a 60 (sessenta) dias;

V - suspensão temporária de licitar e contratar com a Câmara Municipal de Nova Lima, por prazo não superior a 2 (dois) anos;

VI - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com qualquer órgão público;

VII - rescisão contratual, aplicável independentemente de efetiva aplicação de qualquer das penalidades anteriores.

10.1.1 As sanções definidas nos **itens I, II, III e IV** poderão ser aplicadas pela Diretoria de Administração e Finanças ou pela Diretoria Geral da Câmara Municipal de Nova Lima. As sanções definidas nos **itens V, VI e VII** poderão ser aplicadas pela Presidência da CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA.

10.1.2 Os valores das multas aplicadas poderão ser descontados da garantia ou dos pagamentos devidos pela Câmara Municipal de Nova Lima. Se os valores da garantia e dos pagamentos devidos não forem suficientes, a diferença deverá ser recolhida pela CONTRATADA no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da aplicação da sanção.

10.1.3 Em face da gravidade da infração, poderão ser aplicadas as penalidades V, VI e VII cumulativamente com a multa cabível.

10.1.4 As penalidades somente serão aplicadas **após regular processo administrativo**, em que se garantirá a observância dos princípios do contraditório e da ampla defesa, na forma e nos prazos previstos em lei.

10.1.5 Para os fins do subitem 10.1, entende-se por valor global da contratação o valor global previsto no subitem 3.1 deste Contrato.



11 GARANTIA

11.1 Para assegurar a execução deste Contrato, a CONTRATADA deverá prestar **garantia** no montante de **R\$ 30.000,00 (trinta mil reais)**, correspondente a **5% (cinco por cento)** do **valor global da contratação**, conforme disposto no item 20 do Edital da CONCORRÊNCIA Nº 001/2019.

11.1.1 Caberá à CONTRATADA optar por uma das seguintes modalidades de garantia:

- I - caução em dinheiro;
- II - títulos da dívida pública;
- III - seguro-garantia;
- IV - fiança bancária.

11.2 A garantia deverá ser prestada pela CONTRATADA no prazo máximo de **10 (dez) dias úteis** a contar da data de recebimento do Contrato assinado pela Câmara Municipal de Nova Lima.

11.3 O documento comprobatório da garantia prestada deverá ser entregue pela CONTRATADA, no prazo fixado no subitem 11.2 supra, à **Seção de Controle de Contratos** da Câmara Municipal de Nova Lima.

11.4 O descumprimento do disposto no subitem 11.3 configurar-se-á **inexecução contratual passível de rescisão unilateral do Contrato**, nos termos da Lei 8.666/1993, sem prejuízo da aplicação de outras penalidades legais e contratuais cabíveis.

11.5 A garantia prestada deverá abranger toda a **vigência do Contrato e, também, o período de 1 (um) mês após o término desta**, quando será liberada ou resituída, nos termos da lei e em observância às demais disposições contratuais.

11.6 O valor da garantia responderá pelo inadimplemento das obrigações contratuais, como, por exemplo, as obrigações trabalhistas, previdenciárias, indenizações à Câmara Municipal de Nova Lima e a terceiros, bem como por todas as multas impostas à CONTRATADA, sem que isso inviabilize a aplicação de multas em valor superior ao da garantia prestada.

11.6.1 O valor da garantia poderá ser utilizado pela Câmara Municipal de Nova Lima para o pagamento de obrigações contratuais, caso a CONTRATADA não comprove a quitação dos mencionados encargos.

11.6.2 Se o valor da garantia de execução for utilizado para o pagamento de qualquer obrigação, a CONTRATADA se obriga a **restabelecer** o seu valor real no prazo máximo de **10 (dez) dias úteis** a contar da intimação a ser feita pela Câmara Municipal de Nova Lima.

11.7 Na hipótese de majoração do valor deste Contrato, inclusive decorrente da assinatura de termo aditivo de acréscimo ao objeto, fica a CONTRATADA obrigada a **complementar** ou **substituir** a garantia prestada, no mesmo prazo previsto nos subítemos.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

anteriores.

11.8 O descumprimento dos prazos estipulados nos subitens anteriores para restabelecimento, complementação ou substituição da garantia prestada, autoriza a Câmara Municipal de Nova Lima a **reter os créditos** da CONTRATADA relativos à prestação dos serviços, sem prejuízo de aplicação das **penalidades** legais e contratuais cabíveis, inclusive **rescisão contratual**.

11.9 A garantia (ou a parte remanescente dela) será liberada ou restituída no prazo previsto no subitem 11.5, desde que não haja, no plano administrativo, pendência de qualquer reclamação contra a CONTRATADA e relativa ao objeto contratual, hipótese em que ficará retida até a solução final.

11.10 A devolução da garantia ou de sua parte remanescente não exime a CONTRATADA das responsabilidades administrativa, civil e penal oriundas da execução do objeto do presente Contrato.

12 ADITAMENTO

Este Contrato poderá ser alterado, nos termos e limites da legislação vigente, e sempre por meio de Termo Aditivo.

13 PEÇAS INTEGRANTES DO CONTRATO

Independentemente de transcrição, integram o presente Contrato o Edital da CONCORRÊNCIA Nº 001/2019, a documentação e a proposta comercial da CONTRATADA, no que estas não conflitarem com o Edital e com o Contrato.

14 FORO

Fica eleito o foro da Comarca de Nova Lima, para dirimir as dúvidas oriundas deste Contrato.

15 ACEITAÇÃO

E por estarem assim justas e contratadas, assinam as partes o presente Contrato em 3 (três) vias de igual teor, para que surta seus jurídicos e legais efeitos.

Nova Lima, ____ de _____ de _____.

Câmara Municipal de Nova Lima:

Fausto Niquini Ferreira
Vereador Presidente

CONTRATADA: _____



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

- ANEXO ÚNICO DO CONTRATO - ESPECIFICAÇÃO DO OBJETO CONTRATUAL

Constitui objeto deste ajuste a prestação de serviços de publicidade pela CONTRATADA para a Câmara Municipal de Nova Lima, nas condições especificadas neste Anexo e no Edital da **CONCORRÊNCIA Nº 001/2019**, ao qual este Contrato se encontra vinculado.

QUADRO DE PERCENTUAIS:

SUB-ITEM	DESCRIÇÃO	PERCENTUAIS (%)
1	Percentual de desconto a ser concedido pela CONTRATADA à Câmara Municipal de Nova Lima, incidente sobre os custos internos de produção da CONTRATADA, apurados em relação à tabela vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais que deverá ser no mínimo de 30% e o máximo de 50% →	
2	Percentual relativo a honorários a serem cobrados da Câmara Municipal de Nova Lima pela CONTRATADA, nos termos do subitem 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP, para remunerar a CONTRATADA nos casos em que a sua responsabilidade se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, a serem calculados sobre o valor respectivo →	

ESPECIFICAÇÃO DO OBJETO E CONDIÇÕES GERAIS PARA A PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS:

1 OBJETO

1.1 Constitui objeto deste ajuste a contratação de uma Agência de Publicidade (CONTRATADA) para a prestação à Câmara Municipal de Nova Lima de serviços de publicidade, compreendendo:

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

b) como **atividades complementares**, os seguintes serviços especializados pertinentes:

I - ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no subitem 1.3 deste Anexo;

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

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

1.2 Os serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no subitem 1.1 deste Anexo, vedada à inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza, as quais serão contratadas por meio de procedimentos licitatórios próprios, respeitado o disposto na legislação vigente.

1.3 As pesquisas e avaliações previstas no inciso I da letra "b" do subitem 1.1 deste Anexo terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação e de possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do Contrato.

1.3.1 É vedada a inclusão nas pesquisas e avaliações de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do Contrato de prestação de serviços de publicidade.

1.4 Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pela Câmara Municipal de Nova Lima poderão fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do Contrato, nos termos da letra "b" do subitem 1.1 deste Anexo.

1.5 O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no subitem 1.4 deste Anexo exigirá, sempre, a apresentação pela CONTRATADA à Câmara Municipal de Nova Lima de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

1.6 No caso do subitem 1.5 deste Anexo, a CONTRATADA procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, **convocada e realizada pela CONTRATADA**, sob a **fiscalização da Câmara Municipal de Nova Lima**, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do Contrato.

1.7 O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea "a" do inciso II do art. 23 da Lei 8.666/1993 está dispensado do procedimento previsto no subitem 1.6 deste Anexo.

1.8 A CONTRATADA somente poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos de divulgação por conta e por ordem da Câmara Municipal de Nova Lima, se previamente os identificar e tiver sido expressamente autorizada por esta última.

1.9 Os serviços afetos à concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação pela CONTRATADA.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

2 JUSTIFICATIVAS

2.1 O direito à informação é assegurado a todo cidadão pela Constituição da República Federativa do Brasil. Para garantir o efetivo exercício desse direito, a Câmara Municipal de Nova Lima possui a Assessoria de Comunicação e Imprensa, que tem, dentre outras, a tarefa de informar a população sobre as ações e os serviços prestados pelo Legislativo Municipal.

2.2 É dever do Poder Legislativo Municipal prestar contas de todos os seus atos, consagrando seu caráter de transparência e publicidade. É seu dever, também, prestar aos cidadãos todas as informações que considere de interesse público e que estejam relacionadas aos trabalhos legislativos, mobilizando-os para atuarem junto à Câmara, em favor de uma maior e mais eficaz ação compartilhada do poder político.

2.3 Assim, a política de comunicação social da Câmara Municipal de Nova Lima deve constituir-se de planejamento, definição e utilização dos instrumentos e canais de comunicação que garantam o direito à informação qualificada e orientada do cidadão. Sua eficácia pressupõe o desenvolvimento de um conjunto de estratégias e de ações táticas que visem dar visibilidade e reforçar a imagem das atividades da instituição, sob a ótica da transparência e do interesse público.

2.4 Para fins de garantir a eficácia da política de comunicação social empreendida no âmbito da Câmara Municipal de Nova Lima, vislumbra-se, ainda, implementar novos esforços de comunicação, baseados na execução de objetivos e compromissos assumidos.

2.5 Portanto, a contratação da prestação dos serviços de publicidade justifica-se, sobretudo, pela utilidade pública desses serviços que objetivam criar um fluxo permanente de informações para a população e que possibilitem também a ela melhor relacionamento e utilização dos serviços prestados pela Câmara Municipal de Nova Lima.

