



**EDITAL DE LICITAÇÃO**

**OBJETO:** Contratação de agência de publicidade para a prestação de serviços publicitários de execução indireta na elaboração de projetos e campanhas para o Legislativo do Município de Pará de Minas, **nas campanhas previstas no “BRIEFING”**, que integra este Edital como Anexo VI.

**CONSULTA AO EDITAL E DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO:** NA INTERNET PELO SITE [www.parademinas.mg.leg.br](http://www.parademinas.mg.leg.br) OU NA SALA 3-8, SEDE DA CÂMARA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS À AV. PRESIDENTE VARGAS, Nº 1.935 – BAIRRO SENADOR VALADARES, PARÁ DE MINAS/MG.

**RETIRADA DO INVÓLUCRO Nº 01(OBRIGATÓRIO PARA PARTICIPAÇÃO):** NO SETOR DE LICITAÇÃO, SEDE DA CÂMARA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS À AV. PRESIDENTE VARGAS, Nº 1.935 – BAIRRO SENADOR VALADARES, PARÁ DE MINAS/MG, ATÉ O HORÁRIO DE 08h30min NA DATA DA ENTREGA DOS ENVELOPES, NA PRIMEIRA SESSÃO PÚBLICA, DIA 27/08/2018.

**ESCLARECIMENTOS:** EMAIL: [LICITACAO@CAMARAPM.MG.GOV.BR](mailto:LICITACAO@CAMARAPM.MG.GOV.BR); FAC-SIMILE (037) 3237-6079; TELEFONE: (037) 32376000, OU NA SALA DA COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO.

***O EDITAL CONSTANTE NOS AUTOS PREVALECE RÁ SOBRE O DISPONIBILIZADO NA INTERNET, CASO HAJA DIVERGÊNCIA SOBRE ELES.***



**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2018**  
**TIPO: TÉCNICA E PREÇO**

**REUNIÃO DE LICITAÇÃO**

Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preço serão recebidos na abertura da reunião de licitação, a ocorrer conforme descrito abaixo:

**DATA DA SESSÃO PÚBLICA: 27/08/2018**

**HORÁRIO: 09h**

**ENTREGA DOS ENVELOPES: ATÉ 09h30min**

**LOCAL:** Sala de Licitações nº 3-9, localizada na sede da Câmara, situada na Av. Presidente Vargas, nº 1.935, Senador Valadares Município de Pará de Minas/MG.

Os documentos de Habilitação das licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnica e de Preço serão recebidos e abertos na data, hora e local a serem designados pela Comissão Permanente de Licitações, em sessão pública devidamente designada.

Quando não previstos legalmente em contrário, os prazos contidos neste Edital são contados em dias corridos.

Presidente da CPL: Euler Aparecido de Souza Garcia

Membros da CPL: Carmélia Cândida da Silva Delfino  
Magna Libéria Ferreira  
Evandro Rafael Silva  
Jean dos Santos Silva

Presidente e Comissão Permanente de Licitação designados pela Portaria nº 48 de 05 de março de 2018.

A presente licitação, sob a modalidade de Concorrência Pública, reger-se-á pelas normas gerais da Lei Federal nº 12.232/2010, 8.666/93, atualizada pelas leis 8.883/94, 9.648/98, 9.854/99 e 4.680/65, bem como, a Lei Complementar 123/2006, considerando ainda, quando se fizer necessário, o disposto nas seguintes Leis: Lei n.º 4.563/03, pelo Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966 e pelas normas padrão de atividade publicitária, contidas em documento assinado pelas entidades nacionais representativas dos segmentos que compõem esta atividade, em São Paulo, no dia 16 de dezembro de 1998, sob orientação do CENP, Conselho Executivo de Normas Padrão, e Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, além das demais disposições legais aplicáveis e do disposto neste edital.



A Câmara Municipal de Pará de Minas, inscrita no CNPJ sob o nº 20.931.994/0001-77, com sede à Av. Presidente Vargas, nº 1935, nesta cidade de Pará de Minas / MG, por meio de seu Presidente, Presidente da CPL e Comissão Permanente de Licitação, integrada pelos servidores designados, torna público para conhecimento de quem possa se interessar, a abertura do Processo Licitatório nº 09/2018 na modalidade **CONCORRÊNCIA nº 01/2018** do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, objetivando a contratação de agência de publicidade para a prestação de serviços publicitários de execução indireta, na elaboração de projetos e campanhas para o Legislativo do Município de Pará de Minas, **previstos no BRIEFING, Anexo do presente Edital**, com as seguintes características:

## 1 – DO OBJETO

1.1 Compreendem os serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas, integradamente, que tenham por objetivo o estudo, 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, nos termos do subitem 1.4.2.

1.2 Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) à produção e à execução técnica das peças e projetos criados;
- b) ao planejamento, gerenciamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados à determinada ação publicitária;
- c) realização de estudos e pesquisas motivacionais, de opinião e de outros meios de avaliação sobre os veículos de divulgação que melhor puderem difundir o produto e/ou serviço no que se refere a sua natureza, influência, eficiência, às suas características e ao custo da publicidade;
- d) à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas;
- e) produção e veiculação de anúncios, publicidade institucional e legal em emissoras de rádio, TV, jornais, revistas, sites e em outros meios alternativos de mídias, podendo ter abrangência local, regional, estadual e/ou nacional;
- f) intermediação na veiculação de peças nos diferentes meios de comunicação;
- g) execução do plano apresentado conforme anuência do contratante;



- h) aprimoramento e/ou reformulação, suporte técnico e manutenção do portal oficial (site) da Câmara.

1.2.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.2, “b”, terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o “mercado” ou o ambiente de atuação da Câmara Municipal, o público alvo, e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- b) aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
- c) possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.2.2. Tais serviços deverão ter caráter legal, educativo, informativo ou de orientação social, perseguindo sempre a meta de eficiência e racionalidade na otimização e aplicação dos recursos descritos neste edital, seus anexos e mediante contrato a ser celebrado com a Câmara Municipal de Pará de Minas, por um período de 12 (doze) meses, podendo este prazo ser prorrogado nos termos legais.

1.3. 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.

1.3.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 1.3 o patrocínio de mídia – assim entendido os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de divulgação – e o patrocínio de transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

1.4 Para a prestação de serviços será contratada uma empresa de propaganda, doravante denominada AGÊNCIA, que tenha suas atividades disciplinadas pela Lei nº 4.680/65 e que tenha obtido o certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos do art. 4º da Lei nº 12.232/2010.

1.4.1 A Agência atuará de acordo com solicitação da Câmara Municipal, por meio de seu Presidente e da Chefia de Divisão de Comunicação e Cerimonial.

1.4.2 A agência atuará por conta e ordem da Câmara Municipal 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 demais meios de divulgação para a transmissão das mensagens publicitárias.

1.4.3 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto desta licitação.

## **2- CONDIÇÕES GERAIS**



2.1. A participação nesta Concorrência implica para a licitante:

- a) A confirmação de que recebeu da Comissão o invólucro nº. 01, bem como todos os documentos e informações necessárias à participação nesta licitação;
- b) A observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor;
- c) A responsabilidade pela veracidade das informações e dos documentos que apresentar durante a licitação;

2.2. Não poderão participar da licitação empresas:

- a) Cujos sócios, administradores, empregados, controladores sejam servidores da Câmara Municipal de Pará de Minas;
- b) Suspensas de licitar ou impedidas de contratação com a Câmara Municipal de Pará de Minas, enquanto durar a suspensão ou impedimento;
- c) Declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurar o motivo determinante da punição ou até que seja promovida a reabilitação;
- d) Que se encontrem sob falência decretada, concordata/recuperação judicial e extrajudicial, concurso de credores, dissolução ou liquidação;

2.3. Não é permitida:

- a) A participação de consórcio de empresas;
- b) A participação de licitante com mais de uma proposta.

2.4. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das propostas e documentos de habilitação exigidos nesta Concorrência, independentemente da condução ou do resultado da licitação.

2.5. Não poderão participar da licitação as agências integrantes de um mesmo grupo – assim entendidas, para efeitos deste edital, aquelas que tenham diretores ou sócios em comum.

### **3 – INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS**

3.1. Os pedidos de esclarecimentos não constituirão, necessariamente, motivos para que se altere a data e horário da Reunião de Licitação.

3.2. A solicitação de esclarecimento não deve utilizar termos que possam propiciar a identificação da proposta da licitante perante a Subcomissão Técnica, quando do



julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária – invólucro nº 01.

3.3. A Câmara Municipal de Pará de Minas dará conhecimento das consultas e respectivas respostas, sem informar a identidade da licitante consulente, exclusivamente por meio da internet, no endereço [www.parademinas.mg.leg.br](http://www.parademinas.mg.leg.br).

3.4. Cabe às licitantes interessadas acessar o referido endereço para conhecer as consultas e as respectivas respostas.

3.5. As alterações do Edital que afetarem a formulação da proposta serão divulgadas pela mesma forma que se deu o texto original, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido.

#### **4 – DA IMPUGNAÇÃO AO EDITAL**

4.1. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão, a licitante que não se manifestar até 02 (dois) dias úteis antes da data aprazada para apresentação das propostas, e o cidadão até 05 (cinco) dias úteis.

4.2. Considera-se licitante, para efeito do subitem 4.1, a empresa que tenha retirado o invólucro nº 01 na forma do subitem 8.1.1.

4.3. A impugnação deverá ser protocolizada fisicamente de segunda a sexta feira, na Sala de Licitações nº 3-9, localizada na sede da Câmara, situada na Av. Presidente Vargas, nº 1.935, Senador Valadares Município de Pará de Minas/MG, das 9h às 17h.

4.4. A impugnação tempestiva não impede a licitante de participar da licitação, até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

4.5. A impugnação também poderá ser enviada para o e-mail [LICITACAO@CAMARAPM.MG.GOV.BR](mailto:LICITACAO@CAMARAPM.MG.GOV.BR) caso em que o original deverá ser apresentado no endereço do subitem 4.3, no prazo de 5 (cinco) dias contados da recepção do e-mail, desde que a apresentação física da impugnação atenda o prazo indicado no subitem 4.1.

4.6. A apresentação de impugnação após o prazo estipulado no subitem 4.1 ou sem o protocolo do original, no caso do subitem 4.5, implica o seu recebimento como mera informação.

#### **5 – CREDENCIMENTO DOS REPRESENTANTES**

5.1. A licitante poderá designar apenas 01 preposto para representá-la na sessão de licitação.

5.2. Nenhum preposto poderá representar mais de uma licitante.



5.3. O credenciamento do preposto será realizado mediante Instrumento Público ou Particular, ou Carta de Credenciamento, conforme modelo sugestivo constante do Anexo 01, e deverá outorgar poderes para a prática de todos os atos pertinentes ao certame em nome da licitante, passando a compor os autos do processo licitatório.

5.4. Sendo o representante sócio, proprietário ou dirigente da empresa proponente, deverá apresentar cópia do respectivo Estatuto ou Contrato Social, no qual estejam expressos seus poderes para exercer direitos e assumir obrigações em decorrência de tal investidura.

5.5. O credenciado deverá identificar-se exibindo o documento de identidade, ou outro legalmente equivalente, fora dos envelopes.

5.6. Havendo substituição do representante credenciado no decorrente da licitação e caso haja interesse em designar outro credenciado, a licitante deverá apresentar novos documentos de representação.

5.7. Caso a licitante não deseje fazer-se representar na reunião de licitação, poderá encaminhar por meio de portador – na data, hora e local indicados no preâmbulo deste Edital – os invólucros com a documentação exigida para a sua participação no certame.

5.8. Não serão recebidos invólucros enviados por via postal.

## **6 – ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

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

<b>QUESITOS</b>	<b>SUBQUESITOS</b>
I – Plano de comunicação publicitária	Raciocínio Básico
II – Capacidade de atendimento	Estratégia de comunicação publicitária
III – Repertório	Ideia criativa
IV – Relatos de soluções de problemas de comunicação	Estratégia de mídia e não mídia

### **QUESITOS:**

#### **I – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

6.2. O Plano de Comunicação Publicitária deverá ser constituído por caderno específico composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, elaborado com base no briefing - ANEXO 05 e nas orientações deste Edital, observadas especialmente as seguintes previsões:

- I. Formatação realizada conforme subitens 6.2.5 a 6.2.9
- II. Elaboração em 02 (duas) vias, quais sejam:



- a) Plano de Comunicação Publicitária - Via não identificada.
  - i. O Plano de Comunicação Publicitária - Via não identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite, por si só, a identificação de sua autoria antes da abertura do invólucro nº. 2.
  
- b) Plano de Comunicação Publicitária – Via identificada.
  - i. O Plano de Comunicação Publicitária – Via identificada deverá constituir-se em exemplar com o mesmo conteúdo da Via não identificada – sem os exemplos de peças ou material da Ideia Criativa a que se refere o subitem 6.2.3.2 – e conter a identificação da licitante, assim como data e assinatura na última página e rubrica nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.

#### **SUBQUESITOS:**

6.2.1. Raciocínio básico é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante fará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Pará de Minas, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no briefing.

6.2.2. Estratégia de Comunicação Publicitária é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de texto, gráfico e/ou tabela no qual a licitante apresentará as linhas gerais de sua proposta para suprir o desafio de comunicação e alcançar os objetivos gerais e específicos, de comunicação relacionados a esse desafio expressos no briefing, compreendendo:

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

6.2.3. Ideia Criativa é um subquesito por meio do qual a licitante apresentará proposta de campanha publicitária para a execução da sua proposta de Estratégia de Comunicação Publicitária.

