



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

**PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº. 15/2021.**

**CONCORRÊNCIA Nº. 01/2021. TIPO: TÉCNICA E PREÇO**

**VALOR DA CONTRATAÇÃO: ATÉ R\$ 180.000,00 (Cento e oitenta mil reais), anualmente.**

## **PREÂMBULO**

A **Câmara Municipal de Ubá**, sediada na Rua Santa Cruz, 301, Centro, CEP 36500-059, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação, nomeada pela portaria nº 16/2021, faz saber aos interessados que fará realizar Licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA PÚBLICA**, do tipo técnica e preço, para Contratação de Empresa Especializada para Prestação de Serviços de Comunicação Social, Publicidade, Propaganda e Marketing pelo período de 12 meses.

A licitação será regida pela legislação geral e pela legislação específica pertinente, em especial pelo §1º, do art. 37, da Constituição Federal de 1988, pelo § único do art. 17 da Constituição do Estado de Minas Gerais, pela Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, pela Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, pelas cláusulas e condições deste edital e seus anexos e, ainda, pelas normas que regem a atividade de publicidade e propaganda em especial, a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e o Decreto Federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966 e demais legislação vigente.

As Propostas Técnicas e Comerciais (Envelopes de 1 a 4) deverão ser entregues na sessão pública de abertura a ser realizada na sede da Câmara Municipal de Ubá, na Rua Santa Cruz, 301, Centro, CEP 36500-059, **dia 07 de abril de 2021 às 08 horas.**

A SESSÃO PÚBLICA DE ABERTURA DOS **ENVELOPES Nº. 01**, CONTENDO A VIA NÃO IDENTIFICADA DO “PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA”, E **ENVELOPE Nº. 03**, CONTENDO “CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE”, SERÁ EM:

**DATA: 07 de abril de 2021.**

**HORÁRIO: 08 horas.**

**LOCAL: Sede da Câmara Municipal de Ubá, Rua Santa Cruz, 301, Centro, CEP 36500-059.**



# **Câmara Municipal de Ubá**

ESTADO DE MINAS GERAIS

## **ENVELOPE 2 – PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA IDENTIFICADA**

Este envelope deverá ser entregue no mesmo dia e horário dos demais e somente será aberto, em sessão pública, após a fase final de julgamento dos PLANOS DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA entregues sem identificação.

### **ABERTURA DO ENVELOPE Nº 04 “PROPOSTA DE PREÇO”:**

Será realizada em sessão pública, em data posterior a ser definida, logo após o julgamento da proposta técnica e prazo para recursos, sendo a mesma devidamente comunicada aos interessados.

### **ENTREGA DO ENVELOPE Nº. 05 - DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO DOS LICITANTES CLASSIFICADOS NO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS:**

Este envelope será apresentado, devidamente lacrado, após o julgamento da proposta de preço, apenas pelos licitantes classificados, em data posterior comunicada a todos os interessados.

Se não houver expediente ou ocorrer fato superveniente que impeça a realização da sessão na data prevista, fica a mesma adiada para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo local e horário estabelecidos anteriormente, desde que não haja comunicação em contrário.

Cópia do edital estará à disposição dos interessados no site da Câmara, em [www.uba.mg.leg.br](http://www.uba.mg.leg.br). Informações ou pedidos de esclarecimentos através do e-mail [licitacao@uba.mg.leg.br](mailto:licitacao@uba.mg.leg.br), telefone (32)3539.5000.

Ubá, 18 de fevereiro de 2021.

**Silvério Dias Maciel**

**Presidente da Comissão Permanente de Licitação.**



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

## EDITAL DE LICITAÇÃO

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 15/2021

CONCORRÊNCIA Nº 01/2021

TIPO: TÉCNICA E PREÇO

### 1 - DO OBJETO

1.1 - É objeto da presente Licitação: CONTRATAÇÃO DE EMPRESA ESPECIALIZADA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL NAS ÁREAS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE, PROPAGANDA E MARKETING, ABRANGENDO TRABALHOS DE CRIAÇÃO, REPRODUÇÃO, DISTRIBUIÇÃO E VEICULAÇÃO DE PROGRAMAS E CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS EM MÍDIAS FALADAS, ESCRITAS E DIGITAIS DE COMUNICAÇÃO DIRIGIDA, EM CARÁTER INFORMATIVO, EDUCATIVO E DE ORIENTAÇÃO SOCIAL À COMUNIDADE PELO PERÍODO DE 12 MESES, para atender às necessidades da Câmara Municipal de Ubá, na forma caracterizada no Anexo V deste Edital, que contém o Projeto Básico de Propaganda e Publicidade.

1.2 - Para os fins desta licitação consideram-se serviços de publicidade, de acordo com a Lei nº. 12.232, de 29 de abril de 2010:

a) o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

1.3 – Nas contratações de serviços de publicidade poderão ser incluídas como atividades complementares:

a) o planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

b) a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados;



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

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

1.4 – O objeto deste edital não será fracionado, não sendo permitida a adjudicação de mais de uma empresa vencedora.

## **2 - DOS VALORES E DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

2.1 - O valor de contratação para 12 (doze) meses de prestação dos serviços que são objeto desta licitação está estimado em R\$ 180.000,00 (cento e oitenta mil reais).

2.2 - As despesas decorrentes da execução do Contrato, correrão à conta da dotação orçamentária contida no Processo Administrativo (rubrica 33903968.00.00 – Serviços de Publicidade e Propaganda. Ficha 10 – LOA e Reduzido 10 – Câmara Municipal de Ubá), que informa a existência de recursos financeiros no exercício em relação aos preços estimados.

2.3 - A execução dos serviços será remunerada originalmente da forma abaixo, ainda não se levando em consideração os eventuais descontos pelos licitantes, na forma apresentada no ANEXO IV, da “Proposta de Preços”, referentes aos custos internos relativos aos trabalhos desenvolvidos pela Agência contratada:

*2.3.1 - Pelo “desconto de agência” de 20% (vinte por cento) sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociada, pago à Agência a ser contratada, pelos Veículos de Comunicação;*

*2.3.2 - Pelo honorário de 15% (quinze por cento) sobre custos de produção realizada tecnicamente por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços decorrentes do estudo ou de criação intelectual da Agência contratada.*

*2.3.3 - Pelo honorário de 10% (dez por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços, quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.*

2.4 - O valor do futuro contrato será irrevogável pelo período de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato.



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

## 3 – DA FORMA DE PARTICIPAÇÃO E DO ESCLARECIMENTO DE DÚVIDAS

3.1 - Poderão participar da presente licitação empresas especializadas, no ramo de publicidade e propaganda, legalmente constituídas e que satisfaçam aos requisitos deste Edital, observada a Lei nº. 8.666/93, bem como a Lei nº. 12.232/2010, além do disposto no Decreto nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002.

3.2 - Não serão admitidos interessados que se enquadrem em quaisquer das situações a seguir:

- a) Sejam declarados inidôneos em qualquer esfera de Governo;
- b) Estejam sob regime de falência, concordata, dissolução ou liquidação;
- c) Todos aqueles casos proibidos pela legislação vigente;
- d) Possuam proprietário titular de mandato eletivo;
- e) Estejam descumprindo o disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, de acordo com o Anexo VII deste Edital.

3.3 - A observância das vedações do item anterior é de inteira responsabilidade do licitante que, pelo descumprimento, estará sujeito às penalidades cabíveis.

3.4 - Pedidos de esclarecimentos devem ser feitos através do e-mail [licitacao@uba.mg.leg.br](mailto:licitacao@uba.mg.leg.br) em até 05 (cinco) dias úteis antes da data de entrega dos envelopes.

3.5 - Os esclarecimentos serão feitos pela Comissão Permanente de Licitação através de endereço eletrônico informado quando da retirada do edital e diretamente no site [www.uba.mg.leg.br](http://www.uba.mg.leg.br), em mensagem acessível a todos os interessados.

3.6 - Serão disponibilizadas, além das respostas, outras informações que a Comissão Permanente de Licitação julgar importantes, razão pela qual os interessados no certame devem consultar o sítio com frequência.

3.7 - A apresentação da PROPOSTA na Licitação será considerada como evidência de que o licitante examinou completamente o Edital e todos os seus anexos, que os comparou entre si, que obteve da Comissão Permanente de Licitação todas as informações satisfatórias sobre quaisquer pontos



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

duvidosos e que considera que o caderno desta Licitação lhe permitiu preparar a proposta de maneira completa e totalmente satisfatória.

## 4 – DO CREDENCIAMENTO E DA FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS E PROPOSTAS

4.1 - Para participar deste certame, até o dia, horário e endereço previstos no preâmbulo deste edital, o representante da licitante apresentará à Comissão Permanente de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos envelopes, obedecendo ao que segue:

a) Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la (contrato social acompanhado da última alteração ou consolidação do mesmo, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente), devidamente autenticados em cartório, ou apresentar cópia com o documento original, para permitir que a Comissão de Licitação ateste sua autenticidade, ressalvados os casos onde poderá ser conferida autenticidade por meio digital.

b) Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio do documento de credenciamento, conforme **Anexo I** deste instrumento ou por procuração, mediante instrumento público ou particular, em original com reconhecimento de firma ou em cópia devidamente autenticada pelo cartório competente e com poderes expressos para a prática de atos pertinentes ao presente certame. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

4.2 – Este documento deve permitir ao credenciado assinar documentos e tomar decisões, inclusive, quanto à desistência de recursos.

4.3 - A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

4.4 - A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

4.5 – Após o credenciamento, os interessados deverão habilitar-se à Licitação, apresentando à Comissão os 04 (quatro) envelopes devidamente fechados. O envelope 1 (um) deverá ser apresentado sem lacre e sem rubrica, sem nenhuma identificação do proponente, inclusive marca, sinal, etiqueta ou outro elemento, mesmo danificado/deformado pelas peças nele contidos, que, por si só, identifique a licitante. Os envelopes 2, 3 e 4 deverão estar rubricados, contendo na parte externa de cada, as informações referentes ao presente processo, conforme sugestão abaixo:

## **a) Envelope de N° 01 – PROPOSTA TÉCNICA CONTENDO A VIA NÃO IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

Obs.: O envelope de que trata este item, será disponibilizado pelo Setor de Licitações da Câmara Municipal de Ubá, em sua sede, no endereço constante no preâmbulo, devidamente padronizado, devendo ser retirado pelos licitantes interessados, de segunda a sexta-feira, no horário de 9 às 11 horas.

**Na apresentação do plano de comunicação, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:**

- a) caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) papel branco A4, com gramatura 75 g ou 90 g, orientação retrato;
- c) espaçamentos determinados nas margens (Margem superior: 3,0cm; margem direita: 2,0cm; margem inferior: 2,0cm; margem esquerda: 3,0cm)
- d) sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- e) com textos justificados;
- f) com espaçamento simples entre as linhas;
- g) com texto e numeração de páginas em fonte Arial, estilo normal, cor preto automático, tamanho 12 pontos;
- h) numeração em todas as páginas pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- i) capa em papel A4 branco, em branco (sem qualquer proteção plástica e/ou outros materiais);



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

- j) não poderá, em nenhum de seus quesitos (Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa, Estratégia de Mídia e Não Mídia) haver informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, efetivamente e por si só, de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro n. 3 sem identificação da licitante;
- k) havendo qualquer sinal de identificação no envelope “1”, nenhum envelope daquela licitante será recebido e a mesma ficará impedida de participar do certame, registrando-se tal ocorrência em ata.
- l) gráficos ou tabelas poderão ser editados com utilização de tons de cinza ou outras cores;
- m) os dados e as informações dos quadros e/ou tabelas devem ser editados na fonte Arial, estilo normal, cor preto automático, tamanho 10 pontos;
- n) as páginas em que estiverem inseridos gráficos e/ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

## **b) Envelope de N° 02 – PROPOSTA TÉCNICA CONTENDO A VIA IDENTIFICADA DO PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

**CONCORRÊNCIA 01/2021: PA N°. 15/2021**

DADOS DA PROPONENTE: \_\_\_\_\_

(NOME/ENDEREÇO/TELEFONE/FAX E EMAIL)

## **c) Envelope de N° 03 – PROPOSTA TÉCNICA E CONJUNTO DE INFORMAÇÕES REFERENTES AO PROPONENTE**

**CONCORRÊNCIA 01/2021: PA N°. 15/2021**

DADOS DA PROPONENTE: \_\_\_\_\_

(NOME/ENDEREÇO/TELEFONE/FAX E EMAIL)

## **d) Envelope N° 04 – PROPOSTA DE PREÇO**

**CONCORRÊNCIA 01/2021: PA N°. 15/2021**

DADOS DA PROPONENTE: \_\_\_\_\_

(NOME/ENDEREÇO/TELEFONE/FAX E EMAIL)





# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

## e) Envelope Nº 05 - DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO DOS LICITANTES CLASSIFICADOS NO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

### CONCORRÊNCIA 01/2021: PA Nº. 15/2021

DADOS DA PROPONENTE: \_\_\_\_\_

(NOME/ENDEREÇO/TELEFONE/FAX E EMAIL)

4.6 - A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos a seguir. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

4.6.1- Os **envelopes de números 02, 03 e 04** deverão conter obrigatoriamente os documentos respectivos, conforme exigências deste instrumento, apresentados da seguinte forma:

A - Em uma via no original, sem emendas, rasuras ou entrelinhas, ou em cópia autenticada por Tabelião de Notas, podendo ainda, em qualquer caso, vir em cópia para autenticação pela Comissão, mediante apresentação do original.