3 APRESENTAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

3.1 A apresentação da CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA e sua estrutura de comunicação encontram-se definidas no *briefing* constante do **ANEXO II** do Edital da CONCORRÊNCIA Nº 001/2019.

4 METAS FÍSICAS

4.1 Os serviços objeto deste Contrato constituem um item único e foram adjudicados a uma só Agência de Publicidade.

4.2 A CONTRATADA atuará de acordo com a solicitação da Assessoria de Comunicação e Imprensa.

5 VIGÊNCIA CONTRATUAL

5.1 O Contrato firmado pela Câmara Municipal de Nova Lima com a CONTRATADA vigorará por 1 (um) ano, a partir da data de sua assinatura.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

5.2 O Contrato poderá ser prorrogado, em caso de interesse das partes contratantes, nos termos e limites da lei.

6 VALOR GLOBAL DA CONTRATAÇÃO

6.1 O valor global do Contrato firmado pela CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA com a CONTRATADA está estimado em **R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais)**

6.2 Os recursos para a execução dos serviços correrão por conta de dotação orçamentária própria da Câmara Municipal de Nova Lima, sob o número:

01.001.01.031.0001.2002 – Manutenção do Serviço de Comunicação e Imprensa
33903900 – Outros Serviços Terceiros - PJ
33903968 – Serviços de Publicidade e Propaganda
Ficha: 5

6.3 A Câmara Municipal de Nova Lima não se compromete a realizar os gastos na totalidade do valor global definido no subitem 6.1 deste Anexo.

6.4 A CONTRATADA, com a assinatura do Contrato, renuncia ao direito de executar pelo menos 75% (setenta e cinco por cento) do valor global atualizado da contratação, considerando a natureza de seu objeto e a imprevisibilidade da quantidade que será demandada durante a execução contratual.

7 CARACTERIZAÇÃO DOS SERVIÇOS

7.1 Os serviços a serem realizados na vigência do Contrato serão executados das seguintes formas:

- a) serviços executados pela própria CONTRATADA;
- b) serviços executados por terceiros e supervisionados pela CONTRATADA.

8 DOCUMENTOS, PROPOSTAS E REMUNERAÇÃO

8.1 As regras e os critérios para elaboração, apresentação, julgamento e pontuação das Propostas Técnicas e de Preços, bem como para apresentação dos Documentos de Habilitação, foram descritos no Edital da CONCORRÊNCIA Nº 001/2019 e respectivos anexos, em conformidade com o disposto na Lei Federal 12.232/2010.

8.2 Julgamento final da licitação:

8.2.1 O julgamento final da licitação foi feito de acordo com o previsto na Lei Federal 12.232/2010 para o tipo Técnica e Preço.

8.2.2 As licitantes foram classificadas em ordem decrescente de Nota Final, aferida mediante aplicação de fórmula descrita no **ANEXO V** do Edital da CONCORRÊNCIA Nº 01/2019, sagrando-se **vencedora** do certame a CONTRATADA, que foi a **licitante habilitada** que obteve a **maior Nota Final**.



8.3 Comissão de julgamento:

8.3.1 As fases do certame foram conduzidas pela Comissão Permanente de Licitação da Câmara Municipal de Nova Lima, que administrou todo o procedimento.

8.3.2 As Propostas Técnicas (**invólucros 1 e 3**) foram analisadas e julgadas por uma Subcomissão Técnica, constituída nos termos da Lei Federal 12.232/2010, sem qualquer tipo de interferência da Comissão Permanente de Licitação ou de terceiros.

8.4 Remuneração da CONTRATADA

8.4.1 A remuneração da CONTRATADA dar-se-á na forma das disposições legais aplicáveis à espécie, em especial das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP, conforme se segue:

a) relativamente à **veiculação**, os serviços publicitários serão remunerados considerando-se o **desconto concedido** pelos veículos de comunicação sobre os seus preços de tabela;

b) **por honorários de 15% (quinze por cento)** sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados junto a fornecedores, conforme estabelecido no **subitem 3.6.1 das Normas-Padrão do CENP**;

c) para os serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal ou com recursos da própria CONTRATADA, pelos **preços estabelecidos na tabela** do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, para os serviços ali previstos, **deduzido o percentual de desconto ofertado pela CONTRATADA** em sua proposta comercial;

d) por honorários de xx% (..... por cento) para os casos em que a responsabilidade da CONTRATADA se limitar exclusivamente à contratação ou ao pagamento do serviço ou suprimento, **por honorários** a serem calculados sobre o valor respectivo, no percentual ofertado pela CONTRATADA em sua proposta comercial, conforme estabelecido no **subitem 3.6.2 das Normas-Padrão do CENP**.

8.4.1.1 Na hipótese de prorrogação de contrato, sob qualquer fundamento e para qualquer fim, a progressividade de desconto prevista nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Anexo B) considerará todo o investimento feito desde o primeiro dia da vigência original deste Contrato, sem interrupção e sem recomeçar nova contagem.

8.4.2 A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou *desconto de agência* quando da utilização, pela Câmara Municipal de Nova Lima, de crédito que a esta tenha sido eventualmente concedido por veículo de comunicação, em qualquer ação publicitária pertinente ao Contrato firmado entre a Câmara Municipal de Nova Lima e a CONTRATADA.

8.4.3 Pertencem à Câmara Municipal de Nova Lima as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio de agência de



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou replicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação.

8.4.4 A Câmara Municipal de Nova Lima não efetua pagamento antecipado, não sendo considerados os itens das propostas que assim se apresentarem durante a execução contratual.

9 FORMA DE FATURAMENTO E PAGAMENTO

9.1 A nota fiscal de quaisquer fornecedores será emitida em nome da Câmara Municipal de Nova Lima e entregue aos cuidados da CONTRATADA para faturamento, o que não significa ruptura da relação entre a CONTRATADA e seus fornecedores.

9.1.1 Todos os serviços contratados pela Câmara Municipal de Nova Lima deverão ser faturados pela CONTRATADA.

9.2 A CONTRATADA deverá discriminar em sua nota fiscal o nome e o número da nota fiscal do fornecedor, bem como a discriminação dos serviços prestados.

9.3 Além de documentos relativos à regularidade fiscal, o faturamento deverá vir acompanhado:

9.3.1 Quando se tratar de veiculação:

- a) da nota fiscal do veículo de comunicação, com a discriminação obrigatória do período da prestação do serviço;
- b) da autorização devidamente assinada pelo representante da Assessoria de Comunicação e Imprensa;
- c) dos comprovantes de veiculação;
- d) da demonstração do valor devido ao veículo de comunicação, de sua tabela de preços, da descrição dos descontos negociados e dos pedidos de inserção correspondentes, bem como de relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, sempre que possível;
- e) dos seguintes documentos, quando se tratar de TV, cinema e rádio: cópia em mídia da publicidade veiculada e comprovante de veiculação emitido pela empresa que realizou a veiculação ou declaração, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar as seguintes informações: nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local e data, nome da peça veiculada, dia e horário da veiculação;
- f) dos seguintes documentos, quando se tratar de mídia exterior: fotos das peças, com identificação do local de exibição;
- g) do seguinte documento, quando se tratar de Internet: relatório de gerenciamento fornecido pelas empresas que veicularam as peças;



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

- h) dos seguintes documentos, quando se tratar de mídia impressa: exemplares originais dos títulos;
- i) de quaisquer outros documentos solicitados pela Câmara Municipal de Nova Lima e relacionados ao serviço prestado.

9.3.2 Quando se tratar de produção:

- a) da nota fiscal com a discriminação obrigatória do serviço prestado;
- b) da autorização devidamente assinada pelo representante da Assessoria de Comunicação e Imprensa;
- c) dos comprovantes da prestação dos serviços;
- d) de quaisquer outros documentos solicitados pela Câmara Municipal de Nova Lima e relacionados ao serviço prestado.

9.3.3 Quando se tratar de outros serviços realizados por terceiros:

- a) da nota fiscal do fornecedor, com a discriminação obrigatória do período da prestação do serviço;
- b) da autorização devidamente assinada pelo representante da Assessoria de Comunicação e Imprensa;
- c) dos comprovantes da prestação dos serviços ou do fornecimento;
- d) de quaisquer outros documentos solicitados pela Câmara Municipal de Nova Lima e relacionados ao serviço prestado.

9.4 Para os fins do disposto no subitem 1.4 deste Anexo, a CONTRATADA deverá apresentar à Câmara Municipal de Nova Lima quando do faturamento, o comprovante de registro junto à Câmara Municipal de Nova Lima das pessoas físicas ou jurídicas que forneceram bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares mencionadas na letra “b” do subitem 1.1 deste Anexo.

9.5 Nenhuma despesa será paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da CONTRATADA ou de seus fornecedores, bem como sem a manifestação de sua aceitação pela Assessoria de Comunicação e Imprensa.

9.6 Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a Câmara Municipal de Nova Lima, a seu critério, poderá devolvê-la para as devidas correções ou aceitá-la com a glosa da parte que considerar indevida.

9.7 A Câmara Municipal de Nova Lima não pagará nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, relativo à execução do Contrato, sejam ou não instituições financeiras.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

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

9.9 A CONTRATADA apresentará à Câmara Municipal de Nova Lima, até o dia 10 do mês subsequente, um relatório com datas e valores dos pagamentos realizados a terceiros.

9.10 A Câmara Municipal de Nova Lima efetuará o pagamento da veiculação e dos demais serviços executados pela CONTRATADA, inclusive por terceiros, desde que previamente autorizados e após comprovada a sua efetiva realização, no prazo máximo de 30 (trinta) dias contados da apresentação dos respectivos documentos à Câmara Municipal de Nova Lima, desde que a nota fiscal esteja instruída adequadamente e desde que não haja dúvida a respeito de algum item respectivo.

9.11 Os prazos de pagamento superiores ao limite máximo fixado no subitem 9.10, concedidos pelos veículos de comunicação ou outros prestadores de serviços à CONTRATADA, deverão ser repassados à Câmara Municipal de Nova Lima.

9.12 A CONTRATADA se obriga a repassar o pagamento das veiculações e demais serviços efetuados por terceiros no prazo máximo de 10 (dez) dias após o efetivo pagamento pela Câmara Municipal de Nova Lima.