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



6.2.3.1.1. A relação deverá indicar as peças e/ou material que foram corporificados nos termos no subitem 6.2.3.2

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

- I. Ser apresentados sob a forma de:
  - a) Roteiro, leiaute e ou storyboard impressos, para qualquer meio;
  - b) Protótipo ou “monstro” para peças destinadas a rádio e internet;
  - c) Storyboard animado ou animatic, para TV e cinema.
  
- II. Limitar-se, sob pena de desclassificação, a 10 (dez) exemplos, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material, observada as seguintes regras:
  - a) Cada redução e ou variação de formato será considerada como uma peça;
  - b) Cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;
  - c) Peça seqüencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista, jornal, tablete, assim como painéis seqüenciais de mídia exterior – outdoor, adesivagem de fingers) será considerada como uma peça, se o entendimento da mensagem depender da leitura do conjunto seqüencial e uma peça sozinha não transmitir a mensagem completa da comunicação;
  - d) Um hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
  - e) Um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
  - f) Um banner e o hotsite para qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

6.2.3.2.1. Só serão aceitos exemplos de peças e ou material não finalizado.

6.2.3.2.2. Para a produção dos exemplos de peças e/ou material não serão aceitas capturas de vídeo.

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



6.2.3.2.4. Cada exemplo de peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: “cartaz”, “filme TV”, “spot rádio”, “anúncio revista”, “monstro internet”) formatada conforme previsão do subitem 6.2.5., VIII, destinada a facilitar o seu cotejo com a relação de peças e ou material a que se refere o subitem 6.2.3.1.

6.2.3.2.5. Os storyboard animados, animatics, protótipos e monstros deverão ser apresentados em dispositivos compatíveis com entrada USB (pen-drive e similares), executáveis no sistema operacional Windows, nos formatos universais, a exemplo de:

- I. Storyboards animados e animatics, para TV e cinema: avi, mov, Wmv, mpeg, vob e mp4;
- II. Protótipos e monstros, para rádio: mp3, wma;
- III. Protótipos e monstros, para internet: pdf, jpg, HTML, mpeg, swf e mov.

6.2.3.2.6. Os exemplos de peças e/ou material devem ter formatos compatíveis com suas características e se adequarem às dimensões do invólucro nº. 1, observado o disposto no subitem 8.2.2., II.

6.2.3.2.6.1. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro nº. 1 poderão ser dobradas.

6.2.3.2.6.2. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido – desde que não prejudique sua leitura – sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passe-partout.

6.2.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia é um subquesito que deverá ser desenvolvido por meio de textos, tabelas, gráfico e ou planilhas nos quais deverá ser apresentada:

- I. Justificativa da estratégia e das táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante e em função da verba referencial indicada no briefing.
- II. Simulação do plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças e ou material constantes da relação prevista no subitem 6.2.3.1.

6.2.4.1. Da simulação do plano de distribuição deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- I. Período de distribuição das peças e ou material;
- II. Quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- III. Valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- IV. Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;



- V. Quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- VI. Valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia.

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

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

- I. Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia;
- II. Deve ser desconsiderado o repasse da parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65;
- III. Devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

## **FORMATAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

6.2.5. O caderno específico que compõe o Plano de Comunicação Publicitária deverá observar a seguinte formatação:

- I. Caderno único, orientação retrato, com espiral preto colocado à esquerda;
- II. Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75gr/m<sup>2</sup> a 90gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- III. Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75gr/m<sup>2</sup> a 90gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- IV. Espaçamento de 2 cm, nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- V. Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- VI. Espaçamento “simples” entre linhas, e opcionalmente, duplo após título e entre títulos e entre parágrafos;
- VII. Alinhamento justificado do texto;
- VIII. Texto enumeração de páginas em fonte “arial”, cor automático, tamanho 12 pontos;
- IX. Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos.



6.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação de peças e ou material prevista no subitem 6.2.3.1. estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, não computadas nesse limite a capa e contracapa e as páginas eventualmente utilizadas apenas para separação dos subquesitos.

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

6.2.7. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito Ideia Criativa deverão ser apresentados:

- I. Separadamente (soltas) do caderno de que trata o subitem 6.2.5.;
- II. Adequados às dimensões do invólucro nº. 1, cabendo à licitante observar o disposto no subitem 8.2.2., II;

6.2.8. As tabelas e gráficos integrantes dos subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão:

- I. Ser editado em cores;
- II. Ter seu conteúdo editado com a fonte “arial”, tamanho “10 pontos”;
- III. Ser apresentado em papel A3 dobrado, que será considerado 02 (duas) páginas para efeitos do subitem 6.2.6.

6.2.9. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesitos Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- I. Ser editados em cores;
- II. Ter fontes e tamanho de fonte habitualmente utilizada nesses documentos, não sendo exigida formatação de margem específica;
- III. Ser apresentados em papel A3 dobrado.

## **CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

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

- I. A relação nominal dos seus principais clientes na data da apresentação das Propostas, com a especificação do inicio de atendimento de cada um deles;
- II. A quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;



- a) A qualificação deverá ser apresentada sob a forma de currículo resumido contendo, no mínimo, o nome, a formação e a experiência dos profissionais.
  - b) Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante aprovação prévia da Câmara Municipal de Pará de Minas.
- III. As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para execução do contrato;
- IV. A sistemática de atendimento e os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou e campanha e na elaboração de plano de mídia;
- V. As informações de marketing e comunicação, as pesquisas de audiência e auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal de Pará de Minas, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

6.3.1. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.3. deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4 ou A3 dobrado, com ou sem o uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

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

## **REPERTÓRIO**

6.4. O Repertório será constituído de peças e/ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante, agrupados em caderno específico.

6.4.1. No caderno específico do Repertório deverão ser apresentadas 10 (dez) peças e ou material independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição, observado o seguinte:

- I. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 1º de janeiro de 2014;
- II. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em dispositivos compatíveis com entrada USB (pen-drive ou similar), executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou serem apresentados separadamente (soltos);
- III. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico ou serem apresentadas separadamente (soltas).



- a) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.
- IV. As peças e ou material não podem se referir a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de Pará de Minas seja ou tenha sido signatária;
- V. Formatação na orientação retrato em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, com ou sem o uso de cores, em folhas numeradas seqüencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos;
- VI. Edição em papel A4 ou A3, preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação das dimensões originais das peças neles contidas.

6.4.1.1. Para cada peça e ou material previstos no subitem 6.4.1., deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta dos problemas que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, além do título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

6.4.1.2. A apresentação de peças e ou material em número inferior ao exigido no subitem 6.4.1. implica, para este quesito, pontuação máxima proporcional ao número de peças apresentadas.

6.4.1.2.1. A proporcionalidade a que se refere o subitem 6.4.1.2. será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 9.3., III.

6.4.2. Não há limitação de número de páginas para apresentação do repertório.

## **RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

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

6.5.1. As propostas de que trata o subitem 6.5. devem ter recebido autorização para sua produção.

6.5.2. A apresentação de apenas 1 (um) relato no caderno específico implica, para este quesito, pontuação máxima equivalente à metade da pontuação máxima prevista no subitem 9.3., IV.

6.5.3. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações executadas no âmbito de contratos de prestação de serviços de publicidade de que a Câmara Municipal de Pará de Minas seja ou tenha sido signatária.



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

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

6.5.4. Para cada Relato, é permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e/ou material – não computados no limite de páginas a que se refere o subitem 6.5 – independentemente do meio de divulgação, tipo ou característica da peça, caso em que, se incluídos:

- I. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em dispositivos compatíveis com entrada USB (pen-drive ou similar), executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico ou serem apresentados separadamente (soltos);
- II. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico mencionado no subitem 6.5., ou serem apresentadas separadamente (soltas), preservada, em qualquer hipótese, a compreensão de seu conteúdo e a indicação de suas dimensões originais:
  - a) Se apresentadas separadamente (soltas), as peças poderão ter qualquer formato, podendo inclusive ser apresentadas dobradas ou não.
- III. Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com ou dados técnicos de produção e/ou veiculação.

6.5.5. Os documentos e informações que compõem o caderno específico mencionado no subitem 6.5 deverão ser formatados em orientação retrato, em papel A4, com ou sem uso de cores, em fonte “arial”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante na forma de seus atos constitutivos.

6.5.5.1. Qualquer página com os documentos e informações do caderno específico poderá ser editada em papel A3 dobrado, caso em quer, para fins do limite previsto no subitem 6.5., o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4

## **7 - ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO**

7.1. A proposta de preço deverá ser elaborada conforme modelo constante do Anexo 03, informando o percentual de honorário incidente sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material, assim como à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias e o desconto a ser concedido nos custos internos, calculados sobre a Tabela de Referencial de Custos



Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, nos termos do art. 11 da lei 4.680/65, observando-se ainda que, para atender o disposto no parágrafo 3º do art. 44 e inciso II do art. 48 da lei 8.666/93, evitando-se a inexequibilidade do contrato administrativo que vier a ser firmado:

- I. Não será aceito percentual de honorário superior a 15% (quinze por cento) e nem abaixo de 10% (dez por cento) sobre serviços externos de produção;
- II. Não será aceito desconto superior a 65% (sessenta e cinco por cento) sobre a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais;
- III. Os referidos descontos sobre honorários e custos internos obedecerão a intervalos de 0,5 (meio) por cento;
- IV. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será validade o percentual por extenso, salvo se o conjunto da proposta demonstrar que o percentual correto é o previsto em algarismo;
- V. O percentual proposto será de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto;
- VI. O percentual proposto deverá contemplar todos os custos e despesas, diretos e indiretos, necessários à plena execução dos serviços objeto desta licitação, tais como despesas com pessoal, administração e encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc.);
- VII. A Proposta de Preço deverá ter declaração da licitante:
  - a) Comprometendo-se a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Câmara Municipal de Pará de Minas as vantagens obtidas.

7.2. A Proposta de Preço poderá adotar o modelo sugerido (Anexo 03) e deverá ser:

- I. Datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos.
- II. Firme e precisa, sem propostas alternativas ou condicionadas que induzam o julgamento a ter mais de um resultado.

7.2.1. Serão analisadas apenas as Propostas de Preço das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas.



7.2.2. A classificação das Propostas de Preço observará a ordem crescente dos percentuais apresentados, sendo considerada como a de menor preço aquela que receber melhor pontuação, referente à concessão de percentual de honorário sobre produção externa e de percentual de descontos sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, nos termos deste Edital.

7.2.3. O prazo de validade da Proposta de Preço deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias, a contar da data da abertura reunião de licitação, indicada na epígrafe deste Edital.

## **8 - DISPOSIÇÕES GERAIS**

8.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Licitação acondicionada em três invólucros distintos, conforme subitens 8.2, 8.3 e 8.4 e a Proposta de Preço, no invólucro nº. 4, conforme subitem 8.5, na data, hora e local indicados no tópico “Reunião de licitação” do preâmbulo deste Edital.

8.1.1. O invólucro nº. 1 será padronizado e fornecido pela Câmara Municipal de Pará de Minas mediante solicitação formal da licitante à Comissão de Licitação na Sala de Licitações nº 3-9, localizada na sede da Câmara, situada na Av. Presidente Vargas, nº 1.935, Senador Valadares Município de Pará de Minas/MG, das 9h às 17h até o dia anterior à data marcada para a primeira sessão pública e até às 08:30 h do dia marcado para a primeira sessão pública.

8.1.1.1. O invólucro nº. 1 deverá ser retirado por portador da empresa que dará recibo, no qual constarão os seguintes dados da empresa: nome empresarial, CNPJ, endereço, telefone e e-mail.

8.1.2. Os invólucros nº. 2, nº.3 e nº.4, serão providenciados pela licitante e deverão ser adequados às características de seu conteúdo, desde que invioláveis quanto às informações de que tratam até sua abertura.

**ATENÇÃO:** O invólucro nº. 5, contendo os documentos de Habilitação, deverá ser entregue em sessão pública específica, nos termos do item 10.

### **INVÓLUCRO Nº. 1**

8.2. No invólucro nº.1, o invólucro padronizado fornecido pela Câmara Municipal de Pará de Minas, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que trata o subitem 6.2, caput e inciso II, “a”.

8.2.1. O invólucro nº.1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

8.2.2. Para preservar, até a abertura do invólucro nº.2, o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro nº.1 não poderá:

- I. Apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 2.



- II. Estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

**ATENÇÃO:** Recomenda-se cuidado no manuseio do invólucro nº 01, a fim de evitar que qualquer dano ou deformação venha a gerar identificação direta ou indireta do licitante, nos termos do subitem 12.8.2. o impedimento em participar desta licitação.

### **INVÓLUCRO Nº. 2**

8.3. No invólucro nº. 2, deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, que trata o subitem 6.2, caput e inciso II, “b”.

8.3.1. O invólucro nº. 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº. 2**

**PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA  
CÂMARA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS  
CONCORRÊNCIA Nº 01/2018**

**EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)**

**CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante)**

### **INVÓLUCRO Nº. 3**

8.4. No invólucro nº. 3, deverão estar acondicionados os cadernos específicos, documentos e informação referentes à Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 6.3 a 6.5.