B - Assinados ou rubricados em todas as folhas pelo representante legal da empresa licitante, ou de seu procurador legalmente constituído, observadas as exigências constantes nos anexos e modelos deste edital.

C - Com validade na data de abertura da Licitação.

## 5 - DA ABERTURA DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

5.1 - Na data e hora marcadas para a realização da Licitação, a Comissão Permanente de Licitação procederá à abertura dos Envelopes Nº 01 e 03, obedecendo ao seguinte roteiro:

5.1.1 - Apresentação aos presentes do conteúdo dos respectivos envelopes, procedendo-se à sua análise, segundo os termos deste Edital e legislação específica e posterior julgamento, conforme as exigências prefixadas neste Edital, rubricando a documentação juntamente com os representantes credenciados dos Licitantes.



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

5.1.2 - A CPL não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária, assim como, os mesmos deverão ser apresentados sem nenhuma marca ou identificação do proponente.

5.1.3 – O Envelope de Nº 02, contendo o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, identificado, deverá ser rubricado por todos e mantido fechado até a fase final de julgamento dos PLANOS DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA entregues sem identificação.

5.1.4 – Os membros da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos envelopes com as PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO.

5.1.5 - Após a abertura dos envelopes 01 e 03, a Comissão Permanente de Licitação encaminhará o invólucro 1 à Subcomissão Técnica para julgamento;

5.1.6 - Somente após ter recebido o envelope 1, já com os Planos de Comunicação Publicitária julgados pela Subcomissão Técnica, é que a Comissão Permanente ou Especial de Licitação enviará à citada Subcomissão o invólucro 3.

5.2 - Após esta fase inicial, não caberá desistência da proposta, salvo por motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Permanente de Licitação conforme disposto no § 6º, do art. 43, da Lei n. 8.666/93.

## **6 - DA PROPOSTA TÉCNICA**

6.1 - Abrir e rubricar o conteúdo dos envelopes 1 e 3, pela Comissão Especial ou Permanente de Licitações e licitantes presentes. Se os licitantes estiverem de acordo com as decisões tomadas pela CPL na 1ª sessão, os procedimentos terão continuidade na forma prevista no edital. Se alguma licitante se manifestar contra qualquer decisão da CPL, proferida na 1ª sessão, abrir-se-á prazo para interposição de recurso na forma do art. 109 da Lei 8.666. Não havendo interposição de recurso ou tendo sido julgados eventuais recursos interpostos, a CPL enviará à Comissão Técnica o envelope 1, com a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária. A sessão então será encerrada para análise das Propostas.



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

6.2 - A PROPOSTA TÉCNICA, composta pelos envelopes 02 e 03, deverá reunir os elementos necessários à avaliação da capacitação e qualificação das Licitantes para a execução dos serviços objeto desta Licitação, e seus documentos deverão ser apresentados na forma do item 4.6 deste Edital e mais:

6.2.2 - Quanto ao formato para apresentação pelos proponentes de toda a parte escrita do Plano de Comunicação Publicitária e o conjunto de informações, com exceção do Portfólio, este deverá atender as orientações apresentadas no item 4.5 para formatação do Plano de Comunicação Publicitária.

6.3 - A PROPOSTA TÉCNICA será composta de um PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, pertinente às informações expressas nos ANEXOS V e VIII e de um CONJUNTO DE INFORMAÇÕES referentes ao proponente;

6.4 – O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA deverá ser apresentado em 2 (duas) vias, uma sem a identificação de sua autoria e outra com a identificação, inseridas em envelopes separados;

6.4.1 - **O envelope de Nº 01 - PROPOSTA TÉCNICA** deverá conter a via não identificada do **PLANO DE COMUNICAÇÃO**.

6.4.1.1 - O envelope nº 01, destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação publicitária, será padronizado e fornecido pelo Setor de Licitação, sem nenhum tipo de identificação, DEVENDO os interessados retirá-los até o dia 06/04/2021 (anterior à data do certame) no horário compreendido entre 09 e 17 horas.

6.4.2 – **O envelope de Nº 02 – PROPOSTA TÉCNICA** deverá conter a via identificada do **PLANO DE COMUNICAÇÃO**, sem os exemplos de peças e sugestões de campanhas da ‘ideia criativa’, constante no item 6.3.

6.5 - Para efeito de avaliação, a Licitante deverá apresentar 01 (um) Plano de Comunicação, nos termos dos Anexos V e VIII deste Edital.

6.5.1 - **O Plano de Comunicação Publicitária deverá conter os seguintes quesitos:**



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

I - raciocínio básico, sob a forma de texto, com no máximo de 03 (três) páginas, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Ubá, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;

II - estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, com no máximo de 03 (três) páginas, que indicará e defenderá as linhas gerais da proposta para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pela Câmara Municipal de Ubá;

III - ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente aos desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária, apresentada da seguinte maneira:

- 02 (duas) peças, sendo uma em cada página, para cada um dos seguintes meios, totalizando no máximo 08 (oito) páginas, todas no tamanho A4;

a) Jornal ou Revista: layout;

b) Outdoor: layout;

c) VT: storyboard;

d) Spot ou Jingle/Rádio: roteiro.

IV - estratégia de mídia e não mídia, em que o proponente explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ele sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório, apresentada sob a forma de textos, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro resumo que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação, com no máximo 10 (dez) páginas.

**6- O envelope de Nº 03 – PROPOSTA TÉCNICA / CONJUNTO DE INFORMAÇÕES** pertinentes ao proponente, deverá ser apresentado em caderno específico e conter as seguintes informações:

## **6.6.1 – DOCUMENTO PT/CI-1 - HISTÓRICO/ESTRUTURA/ATENDIMENTO**



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

A - Histórico da licitante, indicando o perfil da agência, com a descrição da estrutura e organização da matriz e, se for o caso, das filiais, no máximo em 05 (cinco) laudas;

B – Descrição das instalações físicas e do instrumental técnico, bem como os investimentos em estrutura de atendimento que serão colocados à disposição da Câmara Municipal de Ubá para atender a presente licitação;

C - Relação dos clientes atendidos nos últimos 24 (vinte e quatro) meses, indicando o objeto e o prazo da contratação;

D - Currículo dos profissionais que compõem a Equipe Técnica com a demonstração da qualificação dos principais executivos e integrantes das equipes que irão atender a conta nas áreas de atendimento, planejamento, criação, produção gráfica, mídia e RTVC.

## 6.6.2 - DOCUMENTO PT/CI-2 - Portfólio/REPERTÓRIO

Conjunto de trabalhos realizados pela Licitante, contendo no mínimo de 10 (dez) e o máximo de 20 (vinte) peças de qualquer natureza, com as respectivas fichas técnicas (com menção ao título, cliente e profissionais que participaram da criação das peças) sendo os filmes, "spots" e "jingles" apresentados em DVD ou Pendrive.

## 6.6.3 - DOCUMENTO PT/CI-3 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Descrição clara e concisa de pelo menos 02 (duas) campanhas de propaganda – *cases* completas desenvolvidas anteriormente pela Empresa Licitante, acompanhadas de todas as suas peças e respectivas fichas técnicas (com menção ao título, cliente e profissionais que participaram da criação das peças) com apresentação de relato dos problemas que cada campanha se propôs a resolver e os resultados alcançados, em até 03 (três) páginas cada uma.

## 7 - DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1 - Para efeito de julgamento e obtenção das Notas das PROPOSTAS TÉCNICAS apresentadas, será atribuída às Empresas Licitantes a "Nota Técnica", variando de 00 (zero) a 100 (cem) pontos, considerando-se apenas duas casas decimais, distribuídos conforme descrito a seguir:



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
<b>Plano de Comunicação Publicitária:</b>	<b>50</b>
<b>I – Raciocínio Básico</b>	<b>10</b>
<b>II – Estratégia de Comunicação Publicitária</b>	<b>15</b>
<b>III – Ideia Criativa</b>	<b>15</b>
<b>IV – Estratégia de Mídia e Não Mídia</b>	<b>10</b>
<b>Conjunto de Informações:</b>	<b>50</b>
<b>I – Histórico / Estrutura / Atendimento</b>	<b>20</b>
a – Currículo da Equipe Técnica da Agência	10
b – Estruturas Técnica e Operacional da Agência	10
<b>II – Portfólio / Repertório</b>	<b>20</b>
<b>III – Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</b>	<b>10</b>
<b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>	<b>100</b>

7.2 – O Plano de Comunicação será julgado, em separado, mediante critérios técnicos e objetivos, devendo a Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica priorizarem os seguintes aspectos:

7.2.1 - No julgamento do "**Plano de Comunicação**" – **50 (cinquenta) pontos** – serão observados:

A - pertinência da concepção;

B - conhecimento dos hábitos de comunicação dos públicos-alvo;

C - escolha dos meios;

D – originalidade e criatividade da estratégia de comunicação e das propostas;

E - consistência lógica;

F - possibilidades de execução e consistência na aplicação da verba;

G - pertinência da campanha;



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

H - clareza das propostas, da argumentação e relação com a avaliação de resultados;

I - economicidade evidenciada no plano de distribuição de peças.

7.2.2 – No Julgamento do **"Conjunto de Informações - Histórico/Estrutura/Atendimento"** – **20 (vinte) pontos:**

A - O "Currículo" da Equipe Técnica da Agência, principalmente das áreas de planejamento, criação, mídia e atendimento;

B - As estruturas Técnica e Operacional da Agência, para suprir as necessidades da área publicitária a ser atendida, que serão colocadas à disposição da Câmara Municipal de Ubá, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

7.2.3 – No Julgamento do **"Conjunto de Informações - Portfólio/Repertório"** – **20 (vinte) pontos** - serão observadas as qualidades do trabalho criativo, a pertinência da solução apresentada ao problema de comunicação e a qualidade da execução dos trabalhos, observando-se nas peças:

A – pertinência;

B - qualidade de produção e execução;

C - acabamento.

7.2.4 - No julgamento do **"Conjunto de Informações - Relatos de soluções de problemas de comunicação"** – **10 (dez) pontos** - serão observados:

A – encadeamento lógico da exposição;

B - evidência do planejamento publicitário;

C - resultados apresentados pela campanha.

7.3 - Serão desclassificadas as PROPOSTAS TÉCNICAS que não obtiverem a pontuação mínima de 60 (sessenta) pontos no total ou o mínimo de 50% (cinquenta por cento) em cada quesito ou que não atenderem as exigências deste Edital.



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

7.4 – A subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos do instrumento convocatório;

7.5 – A Subcomissão Técnica julgará, primeiramente, o PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA, em seguida, julgará os CONJUNTOS DE INFORMAÇÕES das empresas proponentes.

7.5.1 – O PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA deverá permanecer sem identificação até a sessão de confrontação do conteúdo do envelope 01 – PLANO DE COMUNICAÇÃO – VIA NÃO IDENTIFICADA com o conteúdo do envelope 02 – PLANO DE COMUNICAÇÃO – VIA IDENTIFICADA.

7.6 – O resultado da PROPOSTA TÉCNICA é a soma das pontuações do PLANO DE COMUNICAÇÃO e do CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE.

7.7 – Conhecido o resultado do julgamento das PROPOSTAS TÉCNICAS, e caso não haja renúncia expressa por parte de todas as licitantes do direito de recorrer, começará a fluir o prazo legal de 05 (cinco) dias úteis para recurso.

7.8 - Decorrido o prazo para apresentação de recurso, nenhum tendo sido interposto ou julgados os que acaso tenham sido postulados, será marcada a data de abertura das PROPOSTAS DE PREÇO, na forma do item 8.1 deste Edital.

7.9 – As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por, pelo menos, 03 (três) membros que sejam formados em Comunicação, Publicidade ou Marketing, ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos, 1/3 (um terço) deles não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou a entidade responsável pela licitação;

7.9.1 - A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não





# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação;

7.9.2 - A relação dos nomes referidos no item anterior será publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

7.9.3 - Para os fins do cumprimento do disposto neste item, até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação referida, mediante fundamentos jurídicos plausíveis.