10 OBRIGAÇÕES DA CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

10.1 Coordenar e fiscalizar os serviços a serem prestados pela CONTRATADA.

10.2 Aprovar, previamente e por escrito, os trabalhos a serem executados e os respectivos custos.

10.3 Fiscalizar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA.

10.4 Cumprir todos os compromissos financeiros por ela assumidos com a CONTRATADA.

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

10.6 Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

10.7 Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento do Contrato.

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

10.9 Analisar as tabelas de preços dos veículos de comunicação, para fins de verificação do cumprimento do estabelecido no subitem 11.7 deste Anexo.

10.10 Divulgar, em sítio próprio aberto para o Contrato na rede mundial de computadores, as informações sobre a execução do Contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços



especializados e veículos, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

11 OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:

11.1 Executar perfeitamente os serviços contratados, por meio de pessoas idôneas e tecnicamente capacitadas, registradas em seu nome e sob sua responsabilidade, sem qualquer solidariedade da Câmara Municipal de Nova Lima, cabendo-lhe efetuar todos os pagamentos em dia, inclusive dos encargos previstos na legislação trabalhista, previdenciária e fiscal, bem como de seguros e quaisquer outros decorrentes de sua condição de empregadora, assumindo, ainda com relação ao contingente alocado, responsabilidade pela coordenação e supervisão dos encargos administrativos, tais como: controle, fiscalização e orientação técnica.

11.2 Orientar-se pela disciplina do Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de promover uma publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais normas pertinentes, que seja amoral e condizente com os bons costumes, com observância, em todos os trabalhos, das limitações previstas no § 1º do artigo 37 da Constituição Federal.

11.3 Manter atendimento em Nova Lima compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados para a Câmara Municipal de Nova Lima.

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

11.5 Indicar, por escrito, um **preposto** para representá-la em todas as questões relacionadas ao Contrato firmado com a Câmara Municipal de Nova Lima.

11.6 Utilizar, na elaboração dos serviços a serem prestados, os profissionais indicados na Proposta Técnica para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela Câmara Municipal de Nova Lima.

11.7 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e transferir à Câmara Municipal de Nova Lima as vantagens obtidas.

11.8 Submeter à aprovação prévia da ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA os trabalhos a serem executados, com os respectivos custos.

11.9 Produzir, após a aprovação do serviço pela ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA, duas cópias em DVD dos VT's de campanha, uma cópia em CD dos *spots* e *jingles* e um CD-ROM com as demais peças publicitárias e materiais em arquivos extensão "*jpeg*" e "*pdf*".



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

- 11.9.1** Após a finalização de vídeos de caráter documentário e institucional, produzir três cópias em DVD, bem como disponibilizar para a Câmara Municipal de Nova Lima um DVD com a matriz desbloqueada que permita reproduções, sem ônus para a Câmara Municipal de Nova Lima.
- 11.9.2** Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD.
- 11.10** Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços realizados por seus fornecedores, observadas as disposições a seguir:
- 11.10.1** Apresentar, **no mínimo, três propostas**, das quais constarão todos os produtos ou serviços, com o detalhamento de suas especificações e custos unitários.
- 11.10.2** Apresentar propostas no original, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa do responsável (nome, RG e CPF), com a assinatura deste último.
- 11.10.3** Apresentar, para fins de análise pela Câmara Municipal de Nova Lima, as justificativas pertinentes, por escrito, se não houver possibilidade de obtenção de no mínimo três propostas.
- 11.10.4** Proceder à verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros em relação aos preços de mercado.
- 11.11** Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do Contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas para a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA.
- 11.12** Submeter à prévia e expressa anuência da CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA a subcontratação de outras empresas para a execução total ou parcial de alguns dos serviços de que trata o Contrato, observada a restrição prevista no subitem 11.12.1, ressaltando-se que a CONTRATADA permanecerá com todas as suas responsabilidades contratuais perante a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, não podendo transferir tal responsabilidade para a empresa subcontratada.
- 11.12.1** Os serviços afetos à concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.
- 11.13** Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala direta, etc.) aprovadas pela ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA.
- 11.14** Ao definir o material a ser utilizado na impressão de peças gráficas, solicitar a prévia aprovação pela ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA.
- 11.15** Entregar à CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, semanalmente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas na semana anterior e um relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para uma avaliação do seu estágio.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

11.16 Entregar à CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, ao final de cada campanha, relatório das despesas de produção das peças e materiais, bem como da veiculação executada.

11.17 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da B, 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 contratados.

11.18 Prestar esclarecimentos à ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

11.19 Não caucionar ou utilizar o Contrato firmado com a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA como garantia para qualquer operação financeira.

11.20 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes, responsabilizando-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

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

11.22 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do Contrato firmado com a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

11.23 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.

11.24 Apresentar, quando solicitado pela CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais.

11.25 Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e à própria CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA.

11.26 Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos pela CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA.

11.27 Responder, perante a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA e a terceiros, por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer outros



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

serviços relacionados ao objeto do Contrato firmado com a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA.

11.28 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA.

11.29 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos 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 Contrato firmado com a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA.

11.30 Adotar as providências necessárias no sentido de preservar a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza, relacionadas ao objeto contratado e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsar à CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

11.31 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do Contrato firmado com a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA.

11.32 Transferir para a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto do Contrato firmado com a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, inclusive as peças publicitárias.

11.33 Atender aos seus fornecedores e prestar informações sobre faturamento e previsão de pagamento.

11.34 Efetuar o pagamento das veiculações e demais serviços prestados por fornecedores até o prazo de 15 (quinze) dias após o efetivo pagamento pela CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA.

11.35 Apresentar à ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA, antes da escolha dos veículos de comunicação a serem utilizados, as tabelas de preços em vigor desses veículos.

11.36 Entregar à CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, quando da assinatura do Contrato e sempre que houver alteração, a tabela de preços vigente do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

12 GARANTIA

12.1 Para assegurar a execução contratual, a CONTRATADA deverá apresentar garantia correspondente a 5% (cinco por cento) do valor global da contratação, conforme disposto no item 20 do Edital da CONCORRÊNCIA Nº 001/2019.



13 FISCALIZAÇÃO

13.1 A execução do serviço será objeto de acompanhamento, controle, fiscalização e avaliação por representante da **CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA (ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA)**, que será a área responsável pela gestão do presente Contrato.

13.1.1 Nos termos do § 1º do artigo 67 da Lei 8.666/1993, caberá ao **representante da ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA**, que será o **fiscal da contratação**, proceder às anotações das ocorrências relacionadas com a execução do objeto contratado, determinando o que for necessário à regularização das falhas ou impropriedades observadas.

13.2 Da mesma forma, a CONTRATADA deverá indicar um **preposto** para, se aceito pela CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, representá-la na execução do Contrato firmado entre as partes.

13.2.1 As decisões e providências que ultrapassarem a competência do representante deverão ser solicitadas aos seus superiores em tempo hábil para a adoção das medidas convenientes.

13.3 A CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA se reserva o direito de rejeitar, no todo ou em parte, os serviços prestados em desacordo com o Edital e com o Contrato firmado com a CONTRATADA.

13.4 Quaisquer exigências da fiscalização, inerentes ao objeto do Contrato, deverão ser prontamente atendidas pela CONTRATADA, sem ônus para a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA.

13.5 Além das atribuições previstas no Contrato e na legislação aplicável, caberá ao representante da ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA responsável pela fiscalização verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas às condições da subcontratação e aos honorários devidos à CONTRATADA.

13.6 A fiscalização pela CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

13.7 A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço após a aprovação formal da CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA.

13.8 A não-aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega acordado, salvo expressa concordância da CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA.

13.8.1 A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer serviço, incluído o de veiculação, considerado não aceitável, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado às suas expensas e nos prazos estipulados pela CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

13.9 A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus subcontratados não a desobrigará de suas responsabilidades quanto à perfeita execução dos mesmos.

13.10 A ausência de comunicação por parte da CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, referente a irregularidades ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas no Contrato.

13.11 A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização durante a vigência do Contrato firmado com a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA.

13.12 A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, ou auditoria externa por esta última indicada, tenha acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados.

13.13 À CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA é facultado o acompanhamento de todos os serviços contratados, juntamente com o representante indicado pela CONTRATADA.

14 DIREITOS AUTORAIS:

14.1 A CONTRATADA cede à CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, de forma total e definitiva, os direitos patrimoniais de uso das ideias (incluindo os estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade, de seus empregados, prepostos ou subcontratados, concebidos, criados e produzidos em decorrência do Contrato firmado entre a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA e a CONTRATADA.

14.2 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas no Contrato firmado entre a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA e a CONTRATADA.

14.3 A CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou subcontratados.

14.4 Em todas as contratações que envolvam direitos de subcontratados, a CONTRATADA, mediante prévia definição da CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, poderá solicitar dois orçamentos para a execução do serviço, um com cessão de direitos por tempo limitado e outro com cessão total e definitiva de tais direitos, para que a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA escolha uma das opções.

14.4.1 Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

estabelecimento, no ato de cessão/orçamento/contrato, de cláusulas em que o subcontratado garanta a cessão pelo prazo mínimo a ser definido pela CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA.

14.4.2 Quando a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA 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 subcontratados cláusulas escritas que:

- a) explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros, protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a produção e direção, a composição, arranjo e execução de trilha sonora, as matrizes, os arquivos magnéticos e demais trabalhos assemelhados;
- b) estabeleçam que a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato firmado entre a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA e a CONTRATADA e, mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;
- c) qualquer remuneração devida em decorrência da cessão – definitiva ou por tempo limitado – será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

14.5 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.

14.6 A CONTRATADA se compromete a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com terceiros, nos casos de tomadas de imagens sob a forma de reportagens e outras, que não impliquem direitos de uso de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

- a) que a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA poderá solicitar até duas cópias em DVD de todo o material bruto produzido;
- b) a cessão dos direitos patrimoniais de uso desse material à CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, que poderá, a seu juízo, utilizar os referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência do Contrato firmado entre a CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA e a CONTRATADA e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos;
- c) que qualquer remuneração devida em decorrência dessa cessão será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

14.7 A CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA será a única e exclusiva proprietária dos resultados oriundos do cumprimento do Contrato firmado com a CONTRATADA, sejam tais resultados passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

14.8 É garantido à CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA o direito de titularidade sobre o resultado privilegiável da propriedade intelectual, oriundo da execução do objeto contratual, respeitados os direitos garantidos à CONTRATADA ou a terceiros antes da assinatura do Contrato firmado com a CONTRATADA.



CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA

14.9 É garantida à CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos, inclusive do uso e da exploração econômica sobre os resultados decorrentes da execução do objeto contratual, que importem em direitos autorais, respeitada a nomeação do autor.

14.10 A CONTRATADA deverá entregar à CÂMARA MUNICIPAL DE NOVA LIMA, quando da cobrança das peças correspondentes, os originais de todos os atos de cessão de direitos autorais relacionados a ajustes que vier a celebrar com subcontratados.



Conselho Executivo das Normas-Padrão

Normas-Padrão da Atividade Publicitária

**DO RELACIONAMENTO COMERCIAL ENTRE ANUNCIANTES,
AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO,
FRENTE À LEI Nº 4.680/65 E AOS DECRETOS Nº 57.690/66 E 4.563/02.**

Considerando,

- a) que, Anunciantes, Agências e Veículos de Comunicação são parceiros indissociáveis, numa atividade de fundamental importância para a economia de mercado e para a sociedade moderna;*
- b) que, acima e além dos seus próprios interesses, têm o propósito comum de preservar a liberdade de expressão, nos termos do artigo 5º, inciso IV da Constituição Federal;*
- c) que, a busca de menores custos, da maior produtividade com melhor resultado para o investimento em marketing e em comunicação de marketing, por parte de cada qual, está diretamente ligada à diminuição dos custos de transação do relacionamento entre Anunciantes, Agências de Publicidade e Veículos de Comunicação;*
- d) que, a Lei nº 4.680/65, em seu artigo 17, determina que a atividade publicitária nacional será regida pelos princípios e normas do Código de Ética dos Profissionais instituído pelo I Congresso de Propaganda, realizado em outubro de 1957, sendo que esta Lei é vinculante e de ordem pública não só para os profissionais de propaganda, mas para as soluções impostas aos demais agentes de mercado que com eles, necessariamente, se correlacionam (Anunciantes e Veículos de Comunicação).*

As entidades representativas em âmbito nacional dos **Anunciantes** (ABA – Associação Brasileira de Anunciantes), das **Agências de Propaganda** (ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade e FENAPRO – Federação Nacional das Agências de Propaganda), dos **Jornais diários de circulação paga** (ANJ – Associação Nacional de Jornais), das **Revistas** (ANER – Associação Nacional de Editores de Revistas), das **emissoras de Rádio e Televisão**, (ABERT – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão), das **emissoras de Televisão por Assinatura** (ABTA – Associação Brasileira de Telecomunicações por Assinatura) e dos **Veículos de Propaganda ao Ar Livre** representados pela Central de Outdoor, firmam o presente Acordo, destinado a auxiliar o seu relacionamento comercial, ajustando, por meio do presente instrumento, as **Normas-Padrão da Atividade Publicitária** à nova realidade normativa e econômica vigente no mercado de propaganda e marketing no país. Para tanto, fica criado órgão orientador dos agentes deste mercado, o **CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão**.

O presente instrumento compreende os seguintes documentos:

- 1. Conceitos Básicos**
- 2. Das Relações entre Agências, Anunciantes e Veículos**
- 3. Das Relações entre Agências e Anunciantes**
- 4. Das Relações entre Agências e Veículos**
- 5. Das Relações entre Veículos e Agenciadores Autônomos**
- 6. Das Práticas e Procedimentos Operacionais da Atividade Publicitária**
- 7. Do CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão**
- 8. Das Disposições Gerais e Transitórias**

Associadas Fundadoras



Associadas Institucionais



ANEXO "A"**Instituído para atender o item 2.5.1 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária****Estrutura Profissional, Técnica e Recursos de Mídia das Agências.****Gabarito Mínimo para os Compromissos com Serviços de Informações de Mídia (Pesquisa)**

Com base no disposto nas Leis nº 4.680/65 e nº 12.232/10, o "desconto-padrão de agência", reconhecido pelo mercado publicitário como ferramenta de progresso da atividade, destina-se, exclusivamente, às Agências de Propaganda com a finalidade de subsidiar a manutenção e desenvolvimento de suas estruturas, essenciais à qualificação e eficácia da publicidade. Para assegurar a aplicação correta do princípio que instituiu o desconto-padrão, este Anexo define os compromissos das Agências quanto ao elenco mínimo de recursos técnicos de serviços de informações de mídia (pesquisa), considerando suas dimensões, abrangência de atuação e carteira de Clientes.

Os parâmetros correspondentes a cada faixa de receita devem ser entendidos como mínimo aceitável para uma prestação de serviços de qualidade, dentro do padrão próprio de cada faixa, para que a Agência se habilite ao Certificado de Qualificação Técnica a ser outorgado pelo CENP.

Não existe, no entanto, nenhum impedimento à Agência em dispor/fazer uso de serviços adicionais à sua faixa de receita, inclusive podendo ser considerada, nesse caso e desde que devidamente comprovado, como participante de grupo correspondente.

Princípios Básicos:

1. Os serviços de informações de mídia podem variar em função da faixa de receita operacional da Agência, da configuração da respectiva carteira de Clientes e área geográfica de sua atuação.
2. Cabe ao Conselho Superior das Normas-Padrão definir os índices de pontuação por tipo de serviço/fornecedor, de acordo com as diferentes faixas de receita, para aceitação do conjunto de relatórios disponibilizados.
3. Estes índices serão atualizados, anualmente, mediante a aprovação/resolução do Conselho Superior das Normas-Padrão, devendo ser divulgados no primeiro quadrimestre de cada ano por meio de **gabarito de pontos** ([clique aqui](#)), com base nas seguintes premissas:
 - Share dos meios nos investimentos publicitários;
 - Relevância econômica e realidade dos mercados, no que tange à oferta de serviços de informações de mídia, sua periodicidade e alcance;
 - Relevância dos Estudos/Relatórios credenciados;
 - Os Estudos/Relatórios serão agrupados em pilares: Audiência / Investimento / Hábitos, e analisados conforme informações de comercialização oferecidas pelos Fornecedores com Serviços Credenciados;

Associações Fundadoras



Associadas Institucionais



4. O estudo e a elaboração do gabarito de pontos são de responsabilidade do Comitê Técnico de Mídia (CTM), órgão criado pelo Conselho Superior das Normas-Padrão da entidade cuja função é prestar consultoria e aconselhamento técnico ao CENP, em todos os assuntos referentes à mídia e relacionados a este Anexo. O CTM é constituído, paritariamente, por profissionais de mídia dos segmentos Agência/Veículo/Anunciante.

5. O enquadramento da Agência se fará em Grupos com faixas de Receita Operacional Bruta Anual (em R\$), definidas a cada ano de acordo com a realidade de mercado, estabelecidas e divulgadas no primeiro quadrimestre/ano, juntamente com o **gabarito de pontos** ([clique aqui](#)) de que trata o Item 3 deste Anexo.

5.1 O enquadramento de que trata o item 5 corresponderá à classificação técnica mínima da Agência. Mediante comprovação de que dispõe/faz uso de serviços adicionais de mídia, a Agência poderá pleitear seu enquadramento em classificação técnica superior, comprometendo-se a manter os serviços adicionais comprovados por pelo menos 6 (seis) meses.

5.2 A classificação técnica será divulgada pelo CENP em caráter permanente, para conhecimento do mercado.

6. A ascensão à faixa de receita superior poderá ser determinante para ampliação do compromisso de dispor/fazer uso de serviços de informações de mídia, desde que esta não implique em custo operacional superior ao aumento de receita da Agência.

7. Receitas eventuais não serão consideradas como determinantes para ampliação deste compromisso, cabendo à Agência interessada demonstrar tal eventualidade ou sazonalidade junto ao CENP.

8. Cabe à Agência comprovar que dispõe/faz uso de serviços de informações de mídia neutras e independentes, disponibilizadas pelos Fornecedores com serviços tecnicamente credenciados pelo CENP, por meio do Comitê Técnico de Mídia (CTM).

9. Ao pleitear a certificação, a Agência assume o compromisso de dispor/fazer uso de serviços de informações de mídia, em caráter permanente, conforme disposto no item 2.5.3 destas Normas-Padrão da Atividade Publicitária.

10. Cabe ao CENP verificar, anualmente, se as Agências detentoras do Certificado de Qualificação Técnica estão cumprindo com os compromissos de serviços de informações de mídia elencados neste Anexo "A".

11. ABAP e os SINAPROS associados à FENAPRO poderão manter cursos de treinamento destinados aos profissionais das Agências e elas filiadas, tanto para a difusão de informações e técnicas de mídia quanto para lhes proporcionar os conhecimentos necessários à utilização dos serviços disponibilizados.

12. O CENP, em parceria com os principais Fornecedores de informações de mídia, disponibilizará às Agências enquadradas nos Grupos Seis e Sete, sem qualquer ônus, os serviços de informações de mídia e elementos tidos como necessários para lhes assegurar condições qualitativas de desempenho e possibilidade de ascensão.

Associadas Fundadoras



Associadas Institucionais



13. Os Serviços Básicos de Informação de Mídia regular, para efeitos de cumprimento do Anexo "A", compreendem Estudos e Relatórios disponibilizados por Fornecedores com Serviços Credenciados, fundamentados nos pilares de Audiência/Investimento/Hábito, para os seguintes meios:

- Televisão Aberta e por Assinatura;
- Rádio (AM e FM);
- Revista;
- Jornal;
- Internet;
- Cinema;
- Publicidade Exterior / Mídia Out of Home – OOH.

Para os meios Jornal e Revista está compreendida, também, a aferição de circulação.

14. Cabe ao CENP, conforme previsto no item 2.5.4 das Normas-Padrão, reconhecer os estudos/informações/software de mídia disponibilizados pelos Fornecedores de informações de mídia, ficando sob a responsabilidade do CTM, recomendar ao Conselho Superior das Normas-Padrão, após análise, o credenciamento dos serviços oferecidos pelos Fornecedores, excetuados os casos de credenciamento de serviços de Verificação de Circulação, cujo processamento estará a cargo do Departamento Jurídico, por delegação de Diretor designado, conforme art. 44 dos Estatutos Sociais do CENP.