8.4.1. O invólucro nº. 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**PROPOSTA TÉCNICA – INVÓLUCRO Nº. 3**

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

**CÂMARA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**

**CONCORRÊNCIA Nº 01/2018**

**EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)**

**CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante)**

8.4.2. O invólucro nº. 3, assim como os cadernos específicos, documentos e informações que o compõe não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro nº.2.

### **INVÓLUCRO Nº. 4**



8.5. O invólucro nº. 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

**PROPOSTA DE PREÇO – INVÓLUCRO N°. 4**

**CÂMARA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**

**CONCORRÊNCIA N° 01/2018**

**EMPRESA: (indicar o nome empresarial da licitante)**

**CNPJ: (indicar o CNPJ da licitante)**

## **9 - JULGAMENTO DAS PROPOSTAS**

9.1. O critério de julgamento para a classificação das licitantes será o de **TÉCNICA E PREÇO**, nos termos do art. 5º da Lei 12.232/2010 e dos arts. 45, parágrafo 1º, III e 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93, sendo que é estabelecido o peso 0,60 para a Proposta Técnica e peso 0,40 para a Proposta de Preço.

9.2. O julgamento das Propostas Técnicas será realizado pela Subcomissão Técnica, prevista no item 11, que julgará conforme os seguintes atributos dos quesitos e subquesitos desenvolvidos pela licitante:

### **I. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

- a) Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão sobre:
  - o desafio de comunicação
  - as necessidades de comunicação da Câmara Municipal de Pará de Minas para enfrentar o desafio de comunicação.
- b) Estratégia de Comunicação Publicitária
  - i. Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Câmara Municipal de Pará de Minas e ao desafio de comunicação;
  - ii. Consistência lógica e a pertinência de argumentação em defesa do partido temático e do conceito propostos;
  - iii. Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Câmara Municipal de Pará de Minas com seus públicos;
  - iv. Adequação e a exeqüibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação;
  - v. Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.
  - vi. Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da Câmara Municipal de Pará de Minas, o desafio de



comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos, gerais e específicos, de comunicação e a verba disponível.

c) Ideia Criativa

- i. Adequação ao desafio de comunicação;
- ii. Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- iii. Adequação ao universo cultural do público alvo;
- iv. Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- v. Originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- vi. Simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- vii. Pertinência às atividades de comunicação da Câmara Municipal de Pará de Minas, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- viii. Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado os exemplos de peças e ou material apresentados;
- ix. Exequibilidade das peças e ou do material;
- x. Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

d) Estratégia de Mídia e Não Mídia

- i. Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo;
- ii. Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- iii. Consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação aos dois subitens anteriores (9.2, I, d, I e II);
- iv. Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de Pará de Minas;
- v. Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou do material;
- vi. Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

**II. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**



- a) Porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) Experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Pará de Minas;
- d) Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- e) Operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal de Pará de Minas e a licitante, esquematizado na proposta;
- f) Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal de Pará de Minas, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

### **III - REPERTÓRIO**

- a) Idéia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
- b) Qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
- c) Clareza da exposição das informações prestadas.

### **IV – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

- a) Evidência de planejamento publicitário;
- b) Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- c) Relevância dos resultados apresentados;
- d) Concatenação lógica da exposição.

9.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesito e subquesito:

- I. **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (PCP): 60 (sessenta) pontos**
  - a. Raciocínio Básico: 5 (cinco)
  - b. Estratégia de Comunicação Publicitária: 25 (vinte e cinco)



- c. Idéia criativa 20 (vinte)
- d. Estratégia de Mídia e Não Mídia – 10 (dez)

**II. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO (CA): 15 (quinze) Pontos**

**III. REPERTÓRIO(R): 10 (dez) pontos**

**IV. RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO (RSPC): 15 (quinze) pontos**

9.3.1. Será considerada a melhor proposta técnica aquela que atingir a maior pontuação por meio da fórmula abaixo:

$$\text{NFPT} = \text{PCP} + \text{CA} + \text{R} + \text{RSPC}$$

NFPT = NOTA FINAL DA PROPOSTA TÉCNICA

PCP = PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

CA = CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

R = REPERTÓRIO

RSPC = RELATOS DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

9.3.2. Cada membro da Subcomissão Técnica atribuirá pontos individuais a cada um dos quesitos e subquesitos, de acordo com a pontuação máxima prevista no item 9.3., obedecidos intervalos de 0,5 (meio) ponto.

9.3.3. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos a ele ou a seus subquesitos pelos membros da Subcomissão Técnica.

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

9.3.4.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, 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 ou a subquesito reavaliado, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

9.3.5. A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

9.4. Será desclassificada a licitante que:

- I. não observar as determinações e as exigências deste Edital;
- II. obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos de sua Proposta Técnica;



- III. não alcançar, no julgamento de sua Proposta Técnica, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;
- IV. tentar influenciar a Comissão ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas, devidamente comprovados.

9.5. Será considerada mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota, observadas as condições mínimas indicadas no subitem 9.4., II e III.

9.6. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos subquesitos idéia criativa, estratégia de comunicação publicitária, estratégia de mídia e não mídia e nos quesitos capacidade de atendimento, relatos de soluções de problemas de comunicação e repertório.

9.6.1. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 12.9 ou em ato público marcado pela Comissão, para o qual serão convidadas todas as licitantes.

9.7. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas Técnicas a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica.

### **JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

9.8. Na sessão pública designada pela Comissão Permanente de Licitações serão abertos os Invólucros nº. 4 – Proposta Comercial – que serão rubricadas pela referida Comissão e pelos representantes das agências presentes.

9.8.1. A nota da Proposta Comercial está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada considerando as seguintes pontuações máximas de cada quesito e subquesito:

- a. Desconto sobre honorários de produção externa (DHPE) será de 30(trinta) pontos, fixados nos limites estabelecidos no item 7.1, I:
  - maior desconto: 30 pontos
  - segundo maior desconto: 25 pontos
  - terceiro maior desconto: 20 pontos
  - quarto maior desconto: 15 pontos
  - demais descontos: 10 pontos
- b. Desconto sobre a Tabela de Custos Internos (DSTCI) do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais será de 70 (setenta) pontos, fixados nos limites estabelecidos no item 7.1, II:
  - maior desconto: 70 pontos



- segundo maior desconto: 55 pontos
- terceiro maior desconto: 40 pontos
- quarto maior desconto: 25 pontos
- demais descontos: 10 pontos

9.8.2. Será considerada a melhor proposta comercial aquela que atingir a maior pontuação através da fórmula abaixo:

$$\text{NFCP} = \text{DHPE} + \text{DSTCI}$$

NFPC = Nota final da Proposta Comercial

DHPE = Desconto concedido sobre honorários de produção externa

DSTCI = Desconto sobre a Tabela de Custos Internos de Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais

#### **JULGAMENTO DA MELHOR PROPOSTA, APLICANDO-SE A MÉDIA PONDERADA ENTRE A MELHOR PROPOSTA TÉCNICA E A MELHOR PROPOSTA DE PREÇOS**

9.9. A Pontuação Final será obtida através da fórmula abaixo, conforme previsto no art. 46, parágrafo 2º, incisos I e II da Lei 8.666/93;

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

PF = Pontuação final

NFPT = Nota Final Pontuação relativa à proposta técnica

NFPC = Nota Final Pontuação relativa à proposta comercial

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

- a. Estratégia de Comunicação Publicitária;
- b. Ideia Criativa;
- c. Estratégia de Mídia e Não Mídia e Raciocínio Básico;

9.9.2. Após a utilização do critério de desempate disposto no item 9.9.1., persistindo o empate, a decisão se fará através de sorteio.

9.9.3. Não se considerará qualquer oferta a vantagem não prevista no Edital, nem percentual de desconto ou vantagem, baseados em ofertas de outras licitantes.

9.9.4. Não se admitirá proposta que apresente percentual de descontos simbólicos, irrisórios ou de valor zero, incompatíveis com os preços de mercado.

9.9.5. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante mais bem classificada no julgamento final, com a aplicação da média ponderada, entre as Propostas Técnicas e de preços – observado o disposto no subitem quesito 9.9.



## **DO DIREITO DE PREFERÊNCIA ÀS MICROEMPRESAS E EMPRESAS DE PEQUENO PORTE**

9.10. Em observância ao disposto na Lei Municipal nº 5.142/11 e no Decreto Federal nº 8.538/15, artigo 5º, § 8º as Microempresas e Empresas de Pequeno Porte terão o seu direito de preferência garantidos.

9.10.1. Após a obtenção da Pontuação Final estipulada no item 9.9, **antes do desempate previsto no item 9.9.1.**, caso haja microempresa ou empresa de pequeno porte que tenha sua Pontuação Final (PF) até 10 % menor que a empresa com a maior pontuação, fica facultado a referida Microempresa ou empresa de pequeno porte mais bem colocada na classificação final o direito de reduzir sua Proposta de Preço, refazendo-se os cálculos para obtenção de uma nova pontuação final que a colocará em primeiro lugar na classificação.

9.10.2. Caso a microempresa ou empresa de pequeno porte que tenha obtido pontuação final dentro do limite dos 10% não se interessar em exercer a sua preferência e formular nova proposta, existindo-se outra(s) microempresa(s) e empresa(s) de pequeno porte, o mesmo direito lhe(s) será garantido, por ordem de classificação.

9.10.3. Se nenhuma das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte participantes quiser exercer o seu direito à preferência, a classificação final permanece a mesma.

9.10.3.1. Caso haja empate real ou ficto (observado o limite de 10 %) na pontuação final entre licitante que for microempresa ou empresa de pequeno porte e outro licitante comum, e porventura a microempresa ou empresa de pequeno porte não optar por exercer o seu direito à preferência estipulado no item 9.10.1. , ainda assim lhe é assegurado concorrer no desempate estipulado pelo item 9.9.1. , e, persistindo o empate, participar do sorteio do item 9.2.2.

## **10 - ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**

10.1. As licitantes cujas Propostas Técnicas e de Preços tenham sido classificadas deverão entregar os Documentos de Habilitação no dia, hora e local estipulados pela Comissão.

10.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação, na referida sessão devidamente designada será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 12.12.

10.2. Os documentos de Habilitação deverão estar acondicionados no invólucro nº. 5, que deverá ser apresentado fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação

### **DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO – INVÓLUCRO Nº. 5**



**CÂMARA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS**

**CONCORRÊNCIA Nº. 01/2018**

**EMPRESA (indicar o nome empresarial da licitante)**

**CNPJ (indicar o CNPJ da licitante)**

10.2.1. O invólucro nº. 5 será providenciado pela licitante e deverá ser adequado às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.2.2. Os Documentos de Habilidade deverão ser apresentados em uma única via, acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas preferencialmente numeradas e rubricadas por representante legal da licitante, a partir da primeira página interna, e deverão ser apresentados:

- I. em original ou;
- II. sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial, ou;
- III. em cópia autenticada por cartório competente, ou;
- IV. em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão, no ato da abertura dos Documentos de Habilidade.

**Atenção:** Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão, sem prejuízo de diligências conforme previsto no art. 43, §3º, da Lei Federal nº. 8.666/93.

10.3. Os documentos referentes à HABILITAÇÃO JURÍDICA são:

- I. registro comercial, em caso de empresa individual;
- II. ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor devidamente registrado, em se tratando de sociedade empresária e, no caso de sociedade por ações, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores;
  - a. Os documentos deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais da licitante, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;
- III. inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedade simples, acompanhada de prova da Diretoria em exercício;
- IV. decreto de autorização de funcionamento no País, e, se tratando de empresa ou sociedade estrangeira e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir.

10.4. Os documentos referentes à REGULARIDADE FISCAL e TRABALHISTA são:



- I. prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ;
- II. prova de inscrição no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou à sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da licitação;
- III. Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;
- IV. prova de regularidade de Débito junto à Previdência Social;
- V. prova de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS;
- VI. Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;
- VII. prova de regularidade de débitos, expedidas por órgãos das Secretarias da Fazenda do Estado e do Município em que estiver localizada a sede da licitante;

10.4.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as Fazendas Públicas ou com Seguridade Social esteja com a exigibilidade suspensa;

10.4.1.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

10.4.1.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

10.5. Os documentos referentes à **QUALIFICAÇÃO TÉCNICA** são:

- I. certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei 12.232/2010, art. 4º e seu parágrafo primeiro, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP);
- II. declaração (ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante presta (ou) declarante(s) serviço de publicidade cujas atividades sejam similares, pelo menos, às do objeto deste Edital, conforme ANEXO 04;

10.6. A **QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA** será comprovada mediante apresentação:

- I. de certidão negativa de falência e concordata expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica;
  - a. No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentados as certidões de cada distribuidor;



- b. Será considerada como válida pelo prazo de 180 (cento e oitenta) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto;
- II. do Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, vedada a substituição por balancetes ou balanços provisórios.
  - a. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de 1 (um) ano deverão apresentar o balanço de abertura ou intermediário, conforme o caso;
  - b. Os balanços patrimoniais e demonstrações contábeis deverão ser apresentados de acordo com a legislação e normas contábeis que regem a matéria.
  - c. O patrimônio líquido poderá ser atualizado pelo IPM-FGV quando o balanço estiver encerrado a mais de 3 (três) meses da data da licitação.