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

7.9.5 - A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item;

7.9.6 - Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada;

7.9.7 - A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto neste item e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado;

7.9.8 - O sorteio será processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o órgão ou entidade responsável pela licitação, nos termos dos §§ 1º, 2º e 3º, da Lei 12.232/2010.

## **8 - DA PROPOSTA DE PREÇO**

8.1 - Decorrido o prazo legal de 05 (cinco) dias úteis para recurso, julgados e decididos aqueles postulados, a Comissão marcará e comunicará aos interessados, o local, a data e a hora para a sessão pública de abertura do **Envelope de Nº 04 - PROPOSTA DE PREÇO**, podendo:



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

A - Devolver os envelopes de Nº 04 - PROPOSTA DE PREÇO, devidamente fechados, rubricados pelos membros da Comissão e representantes das empresas, mediante recibo, em caso de desclassificação na PROPOSTA TÉCNICA do Licitante;

B - Abrir os envelopes de Nº 04 contendo as PROPOSTAS DE PREÇO dos Licitantes classificados.

C - O envelope de Nº 04 deverá conter a PROPOSTA DE PREÇO conforme modelo constante do Anexo IV deste Edital será apresentada em uma via e deverá conter necessariamente as seguintes informações (válidos os dados constantes do papel timbrado da empresa devendo, entretanto, ser complementados os que faltarem):

- a) Nome da Empresa Licitante, endereço, número do CNPJ, nome do Representante legal da Empresa, telefone, e-mail e fac-símile.
- b) O desconto, em \_\_\_% (percentual), que será concedido à Câmara Municipal de Ubá, incidente sobre os custos internos de criação da Empresa Licitante, apurados em relação à “Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais”, vigente à época da prestação dos serviços, respeitado o limite de até 70% (setenta por cento) de desconto de remuneração;
- c) Desconto padrão de agência de 20% (vinte por cento) sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociada, pago à Agência a ser contratada, pelos Veículos de Comunicação;
- d) Taxa de honorários de 15% (quinze por cento) sobre custos de produção realizada tecnicamente por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços decorrentes do estudo ou de criação intelectual da Agência contratada.
- e) Taxa de honorários de 10% (dez por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços, quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.
- f) Prazo de validade da Proposta (em algarismos e por extenso) que não poderá ser inferior 60 (sessenta) dias consecutivos contados a partir da data da licitação, sob pena de desclassificação da Empresa Licitante;
- g) Prazo de prestação dos serviços (em algarismos e por extenso), contados a partir da data de emissão da Ordem de serviço emitida pela Câmara Municipal de Ubá que será de 12 (doze) meses.



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

- h) Declaração de que os tributos e encargos fiscais, trabalhistas, previdenciários e comerciais incidentes sobre o contrato serão de responsabilidade do licitante que vier a ser contratado.
- i) Assinatura do representante da empresa;

## 9 - DO JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇO

9.1 - A avaliação das PROPOSTAS DE PREÇO das empresas habilitadas e classificadas tecnicamente se fará com atribuição de um máximo de 100 pontos, obtido conforme a seguir:

A - **100 (cem) pontos a proposta que oferecer maior percentual de desconto**, incidente sobre os custos internos de produção da agência, apurados em relação aos previstos na “Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais”, deferindo-se pontos proporcionais às restantes, conforme fórmula a seguir:

$P = \frac{100 \times \text{VNPDP}}{\text{VNMPDP}} = \text{onde:}$

VNMPDP

P = Pontuação

VNPDP = Valor Numérico do Percentual de Desconto Proposto.

VNMPDP = Valor Numérico do Maior Percentual de Desconto Proposto.

9.2. Serão desclassificadas as propostas que:

9.2.1. Não atenderem as disposições contidas neste Edital;

9.2.2. Apresentarem valor simbólico, irrisório ou valor zero;

9.2.3. Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado;

9.2.4. Apresentarem percentual de desconto superior a 70% (setenta por cento) sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais (SINAPRO);



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

## 10 - DA CLASSIFICAÇÃO

10.1 - O julgamento obedecerá ao critério de **Técnica e Preço**, nos termos do § 1º, inciso III, do art. 45, da Lei n. 8.666/93, combinado com o § 1º, Inciso I e § 2º, Inciso I, e II, do art. 46 da mesma Lei.

10.2 - A classificação das Licitantes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das PROPOSTAS TÉCNICA E DE PREÇO, cujo cálculo da Nota Final - NF obedecerá a seguinte fórmula:

$NF = \frac{(NPT \times 8,0) + (NPP \times 2,0)}{10}$ , onde:

10

NF = Nota Final.

NPT = Nota da Proposta Técnica.

NPP = Nota da Proposta de Preços.

- A pontuação técnica será obtida conforme o item 8 deste Edital.

- A pontuação de preço será obtida conforme o item 10 deste Edital.

10.3 - A classificação das Licitantes far-se-á em ordem decrescente das Notas Finais, sendo declarada vencedora a Empresa que obtiver maior Nota Final.

10.4 - Serão desclassificadas as Propostas que não atenderem as condições estipuladas no art. 48, da Lei No 8.666/93.

10.5 - O critério de desempate nesta Licitação será feito conforme previsto no § 2º, do art. 45, da Lei Nº 8.666/93 e dar-se-á por sorteio, em ato público, para o qual serão convocados todos os concorrentes.

## 11 - DA HABILITAÇÃO

Após a abertura dos envelopes da PROPOSTA DE PREÇO e decorrido o prazo legal de recurso, a Comissão marcará e comunicará aos interessados o local, data e hora para a apresentação dos Envelopes de DOCUMENTAÇÃO PARA HABILITAÇÃO, contendo a documentação abaixo:



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

## 11.1 HABILITAÇÃO JURÍDICA:

A) Registro comercial, no caso de empresa individual, ou ato constitutivo, estatuto ou contrato social, acompanhados da última alteração contratual, devidamente registrado no órgão competente, em se tratando de sociedades comerciais e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores.

## 11.2 - REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA:

B) Certidão negativa ou certidão positiva com efeitos de negativa, expedida conjuntamente pela Receita Federal do Brasil, fazendo prova da regularidade fiscal de todos os tributos federais, inclusive contribuições previdenciárias, tanto no âmbito da Receita Federal quanto no âmbito da Procuradoria da Fazenda Nacional, na forma da Portaria MF 358, de 05 de setembro de 2014, alterada pela Portaria MF n. 443, de 17 de outubro de 2014.

C) Prova de regularidade junto ao FGTS: Certidão de Regularidade de Situação;

D) Prova de regularidade junto à Fazenda do Município sede ou domicílio do licitante;

E) Prova de regularidade junto à Fazenda Estadual;

F) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante apresentação da Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas ou da Certidão Positiva com efeitos de Negativa.

## 11.3 - QUALIFICAÇÃO TÉCNICA:

G) Certificado de qualificação técnica de funcionamento, expedido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP ou por órgão/entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, conforme disposto no § 1º do art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

H) Comprovação de aptidão mediante apresentação de atestado(s) expedidos(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, demonstrando a execução de atividade pertinente e compatível em características qualitativas e quantitativas com o objeto da licitação, pela licitante.

## 11.4 - QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA:



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

D) Certidão Negativa de Falência ou Concordata expedida pelo Distribuidor da Sede da Licitante, com emissão de no máximo 180 (cento e oitenta) dias, contados da data de abertura deste certame;

J) Balanço Patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social ou no caso de empresa recém-constituída o Balanço de Abertura, devidamente registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante, assinado pelo Administrador da empresa e por Contabilista legalmente habilitado. Serão aceitos, como na forma da Lei, o Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis assim apresentados:

a) Sociedades anônimas: publicados em Diário Oficial, em jornal de grande circulação e por fotocópia registrada ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante;

b) Sociedades por cotas de responsabilidade limitada: por fotocópia do Balanço do livro Diário, inclusive com Termos de Abertura e de Encerramento, devidamente autenticada na Junta Comercial da sede ou do domicílio da licitante ou por fotocópia do Balanço Patrimonial e das Demonstrações Contábeis devidamente registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante;

c) Sociedade sujeita a Lei das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte: por fotocópia do Balanço do livro Diário, inclusive com Termos de Abertura e de Encerramento, devidamente autenticada na Junta Comercial da sede ou do domicílio da licitante, ou em outro órgão equivalente; ou por fotocópia do Balanço e das Demonstrações Contábeis devidamente registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante.

**Observação: Para empresas com o regime de tributação através do lucro real, poderá ser apresentado o SPED (Sistema Público de Escrituração Digital), devidamente encadernado com suas folhas autenticadas digitalmente e transmitidas à Receita Federal.**

## 11.5 - DECLARAÇÕES

K) A licitante deverá declarar expressamente que não está impedida de contratar a Administração Pública, Direta e Indireta; que não foi declarada inidônea pelo Poder Público, de nenhuma esfera; que não existe fato impeditivo da habilitação; que não possui proprietários titular de mandato eletivo e que não emprega trabalhador nas situações previstas no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição, conforme modelo constante do Anexo VII do Edital.



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

L) Declaração de aceitação das condições deste Edital, e de submissão às exigências legais, bem como de responsabilidade pela autenticidade e veracidade dos documentos e informações, conforme Modelo constante no **Anexo II**, deste Edital.

M) Declaração de condição de ME ou EPP - Modelo Anexo III.

Obs: **A condição de Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, para efeito do tratamento diferenciado previsto na Lei Complementar 123/2006, deverá ser comprovada mediante a apresentação da documentação da declaração acima mencionada (Anexo III), acompanhada dos seguintes documentos:**

**- Se inscrito no Registro Público de Empresas Mercantis, a certidão simplificada expedida pela Junta Comercial, ou ainda, a Declaração de Enquadramento como ME ou EPP, arquivada na Junta, da sede da pequena empresa;**

**- Se inscrito no Registro Civil de Pessoas Jurídicas, a Certidão de Breve Relato do Cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, ou ainda, a Declaração de Enquadramento como ME ou EPP, arquivada na Junta, da sede da pequena empresa.**

**11.6 -** A Microempresa – ME e Empresa de Pequeno Porte – EPP ou equiparada, deverá apresentar toda a documentação exigida para a habilitação, inclusive os documentos comprobatórios da regularidade fiscal, mesmo que estes apresentem alguma restrição.

**11.7.** Havendo restrição nos documentos comprobatórios da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 5 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que a ME ou EPP ou equiparada for declarada vencedora do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração, para regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de negativa.

**11.8.** A não regularização da documentação, no prazo previsto neste item, implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei Federal nº 8.666/93, sendo facultado à Comissão convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, ou submeter o processo à Autoridade Competente para revogação.



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

**11.9** - Na hipótese de ocorrer inabilitação de todas as licitantes, a Comissão Permanente de Licitação fixará o prazo de 08 (oito) dias úteis para a apresentação de nova documentação, escoimada das causas que as inabilitaram, nos do § 3º, do art. 48, da Lei n. 8.666/93.

**11.10** - Será fundamentada a decisão da Comissão Permanente de Licitação que julgar qualquer licitante não habilitado.

## **12 - DA HOMOLOGAÇÃO E DA ADJUDICAÇÃO**

12.1 - Decorrido o prazo para apresentação de recurso contra o resultado do julgamento, nenhum tendo sido interposto ou julgados os que acaso tenham sido postulados, o Presidente da Câmara Municipal de Ubá, homologará o resultado da Licitação, podendo, observado o disposto no art. 49, da Lei No 8.666/93, revogá-la ou anulá-la.

12.2 - Os serviços de publicidade, objeto da presente Licitação, serão adjudicados à primeira classificada, na ordem decrescente de pontuação.

12.3 - A Adjudicatária será notificada pela Câmara Municipal de Ubá, para no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data do recebimento da Notificação, assinar o Contrato.

12.3.1 - Este prazo, a requerimento da Adjudicatária e a critério exclusivo da Câmara Municipal de Ubá, por razões de interesse público, poderá ser prorrogado uma vez, por igual período.

12.3.1.1 - O ato de convocação da Adjudicatária para assinatura do Contrato interrompe o prazo de validade da Proposta.

12.4 - O ato de homologação será publicado no Diário Oficial Eletrônico de Ubá.

12.4.1 - A Adjudicatária, não assinando o Contrato, nem apresentando relevantes razões para não o fazer, sujeitar-se-á às sanções previstas nos artigos. 81 e 86 a 88 da Lei No 8.666/93, e as descritas neste Edital, assegurada a ampla defesa.

12.4.2 – Quando o convocado não assinar o termo de contrato ou não aceitar ou retirar o instrumento equivalente no prazo e condições estabelecidos, a Câmara Municipal de Ubá convocará os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, inclusive quanto aos preços atualizados de conformidade com o





# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

ato convocatório, ou revogar a licitação independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei n. 8.666/93.

