



**EDITAL TOMADA DE PREÇOS 002/2011**  
**PROCESSO LICITATÓRIO 007/2011**



## ÍNDICE

01 PREÂMBULO.....	3
02 DO OBJETO E DO PRAZO DE EXECUÇÃO.....	4
03 DAS CONDIÇÕES PARA PARTICIPAR E RECEBIMENTO DOS ENVELOPES.....	4
04 DOS DOCUMENTOS E DOS ENVELOPES.....	6
05 DOS PROCEDIMENTOS.....	13
06 DO JULGAMENTO.....	16
07 DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS.....	21
08 DA HOMOLOGAÇÃO E DA ASSINATURA DO CONTRATO .....	21
09 DA REMUNERAÇÃO DOS SERVIÇOS.....	22
10 DA FISCALIZAÇÃO.....	22
11 DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA .....	22
12 DAS PENALIDADES.....	23
13 DA RESCISÃO.....	23
14 DAS DISPOSIÇÕES FINAIS.....	23
ANEXOS.....	24

**ANEXO I - BRIEFING: CAMPANHA PROMOVENDO A CIDADANIA**

**ANEXO II - BRIEFING: PROPOSTA DE PREÇOS E PLANO DE MÍDIA**

**ANEXO III - MINUTA DE CONTRATO**

**ANEXO IV - DECLARAÇÃO**



## 01 PREÂMBULO

A **CÂMARA MUNICIPAL DE VITÓRIA DA CONQUISTA, Estado da Bahia**, através do Presidente da Comissão de Licitação, cumprindo determinação de despacho do Excelentíssimo Senhor Presidente da Câmara, torna público para conhecimento dos interessados, que realizará, na forma da Lei Federal nº. 8.666/1993 e suas alterações, da Lei Federal nº. 12.232/2010, das normas contidas neste edital e seus anexos, processo licitatório, na modalidade **TOMADA DE PREÇOS**, do tipo **TÉCNICA E PREÇO**, via execução indireta sob empreitada por preço global, **visando à contratação de agência de publicidade para prestação de serviços de publicidade objetivando o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o fito de informar o público em geral, acerca dos trabalhos institucionais da Casa legislativa, como, por exemplo: divulgação das Sessões e Audiências Públicas; divulgação dos andamentos dos processos legislativos, das votações e das publicações dos atos legislativos propriamente ditos (v.g.: projetos de leis, de resolução, de indicação, moções, dentre outros); além da publicidade dos atos, programas e campanhas da Câmara, todos com caráter institucional**, que deverão ser veiculados num período de 18 (dezoito) meses, a contar da assinatura do contrato, podendo ser prorrogado a critério da Licitada e levando em conta os limites legais para tanto, cuja documentação referente à qualificação técnica e proposta de preço deverá ser entregue no dia 17 de junho de 2011, às 10 horas na sala de reuniões da Diretoria Administrativa e Financeira, localizada na sede da Câmara Municipal de Vitória da Conquista, situada na Rua Coronel Gugé, nº 150, sala 213, Centro. O Edital completo estará disponível aos interessados no Site da Câmara Municipal, ou no Setor denominado Diretoria Administrativa e Financeira da Câmara Municipal, em endereço anteriormente mencionado, telefone nº. (77) 3086-9647, devendo o interessado disponibilizar, por sua conta mídia apta a proceder à gravação.



## **02 DO OBJETO E DO PRAZO DE EXECUÇÃO**

**2.1** A presente tomada de preços tem por objeto a contratação de agência de publicidade para execução de serviços de publicidade institucional dos atos, projetos, programas e campanhas da Câmara Municipal de Vitória da Conquista, compreendidos em **prestação de serviços de publicidade já elencados no preâmbulo, que deverá ser veiculada no prazo estatuído também no preâmbulo**, até o limite de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinqüenta mil reais);

**2.2** A prestação de serviços, objeto deste edital, terá a duração de 18 (dezoito) meses, tendo como início a data de assinatura do contrato administrativo, podendo ser prorrogado diante das condições postas no preâmbulo.

## **03 DAS CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO E RECEBIMENTO DOS ENVELOPES**

**3.1** - A empresa interessada em obter cópia deste edital e seus anexos deverá adotar as providências constantes do preâmbulo;

**3.2** - Somente poderão participar desta licitação as pessoas jurídicas legalmente estabelecidas no país, que atendam às condições e às exigências previstas neste edital e seus anexos, que com ele concordem e exerçam atividades relacionadas com o objeto desta licitação;

**3.3** - A comissão permanente de licitação receberá na data, local e horário predeterminados os envelopes referentes à documentação de habilitação, proposta técnica e proposta de preço, datilografada ou impressa eletronicamente, sem emendas, rasuras ou entrelinhas, colocados em 05 (cinco) envelopes distintos, opacos e indevassáveis.

**3.4** - Na sessão de abertura, as empresas participantes poderão ser representadas diretamente por um de seus diretores ou sócios ou, indiretamente, por meio de procuração ou de carta de credenciamento específica, que deverá ser apresentada antes da abertura dos envelopes. Na mesma sessão deverá ser entregue a declaração de conhecimento e enquadramento às normas editalícias, contida no ANEXO III, devidamente assinado pelo credenciamento que irá representar a empresa neste certame licitatório.



**3.4.1** - No caso de representação direta, isto é, pelo diretor ou sócio da empresa, será necessária a apresentação do respectivo contrato social no original ou cópia autenticada, antes da abertura dos envelopes.

**3.4.2** - No caso de representação indireta, será necessário:

**3.4.2.1** - Procuração com firma reconhecida no original ou cópia autenticada.

**3.4.2.2** - Carta de credenciamento que deverá ser apresentada no original com firma reconhecida.

**3.4.3** - Os contratos sociais, as procurações e cartas credenciais, acompanhados da cédula de identidade, respectivamente do diretor ou sócio da empresa, do procurador ou do representante credenciado, serão apresentados em separado à Comissão de Licitação, a qual os examinará no início da sessão.

**3.5** - Não poderão participar da presente licitação empresas nas seguintes condições:

**3.5.1** - Declarados inidôneas pelo Poder Público;

**3.5.2** - Impedidas de licitar, contratar e transacionar com a Administração Pública;

**3.5.3** - Que estejam em processo de recuperação judicial ou falência, ou em qualquer outra condição que comprometa sua perfeita qualificação jurídica, fiscal, técnica e econômica;

**3.5.4** - Que estejam enquadradas nas condições previstas no art. 9º, da Lei 8.666/93.

**3.5.5** - Estejam reunidas em consórcio, grupos ou associações para esta finalidade.

**3.6** - No ato do recebimento do caderno de licitação, os licitantes deverão verificar seu conteúdo, constatar se o mesmo está completo, não sendo admitidas reclamações posteriores sobre eventuais omissões.

**3.7** - Qualquer pedido de esclarecimento em relação a eventuais dúvidas de interpretação deste edital deverá ser dirigido por escrito, o que poderá ser feito via *fac-símile*, ao presidente da comissão de licitação no endereço abaixo citado, até 15 de junho de 2011.

**3.7.1** Os eventuais recursos deverão ser protocolados no Setor intitulado Diretoria Administrativa e Financeira da Câmara Municipal, localizada no prédio desta, na sala



213, nos dias úteis, no horário das 09:00 às 17:00 horas, excetuando-se nas sextas-feiras, que será das 09:00 até às 14:00 horas;

**3.8** - As respostas a eventuais dúvidas serão efetuadas em correspondência, o que poderá ser feito via fac-símile, sob a forma de circular, dirigida a todos que tiverem adquirido o edital, no prazo de até 48 (quarenta e oito) horas após a consulta.