10.6.1. A licitante deverá comprovar que possui, na data do recebimento do invólucro nº. 5:

- I. patrimônio líquido igual ou superior a R\$ 20.000,00 (vinte mil reais)
- II. Índice de Solvência Geral – ISG, Índice de Liquidez Corrente – ILC e Índice de Liquidez Geral – ILG maiores que 1,0 (um).

10.6.1.1. Para a comprovação do Patrimônio Líquido e Índices Contábeis, o cálculo sobre o balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social deverá ser realizado pela licitante e confirmado pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

10.6.1.2. A licitante que tiver apresentado resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo do ISG, ILC e ILG deverá comprovar patrimônio líquido mínimo, igual ou superior a R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais).

10.6.1.3. Nos cálculos envolvendo moeda (R\$), caso sejam necessários arredondamentos, a segunda casa à direita da vírgula, correspondente aos centavos, será arredonda para cima, quando na ocorrência de uma terceira casa, esta for maior ou igual a 5 (cinco).

10.6.2. A licitante também deverá incluir no invólucro nº. 5, declaração elaborada conforme modelo do ANEXO 02 – I, afirmando:

- I. atendimento ao art. 27, inciso V, da Lei 8.666/93;
- II. elaboração independente de proposta.



10.7. O CNPJ da licitante deverá ser o mesmo compreendido em todos os documentos de habilitação, não sendo permitido uso de documentos pela matriz, quando emitidos pela a sua filial e vice-versa.

10.7.1. Excetuam-se da restrição a que se refere o subitem 10.7 os documentos que, pela própria natureza, forem comprovadamente emitidos somente em nome da matriz ou da filial.

10.8. Não serão aceitos “protocolos de entrega” ou “solicitação de documentos” expedidos por quaisquer órgãos, em substituição aos documentos exigidos neste Edital.

10.9. A licitante que se alegar desobrigada de apresentar qualquer dos documentos de habilitação deverá apresentar documentação que comprove essa condição.

10.10. A verificação pela Comissão nos sites oficiais das entidades emissoras de certidões constitui meio legal de prova.

10.11. Serão consideradas habilitadas as licitantes classificadas que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital.

10.12. A participação no presente certame implica na declaração tácita de que a licitante não está incursa em qualquer impedimento legal, estando agindo com má fé a participação nesta condição.

## **11 - SUBCOMISSÃO TÉCNICA**

11.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitações, na forma do art. 10 da Lei 12.232/10, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas, que serão avaliadas pela Subcomissão Técnica.

11.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros formados em comunicação, publicidade ou marketing que atuem em uma dessas áreas.

11.2.1. Pelo menos um dos membros da Subcomissão Técnica não terá vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Câmara Municipal de Pará de Minas.

11.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica ocorreu por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que teve, no mínimo, 09 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela Câmara Municipal de Pará de Minas.

11.3.1. A relação de nomes foi publicada no Diário Oficial do Município, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que foi realizada a sessão pública marcada para o sorteio.



11.3.3. A sessão pública para o sorteio foi realizada em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 11.3.1 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

11.3.4. O sorteio, processado pela Comissão, foi realizado em duas etapas:

- I. 02 (dois) membros que não possuem vínculo com a Câmara Municipal de Pará de Minas;
- II. 01 (um) membro que possui vínculo com a Câmara Municipal de Pará de Minas.

11.3.5. Além das demais atribuições, previstas neste Edital caberá a Subcomissão Técnica, quando solicitado pela Comissão, manifestar-se sobre eventuais recursos de licitantes relativos ao julgamento das Propostas Técnicas.

## **12 - REUNIÃO DE LICITAÇÃO**

12.1. A reunião de licitação será realizada em 4 sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação.

12.1.1. Todos os fatos relevantes, pertinentes ao objeto da Licitação, ocorridos durante a reunião de licitação serão registrados em ata circunstanciada.

12.2. A participação de representante de qualquer licitante ocorrerá mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 5.2.

12.3. Os representantes das licitantes presentes poderão designar comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas Técnicas, de Preço e os Documentos de Habilitação nas respectivas sessões públicas.

12.4. Aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes poderão ser relevados pela Comissão, se constantes dos documentos submetidos à análise e julgamento da Subcomissão Técnica, por esta subcomissão, desde que não firam o entendimento da proposta e o ato não acarrete violação aos princípios básicos da licitação.

12.5. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preço.

12.6. A Comissão poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

12.7. Se os invólucros lacrados das licitantes desclassificadas não puderem ser desenvolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados da homologação desta Concorrência, prazo após o qual serão destruídos.



## **PRIMEIRA SESSÃO**

12.8. A abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previstos no preâmbulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- I. identificação dos representantes das licitantes, por meio dos(s) documento(s) exigido(s) no subitem 5.2;
- II. Apresentação à Comissão dos invólucros nº.s 1, 2,3 e 4;
- III. exame da conformidade dos invólucros com as disposições deste Edital;
- IV. rubrica no fecho dos invólucros nº.s 2 e 4 e subsequente acondicionamento destes invólucros em receptáculo específico com rubrica no seu respectivo fecho pela Comissão e representantes das licitantes;
- V. abertura dos invólucros nº.s 1 e 3, exame e rubrica de seus respectivos conteúdos pela Comissão e representantes das licitantes presentes.

12.8.1. Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, o qual será declarado pela Comissão na sessão pública, nenhum outro invólucro, documento ou embalagem será recebido.

12.8.2. O invólucro nº. 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão se:

- I. não apresentar marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só, possibilite sua identificação ou a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº. 2;
- II. não estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

12.8.2.1. O não recebimento do invólucro nº. 1 implica o não recebimento dos demais invólucros das licitantes e seu consequente impedimento de participar da Concorrência.

12.8.3. A Comissão, antes da abertura dos invólucros nº. 1, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que accidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.



12.8.4. A Comissão não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros nº. 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

12.8.5. Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos invólucros nºs. 1 e 3, for constatada ocorrência que possibilite, inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão desclassificará licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

12.8.6. Os invólucros nºs. 2 e 4 permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitações.

12.8.7. Abertos os invólucros nºs. 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão.

12.8.8. A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos invólucros nºs 1 e 3 observarão os seguintes procedimentos:

- I. encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº. 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- II. análise individualizada e julgamento, pela subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária.
- III. elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilhas com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso;
- IV. encaminhamento, pela Comissão à Subcomissão Técnica, dos invólucros nº.3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- V. análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de atendimento, do Repertório e dos relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- VI. elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.8.9. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 9.4, I e Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.



12.8.9.1. O disposto no subitem 12.8.9 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos invólucros nº. 2.

12.8.10. As planilhas previstas nos incisos III e IV do subitem 12.8.8 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

## **SEGUNDA SESSÃO**

12.9. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (invólucros nºs. 1 e 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão convocará as licitantes para participar da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- I. identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;
- II. abertura do receptáculo contendo os invólucros nºs. 2 e 4;
- III. abertura e rubrica do conteúdo dos invólucros nº. 2 e conferência da rubrica no fecho do invólucro nº. 4;
- IV. cotejo das vias não identificadas (invólucro nº. 1) com as vias identificadas (invólucro nº. 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- V. elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao plano de comunicação publicitária e separadamente. Aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;
- VI. proclamação do resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- VII. adoção dos procedimentos previstos no subitem 9.6, em caso de empate, após a decisão final, inclusive das Propostas de Preço;
- VIII. informação de que o resultado do julgamento das Propostas Técnicas será divulgado na forma da lei, com a indicação dos licitantes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação.

## **TERCEIRA SESSÃO**



12.10. A Comissão convocará as licitantes classificadas para participar da terceira sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- I. identificação dos representantes das licitantes presentes e coleta de suas assinaturas na lista de presença;
- II. abertura dos invólucros nº. 4, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e representantes das licitantes presentes;
- III. julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços e divulgação do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- IV. declaração da vencedora no julgamento final das Propostas, quais sejam, a licitante mais bem classificada na média ponderada, de acordo com os respectivos pesos, na Proposta Técnica e na Proposta de Preços;
- V. informação de que o resultado do julgamento final das Propostas será divulgado na forma da lei, com a indicação da ordem de classificação.

#### **QUARTA SESSÃO**

12.11. A Comissão convocará as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas, para participar da quarta sessão pública que terá a seguinte pauta básica:

- I. identificação dos representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- II. recebimento e abertura dos invólucros nº. 5, exame e rubrica do seu conteúdo pela Comissão e pelos representantes das licitantes presentes;
- III. informação de que o resultado da habilitação será divulgado na forma da lei, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados.

12.12. Na hipótese de todas as propostas de preço serem desclassificadas ou de todas as licitantes serem inabilitadas, a Comissão poderá fixar as licitantes o prazo de 8 (oito) dias úteis para apresentação de nova documentação ou de outras propostas escoimadas das causas que tenham determinado, respectivamente, a desclassificação ou a inabilitação.

12.12.1. A nova documentação deve ser apresentada na forma prevista neste Edital, e entregue em sessão pública.



12.13. Decididos os recursos e constatada a regularidade dos atos praticados, a autoridade competente, homologará e adjudicará seu objeto à licitante vencedora.

### **13 - RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

13.1. Dos atos decisórios ou que resultem aplicação de penalidade cabe recurso, interposto na forma impressa, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata.

13.1.1. A intimação dos atos decisórios será feita mediante publicação na imprensa oficial, salvo para as decisões sobre o recebimento e julgamento das propostas e sobre a habilitação ou inabilitação de licitantes, se presentes os prepostos das licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrada em ata.

13.1.2. A intimação de aplicação da penalidade será realizada por notificação direta à licitante.

13.2. O recurso contra o julgamento das propostas e o contra habilitação de licitantes terá efeito suspensivo, e o seu acolhimento importará a invalidação apenas dos atos insuscetíveis de aproveitamento.

13.2.1. A Comissão poderá, motivadamente, atribuir efeito suspensivo ao recurso contra os demais atos.

13.3. A continuidade da reunião de licitação, no caso de interposição de recurso, será comunicada aos interessados por e-mail, comunicação direta ou publicação oficial.

13.4. Os recursos interpostos serão comunicados às partes interessadas, que poderão apresentar contrarrazões no prazo de 5 (cinco) dias úteis a partir do término do prazo do recorrente, sendo-lhes assegurada vistas dos elementos indispensáveis à defesa dos seus interesses.

13.5. O recurso será dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, que poderá reconsiderar sua decisão no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, neste mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informados, para decisão.

13.6. O recurso interposto fora do prazo legal e ou subscritos por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo para responder pela licitante não serão conhecidos.

### **14 - PENALIDADES**

14.1. Ensejará a aplicação de multa no percentual de 0,5% (meio por cento) sobre a estimativa de despesas previstas no subitem 16.1, sem prejuízo da aplicação de



outras penalidades previstas na Lei 8.666/93, a licitante que, convocada dentro do prazo de validade de sua proposta:

- I. Recusar-se, injustificadamente, a assinar o contrato;
- II. Não atender as condições previstas no subitem 15.2, inviabilizando a contratação;

14.1.1. A multa deverá ser recolhida no prazo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação, sob pena de execução judicial.

14.1.2. O disposto no subitem 14.1 não se aplica às licitantes remanescentes convocadas na forma do subitem 15.3.1.

14.2. Ensejará a aplicação de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com a Câmara Municipal de Pará de Minas, pelo período de 02 (dois) anos:

- I. Recusa, injustificada, de assinar o Termo de Contrato;
- II. Não manutenção das condições de habilitação;
- III. Prática de atos ilícitos, visando a frustrar os objetivos da licitação;
- IV. Condenação definitiva pela prática dolosa de fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- V. Prática de atos ilícitos, demonstrando não possuir idoneidade para contratar com a Administração;

14.2.1. A penalidade de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar poderá ser aplicada sem prejuízo da aplicação da multa prevista no subitem 14.1.

14.3. Poderá ainda ser aplicada a penalidade de Declaração de Inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública, na forma do inciso IV e parágrafo 3º do art. 87 da Lei 8.666/93, que será proposta ao Presidente da Câmara Municipal de Pará de Minas, na ocorrência dos casos do art. 88 da mesma Lei.

14.4. Não serão aplicadas penalidades na ocorrência de casos fortuitos, força maior.

## **15 - CONTRATAÇÃO**

15.1. A contratação será formalizada mediante assinatura do contrato, para cuja assinatura a licitante adjudicatária terá o prazo de 10 (dez) dias úteis contados a partir do recebimento da respectiva convocação da Câmara Municipal de Pará de Minas.



15.2. Como condição para a assinatura do contrato, sem prejuízo das demais disposições previstas neste instrumento, a licitante adjudicatária deverá apresentar:

- I. Documentação exigida na habilitação, porventura vencida após a reunião de licitação, devidamente atualizada;

15.3. A recusa em assinar o contrato ou o não atendimento das condições previstas no subitem 15.2 implica a decadência do direito à contratação, sem prejuízo da aplicação de penalidades previstas no item 14, garantida a ampla defesa e contraditória.

15.3.1. A decadência do direito à contratação autoriza a Câmara Municipal de Pará de Minas a, independentemente de qualquer aviso ou notificação, revogar a licitação, ou convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para, atendendo ao subitem 15.2, assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato.

15.3.2. Não se aplicam às licitantes remanescentes as penalidades previstas no subitem 15.3.

15.4. Integrará o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos, os elementos apresentados pela licitante adjudicatária que tenham servido de base para o julgamento desta Concorrência.