## **13 - DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

13.1 - Das decisões desta licitação cabe recurso administrativo no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data da publicação ou da ciência do ato.

13.2 - Os recursos serão interpostos de acordo com os procedimentos previstos no artigo 109, e parágrafos, da Lei Nº 8.666/93, mediante protocolo na Comissão Permanente de Licitação, nos seguintes casos:

A - Habilitação ou inabilitação do licitante;

B - Julgamento das propostas;

C - Anulação ou revogação da Licitação.

13.3 - O recurso será dirigido à autoridade superior por intermédio da que praticou o ato. Esta, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, poderá retratar-se. O recurso será julgado no prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data do recebimento.

## **14 - DO CONTRATO**

14.1 - O Contrato obedecerá ao modelo constante no Anexo VI deste Edital.

14.2 - Farão parte integrante do Contrato, independentemente de transcrição:

A - O Edital de Licitação e seus anexos;

B - O Projeto Básico;

C - A Proposta vencedora desta Licitação;

D - A Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais.

14.3 - A Câmara Municipal de Ubá poderá alterar o contrato nas condições previstas nos artigos. 58 e 65 da Lei No 8.666/93.



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

14.4 - O Contrato terá a vigência de 12 (doze) meses, contados a partir da assinatura.

14.5 – São de exclusiva responsabilidade da Contratada os encargos sociais, trabalhistas, fiscais, comerciais e previdenciários, decorrentes da execução dos serviços, os quais não poderão na hipótese de inadimplência do contrato, serem transferidos à responsabilidade da Câmara Municipal de Ubá.

14.6 - O Contrato será supervisionado pela Diretoria da Câmara Municipal de Ubá.

**14.7 - O vencedor do certame deverá disponibilizar e indicar, junto à sua proposta, o endereço eletrônico de e-mail para receber o contrato e eventuais termos aditivos em arquivo com extensão “.pdf”. Recebido o arquivo, o vencedor deverá realizar a impressão do mesmo, em duas vias, enviando-as ao Contratante, devidamente rubricadas em todas as páginas e assinadas ao final, com firma reconhecida em cartório, no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, sob pena de a sua inércia ser considerada negativa de assinatura do contrato ou termo aditivo, sujeita às penalidades legais.**

## **15 - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

15.1 - Responder pela correção e qualidade dos serviços, ainda que autorizada sua execução por terceiros, observadas as normas éticas e técnicas aplicáveis;

15.2 - Submeter ao Setor de Comunicação os trabalhos a serem executados com os respectivos custos, para autorização e aprovação;

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

15.4 – Manter agenda, de preferência presencial, junto à Contratante de, pelo menos, 02 (duas) vezes por mês, durante a execução do contrato.

15.5 - Alocar os recursos materiais e humanos necessários à execução dos serviços, assumindo integral e exclusiva responsabilidade sobre todos e quaisquer ônus trabalhistas e previdenciários;

15.6 - Responsabilizar-se por qualquer infração ao direito de uso de ideias, métodos ou processos legalmente protegidos, respondendo por eventuais indenizações, referentes aos serviços por ela prestados ou administrados;



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

15.7 - Responder por eventuais danos causados à Contratante e a terceiros, decorrentes de culpa ou dolo de seus prepostos na execução de serviços contratados, cumprindo-lhe, quando envolvidos terceiros, promover em seu próprio nome e às suas expensas as medidas jurídicas ou extrajudiciais necessárias;

15.8 - Transferir para a Contratante os direitos autorais relativos aos produtos de comunicação e outros abrangidos pelo objeto do presente Contrato, inclusive, as peças publicitárias, respeitado a legislação pertinente;

15.9 - Responsabilizar-se pelas despesas decorrentes dos encargos sociais, previdenciários, tributários, referentes ao pessoal responsável pela execução dos serviços, despesas com deslocamentos, equipamentos e quaisquer outras que incidam sobre o objeto do contrato;

15.10 - Responsabilizar-se pela execução dos serviços objeto da Licitação, sob a supervisão e coordenação do Setor de Comunicação da Câmara Municipal de Ubá;

15.11 - Subsidiar a Câmara Municipal de Ubá com as informações necessárias à publicação, trimestral, do montante das despesas com publicidade, pagas ou contratadas naquele período, com a empresa contratada, conforme a Constituição de Minas Gerais (art. 17, parágrafo único);

## **16 - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

16.1 - Compete à Câmara Municipal de Ubá, através do Setor de Comunicação e da Direção Geral, expedir as autorizações de serviços à Contratada, receber, conferir e atestar as Notas Fiscais referentes aos serviços prestados e encaminhá-los ao setor competente da Câmara Municipal de Ubá para fins de pagamento, cumprindo as formalidades legais e contratuais.

16.2 – Fiscalizar toda a execução do contrato.

## **17 - DO GERENCIAMENTO DO CONTRATO**

17.1 - Caberá à Câmara Municipal de Ubá, através do Setor de Comunicação, acompanhar, fiscalizar, receber e atestar a qualidade dos serviços executados pela Contratada.

17.2 – O Setor de Comunicação da Câmara Municipal de Ubá fará avaliação permanente a cada trabalho concluído, antes da autorização para execução de novo serviço.



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

17.3 - A operacionalização dos serviços pela contratada sujeitar-se-á às seguintes condições:

A - Recebimento de Ordem de Serviço específica, emitida pela Câmara Municipal de Ubá, através do Setor de Comunicação;

B - O custo de serviços de criação e arte, além de outros, dependerá de avaliação prévia e de aprovação pelo Setor de Comunicação, em conformidade com a “Tabela do Sindicato de Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais” em vigor e com a proposta da Contratada;

B.1 - O custo dos serviços de veiculação e aqueles não previstos na Tabela do Sindicato estarão sujeitos à avaliação prévia e aprovação do Setor de Comunicação para verificação de que o mesmo está de acordo com os preços praticados no mercado.

C – O Setor de Comunicação poderá manter serviço de aferição de custos para avaliar os preços praticados.

## **18 - DO RECEBIMENTO DOS TRABALHOS**

18.1 - Os projetos ou atividades concluídas serão recebidos pelo Setor de Comunicação da Câmara Municipal de Ubá, juntamente com a Direção da Câmara Municipal de Ubá, ficando a Contratada responsável por qualquer ajuste que se fizer necessário aos trabalhos, sem ônus.

18.2 - O objeto do Contrato será recebido nos termos do Inciso I, alínea b, do art. 73 da Lei N° 8.666/93.

## **19 - DA RESCISÃO DO CONTRATO**

19.1 - Poderá ocorrer a rescisão do Contrato, a ser celebrado em virtude do resultado da presente Licitação, nos termos dos Artigos 77 a 80 da Lei No 8.666/93.

19.2 - Configurada a rescisão do Contrato, que vigorará a partir da data de sua comunicação à Contratada, esta se obriga expressamente, a entregar os serviços inteiramente desembaraçados, não criando obstáculos de qualquer natureza.

19.3 - Havendo rescisão do Contrato, a Câmara Municipal de Ubá pagará à Contratada os trabalhos efetivamente realizados e aceitos pelo Setor de Comunicação, deduzindo do seu valor os débitos apurados a favor da Câmara Municipal de Ubá.



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

## 20 - DAS SANÇÕES EM CASO DE INADIMPLEMENTO

**20.1** - A recusa do adjudicatário em assinar o contrato, dentro do prazo estabelecido neste instrumento, bem como o atraso e a inexecução parcial ou total dos serviços, objeto desta licitação, caracterizarão o descumprimento da obrigação assumida e permitirá, de conformidade com o Decreto Municipal 5.653 de 27/01/2015, a aplicação das seguintes sanções pela Administração Municipal, garantido a prévia defesa:

**I** - advertência;

**II** - multa;

**III** - suspensão temporária de participação em licitação, e impedimento de contratar com a Câmara Municipal de Ubá:

a) para as licitantes nas demais modalidades de licitação previstas na Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, a penalidade será aplicada por prazo não superior a 2 (dois) anos, e dosada segundo a natureza e a gravidade da falta cometida.

**IV** - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem 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 o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

§1º. As sanções previstas nos incisos I, III e IV deste artigo poderão ser aplicadas juntamente com a do inciso II, facultada a defesa prévia à interessada, no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

§2º. Quando for constatada a ocorrência de qualquer descumprimento de obrigação contratual, mesmo que parcialmente, o servidor público responsável pelo atestado de prestação de serviços de recebimento de obra, parcial ou total, ou de entrega de bens, deverá emitir parecer técnico fundamentado e encaminhá-lo ao respectivo Ordenador de Despesas.

§3º. O Ordenador de Despesa, ciente do parecer técnico, deverá fazer imediatamente, a devida notificação da ocorrência ao fornecedor, ao qual será facultada a defesa nos termos da legislação



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

vigente.

## **21 – DO LEVANTAMENTO DOS SERVIÇOS PRESTADOS E DO PAGAMENTO**

21.1 - Até o último dia útil do mês, o Setor de Comunicação efetuará o levantamento dos serviços realizados e aprovados naquele período;

21.2 - A apuração do serviço executado deverá corresponder a período inferior ao estabelecido no item 21.1 somente no caso de suspensão temporária dos serviços;

21.3 - O prazo previsto para pagamento das apurações é até o 30º (trigésimo) dia do mês subsequente ao da apuração;

21.3.1 - O valor do levantamento será atualizado a partir do primeiro dia do segundo mês subsequente ao período medido, até a data do seu efetivo pagamento, mediante utilização do INPC/FGV ou outro índice oficial que vier a substituí-lo;

21.4 - O pagamento somente será liberado mediante a apresentação pela Contratada de:

A - Respectiva Fatura e Nota Fiscal;

B - Cópia de Certidão de Regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS, expedida pela Caixa Econômica Federal;

C - Cópia da Certidão de Regularidade com a Receita Federal.

## **22 - RESULTADO DA CONCORRÊNCIA**

22.1 - O resultado final da Concorrência constará da Ata de Julgamento e será publicado no Diário Oficial Eletrônico do Município, assim como, no site da Câmara Municipal de Ubá e ainda comunicado aos licitantes, salvo se presentes os licitantes no ato em que foi adotada a decisão.

22.2 – Após a divulgação do resultado, para os fins de que trata o artigo 109 da Lei 8.666/93, no prazo legal de 05 (cinco) dias úteis, as licitantes poderão interpor recursos contra a decisão da Comissão.

## **23 - DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

23.1 - A Comissão Permanente de Licitação, com base no § 3º art. 43, da Lei 8.666/93, poderá determinar diligência, sempre que necessária a complementação da instrução do processo;

23.2 - Decairá do direito de impugnar os termos do Edital perante a Administração, o licitante que não o fizer até o 2º (segundo) dia útil que anteceder a data de abertura da Licitação;

23.3 - As peças relativas ao Portfólio deverão ser recolhidas pela Empresa Licitante na sede da Câmara Municipal de Ubá até 15 (quinze) dias após a publicação do ato de homologação desta licitação, sob pena de lhes ser dada à destinação que a Administração definir;

23.4 - Poderá a Comissão Permanente de Licitação ou a Administração exigir a qualquer época a apresentação de documentos e informações complementares, atinentes à licitação;

23.5 - Não caberá ao Licitante qualquer indenização, por eventual insucesso na Licitação;

23.6 - A execução do objeto da Licitação será detalhada em Ordens de Serviços específicas, tendo a Contratada obrigação de manter o Setor de Comunicação da Câmara informado sobre todos os dados referentes aos serviços em execução e já executados;

23.7 - Aplicam-se a esta licitação, no que couberem, as disposições da Lei Complementar 123/2006 e suas alterações posteriores;

23.8 - Os casos omissos e não previstos neste Edital, serão resolvidos pela Comissão Permanente de Licitação designada para o acompanhamento deste certame.

Ubá/MG, 18 de fevereiro de 2021.

**Silvério Dias Maciel**

Presidente da Comissão Permanente de Licitação



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

## ANEXO I

### MODELO DE CARTA DE CREDENCIAMENTO

OBSERVAÇÕES: Este modelo deverá ser copiado na forma e na íntegra, em papel timbrado da Empresa.

Local....., \_\_\_/\_\_\_/2021

À

Comissão Permanente de Licitação

Câmara Municipal de Ubá

#### **CONCORRÊNCIA 01/2021: PA Nº. 15/2021**

Prezados Senhores:

Apresentamos o Senhor ..... documento de identidade no.....  
profissão ..... para representar esta Empresa na sessão de abertura dos envelopes de  
DOCUMENTAÇÃO e PROPOSTAS da Licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA 01/2021: PA  
Nº. 15/2021** destinada à “**contratação de agência de propaganda para prestação de serviços  
técnicos especializados de publicidade à Câmara Municipal de Ubá**”. o qual está autorizado e apto  
a decidir sobre quaisquer eventualidades que possam surgir no referido ato.