GRUPOS UM, DOIS E TRÊS

As Agências dos Grupos Um, Dois e Três assumem o compromisso de dispor/fazer uso de serviços de informações de mídia, em conformidade com os princípios básicos acima expostos, em especial no que tange ao gabarito de pontos de que trata o item 3.

Os compromissos com o serviço de controle de mídia (fiscalização) devem estar alinhados com as exigências e necessidades da carteira de clientes e atender aos contratos com eles estabelecidos, sendo que eventuais exceções deverão ser apresentadas ao CTM para análise e avaliação.

Recomenda-se que as Agências disponham/façam uso de Otimizadores e Softwares multimídia cuja escolha do fornecedor fica a seu critério.

GRUPOS QUATRO E CINCO

As Agências dos Grupos Quatro e Cinco assumem o compromisso de dispor/fazer uso, respectivamente, de 03 (três) e 01 (um) dos serviços de informações de mídia disponibilizados pelos Fornecedores com serviços credenciados pelo CENP.

Associações Fundadoras



Associações Institucionais



Os compromissos poderão ser flexibilizados por recomendação do Comitê Técnico de Mídia (CTM), sempre e comprovadamente, quando a oferta no mercado analisado for igual ou inferior ao disposto neste Anexo.

Nestes casos, a Agência deverá solicitar ao CTM a revisão do disposto, comprovando os fatos alegados.

GRUPOS SEIS E SETE

A essas Agências, o **CENP**, em parceria com os Fornecedores de Informações de Mídia com serviços credenciados pela entidade – www.cenp.com.br – disponibilizará, através do Banco de Informações de Mídia, as pesquisas e elementos tidos como necessários para lhes assegurar condições qualitativas de desempenho e possibilidade de ascensão.

Recomenda-se que a essas pesquisas sejam adicionadas outras informações de mercado e mídia que venham a agregar valor ao planejamento de mídia.

CONTRAPARTIDA ESPERADA DOS FORNECEDORES DE SERVIÇOS DE INFORMAÇÕES DE MÍDIA

O incentivo da ABAP, FENAPRO e Veículos, com o apoio do **CENP**, à disposição e utilização dos serviços de informações de mídia, deverá gerar uma contrapartida positiva dos Fornecedores com Serviços Credenciados no que diz respeito à qualidade dos dados e serviços disponibilizados, além dos preços ou descontos especiais para as Agências enquadradas nos Grupos Quatro, Cinco, Seis e Sete deste Anexo.

As Entidades e empresas acima mencionadas cuidarão de acertar com os Fornecedores com Serviços Credenciados uma proposta de controle de qualidade que priorize os seguintes tópicos:

- Crítica de toda informação que é produzida, ou seja, os dados só deverão constar de relatórios após terem sido checados pelo Fornecedor, que informará o assinante no caso de alguma irregularidade. Inclui-se neste item a inconsistência amostral de Veículos de baixa audiência, que devem ser excluídos dos relatórios;
- Racionalização dos dados e agilidade da informação para atender às necessidades do usuário obter e gerar respostas rápidas e concisas, aumentando sua proximidade com o mercado;
- O Fornecedor deverá ter uma equipe bem preparada, com conhecimento da metodologia e de todas as fases de processamento dos dados, para responder às dúvidas dos usuários com relação aos resultados que constam nos relatórios e processamentos especiais, cumprindo rigidamente os prazos de entrega;
- Zelar pelo bom atendimento ao mercado em geral, ampliando, se for o caso, as equipes com parte dos recursos provenientes dos novos assinantes, que são menos experientes no uso

Associações Fundadoras



Associações Institucionais



do serviço de informação de mídia e exigem maior dedicação de tempo dos Fornecedores e seu pessoal; e

- Avaliação sobre a necessidade e oportunidade de inclusão de novos serviços de informações de mídia passíveis de credenciamento pelo **CENP** para inclusão neste Anexo, por recomendação da ABAP/FENAPRO.
- As tabelas e terminologias usadas nos relatórios devem ser autoexplicativas;

Do ponto de vista comercial, as Entidades e empresas acima mencionadas também deverão cobrar dos Fornecedores beneficiados uma política de preços que incentive o mercado assinante a evoluir em suas análises através do uso de processamentos e consultas especiais, mas evitando a duplicação de custos.

Além disso, deverá ser cobrado dos Fornecedores o reinvestimento de parte da maior receita gerada pela expansão do mercado em itens como:

- Desenvolvimento de novos softwares;
- Expansão da área de cobertura dos estudos regulares;
- Ampliação do número de mercados estudados; e
- Maior uso de recursos avançados (como, por exemplo, people meters).

Associações Fundadoras



Associações Institucionais



ANEXO "B"

SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS

Instituído pelo item 6.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária

INVESTIMENTO BRUTO
ANUAL EM MÍDIAPERCENTUAL NEGOCIÁVEL DO
DESCONTO-PADRÃO DE AGÊNCIA
A SER APLICADO SOBRE O

INVESTIMENTO BRUTO DO

ANUNCIANTE

Até R\$ 2.500.000,00.

Nihil.

De R\$ 2.500.000,01
a R\$ 7.500.000,00.Até 2% (dois por cento)
do investimento brutoDe R\$ 7.500.000,01
a R\$ 25.000.000,00.Até 3% (três por cento)
do investimento bruto.De R\$ 25.000.000,01
em diante.Até 5% (cinco por cento)
do investimento bruto.

Associadas Fundadoras



Associadas Institucionais



ANEXO "C"

DOS PLANOS DE INCENTIVO

Os normativos dispostos neste Anexo referem-se aos planos de incentivo instituídos por veículos de comunicação, tratados nos itens 4.1, 4.1.1, 4.2 e 4.10⁵ das Normas-Padrão.

Neste documento, as agências de publicidade são designadas, simplesmente, como "agências"; os veículos de comunicação como "veículos" e os planos de incentivo como "incentivo":

1. O incentivo como melhor prática é instrumento lícito e legal e terá como propósito o desenvolvimento do mercado publicitário, a qualificação técnica e profissional da agência, objetivando sempre a excelência dos serviços que ela presta tanto ao veículo quanto a anunciantes.
2. O incentivo é iniciativa unilateral do veículo, dirigido unicamente à pessoa jurídica da agência, sendo indevida a ingerência externa de qualquer tipo, inclusive do CENP. Dado o seu caráter de liberalidade, o veículo está livre para configurar o respectivo plano, bem como para e não apenas: estabelecer critérios, objetivos, metas, âmbito, metodologia de aferição, duração, condições para habilitação, inclusão e exclusão de agência, e estipular os frutos, que poderão ser ou não de natureza monetária.
3. O incentivo vincula tão-somente o veículo instituidor e a agência por ele habilitada, sem que dessa relação empresarial resulte ônus para os clientes-anunciantes, os quais, por definição, não são parte dela.
4. As recomendações de mídia da agência basear-se-ão na boa técnica, prevalecendo esta sobre o escopo do incentivo, ressalvado sempre o direito de escolha do anunciante.
5. Os frutos proporcionados pelo incentivo constituem receita da agência, a ser regularmente escriturada e oferecida à tributação.
6. É lícito ao cliente indagar se a agência participa ou não de planos de incentivo, assim como, é lícito à agência e ao veículo guardar, nos termos da lei, sigilo acerca de valores recebidos e pagos, e dos critérios para a concessão de incentivos.

⁵ Atual redação do item 4.8 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária

Associadas Fundadoras



Associadas Institucionais



1

Estas **Normas-Padrão da Atividade Publicitária** devem ser aplicadas tanto no espírito quanto na letra.

As Agências de Propaganda, Anunciantes e Veículos de Comunicação representados pelas entidades signatárias ou que firmarem isoladamente este acordo terão prazo de até 120 (cento e vinte) dias contados desta data, para ajustar-se aos preceitos acordados, tendo em vista o disposto no art. 17 da Lei nº 4.680/65.

Eventuais adesões após o prazo acima deverão fazer-se acompanhar da demonstração prévia de sua conformidade aos preceitos acordados neste instrumento.

São Paulo, 16 de dezembro de 1998.

José Carlos Aguilera Fernandes
ABA – Associação Brasileira de Anunciantes.

Flávio Antonio Artur Oscar Alcides Corrêa
ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade.

Paulo Machado de Carvalho Neto
ABERT – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão.

Claudio Santos
ABTA – Associação Brasileira de Telecomunicações por Assinatura.

Francisco Mesquita Neto
ANJ – Associação Nacional de Jornais.

José Carlos Salles Gomes Neto
ANER – Associação Nacional de Editores de Revistas.

Carlos Alberto Nanô Luís R. Ferreira Valente Filho
Central de Outdoor.

Antonio Luiz de Freitas
FENAPRO – Federação Nacional das Agências de Propaganda.

Associações Fundadoras



Associações Institucionais



NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA

- 1. Conceitos Básicos**
- 2. Das Relações entre Agências, Anunciantes e Veículos**
- 3. Das Relações entre Agências e Anunciantes**
- 4. Das Relações entre Agências e Veículos**
- 5. Das Relações entre Veículos e Agenciadores Autônomos**
- 6. Das Práticas e Procedimentos Operacionais da Atividade Publicitária**
- 7. Do CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão**
- 8. Das Disposições Gerais e Transitórias**

1. CONCEITOS BÁSICOS

1.1 Publicidade ou Propaganda: é, nos termos do art. 2º do Dec. nº 57.690/66, qualquer forma remunerada de difusão de idéias, mercadorias, produtos ou serviços por parte de um anunciante identificado.

1.2 Anunciante ou Cliente: é, nos termos do art. 8º do Dec. nº 57.690/66, empresa, entidade ou indivíduo que utiliza a propaganda.

1.3 Agência de Publicidade ou Agência de Propaganda: é nos termos do art. 6º do Dec. nº 57.690/66, empresa criadora/produtora de conteúdos impressos e audiovisuais especializada nos métodos, na arte e na técnica publicitárias, através de profissionais a seu serviço que estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos Veículos de Comunicação, por ordem e conta de Clientes Anunciantes com o objetivo de promover a venda de mercadorias, produtos, serviços e imagem, difundir idéias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições a que servem.