15.6. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses podendo ser prorrogado, na forma da lei, observada a cláusula segunda do Anexo 05 – Minuta do Contrato e a vigência máxima de 60 (sessenta) meses, observado o disposto no art. 21, da Lei 12.232/10.

15.7. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Sétima e Oitava do Anexo 05 – Minuta do Contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de preço.

15.7.1. A forma e as condições de pagamento são as constantes da minuta do contrato.

15.8. Comprovar, em até 30 (trinta) dias da assinatura do contrato que disponibiliza como estrutura para realização dos serviços, no mínimo, os seguintes profissionais:

- I. 1 (um) diretor de atendimento;
- II. 1 (um) profissional de atendimento;
- III. 1 (um) profissional de planejamento e pesquisa;
- IV. 1 (uma) dupla de criação;
- V. 1 (um) profissional de produção (impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica);
- VI. 1 (um) diretor de mídia;



VII. 1 (um) profissional de mídia, sendo um para mídia digital.

## **16 - RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

16.1. A soma das despesas com o contrato resultante dessa Concorrência está estimada em R\$ 340.000,00 (Trezentos e quarenta mil reais) pelos primeiros 12 (doze) meses.

16.1.1. As despesas decorrentes da contratação, objeto desta licitação correrão por conta dos recursos consignados na conta orçamentária:

**01.01.01.131.0014.4034 – PUBLICAÇOES, DIVULGAÇOES DE FATOS E ATOS PUBLICOS E TV CAMARA**

**Elemento/Ficha: 33.90.39.00 – 84 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURÍDICA**

**Sub Elemento: 33.90.39.35 – Publicações Jornalísticas**  
**33.90.39.68 – Serviços de Publicidade e Propaganda**

16.2. A Câmara Municipal de Pará de Minas se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

## **17 - DISPOSIÇÕES FINAIS**

17.1. A licitante é responsável pela fidelidade e legitimidade das informações prestadas e dos documentos apresentados em qualquer fase da licitação, de modo que a falsidade de qualquer documento apresentado ou a inverdade das informações nele contidas implicará a imediata desclassificação da licitante que o tiver apresentado.

17.2. É facultado à Comissão ou à autoridade superior efetuar, em qualquer fase da licitação, consultas ou promover diligências com vistas a esclarecer ou complementar a instrução do processo.

17.3. As situações não previstas neste Edital, inclusive as decorrentes de caso fortuito ou de força maior, serão resolvidas pela Comissão ou pela autoridade competente.

17.4. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.

17.4.1. Os prazos estabelecidos neste Edital só incidem e vencem em dias de expediente da Câmara Municipal de Pará de Minas.

17.5. Este Edital e seus anexos, bem como a Proposta vencedora, farão parte integrante do contrato – Anexo 05, como se nele estivessem transcritos.



17.6. O conteúdo deste Edital e de seus anexos, bem como outros documentos que forem emitidos pela Câmara Municipal de Pará de Minas e fornecidos às licitantes, são complementares entre si, devendo ser interpretados conforme os princípios que regem as licitações públicas.

17.7. Até a assinatura do contrato, a licitante adjudicatária poderá ser desclassificada ou inabilitada se a Câmara Municipal de Pará de Minas tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

17.8. Se, durante a execução dos contratos, o instrumento firmado com a contratada for rescindido, a Câmara Municipal de Pará de Minas poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação verificada nesta Concorrência, para dar continuidade à execução do objeto, desde que aceitem as mesmas condições oferecidas pela contratada e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiverem sujeitas as signatárias dos contratos.

17.9. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

17.10. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, a Câmara Municipal de Pará de Minas comunicará os fatos verificados ao Ministério Público do Estado de Minas Gerais, para as providências devidas.

17.11. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

17.11.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei 8.666/93.

## FORO

18.1. É competente o Foro da comarca de Pará de Minas – MG para dirimir quaisquer dúvidas oriundas da presente licitação.

Pará de Minas, 14 de junho de 2018.

Marcus Vinícius Rios Faria  
Presidente da Câmara Municipal de Pará de Minas

Aprovação da Procuradoria



## ANEXO 01

### MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

OBJETO: Representação na licitação promovida pela Câmara Municipal de Pará de Minas.

Concorrência nº: \_\_\_\_ / \_\_\_\_

Por meio da presente carta, credenciamos o (a) Sr.(a) \_\_\_\_\_, portador (a) da Cédula de Identidade nº \_\_\_\_\_, e CPF \_\_\_\_\_ a participar da Licitação instaurada pela Câmara Municipal de Pará de Minas, na modalidade de concorrência nº \_\_\_\_ / \_\_\_\_, na qualidade de REPRESENTANTE LEGAL, outorgando-lhe poderes para pronunciar-se em nome da Empresa \_\_\_\_\_, CNPJ \_\_\_\_\_, bem como retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar preços e praticar todos os demais atos inerentes ao certame.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20 \_\_\_\_

### OUTORGANTE

**Carimbo/CNPJ e assinatura do Representante Legal da empresa  
Identificação do cargo/função do firmatário.**



## ANEXO 02

### MODELO DE DECLARAÇÃO

REFERÊNCIA: Licitação promovida pela Câmara Municipal de Pará de Minas  
Concorrência nº \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

Empresa \_\_\_\_\_ inscrita no CNPJ nº \_\_\_\_\_ por intermédio de seu representante o (a) Sr (a) \_\_\_\_\_, portador (a) da Carteira de Identidade RG nº \_\_\_\_\_ e do CPF \_\_\_\_\_, DECLARA sob as penas da Lei:

1. Atendimento ao art. 27, inciso V da Lei 8666/93: que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos:

( ) Ressalva: contratar menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz (em caso afirmativo, assinalar).

2. Elaboração independente de Proposta:

- a) Que a proposta apresentada foi elaborada de maneira independente;
- b) Que a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato da desta Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- c) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
- d) Que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20 \_\_\_\_

**Carimbo/CNPJ e assinatura do Representante Legal da empresa  
Identificação do cargo/função do firmatário.**



## ANEXO 03

### MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

REFERÊNCIA: Licitação promovida pela Câmara Municipal de Pará de Minas  
Concorrência nº \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

Nome empresarial da licitante: \_\_\_\_\_, CNPJ nº \_\_\_\_\_, endereço \_\_\_\_\_, telefone ( ) \_\_\_\_\_ e email \_\_\_\_\_, validade da proposta \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) dias (no mínimo 60 dias), a partir da data de sua apresentação.

Declaramos que, na vigência do contrato decorrente da Concorrência \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_, promovida pela Câmara Municipal de Pará de Minas, serão cobrados os seguintes honorários:

Honorários de \_\_\_\_\_ % (\_\_\_\_\_%) sobre os custos externos de produção de serviços especiais;

a) Em decorrência dos trabalhos de criação e produção interna, será aplicada a Tabela Referencial de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, com desconto de \_\_\_\_\_ % (\_\_\_\_\_ por cento).

O preço proposto contempla todos os custos e despesas necessários à plena execução do serviço, tais como de pessoal e de administração e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas, etc.) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear da Câmara Municipal de Pará de Minas a esse título.

Declaramo-nos cientes de que a Câmara Municipal procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

O desconto de agência ou honorários de mídia será pago à agência que intermediar a compra de espaço/tempo publicitários, pelos Veículos de Comunicação, na base de 20% (vinte por cento) sobre o valor da mídia efetivamente negociada, sendo que o veículo emitirá sua fatura contra a Câmara Municipal de Pará de Minas correspondente à chamada “parte líquida”, correspondente a 80% (oitenta por cento) do valor da mídia, e a agência emitirá os restantes 20% (vinte por cento) contra a Câmara Municipal de Pará de Minas.



Informamos conhecer e aceitar as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Nona da minuta de contrato (ANEXO 05)

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_

**Carimbo/CNPJ e assinatura do Representante Legal da empresa  
Identificação do cargo/função do firmatário.**

**Observação: a proposta de preço deverá ser elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por seu representante, cuja competência para prática deste ato deverá ser documentalmente comprovada.**



**ANEXO 04**

**DECLARAÇÃO DE CAPACIDADE TÉCNICA**

Declaramos para os devidos fins que a empresa (nome e CNPJ da licitante), estabelecida à (endereço da licitante), fornece (u) executa (ou) para (nome e CNPJ da empresa emitente), estabelecida à (endereço da empresa emitente), no período de \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_ a \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_ o(s) serviço(s) abaixo especificado(s):

**SERVIÇOS:**

---

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_

**Carimbo/CNPJ e assinatura do Representante Legal da empresa**

**ATENÇÃO: não serão aceitas declarações emitidas para agência de propaganda ou para suas respectivas filiais, que não sejam aquelas que efetivamente tenham assinado o contrato com a emitente.**



## ANEXO 05

### MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO Nº \_\_\_\_ /  
CONCORRÊNCIA Nº \_\_\_\_ /  
PROCESSO Nº \_\_\_\_ /

TERMO DE CONTRATO QUE ENTRE SI CELEBRAM A CÂMARA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS E A \_\_\_\_\_, OBJETIVANDO A PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE.

A CÂMARA MUNICIPAL DE PARÁ DE MINAS, Estado de Minas Gerais, inscrita no CNPJ/MF sob o nº **20.931.994/0001-77**, doravante denominada simplesmente CÂMARA, representada, neste ato, pelo seu PRESIDENTE em exercício, senhor MARCUS VÍNICIUS RIOS DE FARIA, brasileiro, casado, residente e domiciliado à Rua Parú, 1.117, bairro Providência, CEP: 35.661-151, na cidade de Pará de Minas, portador da carteira de identidade nº MG-10.458.725, inscrito no CPF sob o nº 070.206.286-30, de outro lado, \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ.MF sob nº \_\_\_\_\_ e Inscrição Estadual nº \_\_\_\_\_, com sede na Rua\_\_\_\_\_, nº\_\_\_\_\_, bairro\_\_\_\_\_, na cidade\_\_\_\_\_, doravante denominada simplesmente CONTRATADA, por seu(s) representante(s) legal (is) \_\_\_\_\_ carteira de identidade RG nº \_\_\_\_\_ e CPF nº\_\_\_\_\_ resolvem de comum acordo, firmar o presente CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, doravante designado simplesmente CONTRATO, que será regido pelas seguintes cláusulas:

#### 1. CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO:

1.1. O presente instrumento tem origem na Concorrência nº 01/2018, à qual se encontra vinculado, e tem por objeto a contratação da prestação de serviços de publicidade à CÂMARA.

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

1.1.1.1 Também integram o objeto deste CONTRATO, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:



- I. à produção e à execução técnica das peças e projetos criados;
- II. ao planejamento, gerenciamento e execução de pesquisas e outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados à determinada ação publicitária;
  - a) As pesquisas de recall serão realizadas somente quando solicitadas pela CÂMARA para campanhas que vierem a ser produzidas.
- III. à criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias desenvolvidas;
- IV. realização de estudos e pesquisas motivacionais, de opinião e de outros meios de avaliação sobre os veículos de divulgação que melhor puderem difundir o produto e/ou serviço no que se refere a sua natureza, influência, eficiência, às suas características e ao custo da publicidade.

1.1.1.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos no subitem 1.1.1.1, II, terão a finalidade de:

- I. gerar conhecimento sobre o mercado ou ambiente de atuação da CÂMARA, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
- II. aferir a eficácia do desenvolvimento estratégico, da criação e da divulgação de mensagens;
- III. possibilitar a avaliação dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estanha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.2. Não estão abrangidas por esta 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.

1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem 1.2 o patrocínio de mídia – assim entendidos os projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículos de divulgação – e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

1.2.2. Tais serviços deverão ter caráter legal, educativo, informativo ou de orientação social, perseguindo sempre a meta de eficiência e racionalidade na otimização e aplicação dos recursos descritos neste edital, seus anexos e mediante contrato a ser celebrado com a Câmara municipal de Pará de Minas, por um período de 12 (doze) meses, podendo este prazo ser prorrogado nos termos legais.

1.3. A CONTRATADA atuará apenas de acordo com solicitação da CÂMARA.



1.4. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução dos serviços objeto deste CONTRATO.

## **2. CLÁUSULA SEGUNDA – DA VIGÊNCIA:**

2.1. O período de vigência deste CONTRATO será de 12 (doze) meses, com início a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado por igual período, observado o disposto no art. 21 da Lei 12.232/10.

2.2. Este CONTRATO poderá ser prorrogado, nos termos da lei, limitada sua vigência a 60 (sessenta) meses.

2.1.1. A decisão da prorrogação observará o resultado das avaliações semestrais previstas no subitem 6.4.

2.2.2. As prorrogações serão formalizadas por meio de Termo de Aditamento e publicadas na imprensa oficial.

## **3. CLÁUSULA TERCEIRA – DOS RECURSOS ORÇAMENTARIOS:**

3.1. As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA por meio da Concorrência nº \_\_\_\_ /\_\_\_\_, nos primeiros 12 (doze) meses de vigência contratual, estão limitadas em R\$ 340.000,00 (Trezentos e quarenta mil reais) e ocorrerão pela seguinte conta orçamentária:

**01.01.01.131.0014.4034 – PUBLICAÇOES, DIVULGAÇOES DE FATOS E ATOS PUBLICOS E TV CAMARA**

**Elemento/Ficha: 33.90.39.00 – 84 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURÍDICA**

**Sub Elemento: 33.90.39.35 – Publicações Jornalísticas**  
**33.90.39.68 – Serviços de Publicidade e Propaganda**

3.2. A CÂMARA se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

## **4. CLÁUSULA QUARTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA:**

4.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes:

4.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.