Atenciosamente,

Nome e assinatura de representante legal da empresa

Nome e endereço da empresa

CNPJ

**Apresentar junto a este documento, cópia do documento de identidade e reconhecer firma do representante legal da empresa.**





# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

## ANEXO II

### MODELO DE DECLARAÇÃO DE ACEITAÇÃO DAS CONDIÇÕES DE LICITAÇÃO E SUBMISSÃO AS DISPOSIÇÕES LEGAIS

OBSERVAÇÃO: Este modelo deverá ser copiado na forma e na íntegra, em papel timbrado da empresa.

#### CONCORRÊNCIA 01/2021: PA Nº. 15/2021

Declaramos que estamos cientes e aceitamos todas as condições do Edital de Licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA 01/2021: PA Nº. 15/2021**, destinada à “**contratação de agência de propaganda para prestação de serviços técnicos especializados de publicidade à Câmara Municipal de Ubá**” e que nos submeteremos às disposições regulamentares e legais sobre a Licitação, especialmente o § 1º, do art. 37, da Constituição da República de 1988, a Lei no 8.666/93 e pelas normas que regem a atividade de Publicidade e Propaganda.

Declaramos, ainda, que nos responsabilizamos pela autenticidade e veracidade dos documentos e informações apresentados para a presente Licitação.

Local....., \_\_\_/\_\_\_/2021.

Nome e assinatura do representante legal da empresa

Nome e Endereço da Empresa

CNPJ



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

## ANEXO III

### MODELO DE DECLARAÇÃO TÉCNICO-OPERACIONAL

OBSERVAÇÃO: Este modelo deverá ser copiado na forma e na íntegra, em papel timbrado da empresa.

#### CONCORRÊNCIA 01/2021: PA Nº. 15/2021

A Empresa \_\_\_\_\_, participante da Licitação **CONCORRÊNCIA 01/2021: PA Nº. 15/2021**, destinada à “contratação de agência de propaganda para prestação de serviços técnicos especializados de publicidade à Câmara Municipal de Ubá”, compromete-se a manter como responsáveis pela execução dos Serviços os profissionais indicados na Equipe Técnica, nos termos deste Edital.

Declara-se ciente de que a substituição de qualquer dos profissionais, somente será possível, se previamente autorizada pela Câmara Municipal de Ubá, através da Assessoria de Comunicação, com a devida justificativa e desde que o novo integrante preencha todos os requisitos exigidos.

O não cumprimento do presente compromisso implicará desobediência ao § 10, do art. 30, da Lei no 8.666/93, com as respectivas consequências previstas no art. 88, da referida Lei.

Local \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, de \_\_\_\_\_ de 2021.

Nome e Assinatura do Representante Legal da Empresa

Endereço da Empresa



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

## ANEXO III MODELO DE DECLARAÇÃO DE CONDIÇÃO DE ME OU EPP

A empresa \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ sob o nº \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal Sr.(a) \_\_\_\_\_, portador do Documento de Identidade nº \_\_\_\_\_, inscrito no CPF sob o nº \_\_\_\_\_ DECLARA, sob as penas da Lei, que cumpre os requisitos legais para qualificação como \_\_\_\_\_ (incluir a condição da empresa: Micro Empresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP)), art. 3º da Lei Complementar n.º 123/2006 e que não está sujeita a quaisquer dos impedimentos do § 4º deste artigo, estando apta a usufruir do tratamento favorecido estabelecido nos arts. 42 a 49 da citada lei.

( ) Declaramos possuir restrição fiscal no(s) documento(s) de habilitação e pretendemos utilizar o prazo previsto no art. 43, § 1º da Lei Complementar n.º. 123/06 para regularização, estando ciente que do contrário, decairá o direito à contratação e sujeitamos às sanções previstas no art. 81 da Lei Federal nº 8.666/93.

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

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2021.

\_\_\_\_\_  
(assinatura do representante legal)

- Declaração a ser emitida em papel timbrado, de forma que identifique a proponente.



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

## ANEXO IV

### MODELO DE CARTA PROPOSTA

OBSERVAÇÃO: Este modelo deverá ser copiado na forma e na íntegra, em papel timbrado da empresa.

Local....., \_\_\_/\_\_\_/2021.

À

Permanente

Câmara Municipal de Ubá

### CONCORRÊNCIA 01/2021: PA Nº. 15/2021

Prezados Senhores,

Encaminhamos a Vossas Senhorias nossa proposta para a “**contratação de agência de propaganda para prestação de serviços técnicos especializados de publicidade para a Câmara Municipal de Ubá**”, objeto da Licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA 01/2021: PA Nº. 15/2021**, tipo **Técnica e Preço**.

1. O percentual de desconto proposto é de \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_), incidente sobre os custos internos de criação da Agência, apurados em relação à “Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais” em vigor.

2. O custo dos serviços de veiculação e todos aqueles não previstos na Tabela do Sindicato estarão sujeitos a avaliação prévia e aprovação da Assessoria de Comunicação da Câmara Municipal de Ubá, após comprovação de que os mesmos estão de acordo com os preços praticados no mercado.

3. Além do desconto previsto no item 01, referente aos custos internos relativos aos trabalhos desenvolvidos pela Agência, a execução dos serviços será remunerada da forma abaixo:

3.1 - Pelo “desconto de agência” de 20% (vinte por cento) sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociada, pago à Agência a ser contratada, pelos Veículos de Comunicação;



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

3.2 – Pelos honorários de 15% (quinze por cento) sobre custos de produção realizada tecnicamente por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços decorrentes do estudo ou de criação intelectual da Agência contratada.

3.3 - Pelos honorários de 10% (dez por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços, quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

4. O prazo de validade da Proposta é de \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_) dias, contados a partir da data desta Licitação.

5. O prazo de Prestação dos Serviços é de **12 (doze) meses**, contados a partir da data de entrega da Ordem de serviço para início das atividades, emitida pela Câmara Municipal de Ubá.

6. A proponente manterá agenda junto à Contratada de, pelo menos, 02 (duas) vezes por mês, durante a execução do contrato.

Atenciosamente,

Nome e Assinatura do Representante Legal da Empresa

Endereço e CNPJ da Empresa



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

## ANEXO V

### PROJETO BÁSICO

### CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DA CAMARA MUNICIPAL DE UBA

CONCORRÊNCIA 01/2021: PA Nº. 15/2021

#### 1-INTRODUÇÃO

A propaganda institucional deve ser concebida como o conjunto de técnicas e ferramentas capazes de informar e orientar a população em geral sobre os diversos serviços ofertados pela administração municipal, tendo em conta que *“a publicidade dos atos, programas, obras, serviços, e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos”*. (Constituição Federal, Art. 37: 1º).

Versa o presente Projeto Básico sobre **“Contratação de empresa de publicidade e propaganda para prestação de serviços profissionais de comunicação social para atender às necessidades da Câmara Municipal de Ubá”**, o que inclui as atividades de consultorias, estudos, pesquisas de opinião, planejamento, concepção, criação, execução, distribuição e agenciamento junto a veículos de divulgação ou meios que se fizerem necessários de peças publicitárias e propaganda institucional da Câmara Municipal de Ubá.

A execução dos serviços publicitários contratados terá como finalidade fornecer ao Poder Legislativo peças publicitárias e diversos outros elementos de propaganda e publicidade objetivando dar ampla divulgação dos atos, programas, obras, serviços e campanhas desenvolvidas pela Câmara Municipal de Ubá.

#### **São elementos da presente contratação:**

- atividades de consultoria;
- elaboração de estudos;



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

- elaboração de pesquisas de opinião;
- planejamento, concepção, criação, execução de peças publicitárias;
- planejamento, concepção, criação, execução da identidade visual da Câmara Municipal de Ubá;
- distribuição e agenciamento de peças publicitárias junto a veículos de divulgação ou meios que se fizerem necessários;
- constituição dos meios para a ampla publicidade dos atos, projetos, serviços e campanhas desenvolvidos pela Câmara Municipal de Ubá.

## 2-ESPECIFICAÇÕES

São serviços de publicidade, para fins deste PROJETO BÁSICO, aqueles com conteúdo informativo, educativo ou de orientação social, destinados a informar o público, promover divulgação de serviços de publicidade legal, institucional ou promocional de ações, eventos ou serviços prestados pela Câmara Municipal de Ubá à população, através dos diversos meios de comunicação, bem como o planejamento, concepção, execução, incluídas ações integradas de relações públicas e assessoria de imprensa, de acordo com a política de comunicação adotada pela Câmara Municipal de Ubá.

Os serviços prestados devem se pautar pelos princípios constitucionais, orientando-se pela divulgação dos atos, projetos, serviços e campanhas da Câmara Municipal de Ubá que estiverem em consonância com o caráter:

**1- EDUCATIVO**, que versem, a exemplo, do esclarecimento sobre perigos de doenças, campanha pelo aleitamento materno, sobre o exercício do direito do voto, zelo com equipamentos públicos, posto que servem à educação, formação ou aprimoramento da consciência comunitária;

**2- DE ORIENTAÇÃO SOCIAL**, ao buscar orientar ou conscientizar a população acerca de fatos e/ou valores relevantes para a comunidade, por exemplo: a cidadania, liberdades públicas, direito de voto, o patriotismo; e;

**3- INFORMATIVO**, quando a finalidade for a de informar à comunidade, exclusivamente para esclarecer a população sobre serviços à sua disposição, ou de campanhas realizadas em benefício da coletividade. **(INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº. 01/92 – TCEMG)**

Neste sentido, a licitante terá em conta, concomitantemente, a ética profissional e os princípios da administração pública, comprometendo-se os profissionais da propaganda a seguirem as determinações do Presidente da Câmara Municipal de Ubá.



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

No que preceitua a Constituição Estadual de Minas Gerais (Art. 17 da - § único), a empresa prestadora de serviços deverá, obrigatoriamente, subsidiar a Câmara Municipal de Ubá com as informações necessárias à publicação, trimestral, do montante das despesas com publicidade pagas, ou contratadas naquele período com a agência contratada.

### **3-ABRANGÊNCIA**

Todo o serviço contratado somente será solicitado, coordenado e/ou autorizado sua veiculação pelo Setor de Comunicação da Câmara Municipal de Ubá. A publicidade da Câmara Municipal de Ubá, bem como suas unidades usuárias dos serviços de divulgação, publicidade, propaganda e campanhas promocionais, inclusive estudo, planejamento, criação, distribuição, divulgação, veiculação e controle, para efeito de compensação dos serviços prestados pela contratada, terá autorização prévia do Presidente da Câmara Municipal de Ubá.

As empresas concorrentes deverão conhecer a caracterização geral e especificidades do município de Ubá, sua formação histórica e peculiaridades regionais, suas principais atividades econômicas, o quadro social e qualidade vida, visando adequar suas propostas de publicidade e propaganda ao contexto do município de Ubá.





# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

## ANEXO VI

### MINUTA DO CONTRATO

Contrato de prestação de serviços que entre si celebram, de um lado a Câmara Municipal de Ubá, CNPJ 20.353.488/0001-48, com sede na Rua Santa Cruz, 301, Centro, Ubá/MG, CEP: 36500-059, na pessoa do Presidente, vereador (qualificação) doravante denominada CONTRATANTE, e a empresa \_\_\_\_\_, (qualificação), daqui para frente denominada CONTRATADA, de acordo com as cláusulas e condições seguintes:

#### CLÁUSULA PRIMEIRA - DA REGÊNCIA

1.1 - O presente contrato tem por fundamento a Licitação realizada na modalidade de **CONCORRÊNCIA 01/2021: PA Nº. 15/2021 com tipo Técnica e Preço**, cujo edital e anexos: Projeto Básico, Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais e Proposta da Contratada apresentada naquela concorrência e considerada vencedora o integram, independentemente de transcrição.

1.2 - O presente Contrato será regido pela legislação pertinente, em especial pelo § 1º, do art. 37, da Constituição da República e pela Lei Nº 8.666/93, com as alterações posteriores, pelas cláusulas e condições deste Edital e seus anexos e, ainda, pelas normas que regem a atividade de publicidade e propaganda, em especial a Lei Nº 4.680, de 18.06.65, o Decreto Federal Nº. 57.690, de 01/02/66 e a Lei Federal 12.232/2010 de 29/04/2010.

#### CLÁUSULA SEGUNDA - DO OBJETO

2.1 - O objeto do presente instrumento é a contratação de agência de propaganda para prestação de serviços técnicos especializados de publicidade da Câmara Municipal de Ubá.