1.4 Veículo de Comunicação ou, simplesmente, Veículo: é, nos termos do art. 10º do Dec. nº 57.690/66, qualquer meio de divulgação visual, auditiva ou audiovisual.

1.5 Fornecedor de Serviços ou, simplesmente, Fornecedor: é a pessoa física ou jurídica especializada e tecnicamente capacitada a fornecer os serviços ou suprimentos necessários ao estudo, concepção e execução da publicidade, em complementação ou apoio às atividades da Agência, Anunciante e Veículo.

1.6 Agenciador de Propaganda: é a pessoa física registrada e remunerada pelo Veículo, sujeita à sua disciplina e hierarquia, com a função de intermediar a venda de espaço/tempo publicitário.

1.7 Agenciador Autônomo: é profissional independente – sem vínculo empregatício com Anunciante, Agência ou Veículo – que encaminha publicidade por ordem e conta do Anunciante.

1.8 Balcão de Anúncios: é a pessoa jurídica independente, equiparada ao Agenciador Autônomo, que capta publicidade para distribuição aos Veículos de Comunicação.

1.9 Representante de Veículo ou simplesmente, Representante: é a pessoa jurídica ou física especializada que trata dos interesses comerciais de seus representados.

1.10 Valor Negociado: é o valor fixado na lista pública de preços dos Veículos de Comunicação, já deduzidos os descontos comerciais.

1.11 Desconto-Padrão de Agência¹ ou simplesmente Desconto Padrão: é a remuneração da Agência de Publicidade pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes, na forma de percentual estipulado pelas Normas-Padrão, calculado sobre o “Valor Negociado”.

1.12 Valor Faturado: é a remuneração do Veículo de Comunicação, **resultado da** diferença entre o “Valor Negociado” e o “Desconto-Padrão”.

1.13 “Fee”: é o valor contratualmente pago pelo Anunciante à Agência de Publicidade, nos termos estabelecidos pelas Normas-Padrão, independente do volume de veiculações, por serviços prestados de forma contínua ou eventual.

¹ Fundamentos legais: art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965, art. 11 do Decreto nº 57.690, de 1966 e art. 19 da Lei nº 12.232, de 2010.

Associações Fundadoras



Associações Institucionais



2. DAS RELAÇÕES ENTRE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE, ANUNCIANTES E VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO

2.1 As relações entre Agências, Anunciantes e Veículos são, a um só tempo, de natureza profissional, comercial e têm como pressuposto a necessidade de alcance da excelência técnica por meio da qualificação profissional e da diminuição dos custos de transação entre si, observados os princípios deste instrumento, a ética e as boas práticas de mercado, incentivando a plena concorrência em cada um desses segmentos.

2.2 Os Veículos comercializarão seu espaço, seu tempo e seus serviços com base em preços de conhecimento público, válidos, indistintamente, tanto para negócios que os Anunciantes lhes encaminharem diretamente, quanto para aqueles encaminhados através de Agências. É lícito que, sobre esses preços, os Veículos ofereçam condições ou vantagens de sua conveniência, observado o disposto no item 2.3. destas Normas-Padrão.

2.3 A relação entre Anunciante e sua Agência tem relevância para a relação entre o Anunciante e o Veículo. Na presença dessa relação, o Veículo deve comercializar seu espaço/tempo ou serviços através da Agência, nos termos do parágrafo único do artigo 11 da Lei nº 4.680/65, de tal modo que fique vedado:

(a) ao Veículo oferecer ao Anunciante, diretamente, vantagem ou preço diverso do oferecido através de Agência;

(b) à Agência, omitir ou deixar de apresentar ao Cliente proposta a este dirigida pelo Veículo.

2.3.1 É livre a contratação de permuta de espaço, tempo ou serviço publicitário entre Veículos e Anunciantes, diretamente ou por intermédio da Agência de Publicidade responsável pela conta publicitária.

2.3.2 Quando a contratação de que trata o item 2.3.1 envolver serviços de Agência de Publicidade, esta fará jus à remuneração, observadas as disposições estabelecidas em contrato.

2.4 O Anunciante é titular do crédito concedido pelo Veículo com a finalidade de amparar a aquisição de espaço, tempo ou serviço, diretamente ou por intermédio de Agência de Publicidade.

2.4.1 A Agência de Publicidade que intermediar a veiculação atuará sempre por ordem e conta do Anunciante, observado o disposto nos itens 2.4.1.1 a 2.4.1.3.

2.4.1.1 É dever da Agência de Publicidade cobrar, em nome do Veículo, nos prazos estipulados, os valores devidos pelo Anunciante, respondendo perante um e outro pelo repasse do "Valor Faturado" recebido ao Veículo.

2.4.1.2. A fatura do Veículo será encaminhada ao Anunciante por meio da Agência de Publicidade.

2.4.1.3 Tendo em vista que o fator confiança é fundamental no relacionamento comercial entre Veículo, Anunciante e Agência e sendo esta última depositária dos valores que lhes são encaminhados pelos Clientes/Anunciantes para pagamento dos Veículos e Fornecedores de serviços de propaganda, fica estabelecido que, na eventualidade da Agência reter indevidamente aqueles valores sem o devido repasse

Associadas Fundadoras



Associadas Institucionais



aos Veículos e/ou Fornecedores, terá suspenso ou cancelado seu Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo CENP.

2.4.2 Em virtude de prévio e expresso ajuste, o Anunciante poderá repassar por meio do Veículo a importância correspondente ao "Desconto-Padrão", observado que nesta hipótese o Veículo somente poderá faturar ou contabilizar como receita própria a parcela correspondente ao "Valor Faturado"²

2.4.3 Excepcionalmente, nos termos de prévio e expresso ajuste, o Anunciante, poderá efetivar diretamente os pagamentos correspondentes ao "Valor Faturado" e ao "Desconto-Padrão", respectivamente, ao Veículo e à Agência de Publicidade.

2.5 O "Desconto-Padrão de Agência" de que trata o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e art. 11 do Decreto 57.690/66, bem como o art. 19 da Lei 12.232/10, é a remuneração destinada à Agência de Publicidade pela concepção, execução e distribuição de propaganda, por ordem e conta de clientes anunciantes.

2.5.1 Toda Agência que alcançar as metas de qualidade estabelecidas pelo CENP, comprometendo-se com os custos e atividades a elas relacionadas, habilitar-se-á ao recebimento do "Certificado de Qualificação Técnica", conforme o art. 17, inciso I alínea "I" do Decreto nº 57.690/66, e fará jus ao "desconto padrão de agência" não inferior a 20% (vinte por cento) sobre o valor dos negócios que encaminhar ao Veículo por ordem e conta de seus Clientes.

2.5.1.1 No caso de relações *non compliance* indicadas pelo organismo de ética da entidade, o percentual será fixado pelos veículos de acordo com o que dispõe o art. 11³, da Lei nº 4.680/65, independentemente de qualquer recomendação do CENP, observado o disposto no art. 74 dos Estatutos Sociais.

2.5.2 O "Certificado de Qualificação Técnica" será válido pelo período de 1 (um) a 5 (cinco) anos, a critério do CENP, e sua renovação atenderá ao disposto no item 2.5.3 destas Normas-Padrão.

2.5.3 Serão requisitos obrigatórios para pleitear a certificação que a Agência disponha, em caráter permanente, de estrutura profissional e técnica, bem como de um conjunto mínimo de informações e dados de mídia, cuja configuração está estabelecida no ANEXO "A". Os dados e documentos fornecidos pela Agência ao CENP terão caráter de informações juradas, respondendo a Agência, seus representantes legais e prepostos por sua integridade, veracidade e consistência.

2.5.3.1 A certificação será precedida de análise das informações juradas prestadas pela Agência, podendo o CENP, para tanto, realizar diligências e exames com o objetivo de comprová-las.

2.5.3.2 A prática de perjúrio ou a apresentação de documentação inconsistente, apurada mediante procedimento apropriado a ser instaurado pelo CENP, dará causa

² Fundamento legal: art. 19 da Lei nº 12.232, de 2010

³ Art. 11. A comissão, que constitui a remuneração dos Agenciadores de Propaganda, bem como o desconto devido às Agências de Propaganda, serão fixados pelos Veículos de Divulgação sobre os preços estabelecidos em tabela.

Associações Fundadoras



Associações Institucionais



à redução do prazo de validade, à suspensão ou ao cancelamento do “Certificado de Qualificação Técnica”.

2.5.3.3 A fim de garantir a efetividade das Normas-Padrão e a publicidade de seus atos, o **CENP** deverá divulgar a decisão de reduzir o prazo de validade, suspender ou cancelar o “Certificado de Qualificação Técnica”, expedindo circulares, publicando-as em boletins e no “web-site” para conhecimento dos associados fundadores e institucionais, autoridades públicas e Veículos de Comunicação.

2.5.4 Competirá ao **CENP** credenciar os serviços dos Fornecedores de Informações de Mídia e de Verificação de Circulação, para os efeitos do ANEXO “A”.

2.5.5 Competirá ao **CENP** a edição das normas sobre habilitação e certificação das Agências para os efeitos deste item.

2.6 Dadas as peculiaridades que afetam o relacionamento com os Anunciantes do setor público, estes têm a obrigação de fornecer suporte legal e formal (empenho e demais atos administrativos decorrentes) ao contratar espaço/tempo e serviços junto a Veículos e Fornecedores, diretamente ou através de Agências, ficando estas responsáveis pela verificação da regularidade da contratação. Emitida a autorização, o Veículo ou Fornecedor presumirá que a Agência atesta que a referida documentação é suficiente para amparar o pagamento devido.

2.7 É facultado à Agência negociar parcela do “desconto padrão de agência” com o respectivo Anunciante, observados os preceitos estabelecidos nos itens 3.5 e 6.4 destas Normas-Padrão.

2.8 É facultada, como exceção à regra do item 3.6.1, a negociação entre Agência e Anunciante dos honorários sobre os serviços e suprimentos externos, desde que seja expressivo o investimento bruto anual a ser aplicado em publicidade pelo Anunciante através da Agência contratada, bem como que a verba de mídia seja pelo menos duas vezes maior do que a da produção.

2.9 Conforme determina o art. 17, inciso I, alínea “f” do Dec. nº 57.690/66, é vedada a contratação de propaganda em condições antieconômicas, anticoncorrenciais ou que importem concorrência desleal, podendo o **CENP**, diante de tais condutas, aplicar as sanções previstas no art. 74 dos seus Estatutos, bem como representar à autoridade competente, para a imposição das sanções previstas na legislação aplicável.