**3.9** - Ao receber a cópia deste edital, o licitante deverá fornecer à Diretoria Administrativa e Financeira da Câmara Municipal o número de telefone, fac-símile, email e nome da pessoa responsável para eventuais contatos.

**3.10** - Os participantes deverão ter pleno conhecimento dos termos deste edital, das condições gerais do objeto da licitação, observado o disposto no art. 41 e seus respectivos parágrafos, da Lei nº. 8.666/93.

**3.11** - Em nenhuma hipótese será concedido prazo para que se apresentem quaisquer documentos ou informações que deveriam constar originalmente nos envelopes apresentados pelas licitantes;

**3.12** - É facultada à Comissão Permanente de Licitação a promoção de diligência destinada a esclarecer quaisquer dúvidas, em qualquer fase do presente processo de licitação, nos termos § 3º, do art. 43, da Lei nº 8.666/93.

**3.13** - A abertura dos envelopes será feita em ato público no dia já previsto no início deste instrumento e, se porventura, na data determinada não houver expediente na **CÂMARA MUNICIPAL DE VITÓRIA DA CONQUISTA**, serão os mesmos abertos no primeiro dia útil subsequente de funcionamento, no mesmo horário estabelecido para a sessão que excepcionalmente não se realizou.

## **04 DOS DOCUMENTOS E DOS ENVELOPES**

### **4.1 PROPOSTA TÉCNICA**

**4.1.1** As propostas técnicas deverão ser apresentadas em 03 (três) invólucros distintos, dispostos da seguinte maneira:

**Envelope A:** Via não identificada do plano de comunicação publicitária, em invólucro fornecido pela Câmara Municipal de Vitória da Conquista;

**Envelope B:** Via identificada do plano de comunicação publicitária;



**Envelope C:** Via identificada contendo as demais informações referentes à proponente.

**4.1.2** O invólucro destinado à apresentação da via não identificada da proposta técnica será padronizado e fornecido previamente pela Câmara Municipal de Vitória da Conquista.

**4.1.3** O invólucro identificado deverá apresentar-se pela licitante da seguinte forma:

<b>ENVELOPE “B”: PROPOSTA TÉCNICA - VIA IDENTIFICADA DO PLANO DE MÍDIA PUBLICITÁRIA</b>
<b>TOMADA DE PREÇOS Nº 002/2011</b>
<b>COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL</b>
<b>RAZÃO SOCIAL E ENDEREÇO DA LICITANTE</b>

<b>ENVELOPE “C” : PROPOSTA TÉCNICA - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO</b>
<b>TOMADA DE PREÇOS Nº 002/2011</b>
<b>COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL</b>
<b>RAZÃO SOCIAL E ENDEREÇO DA LICITANTE</b>

**4.1.4** A via identificada do plano de comunicação publicitária terá o mesmo teor da via não identificada, sem os exemplos de peças referentes à ideia criativa.

**4.1.5** A proposta técnica referente à linha de atuação publicitária e que levará em consideração o Briefing anexo e a proposição hipotética do valor da verba de R\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil reais), consistirá em um conjunto de textos que não poderão exceder, no total, a 20 (vinte) laudas, em papel ofício, tamanho A4, com fonte *Times New Roman*, tamanho 12 e espaçamento de linhas de 1,5. Os textos versarão sobre a proposta técnica com os seguintes tópicos e compor-se-á de 04 (quatro) quesitos, contidos nos envelopes determinados, abaixo delineados:

#### **ENVELOPE A (NÃO IDENTIFICADO) E ENVELOPE B (IDENTIFICADO)**

**4.1.5.1** Plano de Comunicação Publicitária:

**4.1.5.1.1** a licitante apresentará Plano de Comunicação, elaborado com base no *briefing* (Anexo I), o qual compreenderá os seguintes quesitos:



a) raciocínio básico: texto de, no máximo, 03 (três) páginas, em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre o Legislativo Municipal, suas necessidades de comunicação, suas linhas de atuação, de acordo com as informações apresentadas no *briefing* (Anexo I);

b) estratégia de comunicação publicitária: texto de, no máximo, 03 (três) páginas, em que a licitante apresentará o conceito e o partido temático que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação do Legislativo Municipal e defender essa opção;

c) idéia criativa: texto em que a licitante se limitará a apresentar a síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um slogan passível de ser utilizado em ações de comunicação do Legislativo Municipal. A idéia criativa deve constituir uma proposta de solução para o problema específico de comunicação;

c.1) como parte do quesito idéia criativa, a licitante apresentará campanha publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução para o problema específico de comunicação e demonstrem sua harmonia com a redução de mensagem de que trata o parágrafo anterior. Os exemplos de peças só podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout, *storyboard* impresso ou monstro de spot de rádio, com ou sem música, limitados a uma peça para cada meio (convencional ou não convencional) de veiculação proposto pela licitante.

d) estratégia de mídia: texto de, no máximo, 03 (três) páginas (não computados o plano de distribuição das peças e as tabelas), em que a licitante deverá, de acordo com as informações do *briefing* e com a verba colocada como referencial para a campanha:

d.1) demonstrar capacidade para atingir e sensibilizar os principais públicos alvos da campanha;

d.2) indicar o uso dos recursos de comunicação próprios do Legislativo Municipal, se houver.

**4.1.5.1.2** será vedada a aposição, a qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do envelope identificado.

#### **ENVELOPE C (IDENTIFICADO)**

**4.1.5.2** Capacidade de Atendimento:

a) sob a forma de textos, a licitante apresentará:





a.1) sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos máximos a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de campanha, criação de peças avulsas, produção de publicidade legal e elaboração de Plano de Mídia;

a.2) a discriminação das informações de comunicação que colocará regularmente à disposição do Legislativo Municipal sem ônus adicional, durante a execução do contrato;

#### **4.1.5.3 Repertório:**

a) apresentação de um conjunto de trabalhos, produzidos e veiculados pela licitante, sob a forma de peças e respectivas memórias técnicas, nas quais se incluirá apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver;

b) a licitante poderá apresentar até 02 (duas) peças para cada um dos seguintes meios de veiculação: TV, rádio, revista e jornal;

c) cada peça deverá conter ficha técnica com a identificação da licitante, data de produção, período de veiculação e a indicação do (s) veículo (s) que a divulgaram;

d) os vídeos deverão ser fornecidos em DVD e os spots e/ou jingles, em CD (*compact disc*);

e) não serão aceitos trabalhos que configurem apresentação de materiais especulativos, condenados pela Legislação da Propaganda, nem mesmo a título de exemplo ou sugestão.

#### **4.1.5.4 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:**

a) deverão ser apresentados até 02 (dois) cases, relatando, em no máximo (03) três páginas cada, sob a forma de texto descritivo, os problemas enfrentados, as soluções encontradas, formalmente referendados pelos respectivos anunciantes, permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças de qualquer tipo para cada relato.

## **4.2 - PROPOSTA DE PREÇOS**

**4.2.1** Proposta de preços deverá ser apresentada em 01 (uma) via, de acordo com o ANEXO II deste instrumento convocatório, sem emendas, rasuras, entrelinhas ou ressalvas, em papel timbrado da empresa licitante, devidamente assinada, rubricada e seqüencialmente numerada, contendo a planilha de preços unitários detalhada, com aproximação de 02 (duas) casas decimais.