4.1.1.1. Os serviços indicados no subitem 1.1.1 deverão ser executados por meio dos profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na Proposta Técnica apresentada na Concorrência nº 01/2018, admitida a substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior mediante comunicação prévia à CÂMARA.

4.1.2. Comprovar, em até 30 (trinta) dias da assinatura do contrato que disponibiliza como estrutura para realização dos serviços, no mínimo, os seguintes profissionais:

- I. 1 (um) diretor de atendimento;
- II. 1 (um) profissional de atendimento;
- III. 1 (um) profissional de planejamento e pesquisa;
- IV. 1 (uma) dupla de criação
- V. 1 (um) profissional de produção (impressa, eletrônica, digital, e de design/computação gráfica);
- VI. 1 (um) diretor de mídia;
- VII. 1 (um) profissional de mídia, sendo um para mídia digital.

4.1.2.1. Os profissionais designados para o escritório, sucursal, filial ou sede, deverão ter experiência equivalente ou superior à daqueles indicados na proposta técnica.

4.1.2.2. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de seus representantes em outros Estados ou cidades, desde que tenham experiência equivalente ou superior aos dos indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na proposta técnica, para executar os serviços de planejamento e criação ou outros complementares ou acessórios pertinentes a este CONTRATO, observados o atendimento às condições contratuais.

4.1.3. O desempenho da CONTRATADA será permanentemente verificado pela CÂMARA.

4.1.4. Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste CONTRATO, de acordo com os prazos e demais especificações estipulados pela CÂMARA.

4.1.4.1. A CONTRATADA executará os serviços indicados no subitem 1.1.1 diretamente, com seus próprios recursos.

4.1.4.2. A CONTRATADA poderá intermediar a contratação de veículos de divulgação e, quando necessários à execução das atividades complementares a que se refere o subitem 1.1.1.1, fornecedores de serviços especializados.

4.1.4.2.1. A contratação de veículos de divulgação e de fornecedores de serviços especializados deverá ser submetida à prévia e expressa autorização da CÂMARA e implica a atuação da CONTRATADA por conta e ordem da CÂMARA.



4.1.4.2.2. A CÂMARA deverá ser previamente identificada na contratação de veículos de divulgação.

4.1.4.2.3. Cabe à CONTRATADA efetivar as operações de pagamento referentes aos serviços prestados por veículos ou fornecedores de serviços especializados, operação que deverá ter sido realizada em até 5 (cinco) dias úteis do recebimento do pagamento realizado pela CÂMARA.

4.1.5. Contratar, administrar, executar e fiscalizar os contratos firmados com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação – inclusive quando decorrentes de cotações realizadas pela CÂMARA – respondendo pelos efeitos destes acordos, incluídos os dados e os prejuízos, diretos ou indiretos, decorrentes de sua culpa.

4.1.5.1. Alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços contratados deverão ser tempestiva e formalmente comunicados à CÂMARA, devendo a CONTRATADA adotar providências imediatas para solucionar a pendência.

4.1.5.1.1. A culpa do fornecedor de serviços especializado, do veículo de distribuição ou da CONTRATADA que repercuta na plena execução dos serviços contratados implica a revisão das obrigações e pagamentos dos contratos por esta firmados, na medida das consequências do ato nos serviços acordados.

4.1.5.1.2. O aumento da despesa ou perda de descontos para a CÂMARA, gerados em decorrência de ação culposa da CONTRATADA deverá ser resarcido pela CONTRATADA à CÂMARA em até 02 (dois) dias úteis contados do recebimento da notificação de ressarcimento por este encaminhada.

4.1.5.1.2.1. Se o ressarcimento não for realizado no prazo indicado no subitem 4.1.5.1.2, o valor poderá ser glosado CÂMARA ou descontado da garantia contratual, acrescido da atualização monetária desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação pro rata tempore do IGPM (FGV).

4.1.6. Orientar a produção, a impressão e a distribuição das peças gráficas conforme aprovação da CÂMARA e atestar a conformidade deste material com as especificações contidas no documento de autorização da ação.

4.1.7. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos de comunicação.

4.1.7.1. Pertencem à CÂMARA, devendo-lhes ser transferidas, as vantagens obtidas em negociação com fornecedores de serviços especializados e com veículos de divulgação, realizados diretamente ou por intermédio da contratada, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo.

4.1.7.1.1. O disposto no subitem 4.1.7.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos de divulgação à CONTRATADA, nos termos do art. 18 da Lei 12.232/2010.

4.1.7.1.2. A CONTRATADA não poderá sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CÂMARA, preferindo veículos de divulgação que não os concedam ou



priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

4.1.7.2. Nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CÂMARA, a CONTRATADA deverá negociar sempre as melhores condições de preço, observada os percentuais máximos constantes do subitem 9.2.1.

4.1.8. Observar as seguintes condições para o fornecimento de serviços especializados à CÂMARA:

- I. Fazer cotações prévias de preços para os serviços a serem prestados por fornecedores;
- II. Apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados na CÂMARA ou eventual sistema que venha a substituir tal cadastro, que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido:
  - a) A impossibilidade de obter as 3 (três) cotações deverá ser previamente justificada à CÂMARA, por escrito, para decisão sobre contratação.
- III. exigir do fornecedor que a cotação seja apresentada no original, em papel timbrado e que:
  - a) contenha a identificação do fornecedor (com, pelo menos, nome completo, CNPJ ou CPF, endereço e telefone) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
  - b) Detalhe dos produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e totais e, sempre que necessário, suas especificações;
  - c) seja apresentada juntamente com os comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes ao seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.
- IV. informar, por escrito, os fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Nona para reutilização de peças e material publicitária, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos;

4.1.8.1. Quando o fornecimento de serviços tiver valor superior a 0,5% (meio por cento) do valor global deste CONTRATO, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CÂMARA.

4.1.8.2. A CÂMARA procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

4.1.8.3. Se e quando julgar conveniente, a CÂMARA poderá realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.



4.1.8.4. As disposições do subitem 4.1.8 não se aplicam à compra de mídia.

4.1.8.5. As condições do subitem 4.1.8, I e II, não se aplicam à contratação de fornecedor exclusivo de serviços especializados.

4.1.9. Encaminhar, após a aprovação do serviço pela CÂMARA e sem ônus para esta, as seguintes cópias de peças produzidas, desde que não seja para uso em veiculação de mídia paga:

- I. TV e Cinema: cópias em dispositivos compatíveis com entrada USB (pen-drive e similares) e/ou arquivos digitais;
- II. Internet: cópias em dispositivos compatíveis com entrada USB (pen-drive e similares);
- III. Rádio: cópias em dispositivos compatíveis com entrada USB (pen-drive e similares), com arquivos digitais;
- IV. Mídia impressa e material publicitário: cópias em dispositivos compatíveis com entrada USB (pen-drive e similares), com arquivos em alta resolução, finalizados, sendo uma cópia aberta e uma fechada.

4.1.9.1. As peças poderão ser agrupadas em um mesmo dispositivo compatível com entrada USB (pen-drive e similares), se garantido o atendimento à solicitação da CÂMARA.

4.1.9.2. Os arquivos contendo as cópias das peças produzidas deverão ser apresentados nos formatos definidos pela CÂMARA.

4.1.9.3. Caso as mídias indicadas nos incisos I a IV do subitem 4.1.9 se tornem tecnologicamente obsoletas, a CÂMARA indicará mídia substituta para envio da cópia das peças produzidas.

4.1.10. Disponibilizar a CÂMARA informações que forem solicitadas a respeito da mídia utilizada.

4.1.11. Produzir e entregar em meio de impresso, cópias em dispositivos compatíveis com entrada USB (pen-drive e similares), portfólio dos trabalhos realizados pela CÂMARA.

4.1.11.1 No final da vigência deste CONTRATO, deverá ser entregue um portfólio com os trabalhos realizados após a entrega do portfólio anterior.

4.1.11.2. O portfólio deverá ser apresentado conforme modelo sugerido pela CONTRATADA e previamente aprovada pela CÂMARA.

4.1.12. Entregar à CÂMARA cópia dos comprovantes de pagamentos feitos a fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação até o dia 6 do mês subsequente ao do pagamento realizado pela CÂMARA.



4.1.13. Entregar a CÂMARA, em meio eletrônico e em meio impresso, até o dia 10 de cada mês, um relatório total (mês a mês) de despesas com fornecedores de serviços especializados e veículos de divulgação com o respectivo acompanhamento de seus pagamentos, conforme modelo definido pela CÂMARA.

4.1.14. Registrar em Relatórios de Acompanhamento as demandas recebidas da CÂMARA e as atividades realizadas pela CONTRATADA em relação a cada uma das ações em desenvolvimento.

4.1.14.1 O relatório de acompanhamento deverá ser assinado e enviado à CÂMARA no dia útil seguinte à realização do CONTRATO com a CÂMARA, com o veículo ou com o fornecedor e, em caso de incorreção, reenviado devidamente corrigido em até 2 (dois) dias úteis, a contar do recebimento da solicitação de correção.

4.1.15. Registrar em Relatórios de Atendimento os briefings para o desenvolvimento da cada ação.

4.1.15.1 O Relatório de Atendimento deverá ser assinado e enviado à CÂMARA em até 2 (dois) dias úteis após o atendimento realizado e, em caso de incorreção, reenviados devidamente corrigidos no mesmo prazo, a contar da data do recebimento da solicitação de correção.

4.1.16. Elaborar, sempre que solicitado pela CÂMARA, estudo de práticas e investimentos em mídia que vêm sendo empregadas.

4.1.17. Prestar, às suas expensas, os seguintes serviços:

- I. criação e manutenção de acervo da propaganda da CÂMARA, em meio virtual, com as peças produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validade desses direitos.
- II. criação e manutenção de banco de imagens, em meio virtual, com as fotos e imagens produzidas durante a execução deste CONTRATO e as respectivas informações referentes a direitos autorais e prazos de validades desses direitos.

4.1.17.1. A agência se reunirá com a CÂMARA, em até 60 (sessenta) dias após a assinatura do CONTRATO, para apresentar proposta para o banco de imagens e para o acervo de propaganda, compreendendo entre outros itens, as especificações técnicas, a sistemática de navegação e de filtros de pesquisa e os formatos dos arquivos.

4.1.17.1.1. Aprovada pela CÂMARA, a proposta passará a integrar este CONTRATO, ressalvada a possibilidade de ajustes, sempre que necessário à manutenção do banco/acervo virtuais.

4.1.17.2 A CONTRATADA, por meio deste CONTRATO, transfere à CÂMARA a propriedade do sistema tecnológico referente ao banco/acervo virtuais incluídos o seu código/fonte.



4.1.17.3. O banco/acervo virtuais deverá estar funcionando em até 120 (cento e vinte) dias após a assinatura deste CONTRATO.

4.1.18. Prestar esclarecimentos à CÂMARA sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação

4.1.19. Não caucionar ou utilizar este CONTRATO como garantia para qualquer operação financeira.

4.1.20. Manter, durante a execução deste CONTRATO, todas as condições de habilitação exigidas na concorrência que deu origem a este ajuste, entre as quais a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que trata o art. 4º e seu parágrafo 1º da Lei 12.232/2010.

4.1.20.1. Em não se comprovando a manutenção das condições de habilitação, a CONTRATADA terá 30 (trinta) dias para regularizar a situação, contados da notificação da CÂMARA, prazo após o qual poderá ser promovida a rescisão contratual.

4.1.21. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando exigido por norma, com relação a empregados de fornecedores contratados.

4.1.22. Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste CONTRATO, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargo 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.

4.1.22.1. A CONTRATADA é responsável por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

4.1.22.2 Sempre que solicitados pela CÂMARA, a CONTRATADA deverá apresentar comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

4.1.23. Aceitar, nas mesmas condições contratuais, acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado previsto no subitem 3.1, facultada a supressão além desse limite, mediante acordo entre as partes.

4.1.24. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos ou contratados.

4.1.25. Obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento deste CONTRATO.



4.1.25.1. A CONTRATADA também responderá por qualquer ação judicial que tenha por fundamento a legislação trabalhista ou de proteção aos direitos autorais ou à propriedade intelectual, devendo adotar providências no sentido de preservar a CÂMARA e de mantê-la excluída da lide, assim como de reivindicações, demandas, queixas ou representações referentes a tais assuntos.

4.1.25.1.1. Havendo condenação contra a CÂMARA, a CONTRATADA lhe reembolsará as importâncias que tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento, sem prejuízo da apuração das demais responsabilidades cíveis, penais e administrativas envolvidas.

4.1.26. 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.

4.1.27. Manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas durante o período de 5 (cinco) anos após a extinção deste CONTRATO.

## **5. CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CÂMARA**

5.1. Constituem obrigações da CÂMARA, além das demais previstas neste CONTRATO ou dele decorrentes:

5.1.1. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA, observado o subitem 4.1.5 e respectivos subitens.