2.10 Estas Normas-Padrão da Atividade Publicitária devem ser aplicadas tanto no espírito quanto na letra.

3. DAS RELAÇÕES ENTRE ANUNCIANTES E AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE

3.1 Toda Agência, habilitada e certificada em conformidade com o item 2.5 e subitens destas Normas-Padrão, deve estar capacitada a prestar a seu Cliente os seguintes serviços, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por ordem e conta do Cliente/Anunciante:

3.1.1 Estudo do conceito, idéia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;

Associações Fundadoras



Associações Institucionais



3.1.2 Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, idéia, marca, produto ou serviço encontre melhor possibilidade de assimilação;

3.1.3 Identificação e análise das idéias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;

3.1.4 Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise das suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao mercado e à concorrência;

3.1.5 Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (Criação) e o estudo dos meios e Veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de Mídia);

3.1.6 Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos Veículos contratados (execução de Mídia), e o pagamento das faturas.

3.2 A Agência deve dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração com seu Cliente, de modo a assegurar que o plano publicitário alcance os objetivos pretendidos e que o Anunciante obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou idéia.

3.3 A contratação da Agência pelo Anunciante deve respaldar-se, preferencialmente, em documento escrito, do qual deverá constar o prazo da prestação de serviços e os ajustes que as partes fizerem, complementando e/ou detalhando dispositivos destas Normas-Padrão. O prazo poderá ser indeterminado, mas o seu término deverá ser precedido de aviso dado pela parte interessada à outra com, pelo menos, 60 (sessenta) dias de antecedência. Na vigência da relação contratual, a Agência abster-se-á de colaborar com empresas, instituições, conceitos, idéias, marcas, produtos ou serviços que concorram diretamente com o Cliente; este, reciprocamente, abster-se-á de utilizar os serviços de outras Agências para a difusão dos mesmos conceitos, idéias, marcas, produtos ou serviços; salvo convenção em contrário.

3.4 Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a Agência deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia, disponíveis no mercado, necessários à prestação de serviços de controle da verba do Anunciante.

3.5 Nas transações entre Anunciantes e Agências tendo por objeto a parcela negociável do “desconto padrão de Agência”, adotar-se-ão como referência de melhor prática os parâmetros contidos no ANEXO “B” a estas Normas-Padrão.

3.6 Todos os demais serviços e suprimentos terão o seu custo coberto pelo cliente, deverão ser adequadamente orçados e requererão prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução. O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da base territorial onde a Agência estiver localizada e não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos.

3.6.1 Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a Fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. O

Associadas Fundadoras



Associadas Institucionais



Cliente deverá pagar à Agência "honorários" de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer Fornecedores.

3.6.2 Quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo o Anunciante pagará à Agência "honorários" de no mínimo 5% (cinco por cento) e no máximo 10% (dez por cento).

3.7 Como estímulo e incentivo à criatividade, presume-se que as idéias, peças, planos e campanhas de publicidade desenvolvidos pertençam à Agência que os criou, observada a legislação sobre o direito autoral.

3.8 Ao modificar ou cancelar serviços internos já aprovados, executados ou em execução, o Cliente deverá pagar à Agência o custo desses serviços. A modificação ou o cancelamento de serviços ou suprimentos externos, observará as condições para tanto estabelecidas pelo Fornecedor ou Veículo, e obrigará o Cliente tanto ao pagamento dos custos já efetivados, como ao ressarcimento das obrigações irretratáveis.

3.9 Constitui prática desleal a apresentação, pela Agência, de trabalhos de qualquer natureza em caráter especulativo a Cliente de outra Agência, a não ser quando expressamente solicitada pelo Anunciante em concorrência para escolha de Agência.

3.10 Como alternativa à remuneração através do "desconto padrão de agência", é facultada a contratação de serviços de Agência de Publicidade mediante "fees" ou "honorários de valor fixo", a serem ajustados por escrito entre Anunciante e Agência, respeitado o disposto no item 2.9 destas Normas-Padrão.

3.10.1 O "fee" poderá ser cumulativo ou alternativo à remuneração de Agência decorrentes do "desconto padrão de agência"; de produção externa, de produção interna e de outros trabalhos eventuais e excepcionais, tais como serviços de relações públicas, assessoria de imprensa, etc.

3.10.2 Em qualquer situação ou modalidade de aplicação do "fee", a Agência deverá ser remunerada em valor igual ou aproximado ao que ela receberia caso fosse remunerada na forma do item 2.5.1, sempre de comum acordo entre as partes, contanto que os serviços contratados por esse sistema sejam os abrangidos no item 3.1 e preservados os princípios definidos nos itens 2.7, 2.8, 2.9 e 3.4.

3.10.3 Para adequação dos valores de remuneração de Agência através de "fee", como forma de evitar a transferência ou concessão de benefícios ao Cliente/Anunciante pela Agência, contrariando as Normas-Padrão, bem como as normas legais aplicáveis à espécie, recomenda-se a revisão, a cada 6 (seis) meses, dos valores efetivamente aplicados pelo Cliente/Anunciante em publicidade, em comparação aos valores orçados inicialmente ("budgets" de publicidade) e que tenham servido como parâmetro para a fixação dos valores do "fee".

3.11 Nas contratações com o setor público, os anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados

Associadas Fundadoras



Associadas Institucionais



separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental.

3.11.1 Consideram-se esferas Administrativas distintas o Município, o Estado e a União.

3.11.2 O disposto neste item aplica-se à:

- a) reversão da parcela do “desconto de agência”, de que tratam os itens 2.7, 3.5 e 6.4;
- b) negociação do custo dos serviços internos, de que trata o item 3.6, que poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos;
- c) negociação dos honorários incidentes sobre os serviços de que trata o item 3.6.1, ressalvado que os referidos honorários poderão ser integralmente eliminados/excluídos/suprimidos quando se tratar de ações de comunicação que geram veiculação;
- d) negociação dos honorários de que trata o item 3.6.2.

3.12 A possibilidade de eliminação/exclusão/supressão de custo e honorários de que tratam as letras “b” e “c” do subitem 3.11.2 é vedada nos casos em que, comprovadamente, seja comprometida a execução do contrato de prestação de serviços, ferindo o que dispõe o parágrafo 3º do art. 44 da Lei nº 8.666/93.

4. DAS RELAÇÕES ENTRE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO

4.1 É reservado exclusivamente à Agência como tal habilitada e certificada o “desconto padrão de agência”, nos termos do item 2.5 e seguintes destas Normas-Padrão, bem como eventuais frutos de planos de incentivo, voluntariamente instituídos por Veículos.

4.1.1 Os planos de incentivo concedidos pelos Veículos não poderão se sobrepor aos critérios técnicos na escolha de mídia nem servir como pretexto de preterição aos Veículos que não os pratiquem.

4.2 Os planos de incentivo às Agências mantidos por Veículos não contemplarão Anunciantes.

4.3 Não será aceita a compra e venda de espaço/tempo ou serviço em desacordo com o disposto na Lei nº 4.680/65 e no Decreto nº 57.690/66, e em especial a realizada por intermédio de centrais de mídia fechadas, de “bureaux de mídia” (“media brokers”), Agências independentes de mídia ou entidades assemelhadas.

4.4 A existência de vínculo entre determinada Agência e “central de mídia fechada”, “bureau de mídia”, Agências independentes de mídia ou entidade assemelhada, em razão de capital, acordo operacional ou de assistência técnica, parceria eventual ou simples mandato, não equipara tais entidades a uma Agência para o efeito de perceberem o “desconto padrão de agência” de que trata o item 2.5.1 destas Normas-Padrão.

Associações Fundadoras



Associações Institucionais



4.4.1 Entende-se por “central de mídia fechada” aquela entidade que se propõe a substituir determinado(s) Anunciante(s) e suas marcas na negociação e compra de espaço/tempo ou serviço, desconsiderando a Agência(s) apta(s) ao seu pleno atendimento e reconhecida(s) pelo Veículo(s) como detentora(s) da(s) conta(s).

4.4.2 A Agência que participar, no Brasil, do capital, direção técnica ou da operação das empresas ou entidades descritas nos itens 4.4 e 4.4.1 destas Normas-Padrão não fará jus ao “desconto padrão de agência”.

4.5 A Agência adquirirá espaço/tempo ou serviço individualmente, para uso exclusivo de seus respectivos Clientes. Os Veículos não aceitarão reservas nem efetivarão a venda de espaço/tempo sem a indicação precisa do Anunciante responsável pelo conteúdo da mensagem.

4.6 Salvo disposição em contrário, as negociações entre Agências e Veículos tomarão por base a verba individualizada de cada Cliente e, a critério de cada Veículo, as verbas das respectivas categorias e/ou marcas.

4.7 Quando adotada a forma de atendimento compartilhado, ou quando o Anunciante instituir uma “central de mídia aberta” para coordenar as atividades de compra de mídia, as Agências continuarão responsáveis: (a) pelo planejamento de mídia das marcas a elas confiadas, desde que as mesmas estejam plenamente capacitadas para tal; (b) pela emissão das autorizações de veiculação e (c) pelo pagamento das respectivas faturas.

4.8 Constitui prática desleal da Agência oferecer ou prometer, em nome de Veículo, desconto ou eventuais frutos de programas de incentivo por ele instituído, notadamente em ações de prospecção, concorrência ou licitação.

5. DAS RELAÇÕES ENTRE VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO E AGENCIADORES AUTÔNOMOS

5.1 Pela intermediação da venda de espaço/tempo ou serviços, os Agenciadores Autônomos farão jus a uma comissão inferior ao “desconto padrão de agência”, com o qual não se confunde, que será paga pelo Veículo após a liquidação da respectiva fatura pelo Anunciante.

5.2 O Veículo arbitrarará o percentual da comissão devida a Agenciadores, levando em consideração, além de outros critérios, o grau de complexidade de intermediação, a abrangência do serviço prestado e a oferta de serviços, na praça, por Agência de Propaganda portadora do “Certificado de Qualificação Técnica” concedido pelo CENP.