**4.2.1.1** A identificação do invólucro contendo a proposta de preços apresentar-se-á da seguinte forma:



ENVELOPE "D": PROPOSTA DE PREÇOS
TOMADA DE PREÇOS Nº 002/2011
COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL
RAZÃO SOCIAL E ENDEREÇO DA LICITANTE

**4.2.2** A proposta de preço deverá estar em conformidade com o ANEXO II, com valores discriminados por itens, devendo a mesma estar em plena concordância com este edital, não sendo permitido à licitante alterá-la em seu conteúdo e/ou quantitativos, sob pena de imediata desclassificação, cabendo à licitante tão somente fornecer os preços unitários e globais propostos para execução dos serviços.

**4.2.3** O preço global deve ser expresso em moeda corrente nacional, em algarismo e por extenso, e referir-se única e exclusivamente ao somatório dos preços totais dos serviços constantes da planilha, com data base relativa à data da primeira sessão destinada ao recebimento e à abertura dos envelopes deste certame.

**4.2.4** A definição e estabelecimento dos preços apresentados na planilha são de exclusiva e inteira responsabilidade da proponente. A Contratante não realizará revisões dos mesmos, caso tenha ocorrido erro de cálculo ou de avaliação na proposta de preços por parte da proponente, o que implicará na sua desclassificação, ainda que a constatação do erro aconteça após o encerramento do certame.

**4.2.5** Declaração do prazo de validade da proposta de preço, que não será inferior a 60 (sessenta) dias, contados da data de sua apresentação, ficando estabelecido que em caso de omissão, será considerado esse prazo.

**4.2.6** Não se considerará qualquer oferta de vantagem não prevista no edital, nem preço ou vantagem baseada na oferta dos demais licitantes.

### **4.3 HABILITAÇÃO**

A proponente fará inserir no Envelope "E": **HABILITAÇÃO**, devidamente lacrado em 01 (uma) via, com todas as páginas numeradas e rubricadas, os documentos que comprovam a **HABILITAÇÃO JURÍDICA, REGULARIDADE FISCAL e QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA**. Todos os documentos exigidos deverão ter sido expedidos por autoridades ou órgão competente do local da sede, ou ainda do domicílio do Licitante, podendo ser apresentados no original, em fotocópia autenticada, em publicação na imprensa oficial ou em cópias simples, desde que acompanhadas pelo original, as quais serão conferidas e autenticadas, no ato, pela



Comissão de Licitação. Não serão aceitas fotocópias extraídas por processo de fac-símile.

Os documentos exigidos deverão ser relacionados, separados, colecionados e numerados na ordem estabelecida neste edital. As declarações a serem firmadas pelos licitantes deverão ser apresentadas no original com firma reconhecida.

A identificação do invólucro contendo a proposta de preços apresentar-se-á da seguinte forma:

ENVELOPE "E": DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS Nº 002/2011
COMISSÃO DE LICITAÇÃO DA CÂMARA MUNICIPAL
RAZÃO SOCIAL E ENDEREÇO DA LICITANTE

**4.3.1 CERTIFICADO DE REGISTRO CADASTRAL** fornecido pelo Município de Vitória da Conquista;

**4.3.2** Documentos para **COMPROVAÇÃO DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA**, abaixo elencados:

**4.3.2.1** Portfólio da empresa que comprove a experiência do licitante e a qualidade dos seus serviços nas áreas de publicidade e propaganda, contendo:

**4.3.2.1.1** Currículo, devidamente comprovado, dos diretores ou responsáveis pela atividade gerencial da empresa;

**4.3.2.1.2** Declaração atestando a capacidade técnico-operacional da empresa licitante, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, para prestação de serviços com características similares às do objeto da licitação;

**4.3.2.1.3** Certificação da empresa de que está registrada junto ao Conselho Executivo das Normas Padrão CENP;

**4.3.3** Os interessados não cadastrados que desejarem participar desse certame deverão obter o Certificado de Registro Cadastral, junto à Câmara Municipal, até o terceiro dia anterior à data do recebimento das propostas, apresentando os seguintes documentos:

**4.3.3.1 COMPROVAÇÃO DA HABILITAÇÃO JURÍDICA**

**4.3.3.1.1** Requerimento de empresário e posteriores alterações, para as firmas individuais. Para as Sociedades Comerciais, ato constitutivo, estatuto ou contrato



social e alterações subseqüentes em vigor, devidamente registrados na Junta Comercial, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores quando referentes as de sociedades por ações;

**4.3.3.1.2** Cópia da Cédula de Identidade do responsável legal pela empresa ou signatário da proposta. Neste último caso, acompanhado da procuração para tal fim.

**4.3.3.1.3** Decreto de autorização, devidamente arquivado, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País.

**4.3.3.1.4** Em todos os casos o objeto social deverá ser compatível com as atividades a serem exercidas no objeto desta licitação.

#### **4.3.3.2 COMPROVAÇÃO DA REGULARIDADE FISCAL**

**4.3.3.2.1** Prova de Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ;

**4.3.3.2.2** Prova de Inscrição no Cadastro de Contribuinte Estadual ou Municipal, relativo ao domicílio ou sede do proponente, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto da presente licitação;

**4.3.3.2.3** Prova de Regularidade para com as Fazendas Públicas Federal, Estadual e Municipal (Certidão expedida pela Secretaria da Receita Federal, Estadual e Municipal) do domicílio ou Sede da Licitante, com seu prazo de validade dentro do previsto por cada órgão expedidor;

**4.3.3.2.4** Certidão Negativa quanto à Dívida Ativa da União, expedida pela Procuradoria da Fazenda Nacional.

**4.3.3.2.5** Certificado de Regularidade para com o FGTS - Fundo de Garantia por Tempo de Serviço.

**4.3.3.2.6** Certidão Negativa de Débitos para com o INSS - Instituto Nacional de Seguridade Social.

#### **4.3.3.3 COMPROVAÇÃO DA QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO FINANCEIRA**

**4.3.3.3.1** Balanço patrimonial e demonstrações financeiras do exercício de 2010, que comprovem a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, devendo ser observado as seguintes regras:

**4.3.3.3.2** Para sociedades anônimas, cópia autenticada da publicação do Balanço no diário oficial;

**4.3.3.3.3** Para as demais empresas, cópias legíveis e autenticadas das páginas do livro diário, onde foram transcritos o balanço patrimonial e as demonstrações contábeis, com os respectivos termos de abertura e encerramento registrado na Junta Comercial;



**4.3.3.3.4** Para as empresas constituídas no exercício de 2011, será exigido apenas o balanço de abertura, na forma da lei;

**4.3.3.3.5** A comprovação da boa situação econômico-financeira da empresa será avaliada pelos seguintes índices, apurados com base no balanço apresentado, os quais deverão vir com os respectivos valores inseridos nas fórmulas abaixo, conforme estabelecido no Art. 31, da Lei 8.666/93.

**4.3.3.3.5.1 índice de Liquidez Corrente - LC;**

- **LC = Ativo Circulante / Passivo Circulante = > 1,00**

**4.3.3.3.5.2 índice de Endividamento Geral EG**

- **EG = Passivo Circulante + Exigível a longo prazo / Ativo total = < 0,5**

**4.3.3.3.6** A comprovação de capital social igual ou superior a R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais), registrado e totalmente integralizado até a data de entrega dos envelopes. A comprovação do capital social integralizado será feita mediante a apresentação de cópia da publicação no Diário Oficial, da ata de assembléia onde consta expressa a importância do capital integralizado, ou cópia de alteração de contrato social registrada na Junta Comercial, ou ainda através de certidão emitida pela Junta Comercial;

**4.3.3.3.7** Certidão negativa de falência ou concordata, expedida pelo distribuidor da Sede da pessoa jurídica, ou de execução patrimonial, expedida no domicílio da pessoa física, conforme o caso. A data de expedição da certidão deverá ser de até 30 (trinta) dias antes da data de entrega do envelope de habilitação;

**4.3.3.3.8** Declaração de que a firma aceita as condições deste edital, que não existe fato impeditivo para habilitação e que, caso seja a vencedora da licitação, realizará o objeto pelo custo proposto e aceito pela Câmara Municipal;

**4.4** Todos os documentos exigidos deverão ter sido expedidos por autoridades ou órgão competente do local da sede, ou ainda do domicílio do Licitante, podendo se apresentados no original, em fotocópia autenticada, em publicação na imprensa oficial ou em cópias simples, desde que acompanhadas do original, as quais serão conferidas no ato pela Comissão de Licitação. Não serão aceitas fotocópias extraídas por processo de fac-símile.