2.2 – Para os fins desta licitação consideram-se serviços de publicidade, de acordo com a Lei nº. 12.232, de 29 de abril de 2010:

a) o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral;

b) o planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas;

c) a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

d) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.3 - Os serviços que compõem esta Licitação serão prestados aos órgãos e entidades da Administração Pública Direta e Indireta, integrando 01 (um) único grupo, cujos serviços a serem contratados serão objeto de Ordens de Serviço Específicas.

2.4 - Os serviços executados pela CONTRATADA serão de acordo com as orientações expedidas pela Câmara Municipal de Ubá, através do Setor de Comunicação, a quem compete a definição dos mesmos.

## **CLÁUSULA TERCEIRA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**

3.1 – (Conforme consta no edital)

## **CLÁUSULA QUARTA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

4.1 - Responder pela correção e qualidade dos serviços, ainda que autorizada sua execução por terceiros, observadas as normas éticas e técnicas aplicáveis;

4.2 - Submeter ao Setor de Comunicação da Câmara Municipal de Ubá os trabalhos a serem executados com os respectivos custos, para autorização e aprovação;

4.3 - Apresentar planejamento de mídia e definição do impacto total desejado;

4.4 - Indicar, por escrito, representante para em seu nome coordenar a execução dos serviços, com poderes para deliberar sobre todas as questões relacionadas com o presente contrato;

4.5 - Alocar os recursos materiais e humanos necessários à execução dos serviços, assumindo integral e exclusiva responsabilidade sobre todos e quaisquer ônus trabalhistas e previdenciários;

4.6 - Responsabilizar-se por qualquer infração ao direito de uso de ideias, métodos ou processos legalmente protegidos, respondendo por eventuais indenizações, decorrentes de seus serviços e obrigações;

4.7 - Responder por eventuais danos causados à Contratante e a terceiros, decorrentes de culpa ou dolo de seus prepostos na execução de serviços contratados, cumprindo-lhe, quando envolvidos terceiros, promover em seu próprio nome e às suas expensas as medidas jurídicas ou extrajudiciais necessárias;

4.8 - Transferir para a Contratante os direitos autorais relativos aos produtos comunicação e outros abrangidos pelo objeto do presente Contrato, inclusive as peças publicitárias, respeitadas a legislação pertinente;



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

4.9 - Responsabilizar-se pelas despesas decorrentes dos encargos sociais, previdenciários, tributários, referentes ao pessoal responsável pela execução dos serviços, despesas com deslocamentos, equipamentos e quaisquer outras que incidam sobre o objeto do contrato;

4.10- Responsabilizar-se pela execução dos serviços objeto da Licitação, sob a supervisão e coordenação do Setor de Comunicação da Câmara Municipal de Ubá.

4.11 – Apresentar junto com a primeira nota fiscal/fatura cópia do comprovante de que prestou a garantia contratual no valor correspondente a 1% (um por cento) do valor do presente contrato, numa das modalidades previstas no art. 56, § 1º, da Lei Nº. 8.666/93.

4.12 – Manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações ora assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

4.13 - Manter agenda, preferencialmente presencial, junto à Contratante de, pelo menos, 02 (duas) vezes por mês, durante a execução do contrato.

## **CLÁUSULA QUINTA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

Cabe ao Setor de Comunicação da Câmara Municipal de Ubá, expedir as autorizações de serviços à Contratada, receber e encaminhar, para conferência, as Notas Fiscais/Faturas referentes aos serviços prestados ao setor competente da Câmara Municipal de Ubá para fins de atestar, autorizar e efetuar o pagamento, cumprindo as formalidades legais e contratuais.

## **CLÁUSULA SEXTA - DO GERENCIAMENTO DO CONTRATO**

6.1 - Compete ao Setor de Comunicação da Câmara Municipal de Ubá expedir as autorizações de serviços à “CONTRATADA”, receber e encaminhar, para conferência, as Notas Fiscais/Faturas referentes aos serviços prestados ao setor competente da Câmara Municipal de Ubá para fins de atestar, autorizar e efetuar o pagamento, cumprindo as formalidades legais. Compete, ainda, ao órgão contratante, zelar pelo fiel cumprimento do contrato.

6.2 – Ao Setor de Comunicação da Câmara Municipal de Ubá caberá acompanhar, fiscalizar, receber e atestar a qualidade dos serviços executados pela Contratada.

6.3 – O Setor de Comunicação da Câmara Municipal de Ubá fará avaliação permanente, antes da autorização para execução de novo serviço.

6.4 - A operacionalização dos Serviços pela contratada sujeitar-se-á às seguintes condições:

6.4.1 - Recebimento de Ordem de Serviço específica, emitida pelo Setor de Comunicação, com base na solicitação do Órgão Contratante;



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

6.4.2 - O custo de serviços de criação e arte, além de outros dependerá de avaliação prévia e de aprovação pelo Setor de Comunicação, em conformidade com a “Tabela do Sindicato de Agências de Propaganda do Estado de Minas Gerais” e a proposta da Contratada;

6.4.2.1 - O custo dos serviços de veiculação e aqueles não previstos na Tabela do Sindicato estarão sujeitos a avaliação prévia e aprovação do Setor de Comunicação;

6.4.3 – O Setor de Comunicação poderá manter serviço de aferição de custos para avaliar os preços praticados.

6.5 - Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo contratante poderão fornecer ao contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato, nos termos do § 1º do art. 2º desta Lei.

6.5.1 - O fornecimento de bens ou serviços especializados na conformidade do previsto no caput exigirá sempre a apresentação pelo contratado ao contratante de 3 (três) orçamentos obtidos entre pessoas que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido.

6.5.2 - No caso § 1º do art. 14 da Lei 12.232/2010, a Contratada procederá à coleta de orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do contratante, sempre que o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato.

6.5.3 – O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea *a* do inciso II do art. 23 da Lei 8.666/93, de 21 de junho de 1993, está dispensando do procedimento previsto no § 2º do artigo 14 da Lei 12.232/2010.

## **CLÁUSULA SÉTIMA - DA REMUNERAÇÃO**

7.1. A remuneração da CONTRATADA se dará na forma das disposições legais aplicáveis à espécie (Lei 4.680/65 e Decreto Federal 57.690/66), obedecidos aos descontos concedidos na sua proposta de preço e, ainda, o seguinte:

7.1.2 - Pelo “desconto de agência” de 20% (vinte por cento) sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociada, pago à Agência a ser contratada, pelos Veículos de Comunicação.

7.1.3 - Pelo honorário de 15% (quinze por cento) sobre custos de produção realizada tecnicamente por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços decorrentes do estudo ou de criação intelectual da Agência contratada.

7.1.4 - Pelo honorário de 10% (dez por cento) sobre os custos de produção realizada por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços, quando a responsabilidade da Agência se limitar exclusivamente



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento.

7.2 - Poderão ser ajustados, tomando-se como referência as tabelas das entidades de classe, os honorários dos serviços especiais que envolvam pesquisas de opinião e similares;

7.3 - Quando a responsabilidade da agência se limitar exclusivamente à contratação ou pagamento de serviços ou suprimento, a remuneração terá como referência os percentuais de 10% (dez por cento).

## **CLÁUSULA OITAVA – DAS APURAÇÕES E DO PAGAMENTO**

8.1 – Mensalmente, no último dia útil do mês, o Setor de Comunicação efetuará levantamento dos serviços realizados e aprovados naquele período;

8.2 - A apuração do serviço executado deverá corresponder a período inferior ao estabelecido no item 8.1 somente no caso de suspensão temporária dos serviços;

8.3 - O prazo previsto para pagamento das apurações é até o 30º (trigésimo) dia do mês subsequente ao da medição.

8.3.1 - O valor da medição será atualizado a partir do primeiro dia do segundo mês subsequente ao período medido, até a data do seu efetivo pagamento, mediante utilização do INPC/FGV ou outro índice oficial que vier a substituí-lo.

8.4 - O pagamento somente será liberado mediante a apresentação pela Contratada de:

A - Respectiva Fatura e Nota Fiscal;

B - Cópia de Certidão de Regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS, expedida pela Caixa Econômica Federal;

C - Cópia da Certidão Negativa de Débito - CND, expedida pelo órgão competente.

## **CLÁUSULA NONA - DA PUBLICAÇÃO**

9.1 - O extrato do presente instrumento será publicado, conforme exigência da Lei No 8.666/93 e suas alterações, no Diário Oficial Eletrônico do Município.

## **CLÁUSULA DÉCIMA - DAS ALTERAÇÕES CONTRATUAIS**

10.1 - A Câmara Municipal de Ubá poderá proceder a alterações contratuais nas condições previstas nos artigos. 58 e 65 da Lei No 8.666/93.

## **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS INTERRUPTÕES DO CONTRATO**

11.1 - Verificando-se caso de força maior ou caso fortuito, nos termos do Código Civil, a Contratada se obriga a comunicar, por escrito à da Câmara Municipal de Ubá, a ocorrência do evento, suspendendo-se suas obrigações, enquanto perdurar tal situação.



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

**PARÁGRAFO ÚNICO.** Findos os motivos que determinaram a força maior ou caso fortuito, o Contrato estender-se-á por período de tempo necessário à total execução dos trabalhos, porém não superior ao número de dias que foram paralisados, observado o disposto do art. 57 da Lei Nº 8.666/93.

## **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DAS TOLERÂNCIAS CONTRATUAIS**

12.2 - Qualquer tolerância por parte da Contratante na exigência do cumprimento do presente contrato, não constituirá novação ou extinção da respectiva obrigação, podendo a mesma ser exigida a qualquer tempo.

## **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA VIGÊNCIA**

13.1 - O Contrato terá a vigência de 12 (doze) meses, a partir da data da ordem de início para os serviços.

## **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DA RESCISÃO**

14.1 - Poderá ocorrer a rescisão do Contrato, a ser celebrado em virtude do resultado da presente licitação, nos termos dos artigos 77 a 80 da Lei No 8.666/93; 15.2 - Configurada a rescisão do Contrato, que vigorará a partir da data de sua comunicação à Contratada, esta se obriga expressamente, a entregar os serviços inteiramente desembaraçados, não criando obstáculos de qualquer natureza;

14.2 - Havendo rescisão do Contrato, a Câmara Municipal de Ubá pagará à Contratada os trabalhos efetivamente realizados e aceitos pelo Setor de Comunicação, deduzindo do seu valor os débitos apurados a favor da Câmara Municipal de Ubá.

## **CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DAS SANÇÕES POR INADIMPLEMENTO**

15.1 A recusa do adjudicatário em cumprir o objeto desta licitação dentro do prazo estabelecido neste instrumento, bem como o atraso e a inexecução parcial ou total das entregas dos produtos, caracterizarão o descumprimento da obrigação assumida e permitirá, de conformidade com o Decreto Municipal 5.653 de 27/01/2015, a aplicação das seguintes sanções pela Administração Municipal, garantido a prévia defesa:

I - advertência;

II - multa;



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

III - suspensão temporária de participação em licitação, e impedimento de contratar com a Administração do Município de Ubá:

a) para a licitante e/ou contratada através da modalidade pregão presencial ou eletrônico que, convocada dentro do prazo de validade de sua proposta, não celebrar o contrato, deixar de entregar ou apresentar documentação falsa exigida para o certame, ensejar o retardamento da execução do seu objeto, comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude fiscal; a penalidade será aplicada por prazo não superior a 5 (cinco) anos, e a licitante e/ou contratada será descredenciada do Sistema de Cadastro de Fornecedores, sem prejuízo das multas previstas em edital e no contrato e das demais cominações legais, aplicadas e dosadas segundo a natureza e a gravidade da falta cometida;

b) para as licitantes nas demais modalidades de licitação previstas na Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, a penalidade será aplicada por prazo não superior a 2 (dois) anos, e dosada segundo a natureza e a gravidade da falta cometida.

IV - declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem 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 o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no inciso anterior.

§1º. As sanções previstas nos incisos I, III e IV deste artigo poderão ser aplicadas juntamente com a do inciso II, facultada a defesa prévia à interessada, no respectivo processo, no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

§2º. Quando for constatada a ocorrência de qualquer descumprimento de obrigação contratual, mesmo que parcialmente, o servidor público responsável pelo atestado de prestação de serviços de recebimento de obra, parcial ou total, ou de entrega de bens, deverá emitir parecer técnico fundamentado e encaminhá-lo ao respectivo Ordenador de Despesas.

§3º. O Ordenador de Despesa, ciente do parecer técnico, deverá fazer imediatamente, a devida notificação da ocorrência ao fornecedor, ao qual será facultada a defesa nos termos da legislação vigente.

## **CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DOS CASOS OMISSOS**

16.1 - Os casos omissos serão resolvidos por acordo entre as partes e/ou pela legislação aplicável.