5.3 O Agenciador não poderá transferir ao Anunciante ou a terceiro a comissão recebida de Veículo.

5.4 Os Veículos suspenderão a concessão de comissão ao Agenciador que infringir o disposto no item 5.3 destas Normas-Padrão.

Associações Fundadoras



Associações Institucionais



6. DAS PRÁTICAS E PROCEDIMENTOS OPERACIONAIS DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA

6.1 A Agência de Publicidade que intermediar a veiculação atuará sempre por ordem e conta do Anunciante, observado o disposto nos itens 6.1.1 a 6.1.3.

6.1.1 É dever da Agência de Publicidade cobrar, em nome do Veículo, nos prazos estipulados, os valores devidos pelo Anunciante, respondendo perante um e outro pelo repasse do “Valor Faturado” recebido ao Veículo.

6.1.2. A fatura do Veículo será encaminhada ao Anunciante por meio da Agência de Publicidade.

6.1.3 Tendo em vista que o fator confiança é fundamental no relacionamento comercial entre Veículo, Anunciante e Agência e sendo esta última depositária dos valores que lhes são encaminhados pelos Clientes/Anunciantes para pagamento dos Veículos e Fornecedores de serviços de propaganda, fica estabelecido que, na eventualidade de a Agência reter indevidamente aqueles valores sem o devido repasse aos Veículos e/ou Fornecedores, terá suspenso ou cancelado seu Certificado de Qualificação Técnica concedida pelo CENP.

6.2 Em virtude de prévio e expresso ajuste, o Anunciante poderá repassar por meio do Veículo a importância correspondente ao “Desconto-Padrão”, observado que nesta hipótese o Veículo somente poderá faturar ou contabilizar como receita própria a parcela correspondente ao “Valor Faturado”⁴

6.3 Excepcionalmente, nos termos de prévio e expresso ajuste, o Anunciante, poderá efetivar diretamente os pagamentos correspondentes ao “Valor Faturado” e ao “Desconto-Padrão”, respectivamente, ao Veículo e à Agência de Publicidade.

6.4 É facultado à Agência negociar parcela do “desconto padrão de agência” a que fizer jus com o respectivo Anunciante, observados os parâmetros contidos no ANEXO “B” – SISTEMA PROGRESSIVO DE SERVIÇOS/BENEFÍCIOS, os quais poderão ser revistos pelo Conselho Superior das Normas-Padrão.

6.5 O “desconto padrão de agência” não será concedido:

- a) a Anunciantes diretamente ou a “Departamentos de Propaganda” de Anunciantes ou Agências Próprias (“House Agencies”) que não se conformarem ao disposto no item 2.5 e subitens; e item 8.5 destas Normas-Padrão;
- b) às empresas que se dedicam exclusiva ou principalmente à prestação de serviços de mídia, descritas nos itens 4.4 e subitens destas Normas-Padrão.
- c) à Agência que comprar, autorizar e pagar mídia em favor de Cliente(s) e/ou marca(s) cuja conta publicitária esteja confiada a outra Agência.
- d) quando o Veículo não reconhecer determinada Agência como responsável pelo pleno atendimento da conta publicitária de determinado Anunciante ou quando, mesmo

⁴ Fundamento legal: art. 19 da Lei nº 12.232, de 2010

reconhecida, não se tenha encarregado plenamente do atendimento da conta publicitária.

6.6 Tanto nas relações com anunciantes do setor público quanto privado, o veículo de divulgação não pode, para quaisquer fins, faturar e contabilizar valores correspondentes ao “desconto-padrão de agência” como receita própria, inclusive quando o repasse de tais valores à agência de publicidade for efetivado por meio de veículo de divulgação.

6.7 Para efeito dos itens 2.5, 6.6 e demais itens com estes relacionados, faz-se necessário inserir, no campo de informações adicionais das Notas Fiscais e Faturas Comerciais dos Veículos, a seguinte expressão:

“Valor de Referência do ‘Desconto-Padrão’ (remuneração da Agência – item 1.11 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária): R\$”

7. DO CENP – CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS-PADRÃO

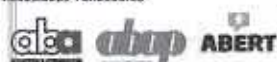
7.1 Compete ao Conselho Executivo das Normas-Padrão ou simplesmente **CENP**:

- a) avaliar e propor eventuais alterações a este instrumento e a seus anexos, face à dinâmica da evolução da atividade;
- b) esclarecer os interessados sobre o sentido de suas regras;
- c) outorgar os “Certificados de Qualificação Técnica” de que trata o item 2.5.1 deste instrumento;
- d) credenciar os serviços dos Fornecedores de Informações de Mídia e Verificação de Circulação, conforme previsto no item 2.5.4 deste instrumento;
- e) promover em conjunto com as Entidades participantes deste acordo o permanente aperfeiçoamento dos padrões qualitativos do mercado nos seus três segmentos, inclusive no que toca à ativa e leal concorrência dos que nele atuam.

7.2 O **CENP** terá um Conselho de Administração e Governança encarregado da sua direção, um Conselho Superior das Normas-Padrão encarregado pela matérias normativas do **CENP** e um Conselho de Ética, que ligado diretamente a este último, será encarregado de promover conciliações e mediações, bem como arbitrar conflitos e controvérsias entre os agentes do mercado que optaram por aderir ao modelo brasileiro de autorregulação, decidindo também acerca das violações à ética comercial no que se refere à legislação em vigor, inclusive quanto ao Código de Ética da Lei n. 4.680/65, as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, os Estatutos Sociais do **CENP** e demais documentos normativos.

7.3 O Conselho de Ética do **CENP** terá seu funcionamento disciplinado em Regimento Interno e atuará por meio dos seguintes órgãos especializados: Câmaras de Conciliação e Mediação, Câmaras de Arbitragem e Conflitos Éticos e Colégio de Presidentes, constituído cada um desses órgãos por representantes dos três segmentos, com paridade, na forma do Regimento Interno do Conselho de Ética.

Associadas Fundadoras



Associadas Institucionais



7.3.1 Na análise das reclamações e disputas que lhe forem submetidas, o **CENP** adotará a ética e as melhores práticas comerciais como fins; e a tentativa de conciliação e mediação ou a realização de arbitragens de conflitos como meios, assegurando às partes amplo direito de defesa e a garantia do contraditório.

7.4 O Conselho Superior das Normas-Padrão será constituído por 4 (quatro) representantes de Anunciantes, designados pela ABA; 6 (seis) representantes de Agências, designados, respectivamente, 3 (três) pela ABAP e 3 (três) FENAPRO; e 12 (doze) representantes de Veículos.

7.4.1 O Conselho Superior das Normas-Padrão também poderá contar com 1 (um) representante da União, designado pela Secretaria da Comunicação de Governo, da Presidência da República, ou de órgão que venha a sucedê-la na incumbência de coordenar e supervisionar a publicidade dos órgãos e entidades da Administração Pública Federal, direta e indireta.

7.5 O **CENP**, constituído como uma associação civil sem fins lucrativos e duração por prazo indeterminado, tem sede e foro na cidade de São Paulo.

8. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS

8.1 A atividade publicitária exercida pelas Agências, Agenciadores de Propaganda, Agenciadores Autônomos, Fornecedores e Veículos de Comunicação, por ordem e conta dos Anunciantes, é regida pela Lei Federal nº 4.680/65; pelo Decreto Federal nº 57.690/66, parcialmente alterado pelo Decreto Federal nº 2.262/97; este revogado pelo Decreto Federal 4.563/02 que deu nova redação ao artigo 7º do Decreto Federal 57.690/66; pelo Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, instituído pelo I Congresso Brasileiro de Propaganda, realizado em 1957 e incorporado à mencionada Lei nº 4.680/65; e pelo Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária (1978).

8.2 À falta de uma entidade que congregue coletivamente todos os Veículos em âmbito nacional e até a sua constituição, o segmento Veículos será representado no **CENP** por 12 (doze) representantes designados em comum acordo pelas entidades e organizações signatárias do Acordo de Auto-Regulamentação de 25 de junho de 1997, que precedeu à edição destas Normas-Padrão.

8.3 Estas **NORMAS-PADRÃO DA ATIVIDADE PUBLICITÁRIA** revogam e substituem:

- I. As “Normas-Padrão para Prestação de Serviços de Comunicação pelas Agências de Propaganda e Veículos de Comunicação e suas Recíprocas Relações”, de 25/6/97.
- II. As “Normas-Padrão” editadas pela ABAP em 1960, em acatamento ao I Congresso Brasileiro de Propaganda (1957) e
- III. As normas e recomendações contidas na “Instrução Nº 1”, editada pela ABAP, em conjunto com outras entidades, em 23/4/68.

8.4 Agências e Anunciantes que firmam este acordo terão prazo de até 120 (cento e vinte) dias contados desta data para ajustar-se aos preceitos acordados neste instrumento, tendo em vista o disposto no artigo 17 da Lei nº 4.680/65.

Associadas Fundadoras



Associadas Institucionais



8.4.1 Eventuais adesões de Agências após o prazo previsto no “caput” deverão fazer-se acompanhar da demonstração prévia de sua conformidade aos parâmetros acordados no Anexo “A”.

8.5 As empresas referidas no item 6.5 letra “a” (“House Agencies”) destas Normas-Padrão que estiverem em atividade, de maneira ininterrupta, nos 24 (vinte e quatro) meses que precederam à edição deste instrumento, farão jus ao “desconto padrão de agência” estritamente em relação aos Clientes que estejam atendendo no presente, em conformidade com o regime especial de habilitação e certificação que será estabelecido pelo CENP.

8.6 Os casos omissos serão dirimidos pelo CENP.

8.7 Estas Normas-Padrão e seus Anexos passam a vigorar na data de sua publicação no “Diário Oficial da União”.

Parágrafo Único – O efeito de conferir vigor às Normas-Padrão e seus Anexos também poderá ser alcançado pela publicação em, pelo menos, dois jornais de grande circulação.

As presentes Normas-Padrão foram aprovadas em 16 de dezembro de 1998, inclusive os Anexos “A” e “B”, e seu texto revisado e atualizado pelo Conselho Superior das Normas-Padrão em 04/05/2000, 29/03/2001, 16/05/2002, 10/09/2002, 31/10/2002, 15/12/2010, 13/11/2012, 12/03/2013, 08/10/2013 e 12/11/2013. O Anexo “C” foi aprovado em 01/12/2008.

Associadas Fundadoras



Associadas Institucionais