## **05 DOS PROCEDIMENTOS**

**5.1** No dia, local e hora estabelecidos no preâmbulo deste edital, em sessão pública, dar-se-á início aos trabalhos de recebimento e abertura do envelope A, não



identificado, contendo o plano de comunicação publicitária, e o envelope C, bem como o recebimento dos envelopes B, e D, contendo, respectivamente, plano de comunicação publicitária identificado e propostas de preços. Se no dia previsto não houver expediente, as propostas serão abertas no primeiro dia útil de expediente que se seguir, obedecendo ao mesmo horário já estabelecido.

**5.2** A entrega dos envelopes deverá ser efetuada pelo licitante, ou por seu preposto no início da sessão de abertura.

**5.3** A critério da comissão de licitação, o início dos trabalhos poderá ser prorrogado em até 30 (trinta) minutos da hora estabelecida neste Edital.

**5.4** Não serão aceitas, sob nenhuma hipótese, propostas emitidas através de fac-símile, contidas em envelopes abertos, ou que sejam entregues à Comissão de Licitação fora do prazo.

**5.5** Depois do início dos trabalhos não será recebida nenhuma outra documentação, nem serão permitidas quaisquer modificações ou acréscimos aos elementos em exame.

**5.6** O início dos trabalhos será procedido nesta ordem:

**5.6.1** Credenciamento dos representantes das empresas nos termos previstos neste edital;

**5.6.2** Recebimento dos envelopes;

**5.6.2.1** O invólucro padronizado com a via não identificada do plano de comunicação publicitária só será recebido pela comissão permanente se não apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento capaz de identificar a licitante.

**5.6.2.2** Os documentos contidos nos Envelopes **A** - Proposta Técnica, Apócrifa e no envelope **C** serão rubricados pelos representantes das Licitantes, facultando-se aos mesmos o seu exame, registrando-se em ata as anotações solicitadas.

**5.6.2.3** Os envelopes **B** e **D** serão rubricados pela comissão permanente de licitação e pelos representantes das Licitantes e permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da referida Comissão.

**5.6.2.4** A comissão permanente não lançará nenhum código, sinal ou marca no invólucro padronizado nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação publicitária.

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

**5.6.3-** Abertura dos envelopes:



**5.6.3.1** Na mesma sessão de recebimento dos envelopes de proposta técnica e de proposta de preços serão abertos o envelope A, contendo a via não identificada do plano de comunicação e o envelope C, pela comissão permanente que a encaminhará à subcomissão técnica para análise e julgamento;

**5.6.3.2** A subcomissão técnica fará a análise individualizada e julgamento do plano de comunicação publicitária, desclassificando-se as que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no instrumento convocatório e elaborará ata de julgamento do respectivo plano de comunicação publicitária, encaminhando-a à comissão permanente, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

**5.6.3.3** Em seguida, será realizada sessão pública com data, horário e local previamente designados e publicados para apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

**5.6.3.3.1** abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária;

**5.6.3.3.2** cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria;

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

**5.6.3.3.4** proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação;

**5.6.3.3.5** publicação do resultado do julgamento da proposta técnica, com a indicação dos proponentes desclassificados e da ordem de classificação organizada pelo nome dos licitantes, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993;

**5.6.3.4** Superada a fase de julgamento da proposta técnica, será realizada sessão pública com data, horário e local previamente designados e publicados para abertura dos invólucros contendo as propostas de preços, que serão lidas em voz alta pela comissão e elaborada, e seu respectivo julgamento.

**5.6.3.5** Após a publicação do resultado do julgamento final das propostas técnica e de preço, e a concessão do prazo para interposição de recurso, conforme disposto na alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993, será designada sessão pública para o recebimento e abertura do envelope com os documentos de habilitação dos licitantes classificados, para análise da sua





conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no instrumento convocatório;

**5.6.3.6** Exarada a decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes classificados será concedido o prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea a do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993;

**5.6.3.7** - Após o julgamento final da habilitação dos licitantes, será homologado o procedimento e adjudicado o objeto licitado.

**5.6.3.8** - As sessões serão realizadas com a participação dos membros da comissão e representantes de cada licitante que se interessar em assistir as mesmas.

**5.6.3.9** - Tão logo se inicie as sessões, não serão mais aceitas quaisquer outras informações além das contidas nos envelopes entregues, salvo aquelas expressamente solicitadas pela comissão, conforme facultado neste Edital.

**5.6.3.10** Durante os trabalhos, só será permitida a manifestação oral ou escrita de representantes legais ou pessoas credenciadas pelas empresas participantes.

## **06 DO JULGAMENTO**

**6.1** Será considerada vencedora a licitante que apresentar melhor proposta baseada no critério de técnica e preço.

**6.2** Os resultados dos julgamentos das propostas e da habilitação serão apresentados pela comissão, por meio de ata, por ordem de classificação para a competente homologação.

**6.3** No julgamento, além das demais disposições legais e das condições contidas neste edital, será observado, também o seguinte:

### **6.3.1 - AVALIAÇÃO, JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

**6.3.1.1** Serão desclassificadas as propostas técnicas que:

**6.3.1.1.1** apresentarem oposição ao invólucro padronizado contendo a via não identificada plano de comunicação publicitária, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do plano de comunicação publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros da via identificada;

**6.3.1.1.2** não atenderem às disposições contidas neste Edital;

**6.3.1.1.3** não alcançarem, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;

**6.3.1.1.4** obtiverem nota 0 (zero) em quaisquer dos quesitos a que se referem o plano de comunicação publicitária;





**6.3.1.2** A análise e o julgamento da **PROPOSTA TÉCNICA** serão feitos por uma **SUBCOMISSÃO TÉCNICA**, constituída por 3 (três) membros, formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos 1 (um) deles não mantém nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Câmara Municipal de Vitória da Conquista.

**6.3.1.3** A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em **Sessão Pública**, no dia **30 de maio 2011**, às **14:30** horas, no mesmo local onde ocorrerá o recebimento dos envelopes das propostas e da habilitação, entre os nomes de uma relação, a ser publicada, no mínimo 10 (dez) dias antes do sorteio público, que terá o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Câmara Municipal de Vitória da Conquista;

**6.3.1.4** Serão considerados pela **SUBCOMISSÃO TÉCNICA**, sendo justificado cada ponto atribuído, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito:

**6.3.1.4.1 Capacidade de Atendimento:**

- a) Pertinência da sistemática de atendimento e a adequação dos prazos máximos indicados na proposta, às necessidades da Câmara Municipal;
- b) As informações e comunicação a serem colocadas regularmente à disposição da Câmara Municipal de Vitória da Conquista, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato;
- c) A operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal e a licitante, esquematizado na Proposta;
- d) A licitante vencedora a partir da data de assinatura do contrato deverá disponibilizar um preposto, de forma exclusiva, apto à atender as demandas da licitada.