5.1.2. Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

5.1.3. Fiscalizar a execução deste CONTRATO e subsidiar a CONTRATADA com informações e/ou comunicações úteis e necessárias ao melhor e fiel cumprimento das obrigações.

## **6. CLÁUSULA SEXTA – DA EXECUÇÃO, GESTÃO E AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS**

6.1. A CONTRATADA somente poderá executar qualquer tipo de serviço objeto deste CONTRATO após sua respectiva aprovação formal pela CÂMARA

6.1.1. A CÂMARA poderá acompanhar a execução dos serviços contratados, juntamente com um representante credenciado pela CONTRATADA.

6.1.2. A aprovação dos serviços não afasta a responsabilidade da CONTRATADA quanto à sua perfeita execução.

6.2. Os serviços contratados poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao especificado.



6.2.1. A não aceitação de serviços objeto deste CONTRATO, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CÂMARA.

6.2.1.1. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que o serviço, quando não aceito, no todo ou em parte, seja refeito ou reparado a suas expensas e nos prazos estipulados pela CÂMARA, observado o subitem 4.1.5.

6.3. A gestão deste CONTRATO pela CÂMARA será realizada pelos seguintes órgãos:

- I. Divisão de Compras e Gestão de Contratos
- II. Divisão de Comunicação e Cerimonial

6.3.1. A gestão e fiscalização deste CONTRATO em nada restringem a responsabilidade da CONTRATADA pela execução dos serviços.

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

6.3.3. A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CÂMARA ou auditoria externa por esta indicada tenha acesso a todos os documentos que digam respeito à execução deste CONTRATO.

6.3.4. Serão anotadas e registradas todas as ocorrências relacionadas com a execução contratual, cabendo à CONTRATADA atender, no prazo estipulado pela CÂMARA às determinações para regularização das faltas ou defeitos observados.

6.4. A CÂMARA realizará, semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nível técnico dos trabalhos, dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela CONTRATADA e do atendimento ao subitem 4.1.7.

6.4.1. Sem prejuízo de outras finalidades com objetivo semelhante ou complementar, a avaliação semestral será considerada instrumento para:

- I. solicitar à CONTRATADA a melhora da qualidade dos serviços prestados;
- II. subsidiar decisão sobre prorrogação e rescisão contratuais;
- III. subsidiar declaração sobre desempenho da CONTRATADA.

## 7. CLÁUSULA SÉTIMA – DA REMUNERAÇÃO

7.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada por honorários de \_\_\_\_\_ % (indicação por extenso), incidentes sobre o preço dos serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material.

7.1.1. Os honorários serão calculados sobre o preço faturado pelos fornecedores.



7.2. Pelos serviços de criação e execução interna, a CONTRATADA receberá o valor correspondente indicado na Tabela de Custos Internos editada pelo Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais, então em vigor, com um desconto de \_\_\_\_\_ % (\_\_\_\_\_ por cento)

7.3. Serão resarcidas as despesas referentes aos serviços de planejamento e execução de pesquisas, inclusive de pré-testes e recall de campanha executadas neste contrato, com o mesmo percentual indicado no subitem 7.1.

7.4. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratadas, na cidade de Pará de Minas - MG e região, serão de responsabilidade da CONTRATADA.

## **8. CLÁUSULA OITAVA – DESCONTO DE AGÊNCIA**

8.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Sétima, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência concedido pelos vínculos de divulgação, em conformidade com o art. 11 da lei nº 4.680/65 e com art. 7º do Regulamento para execução da lei nº 4.680/65 (Decreto nº 57.690/66).

8.1.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CÂMARA, nos termos do art. 19 da lei nº 12.232/2010.

8.2. A CONTRATADA repassará à CÂMARA o valor correspondente a ..... % do valor da mídia efetivamente contratada sobre o valor acertado para cada veiculação, correspondente ao repasse parcial dos honorários de veiculação, correspondente ao repasse parcial dos honorários de veiculação pago pelos Veículos de Comunicação à agência de publicidade.

## **9. CLÁUSULA NONA – DOS DIREITOS AUTORAIS**

9.1. A CONTRATADA cede à CÂMARA os direitos patrimoniais de uso de idéias (incluídos estudos, análises e planos), peças, campanhas e demais materiais de publicidade, de sua propriedade exclusiva, de seus empregados ou prepostos, concebidos, criados ou produzidos em decorrência deste CONTRATO.

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

9.1.2. O valor dessa cessão está integralmente incluído nas modalidades de remuneração definidas nas cláusulas sétima e oitava.

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



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

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

9.4. A CÂMARA será a única proprietária das peças e demais materiais físicos e/ou digitais oriundos do cumprimento deste CONTRATO, sejam estes passíveis ou não de proteção do Direito de Propriedade Intelectual.

9.4.1. É garantida à CÂMARA a apropriação dos direitos patrimoniais e conexos originalmente de titularidade da CONTRATADA e dos funcionários desta, sobre os resultados da execução deste CONTRATO, ressalvados os direitos autorais e conexos de terceiros.

## **10. CLÁUSULA DÉCIMA – DA LIQUIDAÇÃO E DO PAGAMENTO DE DESPESAS**

### **DA LIQUIDAÇÃO**

10.1. Para a liquidação de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela CÂMARA, a CONTRATADA deverá apresentar:

- I. a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra legível, em nome da Câmara Municipal de Pará de Minas, CNPJ Nº 20.931.994/0001-77, contendo o número deste CONTRATO e os seguintes dados da CONTRATADA

Banco (nome e número da contratada)

Agência (nome e número da contratada)

Conta Corrente (número da contratada)

- a) Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas tempestiva e formalmente à CÂMARA, ficando a CONTRATADA responsável pelos prejuízos decorrentes da falta ou intempestivamente da informação.
  - b) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais e na conta corrente utilizada para pagamento à CONTRATADA deverá ser o CNPJ da CONTRATADA constante do preâmbulo deste CONTRATO.
  - c) Quando referente ao pagamento de fornecedores e veículos, a nota fiscal também deverá conter o número do documento que autorizou a veiculação ou produção dos serviços e o nome empresarial do fornecedor com seu respectivo CNPJ.
- II. a primeira via do documento fiscal do fornecedor de serviços especializado ou do veículo:



- a) O CNPJ que deverá constar nas notas fiscais dos fornecedores de serviço especializado deverá ser o mesmo da cotação de preços que norteou a contratação.
- III. os documentos comprobatórios da execução dos serviços especializados e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega;
- IV. os documentos comprobatórios da demonstração do valor devido ao veículo, da sua respectiva tabela de preços, da descrição dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e da efetiva veiculação, sendo este último providenciado sem ônus para a CÂMARA.
- a) Na ocorrência de falha em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas no inciso IV, a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

10.1.1. O comprovante de veiculação a que se refere o subitem 10.1, IV é constituído por:

- I. revista e anuário: exemplar original;
- II. jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça;
- III. demais meios: relatório de checagem de veiculação emitido por empresa independente ou por um dos seguintes documentos:
  - a) TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;
  - I. como alternativa ao procedimento previsto na alínea “a”, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista na alínea “a” deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento “composto” contenha todas as informações previstas na alínea “a”.
- b) Mídia Exterior:
  - I. Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e



CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.

- II. Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, deque devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.
  - III. Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração.
- c) Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente acompanhado do print da tela.

10.1.1.1. As formas de comprovação de veiculação em mídia não previstas nas alíneas “a”, “b” e “c” do subitem 10.1.1, III, serão estabelecidas formalmente pela CÂMARA, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

10.1.2. Compete ao Gestor/Fiscal do contrato, a conferência dos preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, por ocasião da apresentação dos respectivos Planos de Mídia pela CONTRATADA à CÂMARA.

10.2. Os documentos de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à Divisão de Compras e Gestão de Contratos.

10.2.1. Caso de constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança e comprovação da execução e entrega dos serviços, a CÂMARA a seu juízo poderá devolvê-la para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

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

10.2.1.2. A CÂMARA não pagará nenhum acréscimo pelo adiamento do pagamento em razão de pendência no cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste CONTRATO.

10.3. Antes da efetivação dos pagamentos, será verificada a comprovação de regularidade da CONTRATADA referente à:



- I. Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviços – FGTS;
- II. Certificado de Regularidade junto à Previdência Social;
- III. Prova de Regularidade para com a Fazenda Federal (Quitação de Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa da União da Fazenda Federal);
- IV. Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT.

10.3.1. A CONTRATADA apresentará ao Gestor/Fiscal os documentos comprobatórios de atualização de suas condições de habilitação, sempre que próximos aos seus respectivos vencimentos.

10.3.2. A não apresentação ou a irregularidade dos documentos listados no subitem 10.3 não acarretará retenção do pagamento. Entretanto, a CONTRATADA será comunicada quanto à apresentação de tais documentos em até 30 (trinta) dias, sob pena de rescisão contratual e demais penalidades cabíveis.

10.4. O atesto somente será realizado mediante a comprovação do cumprimento pela CONTRATADA de todas as condições pactuadas e ocorrerá em cinco dias úteis após a entrega da documentação pertinente, observado o subitem 14.9.

10.4.1. Para efeito de contagem de prazo de atesto, a documentação recebida após as 17 h será considerada entregue no dia útil subsequente.

## DO PAGAMENTO

10.4. A CÂMARA efetuará o pagamento até 05(cinco) dia úteis após a entrega da Nota Fiscal desde que atendidos todos os requisitos da fase de Liquidação.

10.4.3. Havendo atraso de pagamento pela CÂMARA, o valor devido será corrigido financeiramente, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação *pro rata tempore* do IGPM (FGV), observado o disposto na cláusula 10.2.1.2.

10.6. A CÂMARA não é obrigada a pagar nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

10.7. Correrão por conta da CONTRATADA o ônus do prazo de compensação e todas as despesas bancárias decorrentes da transferência de crédito, assim como os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes de sua inobservância quanto aos prazos de pagamento.

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

10.8.1. Nos casos de contratação de terceiros, quando houver retenção de ISSQN e Imposto de Renda, a CONTRATANTE fará a retenção do valor referente ao referido tributo no pagamento da CONTRATADA.



10.8.1.1. Será repassado à CONTRATADA o valor devido com o respectivo desconto, cabendo à CONTRATADA proceder a cobrança contra os terceiros prestadores de serviço.

## **11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

11.1. Pela inexecução total ou parcial deste CONTRATO, poderão ser aplicadas à CONTRATADA as seguintes sanções, sem prejuízo das sanções previstas no edital, eventual rescisão por culpa da contratada e reparação dos danos causados à CÂMARA:

- I. Advertência por descumprimento de qualquer obrigação contratual;
- II. Multa:
  - a) Não realização, no prazo definido pela CÂMARA, de ação publicitária cuja data ou período de implantação se constitua elemento imprescindível à eficácia da comunicação: 10 % (dez por cento) sobre o valor da veiculação e/ou produção não realizada;
  - b) Atraso na implantação da estrutura em XXXXXXXXXXXXX, na alocação dos profissionais nesta estrutura ou no início da operação:
    - i. No período até o 60º dia de atraso: 0,1% (um décimo por cento), por irregularidade, sobre o valor previsto no subitem 3.1, por dia de atraso;
    - ii. Após o 30º dia de atraso: multas indicadas nos subitens 12.1, II, b, “i” e “ii” e rescisão contratual.
  - c) Não quitação dos compromissos com fornecedores de serviços especializados e veículos, no prazo estabelecido no subitem 4.1.4.2.3:
    - i. No período até o 15º dia de inadimplência: 0,5% (meio por cento) do valor previsto no subitem 3.1, por dia de atraso, sem prejuízo da retenção do pagamento de faturas;
    - ii. No período entre o 16º e o 30º dia de inadimplência: 1% (um por cento) do valor previsto no subitem 3.1, por dia de atraso;
    - iii. Após o 30º dia de inadimplência: multas indicadas nos subitens 12.1, II, c, “i” e “ii” e rescisão contratual.
  - d) Rescisão unilateral deste CONTRATO por aplicação das hipóteses do subitem 13.1.1 e da Lei 8.666/93, art. 78, inciso I a XI e inciso XVIII: 20% (vinte por cento) do valor previsto no subitem 3.1.
- III. Impedimento de participação em licitação e impedimento de contratar com a CÂMARA pelo período não superior a 02 (dois) anos, nos seguintes casos:
  - a) Se a CONTRATADA der causa à rescisão unilateral deste CONTRATO, por descumprimento de suas obrigações;



- b) Apresentação de documentos falsos ou falsificados;
  - c) Cometimento de falhar ou fraudes na execução deste CONTRATO.
- IV. declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo previsto no parágrafo 3º do art. 87 da Lei 8.666/93, que será aplicada nos seguintes casos:
- a) Condenação definitiva por prática dolosa de fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
  - b) Prática de atos ilícitos, visando a frustrar os objetivos da contratação;
  - c) Demonstração de que não possui idoneidade para contratar com a Administração Pública.
- 12.1.2. As multas previstas nos subitens 12.1, II são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente.
- 12.1.2.1. O valor da multa deverá ser recolhido em até dois dias úteis, prazo após o qual, não havendo sua comprovação, poderá ser executado alternativamente:
- I. dos créditos decorrentes deste CONTRATO, até o limite dos prejuízos causados à CÂMARA;
  - II. dos créditos existentes em outros contratos, porventura vigentes entre a CÂMARA e a CONTRATADA, até o limite dos prejuízos causados;
- 12.1.2.2. O valor previsto no subitem 3.1 será atualizado nos termos do subitem 3.1.1, para efeito de cálculo de multa.
- 12.1.3. A penalidade de advertência e a penalidade de multa poderão ser aplicadas individualmente ou em conjunto com qualquer outra penalidade prevista no item 12.
- 12.1.5. Não serão aplicadas penalidades por ato decorrente de caso fortuito ou força maior, devidamente comprovado.
- 12.2. As penalidades serão aplicadas com observância aos princípios da ampla defesa e do contraditório.
- 12.2.1. A notificação de irregularidade será efetuada por ciência no processo, por via postal, com aviso de recebimento, por telegrama, ou por outro meio que assegure a certeza da ciência do interessado.
- 12.2.1.1. Caso não seja possível a entrega da notificação ao contratado, pelos meios descritos no subitem 12.2.1, esta poderá ser feita mediante a publicação na imprensa oficial.