## **CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - DO FORO**



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

17.1 O foro para dirimir dúvidas oriundas deste contrato é o da Comarca de Ubá/MG, com expressa renúncia de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E por estarem assim justos e acordados, assinam este Contrato em 02 (duas) vias de igual teor e valor, na presença das testemunhas abaixo, para fins de direito.

Ubá, \_\_de \_\_\_\_ de 2021.

**Nome**

Presidente da Câmara Municipal de Ubá

**Nome**

Representante da Contratada

VISTO: \_\_\_\_\_

**Procurador Jurídico da Câmara Municipal de Ubá**

Testemunhas: 1 - \_\_\_\_\_

2 - \_\_\_\_\_





# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

## ANEXO VII

### MODELO DE DECLARAÇÃO

OBSERVAÇÕES: Este modelo deverá ser copiado na forma e na íntegra, em papel timbrado da Empresa.

### CONCORRÊNCIA 01/2021: PA N°. 15/2021

Local....., \_\_\_/\_\_\_/2021

À

Comissão Permanente de Licitação

Câmara Municipal de Ubá

### DECLARAÇÃO

Em cumprimento às determinações da Lei Federal 8.666/93 e suas alterações posteriores, DECLARAMOS, para fins de participação na Concorrência acima, que:

- 1) Nossa empresa não está impedida de contratar com a Administração Pública, Direta e Indireta;
- 2) Não foi declarada inidônea pelo Poder Público, de nenhuma esfera;
- 3) Não existe fato impeditivo à nossa habilitação;
- 4) Não possuímos entre nossos proprietários, nenhum titular de mandato eletivo.
- 5) Não empregamos menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e nem menor de 16 (dezesseis) anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal/88.

Por ser expressão da verdade, eu \_\_\_\_\_, representante legal desta empresa, firmo a presente.



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

## ANEXO VIII

### Briefing

#### 1. Introdução

O presente *briefing* é peça integrante deste edital, cujo objeto é a contratação de agência especializada para prestação de serviço de publicidade institucional à Câmara Municipal de Ubá, pelo período de 12 (doze) meses.

Entende-se por serviço de publicidade a concepção, produção e divulgação de material midiático, em suas diferentes opções, para circulação em veículos de comunicação massiva, ou segmentados, para que a Câmara informe seus atos legislativos, além de ações, serviços e campanhas de interesse público e institucional.

Através deste, espera-se orientar a elaboração e apresentação de proposta técnica por parte dos proponentes.

#### 2. Histórico e informações gerais

##### **2.1 Sobre Ubá**

O Município de Ubá tem 163 anos de fundação, extensão territorial de 407 km<sup>2</sup> e abriga uma população estimada em 116.797 habitantes (2020), conforme dados do IBGE. Os municípios limítrofes são: Dolores do Turvo, Senador Firmino, Divinésia, Visconde do Rio Branco, Guidoal, Rodeiro, Astolfo Dutra, Piraúba e Tocantins.

Ubá é a segunda principal cidade da Zona da Mata mineira, assim como o segundo centro industrial e comercial, depois de Juiz de Fora. A cidade possui pouco mais de mil estabelecimentos industriais de grande, médio e pequeno porte. Boa parte do produto interno bruto é representado pelo setor de serviços, mas a indústria desempenha o papel mais importante na economia do município, principalmente na fabricação de móveis e nas indústrias de vestuário e calçados.

Com um PIB per capita de R\$ 23,8 mil (IBGE/2018), Ubá é o centro econômico da sua microrregião e de microrregiões próximas. É considerado o principal polo moveleiro de Minas Gerais e concentra médias e grandes indústrias, principalmente de móveis e confecções, um comércio abundante e variado, além de apresentar um forte crescimento na prestação de serviços. É um dos municípios que mais crescem no interior do estado, sendo, assim, um dos que mais criam empresas e geram empregos. A cidade sedia uma das principais feiras de móveis do país, a FEMUR



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

(Feira de Móveis de Minas Gerais) e o Arranjo Produtivo Local (APL) do segmento moveleiro é referência nacional em organização e desenvolvimento.

Reconhecida nacionalmente pela espécie de manga que leva o seu nome, Ubá também é um centro cultural e de formação técnica e superior sub-regional, possuindo importantes instituições de ensino superior.

Estamos praticamente no centro da Zona da Mata, a 290 km da capital Belo Horizonte, 284 km da cidade do Rio de Janeiro, e 580 km de São Paulo. O clima tropical de Ubá apresenta chuvas durante o verão e temperaturas médias anuais entre 18,2 °C e 31 °C. É considerada a cidade mais quente da região, podendo chegar facilmente aos 40 °C entre novembro e fevereiro.

O município possui mais de cem bairros e três distritos: Diamante de Ubá, Ubari e Miragaia. Cerca de 95% da população se concentra na zona urbana e apenas 5% na zona rural.

Na área de comunicação em massa, conta com quatro emissoras de rádio, sendo duas em AM e duas em FM, além de vários sites. São editados diversos periódicos impressos, entre jornais, revistas e informativos locais e regionais.

Com IDH considerado alto (0,724), Ubá hoje é governada pelo prefeito Edson Teixeira Filho (Engenheiro Agrônomo), do DEM, reeleito em 2020 com 23453 votos (49,07%), tendo como vice o médico Dr. Antônio Caros Jacob, do PDT.

## 2.2 A Câmara Municipal

A Câmara Municipal de Ubá (CMU) foi instalada no dia 12 de maio de 1854. Àquela época, o município ainda não existia. O que havia era apenas a Villa de São Januário de Ubá, antes denominada Arraial. A emancipação política veio quase três anos depois da inauguração da Câmara, em 3 de julho de 1857.

De sua instalação até hoje a CMU teve 58 presidentes, sendo o atual o vereador José Roberto Reis Filgueiras, do Republicanos. Centenas de vereadores também atuaram nesses 166 anos.

Enquanto sede do Poder Legislativo Municipal, a Câmara de Ubá é responsável por colaborar com a elaboração das leis municipais, visando o bem-estar e a organização social da cidade. Como as demais casas legislativas, a CMU é composta por cidadãos eleitos pelo povo, os vereadores, responsáveis, entre outras funções, pela edição, discussão e votação de leis para a municipalidade, propondo benfeitorias, obras e serviços para o bem-estar da população em geral.

Eles também são responsáveis pela fiscalização das ações tomadas pelo Poder Executivo, isto é, pelo prefeito, cabendo-lhes acompanhar a administração municipal, principalmente no tocante ao cumprimento da lei e da boa aplicação e gestão do erário, ou seja, do dinheiro público. Os vereadores



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

desenvolvem ainda ações como reuniões, audiências e avaliação de propostas, por meio das comissões permanentes. Estão em atividade, atualmente, 13 comissões permanentes.

As reuniões ordinárias são realizadas às segundas-feiras, no plenário da CMU.

## 2.2.1 Composição

Cada vereador cumpre um mandato de quatro anos. Os atuais membros da Câmara de Ubá foram eleitos em 2020, para a Legislatura de 2021-2024. A mesa diretora eleita para o biênio 2021/2022 é composta pelos vereadores: José Roberto Reis Filgueiras (Republicanos - Presidente), Edeir Pacheco da Costa (Solidariedade - vice-presidente); Aline Moreira Silva Melo (PSL - secretária). Os demais vereadores são: Alexandre de Barros Mendes (Republicanos), Aparecida Sônia Ferreira Vidal (Patriota); Célio Lopes dos Santos (REDE); Gilson Fazolla Filgueiras (PDT), Jane Cristina Lacerda Pinto (DEM); José Carlos Reis Pereira (PT); José Damato Neto (PSD); José Maria Fernandes (PSL).

Incluindo os legisladores, a equipe funcional da Casa é composta de 43 profissionais: 11 parlamentares, 17 servidores concursados (estando 2 ocupando cargos comissionados), 8 servidores comissionados e 7 funcionários terceirizados.

## 2.2.2 Orçamento do órgão

Em termos orçamentários a previsão do Legislativo para 2021 é de R\$ 9.100.293,70. Esse montante é oriundo dos cofres municipais e está estabelecido no orçamento, conforme previsões legais que reservam um percentual da receita do Município ao Poder Legislativo. Anualmente, os recursos são gerenciados com muito zelo nas diferentes áreas/setores (legislativo, administrativo e de comunicação), e tem sido devolvidos aos cofres públicos mais de R\$ 2,8 milhões.

## 2.2.3 Instrumentos próprios de comunicação institucional

O Legislativo Ubaense dispõe de ferramentas comunicacionais que evoluem em consonância com a comunicação digital, por meio do portal da Câmara Municipal ([www.uba.mg.leg.br](http://www.uba.mg.leg.br)); das redes sociais Facebook ([www.facebook.com/CamaraMunicipaldeUba](https://www.facebook.com/CamaraMunicipaldeUba)), Instagram (@camaramunicipaldeuba), e YouTube - TV Legislativa, que também pode ser acessada pelo site da CMU ([www.uba.mg.leg.br/menu-direito/tv-legislativa](http://www.uba.mg.leg.br/menu-direito/tv-legislativa)). São transmitidas ao vivo todas as sessões realizadas em plenário, além de atividades como audiências públicas, coletivas de imprensa, reuniões, solenidades e outros eventos. Toda a programação da TV Legislativa é transmitida em tempo real, via Facebook, e disponibilizada/armazenada no canal do YouTube, de forma compatível



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

com todos os navegadores de internet. Além desses canais, a Câmara possuía o Jornal impresso “O Legislativo”, que circulava mensalmente com as principais notícias do órgão. Contudo, sua veiculação foi suspensa em razão da pandemia de Covid-19 e a versão impressa foi substituída pela digital, publicada mensalmente.

## 2.2.4 Escola do Legislativo

A Câmara possui a Escola do Legislativo. Compete a ela planejar, dirigir, controlar, coordenar, orientar e executar ações educacionais, desenvolvendo atividades pedagógicas voltadas ao desenvolvimento cultural e profissional dos vereadores, servidores públicos e da população, além de programas de formação, aperfeiçoamento e especialização técnica de pessoal, entre outras competências.

Na prática, são realizados cursos, palestras, debates e seminários gratuitos, inclusive em parceria com instituições científicas e educacionais. A Escola também visa estimular e dar suporte ao desenvolvimento de projetos, estudos e atividades de pesquisa, e editar publicações sobre temas de relevância para as atividades de ensino, pesquisa e extensão acerca da Câmara Municipal.

## 2.2.5 Projetos institucionais

### Câmara da Melhor Idade:

O projeto promove a participação política e cidadã de representantes desta faixa etária da sociedade visando contribuir na interação entre a Câmara Municipal de Ubá, a comunidade e as instituições que trabalham com o direito dos idosos em nosso município. É composta por pessoas acima de 60 anos, indicadas por associações e instituições relacionadas a idosos, como o Centro de Convivência da Melhor Idade, Conselho Municipal do Idoso, Asilo São Vicente, Lar João de Freitas, Associação Solano Trindade, etc. Os participantes são capacitados e orientados sobre o processo legislativo municipal, suas respectivas leis e ordenações, participam de palestras variadas, realizam visitas técnicas, análises e diagnósticos. As propostas, sugestões e estudos discutidos e apresentados pelos integrantes do projeto são encaminhados ao Legislativo Municipal, divulgados podendo vir até mesmo ser transformados em políticas públicas para todos.

### Câmara Mirim:

O objetivo do projeto Câmara Mirim é promover a interação entre a Câmara Municipal de Ubá, a sociedade e a escola, permitindo ao estudante compreender o contexto social em que vive e contribuir para a formação da cidadania, favorecendo o entendimento dos estudantes das escolas do ensino fundamental, como vereadores mirins, sobre projetos, leis e atividades inerentes à função do



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

vereador, enquanto representante do cidadão junto ao poder público.

## Cine Câmara:

O Cine Câmara tem o objetivo de oferecer um espaço gratuito e público para exibir filmes de curta e longa duração, bem como apresentação de documentários. É voltado para as instituições públicas e particulares de ensino de Ubá.

## Inclusão Digital:

O projeto tem como objetivo principal promover a inclusão social de populações excluídas digitalmente, utilizando as tecnologias da informação como instrumento de construção e exercício da cidadania.

## Escola na Câmara:

O Projeto Escola na Câmara visa estimular a cidadania e a participação política de estudantes, professores e técnicos em educação, além de informar sobre a função do Poder Legislativo Municipal.

## Pré-Enem Social:

A iniciativa oferece preparação gratuita para os alunos da rede pública e privada de ensino da cidade que participarão do Exame Nacional do Ensino Médio.

## Parlamento Jovem

A Câmara firmou parceria com a Escola do Legislativo da Assembleia Legislativa de Minas Gerais participa do projeto Parlamento Jovem. É um programa de formação política destinado aos estudantes dos ensinos médio e superior dos municípios mineiros, que cria para os jovens uma oportunidade de conhecer melhor a política e os instrumentos de participação no Poder Legislativo Municipal e Estadual. O projeto existe desde 2004 e é uma iniciativa da Assembleia Legislativa de Minas Gerais, por meio da Escola do Legislativo, e do Instituto de Ciências Sociais e da Pró-reitoria de Extensão da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.