**6.3.1.4.2 Repertório:**

- a) A idéia criativa e sua pertinência;
- b) A clareza da exposição;
- c) A qualidade da execução e do acabamento;

**6.3.1.4.3 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:**

- a) A concatenação lógica da exposição;
- b) A evidência de planejamento publicitário;
- c) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;



d) A relevância dos resultados apresentados.

#### **6.3.1.4.4 Plano de Comunicação Publicitária**

**6.3.1.4.4.1 Raciocínio Básico** a acuidade de compreensão:

- a) Das características da Câmara Municipal e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;
- b) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal de Vitória da Conquista com seus públicos;
- c) Do papel da Câmara Municipal no atual contexto social, político e econômico;
- d) Do problema específico de comunicação da Câmara Municipal.

#### **6.3.1.4.4.2 Estratégia de Comunicação Publicitária:**

- a) A adequação do conceito e do partido temático propostos à natureza e qualificação da Câmara Municipal e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação;
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Câmara Municipal com seus públicos.

#### **6.3.1.4.4.3 Idéia Criativa:**

- a) Sua adequação ao problema específico de comunicação da Câmara Municipal;
- b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) Sua pertinência às atividades da Câmara Municipal e à sua inserção na sociedade;
- g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) A compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.

#### **6.3.1.4.4.4 Estratégia de Mídia:**

- a) O conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários;
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às 02 (duas) alíneas anteriores;
- d) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado e distribuição de peças;



e) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Câmara Municipal.

**6.3.1.5 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:**

- a) capacidade de atendimento 15 (quinze) pontos (sendo, no máximo, 05 (cinco) pontos para cada item especificado no subitem 6.3.1.4.1);**
- b) repertório - 15 (quinze) pontos (sendo, no máximo 05 (cinco) pontos para cada item especificado no subitem 6.3.1.4.2);**
- c) relatos de soluções de problemas de comunicação 08 (oito) pontos (sendo, no máximo, 2,0 (dois) pontos para cada item especificado no subitem em 6.3.1.4.3);**
- d) plano de comunicação 62 (sessenta e dois) pontos a serem distribuídos da forma abaixo indicada:**
  - a. raciocínio básico 10 (dez) pontos (sendo, no máximo, 2,5 (dois e meio) pontos para cada item especificado no subitem 6.3.1.4.4.1);**
  - b. estratégia de comunicação publicitária 24 (vinte e quatro) pontos (sendo, no máximo 08 (oito) pontos para cada item especificado no subitem 6.3.1.4.4.2);**
  - c. idéia criativa 20 (vinte) pontos (sendo, no máximo, 2,5 (dois e meio) ponto para cada item especificado no subitem 6.3.1.4.4.3);**
  - d. estratégia de mídia 08 (oito) pontos (sendo, no máximo, 1,6 (um ponto e seis décimos) para cada item especificado no subitem 6.3.1.4.4.4).**

**6.3.1.5.1** A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Comissão responsável pela análise técnica e será calculada com 01 (uma) casa decimal após a vírgula.

**6.3.1.5.2** 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 postos no instrumento convocatório;

**6.3.1.5.3** O julgamento das Propostas Técnica dos Licitantes classificados será realizado de acordo com o procedimento a seguir descrito:

**NT = 100 x (PTP/ MNT), sendo:**

NT = Nota Técnica

MNT = Maior nota técnica entre as classificadas

PTP = Proposta Técnica da proponente



**6.3.1.5.4** Será classificada em primeiro lugar, na fase da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação no somatório das notas dos quesitos e as demais serão classificadas por ordem decrescente.

### **6.3.2 - AVALIAÇÃO, JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS.**

**6.3.2.1** O julgamento desta licitação será feito pelo critério de Técnica e Preço.

**6.3.2.1.1** Serão desclassificadas as propostas que:

- 1) Não atenderem às disposições contidas neste Edital;
- 2) Apresentarem valor simbólico, irrisório ou valor zero nos termos previstos no parágrafo 3º do art. 44 da Lei Federal nº 8.666/93, ou consideradas inexequíveis, na forma prevista no inciso II do art. 48 da retro citada Lei;
- 3) Apresentarem vantagens baseadas nas ofertas dos demais licitantes;
- 4) Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado;
- 5) Apresentarem percentuais fora dos limites das Normas-Padrão da Atividade Publicitária;
- 6) Estejam incompletas;
- 7) Não estejam datadas, numeradas seqüencialmente, assinadas e rubricadas em todas as suas folhas;
- 8) Não apresentarem preços para todos os itens, constantes do objeto deste edital

**6.3.2.2** O julgamento das Propostas de Preços dos Licitantes classificados será realizado de acordo com o procedimento a seguir descrito:

**NP = 100 x (MP/PP), sendo:**

NP = Nota de Preço

MP = Menor Preço ofertado entre as classificadas

PP = Preço Proposto pelo proponente

### **6.3.3 - AVALIAÇÃO, JULGAMENTO E CLASSIFICAÇÃO FINAL DAS PROPOSTAS**

**6.3.3.1** A classificação final dos licitantes far-se-á de acordo com a média ponderada das valorizações das propostas técnica e preço, de acordo com a seguinte fórmula:

**NF = [(0,8 x NT) + (0,2 x NP)], em que:**

NF = Nota Final

NT = Nota Técnica

NP = Nota de Preço

**6.3.3.2** Será considerado vencedor o licitante que obtiver a maior Nota Final.



**6.3.3.3** Em caso de empate entre propostas, a classificação far-se-á por sorteio na presença de todos que comparecerem ao certame.

**6.3.3.4** Todos os atos da presente licitação serão acessíveis ao público, salvo o conteúdo das propostas até a sua abertura. A Comissão de Licitação lavrará atas circunstanciadas de todas as sessões e elaborará os demonstrativos da apuração das propostas.

## **07 DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS**

**7.1** Das decisões proferidas no julgamento das propostas, caberá recursos, por escrito no prazo de até 05 (cinco) dias úteis, a contar das respectivas datas de comunicação do resultado, observando-se o previsto no art. 109 da Lei n.º 8.666/93, salvo se houver desistência expressa de todos os Licitantes habilitados ou classificados participantes do processo e constante da ata de julgamento, devidamente assinada.

**7.2** Quando interposto, o recurso deverá ser protocolado no setor denominado Diretoria Administrativa Financeira da Câmara Municipal (sala 213), em dias úteis, no horário das 9:00 às 17:00 horas, excetuando às sextas-feiras que será das 09:00 até às 14:00 horas.

**7.3** Para todos os efeitos jurídicos, as decisões da Comissão de Licitação serão havidas como publicadas e notificadas às empresas Licitantes, nas próprias sessões, se presentes os licitantes, com simples divulgação por editais afixados em painel apropriado, na sede da Câmara Municipal ou mediante correspondência individual, protocolada por aviso de recebimento (AR), via fac-símile com comprovante de recebimento, ou ainda pela imprensa oficial;

**7.4** No decorrer do prazo de recurso ou impugnação, será aberta vista dos autos aos Concorrentes que a solicitarem, independentemente de requerimento, na Comissão de Licitações, de onde não poderão ser retirados;

**7.4.1** Caso a concorrente deseje cópias de documentos juntados ao processo licitatório, poderá obtê-las mediante requerimento escrito e arcando diretamente com o custo das cópias.