12.2.2. A notificação indicará o local onde será concedida vista do respectivo processo, sendo facultado à CONTRATADA transcrevê-lo ou o fotocopiar, total ou parcialmente, vedada sua retirada do âmbito da CÂMARA.

12.2.3. A CONTRATADA terá 5 (cinco) dias úteis, contados do recebimento da notificação, para apresentar defesa perante a autoridade administrativa que emitiu a notificação, mediante peça escrita contendo as razões de defesa acompanhadas, se houver, da respectiva documentação comprobatória.

12.2.3.1. O prazo para apresentação de defesa em caso da declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será de 10 (dez) DIAS.

12.2.3.2. A CONTRATADA poderá apresentar recurso contra aplicação de penalidade, mediante instrumento dirigido à autoridade superior, por intermédio da que praticou o ato recorrido, a qual poderá reconsiderar sua decisão, ou fazê-la subir devidamente informada, para decisão pela autoridade superior.

12.2.3.3. A procedência da defesa implica o arquivamento do processo, e a sua improcedência, a aplicação da(s) pertinentes(s).

12.3. A aplicação das penalidades administrativas não exime a responsabilidade civil e penal da CONTRATADA.

### **13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – DA RESCISÃO CONTRATUAL**

13.1. Este contrato poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, pelos motivos previstos no art. 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/93, assim como, se a CONTRATADA

- I. utilizar este contrato, em qualquer operação financeira;
- II. for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- III. não mantiver suas condições de habilitação;
- IV. deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato;
- V. não prestar garantia nos termos contratualmente previstos;
- VI. for envolvida em escândalo público e notório;
- VII. quebrar o sigilo profissional;
- VIII. utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- IX. motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes;



X. atrasar por mais de 60 dias a implantação da estrutura em XXXXXXX, a alocação dos profissionais nesta estrutura ou o início da operação de atendimento publicitário;

XI. não quitar os compromissos com fornecedores de serviços especializados e veículos, configurando inadimplência superior a 30 dias da obrigação;

13.2. Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à CÂMARA decidir justificadamente sobre a continuidade deste CONTRATO.

13.3. Os casos de rescisão contratual serão formalmente motivados nos autos do Processo Administrativo, assegurado o contraditório e a ampla defesa.

13.4. A rescisão unilateral ou amigável deverá ser precedida de autorização escrita e fundamentada da autoridade competente.

#### **14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DISPOSIÇÕES GERAIS**

14.1. A CONTRATADA deverá se guiar pelo Código de Ética dos Profissionais da propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com as normas que regulam essa atividade, inclusive as normas éticas, estabelecidas pelo Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária.

14.2. A CÂMARA providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos na imprensa oficial, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei 8.666/93.

14.3. As alterações contratuais serão promovidas em conformidade com a Lei 8.666/93.

14.4. Além das disposições contidas neste CONTRATO, também é aplicável a Lei 12.232/10 e complementarmente as Leis nº 4.680/65 e nº 8.666/93, assim como o Decreto nº 57.690/66.

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

14.6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas pela CÂMARA na internet.

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

14.7. A responsabilidade imputada à CONTRATADA por prejuízos relacionados à execução deste contrato não cessa com o fim desta relação contratual.



14.8. Quando não mencionado em contrário, os prazos contados neste contrato são contados em dias corridos.

14.8.1. Na contagem dos prazos, excluir-se-á a do vencimento.

14.8.2. Será transferido para o dia útil subseqüente o vencimento do prazo que ocorra em dia em que não haja expediente administrativo da CÂMARA.

14.9. A juízo da CÂMARA, as campanhas publicitárias das propostas vencedoras da licitação que deu origem a este contrato poderão ou não ver a ser produzidas e distribuídas, com ou sem modificações nas suas vigências.

## **15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DO FORO**

15.1. É competente o Foro da Justiça Estadual da comarca de Pará de Minas - MG, para dirimir quaisquer dúvidas, porventura oriundas deste contrato.

E, por estarem justas e contratadas, assinam as partes o presente CONTRATO, em 04 (quatro) vias de igual teor e forma, e para um só efeito de direito, na presença de 02 (duas) testemunhas abaixo assinadas.

Pará de Minas, ..... de ..... de 20.....

**CONTRATANTE:**

**CONTRATADO:**



## **ANEXO VI**

### **BRIEFING**

#### **Objetivos da Comunicação**

A campanha a ser desenvolvida pelos licitantes tem por objetivo básico direcionar as realizações da Câmara Municipal de Pará de Minas, durante o período de vigência do contrato, visando aproximar o cidadão do Poder Legislativo e do trabalho dos vereadores, de maneira institucional.

Nos dias 27 e 28 de janeiro de 2018, foi realizada, pelo Instituto Ver, uma pesquisa quantitativa, em Pará de Minas, com 408 pessoas, tendo uma margem de erro de 5 pontos percentuais.

Dentre várias perguntas, os entrevistados foram questionados sobre o que acham do trabalho que os vereadores vêm realizando e o resultado foi:

21% acham regular positivo;  
19% acham péssimo;  
16% acham bom;  
14% acham regular negativo;  
7% acham ruim;  
2% acham ótimo e  
21% não souberam ou não responderam.

Sobre a aprovação da Câmara o resultado foi o seguinte:

39% aprovam;  
40% reprovam e  
21% não souberam ou não responderam.

É fundamental para o Legislativo dar publicidade aos atos públicos e ações que têm sido feitos para melhorar a qualidade de vida dos paraminenses. A população precisa saber como, o que e onde reclamar, solicitar ou dar sugestões, para que a Câmara consiga atender as demandas dos cidadãos.

Para que isso aconteça, a informação precisa estar acessível em todo município (bairros, distritos e povoados). Portanto, deve ser divulgada de maneira abrangente nos diversos veículos de comunicação: rádio, TV, jornal impresso, revistas, site e demais plataformas digitais.

#### **A elaboração da proposta de atividades que serão desenvolvidas deve conter:**

- a) campanhas institucionais que promovam de maneira clara, objetiva e criativa a conscientização da população sobre cidadania e sobre as funções do vereador;



- b) campanhas institucionais, divulgando de maneira clara, objetiva e criativa as atribuições da Câmara, tendo como base de referência as informações que constam do Artigo 40 ao 67, da Lei Orgânica Municipal;
- c) campanhas de visitas das instituições de ensino para conhecer o funcionamento e as dependências da Câmara;
- d) campanhas institucionais que incentivam o acesso ao site oficial da Câmara;
- e) campanhas institucionais que promovam e incentivam a participação popular nas sessões ordinárias, extraordinárias, audiências públicas, exposições e vernissages de artistas locais;
- f) desenvolvimento de aplicativos e criação de novos serviços oferecidos à população. Ex: Ouvidoria, CAC, entre outros;
- g) campanhas de novos serviços e parcerias disponíveis à população;
- h) campanhas de divulgação da Escola do Legislativo Alfeu Silva Mendes, contendo os programas desenvolvidos como: Parlamento Jovem, cursos de capacitação, Gincana do Saber e outros;
- i) plano de mídia, contendo os principais veículos que serão utilizados, incluindo o site oficial da Câmara, o motivo que foram escolhidos, os respectivos valores, tipo de material utilizado, período e horário de veiculação;
- j) Todo material deve conter a logomarca da Câmara disponibilizada no link:  
[http://www.parademinas.mg.leg.br/transparencia/licitacoes-e-contratos/copy\\_of\\_licitacoes/outros-itens-de-liticacao/2018/logomarcas-oficiais-da-camara/](http://www.parademinas.mg.leg.br/transparencia/licitacoes-e-contratos/copy_of_licitacoes/outros-itens-de-liticacao/2018/logomarcas-oficiais-da-camara/)
- k) A verba referencial prevista para a campanha está estimada em **R\$340.000,00 (trezentos e quarenta mil reais) por ano.**

## História da Câmara

A história da Câmara Municipal de Pará de Minas remonta ao ano de 1859. Em 20 de setembro daquele ano, em virtude da Lei Provincial nº: 882, de 8 de junho de 1858, foi instalada, solenemente, a Vila do Pará (hoje Pará de Minas) pelo presidente da Câmara de Pitangui, Dr. Francisco Cordeiro dos Campos Valadares.

Após as cerimônias de instalação da “Vila”, houve a primeira reunião extraordinária da Câmara. Os primeiros vereadores foram: Francisco de Assis dos Santos Réo (Alferes Réo e o primeiro presidente da Câmara); Fidélis Evaristo Firmiano Ribeiro (Major Fidélis); Francisco Esteves Rodrigues (Alferes Esteves); Belmiro José Pinto Coelho; Manoel Teixeira Duarte (Capitão Teixeira); Antônio José de Abreu e Silva (Capitão Abreu).

Em 1872, por questões políticas, a Vila do Pará foi suprimida e, em 25 de março de 1876 – com a reinstalação da Vila do Pará por efeito da Lei Provincial nº 2.081, de 23 de dezembro de 1874 – deu-se nova instalação da Câmara Municipal.



Até 1931, o presidente da Câmara era também o agente executivo, cargo equivalente hoje ao de prefeito. No mesmo ano, foi instituído o regime das prefeituras, e o regime das câmaras municipais foi suspenso, sendo restabelecido em 1948. Na nova fase, o primeiro presidente da Câmara Municipal de Pará de Minas foi o escritor e fazendeiro José Augusto Corrêa de Miranda.

O edifício onde, por muitos anos, funcionou a Câmara Municipal foi construído no terreno onde hoje se localiza a Prefeitura, na praça Afonso Pena. Não há registro relativo à data de sua construção, mas existem indícios de que tenha sido a edificação original da Câmara instalada em 1859. Em 20 de setembro de 1969 o prédio localizado na praça Torquato de Almeida, nº: 100, no centro da cidade passou a ser ocupado pelo Legislativo.

Quarenta e quatro anos depois, em março de 2013, a Câmara paraminense foi transferida. A nova sede recebeu o nome José Moreira Xavier (Zezinho Xavier) e está localizada na avenida Presidente Vargas, 1935, no bairro Senador Valadares. O prédio possui cinco pavimentos aptos para receber o público, incluindo o deslocamento por meio de elevadores e atendendo as normas de acessibilidade.

A inauguração aconteceu no dia 20 de setembro de 2013, juntamente com as comemorações do aniversário de emancipação política de Pará de Minas. Essa estrutura moderna, com capacidade para atender bem à população de Pará de Minas, foi projetada pelo arquiteto Osvaldo Fonseca Filho.

Na longa trajetória da Câmara, vários foram os vereadores que passaram por ela e que perpetuaram com grandiosidade seus nomes na história paraminense. Benedito Valadares e Torquato de Almeida são alguns deles.

Os vereadores da legislatura 2013/106 foram: Antônio Linhares Villaça, Carlos Roberto Lázaro, Dilhermano Rodrigues Filho, Flávio Medina Neto, Geovane Cardoso Correia, Geralda Vitor Lebrão, Geraldo Luiz Batista, José Salvador Moreira, Leandro Almeida Ferreira, Marcos Aurélio dos Santos, Marcílio Magela de Souza, Marcus Vinícius Rios Faria, Renato de Almeida Costa Faria, Ricardo Duarte Rocha, Rodrigo Varela Franco, Silvério Severino Francisco e Silésio Mendonça.

A Mesa Diretora de 2018 está composta pelos vereadores Marcus Vinícius Rios Faria – presidente; Daniel de Melo Oliveira – vice-presidente; Nilton Reis Lopes – 2º vice-presidente; Mário Justino da Silva – secretário e Gladstone Correa Dias – 2º secretário.

Atualmente, os vereadores que compõem a Câmara são: Antônio Carlos dos Santos, Carlos Roberto Lázaro, Daniel de Melo Oliveira, Dilhermando Rodrigues Filho, Ênio Talma Ferreira de Rezende, Gladstone Correa Dias, José Salvador Moreira, Leandro Alves Almeida Ferreira, Marcílio Magela de Souza, Márcio Eustáquio Rodrigues, Márcio Lara, Marcos Aurélio dos Santos, Marcus Vinícius Rios Faria, Mário Justino da Silva, Nilton Reis Lopes, Rodrigues Alves Meneses, Rodrigo Varela Franco. Essa legislatura termina em dezembro de 2020.

É no poder legislativo que se refletem, repercutem e se manifestam as preocupações, angústias, aspirações e problemas do povo, a alma coletiva, enfim. É um poder forte, que busca o bem-estar e melhor qualidade de vida para mais de 90 mil habitantes.