Este é o quarto ano em que a Câmara Municipal de Ubá participa do projeto. A cada ano, um tema de relevância social e do interesse dos jovens é trabalhado por meio de diversas atividades de estudo, debates e deliberação.

## **3. Política de Comunicação**

A Política de Comunicação Social da Câmara Municipal de Ubá deverá observar o princípio da impessoalidade, disposto no caput do art. 37 da Constituição Federal, e seu § 1º, que determina que a publicidade deve ter caráter educativo, informativo e de orientação social, proibida a menção a nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

públicos.

Os recursos disponíveis para as campanhas publicitárias e institucionais devem ser distribuídos da maneira mais uniforme possível entre os veículos de comunicação da cidade.

O público-alvo é a população de Ubá e seus distritos, e, em alguns casos, municípios vizinhos, devido as capacitações gratuitas, que são realizadas em parceria com o Senado Federal, Assembleia Legislativa de Minas Gerais e outras Câmaras.

## 3.1 Objetivos gerais da Comunicação e Publicidade do Poder Legislativo Ubaense

- Promover o fortalecimento da democracia e dos poderes que a garantem através da interação com o cidadão.
- Estimular a participação popular no debate e na definição de políticas públicas e prioridades sociais.
- Contribuir para o conhecimento e a compreensão da legislação municipal.
- Disseminar informações de interesse dos diversos segmentos sociais, serviços e direitos dos cidadãos.
- Contribuir para a transparência e compreensão dos atos, funções e responsabilidades do Legislativo Municipal.

## 3.2 Objetivos específicos da Comunicação e Publicidade do Poder Legislativo Ubaense

- Firmar o conceito de que a Câmara é a Casa do Povo.
- Tomar medidas que promovam a credibilidade da instituição e intensifiquem a confiabilidade da população nos seus representantes eleitos e no Poder Legislativo.
- Criar uma identidade visual para o órgão, com elaboração e eventual registro de marcas, logotipos, expressões de propaganda, slogans, aplicáveis em meios eletrônicos e em papelaria (impressos timbrados da Câmara).
- Informar a população sobre todas as atividades da Câmara de Vereadores visando mais transparência, o bom funcionamento do órgão e a melhoria do atendimento à população.
- Estimular o contato do cidadão por meio dos canais de comunicação disponíveis da Casa.

## 3.3 Orientações gerais

- Para fins desta contratação, o conceito “serviços de publicidade” abrange atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação,





# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

- Além das atividades básicas citadas no item anterior, são incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimentos sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas; à criação e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados; à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.
- A Comunicação Publicitária deve se preocupar em adequar as mensagens ao universo cultural dos segmentos de público; ressaltar os benefícios das ações para a sociedade e não só para o público diretamente atingido; observar as normas para uso das marcas publicitárias do Poder Legislativo Municipal; aplicar os recursos com eficiência e racionalidade.

## 3.4 Especificações

- Estudo e planejamento de estratégias de publicidade que atendam às premissas da Política de Comunicação Social da Câmara Municipal de Ubá.
- Planejamento, criação, apresentação, produção e execução de um Plano de Comunicação Publicitária abrangendo serviços de publicidade e propaganda com caráter educativo, informativo ou de orientação social.
- Realização de publicidade institucional, divulgando a legislação municipal e informações sobre atos e projetos da Câmara Municipal.
- Prestação de serviços publicitários incluindo planejamento, criação de peças e campanhas, produção, edição, diagramação, arte final, divulgação e veiculação em jornais, revistas, rádios, televisão e outdoors.
- Divulgação de palestras, seminários, conferências e solenidades através de folders, informativos, cartazes ou convites.
- Elaboração e registro de marcas, logotipos, expressões de propaganda e outros elementos de propaganda visual – fotografia, desenhos, charges, artes gráficas para banners -, inclusive peças aplicáveis em páginas da Internet.
- Os serviços deverão ser submetidos à apreciação e aprovação prévia do Setor de Comunicação, Direção e Presidência da Câmara, que acompanharão todas as fases, desde a





# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

especificação do produto, produção, distribuição e veiculação, até o arquivamento de comprovantes.

- Publicação de banners em sites, revistas e jornais, conforme necessidade.
- Produção e veiculação de matérias de cunho informativo por radiodifusão (AM/FM), em spots, distribuídos em diversos horários, conforme necessidade.

## **4. Caso concreto - desafio de comunicação (exercício a ser realizado e apresentado pelos proponentes)**

### **4.1 Contextualização**

Apesar de não existir uma pesquisa local, é possível avaliar o nível de confiança em relação ao Parlamento a partir de dados em âmbito nacional. De acordo com pesquisa do Ibope, que apurou o índice de confiança nas instituições em 2020 - o Congresso Nacional obteve 36 pontos (em uma escala de 0 a 100), entre outras instituições públicas e privadas, sendo o penúltimo na lista, posicionando-se à frente, apenas, dos partidos políticos (30 pontos).

Entre as causas dessa imagem negativa do Legislativo encontra-se uma série de fatores, como o desconhecimento sobre as funções dos Três Poderes: Executivo, Legislativo e Judiciário, e a atual demonstração de desarmonia entre eles. Outras razões, como a histórica corrupção e o despreparo técnico dos agentes, deram viés negativo à classe política.

Muitas pessoas não sabem distinguir quais são as atribuições do Poder Legislativo e acabam confundindo com as do Poder Executivo na hora de cobrar seus direitos. Sendo a Câmara a Casa do Povo, levar informação a essas pessoas pode ajudá-las a exercer a cidadania de forma mais participativa, trazendo o munícipe para perto do Legislativo, fortalecendo o trabalho que é feito para o povo e pelo povo através de seus representantes.

Com o objetivo de dar publicidade às funções do Legislativo e aumentar o nível de confiança (em particular da Câmara Municipal de Ubá), pretende-se qualificar a comunicação com a sociedade através de diferentes meios. Portanto, faz-se necessário o uso adequado e coerente de ações comunicativas, no sentido de dar transparência às ações do Parlamento e buscar credibilidade. Essas são as metas desse projeto para alcançar a opinião pública com uma imagem positiva e atuante da Câmara Municipal e, conseqüentemente, mais próxima dos cidadãos.

A Câmara Municipal de Ubá precisa tornar públicas suas ações, já que muitas delas afetam o cotidiano da cidade e de seus cidadãos. A comunicação institucional do Legislativo Ubaense carece de um planejamento, de um foco nas ações da Casa de Leis para interagir cada vez mais com a população, cumprindo, inclusive, o que preceitua a Constituição Federal. Somente com o uso de



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

técnicas comunicacionais modernas, aliadas a um planejamento detalhado das etapas e ações, é possível publicitar as atividades da CMU.

As ações de comunicação devem ter como base um calendário de atividades com temas de interesse coletivo, destacando o papel do Legislativo na defesa das demandas do cidadão. Também é importante e necessário trabalhar com pesquisas de opinião qualitativas e quantitativas para aferir as expectativas, a satisfação e o conhecimento da população sobre o trabalho do Legislativo.

## 4.2 Desafio comunicacional

### 4.2.1 Geral

Desenvolver a médio prazo uma campanha institucional a partir da ampla divulgação dos trabalhos e das funções do Legislativo, com foco nos cidadãos, é o objetivo. A ideia é divulgar a atividade parlamentar, projetos e ações pautados em responsabilidades e funcionamento da Casa, aproximando, cada vez mais, o Legislativo da comunidade Ubaense. Para tal, terão de ser produzidos conteúdos informativos de interesse público e embasados no princípio da impessoalidade, desvinculando a imagem da instituição da imagem dos agentes políticos.

Tendo o interesse público como base norteadora de produção de conteúdo, serão consideradas as ações de comunicação pública adequadas às demandas da Câmara, objetivando informar e prestar contas; motivar e educar os cidadãos sobre o papel do Legislativo; engajar a participação das pessoas na agenda da Câmara e construir uma identidade mais sólida da Casa.

### 4.2.1 Específico

Além do desconhecimento sobre o papel do Legislativo, as leis aprovadas em plenário também são pouco lembradas. Há milhares de leis no município de Ubá, sendo que muitas delas já caíram no esquecimento da população, e outras nem sequer chegaram a ser conhecidas ou mesmo tiveram seu cumprimento fiscalizado.

**Assim, eis a proposta de “desafio comunicacional”: explorar o potencial das matérias em vigência no Município, buscando leis que já foram aprovadas, dentro da perspectiva do interesse público, e que possam ajudar o cidadão a exercer seus direitos e também suas obrigações.**

Será necessário aprofundar o conhecimento e despertar o interesse da população sobre os procedimentos da Câmara e deixá-los aptos a contribuir com o trabalho dos vereadores. É preciso se atentar, ainda, para a evolução dos meios de comunicação com o advento da internet, explorando o potencial comunicativo das redes sociais.



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

Dessa forma, é possível haver uma aproximação do público com o universo legislativo, a criação e consolidação do vínculo almejado com a população, aumentando o nível de confiança e representatividade dos parlamentares e da CMU, o primeiro poder constituído no município.

## 4.3 Público-alvo

Nosso *target* é a população ubaense em geral. A abordagem deve ser por meio de linguagem simples e direta, com mensagens de fácil compreensão pelo cidadão comum.

## 4.4 Período da Campanha

6 (seis) meses.

## 4.5 Verba referencial

Para a campanha cujo objeto é o *case* deste exercício, a CMU dispõe de verba no valor total máximo de R\$ 50 mil.

Todos os custos de criação, produção, veiculação e remuneração legal da agência deverão estar contidos na verba destinada para a campanha.

## **5. Proposta técnica (critérios de julgamento no edital)**

A proposta técnica consiste na entrega de 3 (três) invólucros distintos contendo: 1) Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no presente *briefing*, sem a identificação da empresa proponente; 2) Plano de Comunicação Publicitária, pertinente às informações expressas no presente *briefing*, com a identificação da empresa proponente; 3) Conjunto de informações sobre o proponente.

- 1) O Plano de Comunicação Publicitária sem a identificação da empresa proponente será composto dos seguintes quesitos:
  - a) Raciocínio básico, sob a forma de texto, que apresentará um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Câmara Municipal de Ubá, a compreensão do proponente sobre o objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados;
  - b) Estratégia de comunicação publicitária, sob a forma de texto, que indicará e defenderá as linhas gerais das propostas para resolver o desafio comunicacional (exercício proposto) e alcançar os objetivos desejados pela Câmara Municipal de Ubá;



# Câmara Municipal de Ubá

ESTADO DE MINAS GERAIS

- c) Ideia criativa, sob a forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do proponente ao atendimento dos objetivos, desafios e metas por ele explicitados na estratégia de comunicação publicitária;
  - d) Estratégia de publicidade em que o proponente explicitará e justificará o método e as ações recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ele sugerida e em função da verba disponível, apresentada sob a forma de texto, tabelas, gráficos, planilhas e por quadro-resumo, que identificará as peças a serem veiculadas ou distribuídas e suas respectivas quantidades, inserções e custos nominais de produção e de veiculação.
  - e) O Plano de Comunicação Publicitária deverá conter, no máximo, 8 (oito) páginas, devidamente numeradas, e formatadas como especificado no item 4.5, envelope 1, deste Edital. A via não identificada deverá ser entregue em envelope fornecido pela Câmara Municipal de Ubá, em sessão definida neste Edital.
  - f) Na elaboração de tabelas, planilhas e gráficos integrantes do Plano de Comunicação Publicitária, os proponentes poderão utilizar as fontes tipográficas que julgarem mais adequadas para sua apresentação.
- 2) O Plano de Comunicação Publicitária com a identificação da empresa proponente deverá apresentar o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa, devendo ser entregue somente quando solicitado pela comissão.
- 3) Conjunto de informações sobre o proponente:
- a) Qualificação
  - b) Apresentação de um Portfólio e/ou modelos/exemplos (até duas peças de cada) de material publicitário, compreendendo:
    - I. anúncios para jornais e para revistas (originais ou *reprints* no formato A4);
    - II. spots para rádio (em pen drive);
    - III. jingles (em pen drive)
    - IV. outdoors (*reprints* no formato A4);
    - V. comerciais de TV (em pen drive);
    - VI. peças gráficas: cartaz, banner, folder, folheto, panfleto, convite, entre outros, (até duas peças de cada tipo).

*Gisele Caires Fernandes*

*Danúbia de Castro Gonçalves Mota*

Jornalista da Câmara M. de Ubá

Assessora de Comunicação Social da Câmara M. de Ubá