## **08 DA HOMOLOGAÇÃO E DA ASSINATURA DO CONTRATO**

**8.1** A Comissão efetuará a classificação das propostas e procederá ao respectivo julgamento, encaminhando o processo à autoridade competente para homologar o certame;



**8.2** O licitante vencedor será convocado, no prazo de 10 (dez) dias corridos após a data da homologação do processo, para assinar o contrato, atendendo a seguinte exigência:

**8.2.1** - Indicar o responsável pelo acompanhamento da execução do contrato.

**8.3** O não atendimento da convocação, por parte do adjudicatário, para assinatura do contrato, por recusa injusta em assiná-lo, configura descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-o ao pagamento de multa correspondente a 1% (um por cento) do valor estimado para o contrato, impedimento para participar de licitação junto à administração pública pelo prazo de 24 meses, além de outras medidas previstas em lei;

**8.4** Não atendendo o licitante vencedor à convocação para assinar o contrato ou deixando de fazê-lo por qualquer outro motivo a ele imputado, será convocado outro licitante seguindo rigorosamente a ordem de classificação, caso a Câmara não prefira realizar nova licitação;

**8.5** Sem prejuízo das disposições previstas em lei, obriga-se o vencedor do certame, contratado, a cumprir o conteúdo contido na proposta de preço, atendendo às ordens de serviço emanadas pela Câmara Municipal.

## **09 DA REMUNERAÇÃO DOS SERVIÇOS**

**9.1** O licitante vencedor será remunerado pela prestação dos serviços constantes no item 2 (dois), através do pagamento efetivo por parte da Câmara Municipal, conforme cronograma de execução dos serviços.

**9.1.1** - É de responsabilidade única e exclusiva do licitante vencedor, arcar com todos os custos relativos aos tributos federais, estaduais e municipais e quaisquer outros tributos que incidam direta ou indiretamente sobre os serviços relativos ao objeto deste edital.

## **10 DA FISCALIZAÇÃO**

**10.1** - A fiscalização da execução do objeto licitado será realizada pela Presidência da Câmara Municipal ou pelo seu Setor, denominado ASCOM (Assessoria de Comunicação), de forma a fazer cumprir, rigorosamente, as condições da Proposta de Preços e as disposições do contrato.

## **11 DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

**11.1** Além do cumprimento das cláusulas contratuais advindas da presente licitação, caberá à empresa vencedora a cessão à Câmara Municipal de todos os direitos de uso das peças e marcas criadas por conta da contratação;



**11.2** A executante dos serviços deverá desenvolver o objeto desta licitação, sempre em regime de entendimento com a Câmara Municipal, dispondo esta de amplos poderes para atuar no sentido do fiel cumprimento do contrato;

**11.3** A licitante se responsabiliza pelos danos causados diretamente à administração ou a terceiros decorrentes de sua culpa ou dolo na execução do contrato.

## **12 DAS PENALIDADES**

**12.1** - À contratada poderão ser aplicadas, a critério da Câmara Municipal, e sem prejuízo do direito à rescisão do Contrato e às perdas e danos, as seguintes penalidades:

**12.1.1** - Advertência;

**12.1.2** - Suspensão do direito de licitar e contratar com o município e com a Câmara Municipal;

**12.1.3** - Declaração de inidoneidade para licitar e contratar com o município e com a Câmara Municipal, em função da natureza e gravidade da falta cometida ou de faltas e penalidades anteriores, em caso de reincidência, a ser publicada em órgão oficial;

## **13 DA RESCISÃO**

**13.1** - A rescisão do contrato poderá ser determinada, por ato unilateral e escrito da Câmara Municipal, nos casos previstos no artigo 78 da Lei nº 8.666/93, dentre eles:

**13.1.1** - Não cumprimento pela empresa licitante de cláusulas contratuais, projetos e prazos ou o seu cumprimento irregular;

**13.1.2** - Lentidão do cumprimento do contrato, levando a Câmara Municipal a comprovar a impossibilidade da realização do seu objeto no prazo estipulado;

**13.1.3** - Atraso injustificado no início da execução dos serviços;

**13.1.4** - Não atendimento das determinações regulares da autoridade designada pela Câmara Municipal para a fiscalização da execução do Contrato, assim como as de seus superiores;

**13.1.5** - Ocorrência de caso fortuito ou de força maior, regularmente comprovada, impeditiva da execução do Contrato;

**13.2** - Declarada a rescisão do contrato, a empresa cessará imediatamente a execução do mesmo, sem ônus para a Câmara Municipal.

## **14 DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

**14.1** - A Câmara Municipal fornecerá aos interessados todos os elementos necessários à elaboração da proposta, a exemplo do Edital, desde que disponibilizem mídia apta a viabilizar a gravação;





**14.2** - O objeto contratual poderá sofrer alterações no modo de execução, de acordo com a necessidade e conveniência da Administração Pública Municipal, mediante prévio aviso à Contratada.

**14.3** - Fica ressalvado à Câmara Municipal, antes da assinatura do contrato e em razão de fato superveniente, devidamente comprovado, o direito de revogar ou anular esta licitação, sem que caiba o direito de reclamação ou pedido de indenização por parte dos licitantes.

**14.4** - Os recursos interpostos contra as decisões proferidas pela comissão de licitação, somente serão acolhidos nos termos do art. 109 da Lei 8.666/93.

**14.5** - Para o custeio da execução dos serviços objeto deste edital serão utilizados recursos provenientes do orçamento da Câmara Municipal de Vitória da Conquista, **Elemento de despesa 33903900;**

**14.6** Integram o presente Edital, como se nele estivessem transcritos, os seguintes documentos:

ANEXO I	<b>Briefing</b>
ANEXO II	<b>Briefing - Proposta de Preços</b>
ANEXO III	<b>Minuta de Contrato</b>
ANEXO IV	<b>Modelo Declaração de Conhecimento e Enquadramento</b>

Vitória da Conquista - BA, 17 de maio de 2011.

---

Presidente da Comissão de  
Licitação da Câmara Municipal de Vitória da  
Conquista/BA





**ANEXO I**

**BRIEFING**

Campanha Promovendo a Cidadania

**1. Histórico:**

a. Qual o contexto de recepção para essa campanha?

O trabalho realizado pelo Legislativo conquistense é de fundamental importância para o desenvolvimento de Vitória da Conquista. Além das ações promovidas pelo mandato dos vereadores, a Câmara possui 11 comissões permanentes, que atuam em diversas áreas como saúde, educação, serviços públicos, defesa do consumidor, direitos humanos, meio ambiente, avaliação jurídica de projetos de lei, dentre outras.

Nas sessões ordinárias e especiais; audiências públicas e reuniões das comissões, os parlamentares discutem, com os mais variados segmentos da sociedade, temas importantes para o município, como o resultado dos debates que acontecem no Legislativo, os vereadores, em conjunto com a sociedade, apresentam propostas de políticas públicas que melhorem a vida da população em seus mais diversos aspectos.

A comunicação é fator fundamental nas relações humanas. Quando se trata de órgãos e instituições públicas, a comunicação assume um papel ainda maior. Informar ao cidadão as ações da Câmara Municipal e dar visibilidade ao trabalho dos parlamentares é primordial para que a população acompanhe as ações de cada vereador.

Como pressupostos norteadores do trabalho da Mesa Diretora para o biênio 2011-2012, destacamos a ampliação das ações que incentivem a participação da população nos trabalhos da Câmara; a criação de projetos que fomentem a cultura local e regional; as sessões itinerantes na zona rural, além da ampliação da infra-estrutura do prédio que abriga o Poder Legislativo.

O objetivo principal da política de comunicação da Câmara, portanto, é tornar acessível ao cidadão as informações sobre o trabalho do Legislativo. Tal comunicação tem a obrigação de ser clara, objetiva e educativa, visando a aproximação entre população e Câmara Municipal.

b. Essa campanha tem histórico de comunicação on-line ou off-line? Qual?

A Câmara Municipal não realiza de forma estruturada e de forma continuada, divulgação em televisão, rádio, impressos e internet, dos atos legislativos. Nos últimos anos ocorreram campanhas estruturadas, realizadas pontualmente nos anos de 2001, 2002 e 2008.

**2. Produto:**

a. Descrição do produto ou serviço:

Com esta visão é que o projeto de comunicação da Casa realiza a primeira campanha publicitária institucional de 2011. Com o lema Promovendo a Cidadania Construindo juntos a Conquista do futuro , a campanha visa utilizar os meios de comunicação (impresso, rádio, TV e internet) para divulgar as ações do Legislativo, destacando as diretrizes do trabalho a ser desenvolvido nos próximos dois anos.

b. **Benefício**

A idéia é ampliar as possibilidades de acesso às informações, tanto na zona urbana quanto na zona rural, alcançando os diversos públicos existentes no município. A campanha deve nortear-se pelos conceitos de inovação, dinamismo, transparência e participação popular.

**3. Público alvo**

a. Qual nosso público?



Toda a população, de todos os bairros e distritos, de todas as classes sociais.

b. Quem são os influenciadores?

A Mesa Diretora que ordena a administração e ações legislativas da Casa.

c. Quem são os formadores de opinião?

Vereadores, lideranças comunitárias, imprensa e cidadãos.

d. A quem iremos dirigir a comunicação?

Toda a população, a Câmara Municipal é a Casa do Povo.

#### 4. Objetivos de marketing

a. Quais são os objetivos quantitativos?

Ampliar a participação popular no dia a dia da Casa Legislativa

b. Quais são os objetivos qualitativos?

Por meio da promoção de cidadania, nos atos legislativos (aprovação de projetos municipais e leis), construir de forma coletiva uma Vitória da Conquista do futuro.

#### 5. Objetivos de comunicação

· Qual o nosso objetivo? (Institucional, educativo, lazer, captação de fundos?)

Primeiro, informar e prestar conta a sociedade; segundo, conscientizar e educar a população sobre a importância de legislativo forte e participativo.

#### 6. Projeto

a. Quais peças (formatos) devemos criar?

Impressos (informativos, outdoor etc), peças para web, spots de rádio, filmes para televisão

b. Temos algum material de referência / textos?

( X ) Sim

( ) Não

c. Se sim, devemos seguir essa referência?

( ) Não

( X ) Somente texto

( ) Somente layout

( ) Adaptação fiel

d. O que devemos criar, um conceito novo ou adaptação?

Peças que apresentem a importância da Casa Legislativa para o desenvolvimento da cidade e que façam menção aos aspectos da construção coletiva/participação popular.

e. Em que mídias essa campanha será veiculada? Alguma deverá ser priorizada?

TV, rádio, outdoors, internet entre outros.

#### 7. Tom da comunicação

a. Qual o tom da comunicação do projeto (agressivo, racional, educativo, dinâmico etc.)?

Dinâmico e educativo

#### 8. Obrigatoriedades e limitações

· Temos alguma obrigatoriedade ou limitação?

Sim. Apresentadas em contrato. Não existem limitações.

#### 9. Cronograma

· Qual é o prazo?

( ) Devemos seguir o cronograma normalmente



(x) Devemos imprimir urgência

**10. Período**

· Qual o período de veiculação do projeto?

De 1º de julho de 2011 a 31 de dezembro de 2012.

**11. Palavras-chave**

Câmara Municipal / Vitória da Conquista / Cidadania / Promoção / Promovendo a Cidadania / Construção / Futuro / Transparência / Seriedade / Inovação / Dinamismo / Participação Popular.

**ANEXO II**  
**BRIEFING**  
PROPOSTA DE PREÇOS  
PLANO DE MÍDIA

**Tabela 01**

**MENSURAÇÃO DE PÚBLICO, CRIAÇÕES, FINALIZAÇÕES, PRODUÇÕES E VEICULAÇÕES DE PEÇAS GRÁFICAS (IMPRESSOS).**

**Campanha *Promovendo a Cidadania***

Item	Descrição	Quantidade un	Vlr. Unitário R\$	Vlr. Total R\$
01	Criação e Finalização de layout de outdoor.	06		
02	Produção de Placas de outdoor.	24		
03	Veiculação bi-semanal de outdoor.	24		
04	Criação e finalização de <i>layout</i> para anúncio em jornal.	08		
05	Veiculação de anuncio colorido em jornal	16		
06	Criação e finalização de <i>layout</i> de cartaz	03		
07	Produção de cartazes em RECICLATO 150g/m2, 4/0 cores, formato 31x60cm.	1000		
08	Criação e finalização de layout de panfletos	48		
09	Produção de panfletos em RECICLATO 115g/m2, 4/0 cores, formato 10x25cm.	24.000		
10	Criação e finalização de layout de convites.	12		
11	Produção de convites em RECICLATO 150g/m2, 4/4 cores, formato aberto 15x20cm c/ vinco.	12.000		
12	Criação e finalização de <i>layout</i> de Informativo.	48		
13	Produção de Informativo em RECICLATO 90g/m2, 1/1 cor, formato aberto 22x31 cm.	120.000		
14	Totais			



Tabela 2

**MENSURAÇÃO DE PÚBLICO, CRIAÇÕES, FINALIZAÇÕES, PRODUÇÕES E  
VEICULAÇÕES DE PEÇAS ELETRÔNICAS EM RÁDIO**  
**Campanha Promovendo a Cidadania**

Item	Descrição	Quantidade un	Vlr. Unitário R\$	Vlr. Total R\$
01	Criação, finalização e produção de <i>spot</i> 30".	05		
02	Veiculação de <i>spot</i> 30", rotativo, Band FM 99,1 Vit. da Conquista - BA.	900		
03	Veiculação de <i>spot</i> 30", rotativo, Transamérica FM ,Vit. da Conquista - BA.	900		
04	Veiculação de <i>spot</i> 30", rotativo, Brasil, Vit. da Conquista - BA.	900		
05	Totais			

Tabela 3

**CRIAÇÃO, FINALIZAÇÃO, PRODUÇÃO E VEICULAÇÃO DE FILMES DE 30".**  
**COM EXTERNA**  
**Campanha Promovendo a Cidadania**

Item	Descrição	Quantidade un	Vlr. Unitário R\$	Vlr. Total R\$
01	Criação, finalização e produção de filmes com 30".	03		
02	Veiculação de filmes com 30" - TV SUDOESTE	100		
03	Totais			



Tabela 4

**GRADE DE INSERÇÕES DOS FILMES COM 30" - BASE PARA CÁLCULO DOS PREÇOS**  
**Campanha Promovendo a Cidadania**

Item	Programa	Quantidade de inserções
01	Jornal da Manhã	10
02	Bom dia Brasil	10
03	Bahia Meio Dia	20
04	Globo Esporte	4
05	Jornal Hoje	2
06	BA TV 2ª Edição	24
07	Novela 19 : 00 h	04
08	Jornal Nacional	08
09	Novela 20:00 h	04
10	Jornal da Globo	02
11	A Grande Família	02
12	Globo Repórter	02
13	Fantástico	02
14	Auto Esporte	02
15	Esporte Espetacular	02
16	Domingão do Faustão	02
<b>Total</b>		<b>100</b>



**ANEXO III**  
**MINUTA DE CONTRATO**

Modalidade de Licitação: Tomada de Preço

Número: 002/2011

1

CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DOS ATOS, PROJETOS, PROGRAMAS E CAMPANHAS DA CÂMARA MUNICIPAL DE VITÓRIA DA CONQUISTA, QUE ENTRE SI FAZEM A CÂMARA MUNICIPAL DE VITÓRIA DA CONQUISTA E

\_\_\_\_\_.

A CÂMARA MUNICIPAL DE VITÓRIA DA CONQUISTA, Estado da Bahia, pessoa jurídica de direito público interno, com sede na Rua Coronel Gugé, nº 150, Centro, inscrito no CNPJ/MF sob o nº \_\_\_\_\_, aqui denominado simplesmente CONTRATANTE, neste ato representado pelo Exmº. Sr. Presidente, FERNANDO VASCONCELOS SILVA, brasileiro, casado, profissão: \_\_\_\_\_, residente na \_\_\_\_\_, nesta cidade, portador do RG nº \_\_\_\_\_ SP/BA e CPF nº \_\_\_\_\_, e a \_\_\_\_\_, empresa sediada à \_\_\_\_\_, inscrita no CNPJ/MF sob o nº \_\_\_\_\_, Inscrição Estadual nº \_\_\_\_\_, doravante denominada CONTRATADA, neste ato representada pelo(a) Sr(a) \_\_\_\_\_, brasileiro(a), casado(a), \_\_\_\_\_, residente e domiciliado(a) à \_\_\_\_\_, portador(a) do RG nº \_\_\_\_\_ - SSP/\_\_\_ e CPF nº \_\_\_\_\_, celebram entre si CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL DOS ATOS, PROJETOS, PROGRAMAS E CAMPANHAS DA CÂMARA MUNICIPAL DE VITÓRIA DA CONQUISTA, conforme processo licitatório tipo Tomada de Preço nº 002/2011 e mediante as cláusulas e condições seguintes:

**Cláusula Primeira DO OBJETO**

O presente Contrato tem por objetivo a prestação de serviços por parte da CONTRATADA à CONTRATANTE, de prestação de serviços de publicidade objetivando o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação, a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o **fito de informar o público em geral, acerca dos trabalhos institucionais da Casa legislativa, como, por exemplo: divulgação das sessões ordinárias, extraordinárias, audiências públicas; divulgação dos andamentos dos**



processos legislativos, das votações e das publicações dos atos legislativos propriamente ditos (v.g.: projetos de leis, de resolução, de indicação, moções, dentre outros); além da publicidade dos atos, programas e campanhas da Câmara, todos com caráter institucional, conform **Cláusula Segunda DO REGIME DE EXECUÇÃO**

2.1 A **CONTRATADA** compromete-se a prestar os serviços, conforme a necessidade e **solicitação da Presidência da Câmara e/ou do Setor desta, denominado ASCOM**, no prazo de 18 (dezoito) a contar da data da emissão da Ordem de Serviço pelo **CONTRATANTE**.

2.2 A licitante vencedora (**CONTRATADA**) a partir da data de assinatura do contrato deverá disponibilizar um preposto apto a atender, de forma exclusiva, as demandas da licitada (**CONTRATANTE**).

#### **Cláusula Terceira DO PRAZO**

Este contrato terá prazo de duração contado de \_\_\_\_\_, até \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_\_\_, podendo ser prorrogado o vencimento.

#### **Cláusula Quarta DO PAGAMENTO**

A **CONTRATANTE** pagará à **CONTRATADA**, o valor total de R\$\_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), cujo valor unitário de cada serviço encontra-se especificado na cláusula primeira deste contrato, estando incluso neste preço todos os custos tais como: impostos, taxas, etc.

4.1 - O pagamento será efetuado conforme cronograma de execução dos serviços.

#### **Cláusula Quinta DO REAJUSTE**

O valor deste contrato é fixo e irremovível, não podendo haver correções, salvo atraso no pagamento, quanto ao valor poderão ser acrescidos juros e atualização monetária, de acordo com índice oficial do Governo.

#### **Cláusula Sexta DA CESSÃO, TRANSFERÊNCIA OU SUBCONTRATAÇÃO**

O presente contrato não poderá ser objeto de cessão, transferência ou subcontratação, no todo ou em parte, sem prévia e expressa autorização da **CONTRATANTE**, sob pena de rescisão e demais penalidades cabíveis.

#### **Cláusula Sétima DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

Assumir inteira responsabilidade Civil e Administrativa por danos e prejuízos que causar, por descumprimento, omissões ou desvios na qualidade técnica do objeto deste contrato.

#### **Cláusula Oitava - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

A **CONTRATANTE**, além das obrigações contidas neste contrato por determinação legal, obriga-se a:

8.1. Fornecer ao **CONTRATADO** os elementos indispensáveis ao cumprimento do contrato, dentro de, no máximo, 10 (dez) dias da assinatura;

8.2. Realizar o pagamento pela execução do contrato;



8.3. Proceder à publicação resumida do instrumento de contrato e de seus aditamentos na imprensa oficial, condição indispensável para sua validade e eficácia, no prazo de 10 (dez) dias corridos da sua assinatura.

#### **Cláusula Nona DAS PENALIDADES**

O descumprimento pela **CONTRATADA** das obrigações constantes deste contrato importará, com base no artigo 87 da Lei 8666/93, garantida a prévia defesa, na aplicação das seguintes sanções:

- a) Advertência;
- b) Declaração de inidoneidade para participar de licitação e impedimento de contratar com a União, com órgãos e entidades do Estado da Bahia e dos demais estados da federação, com o Distrito Federal e Municípios por prazo de até 05(cinco) anos;
- c) Descredenciamento no Cadastro de Fornecedores do Município e da Câmara de Vitória da Conquista pelo mesmo prazo previsto na alínea anterior;
- d) Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor do contrato, em caso de recusa do adjudicatário em assinar o contrato, dentro de 10 (dez) dias corridos, contados da data de sua convocação;
- e) Multa de 0,3% (três décimos por cento) ao dia, até o trigésimo dia de atraso, sobre o valor da parte do objeto não entregue;
- f) Multa de 0,7 % (sete décimos por cento) sobre o valor da parte do objeto não entregue por cada dia subsequente ao trigésimo.

#### **Cláusula Décima DA DOTAÇÃO**

As despesas decorrentes deste contrato correrão por conta da Rubrica Orçamentária seguinte: **33903900.**

#### **Cláusula Décima Primeira DO FORO**

Fica eleito o Foro desta Comarca para dirimir as dúvidas ou omissões oriundas do presente Termo, com renúncia expressa de qualquer outro por mais especial que seja.

E, por estarem assim, ajustados, assinam o presente **CONTRATO** em 03 (três) vias de igual teor e forma na presença das testemunhas abaixo, que também o assinam, para que produza seus efeitos jurídicos.

Vitória da Conquista - BA, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2011.

\_\_\_\_\_  
**Câmara Municipal de Vitória da Conquista Bahia**

**CONTRATANTE**

\_\_\_\_\_  
**CONTRATADA**

\_\_\_\_\_  
**Testemunha**

\_\_\_\_\_  
**Testemunha**





**ANEXO IV**  
**DECLARAÇÃO**

Tomada de Preços nº 002/2011  
Processo Licitatório 007/2011

**DECLARAÇÃO**

Em cumprimento ao Instrumento Convocatório em epígrafe, declaramo-nos conhecedores de todas as informações e condições para o cumprimento das obrigações advindas do objeto do presente Processo Licitatório, bem como, o pleno conhecimento de todas as exigências de habilitação, e das sanções factíveis de serem aplicadas conforme disposto pela Lei 8.666/93.

Vitória da Conquista BA, \_\_\_\_\_, de \_\_\_\_\_ de 2011

---

NOME DO TITULAR OU REP. LEGAL / ASSINATURA  
RAZÃO SOCIAL / CNPJ /