

EDITAL DE LICITAÇÃO**TOMADA DE PREÇOS Nº 003/15**

DIA:	30/07/2015
HORA:	09:00 horas
LOCAL:	Sala de Licitações
ENDEREÇO:	Av. Pátria, 1351 – Bairro Sommer – Carazinho – RS
INFORMAÇÕES:	Fone: (54)3329-9900 Segunda à Sexta: 08:00 às 11:50 e das 13:30 às 17:30 E-mail: compras@eletrocar.com.br Site: www.eletrocar.com.br

O DIRETOR PRESIDENTE DA CENTRAIS ELÉTRICAS DE CARAZINHO S/A – ELETROCAR, no uso de suas atribuições legais, torna público, para o conhecimento dos interessados, que na data, horário e local acima indicados, se reunirá a Comissão Permanente de Licitação, designada pela Portaria da Diretoria Executiva da ELETROCAR nº 895, de 31/10/2014, com a finalidade de receber os envelopes de propostas e de documentação, objetivando a Contratação de Agência de Propaganda para prestação de serviços técnicos de publicidade e divulgação, processando-se essa licitação do tipo “**Técnica e Preço**”, nos termos da Lei Federal nº 8.666, de 21/06/1993 e suas alterações, a Lei Complementar nº 123/06 no que dispõem seus artigos 42 a 49 e a Lei nº 11.488/07, em seu artigo 34, bem como as Leis nº 12.232, de 29/04/2010 e nº 4.680, de 18/06/1965.

1. OBJETO:

1.1 Constitui objeto da presente licitação a prestação de serviços técnicos de publicidade institucional da ELETROCAR, nos termos do § 1º do art. 37 da Constituição da República Federativa do Brasil e art 2º da Lei nº 12.232, de 29/04/2010, definidos no BRIEFING (Anexo I), compreendendo as seguintes atividades:

- a) Elaboração de um Plano de Comunicação que será avaliado e aprovado pela Diretoria Executiva da ELETROCAR.
- b) Desenvolvimento de ações destinadas a fortalecer a imagem institucional da ELETROCAR, de seus serviços, programas e ações, mediante o estudo, o planejamento, a concepção, a criação, a execução e a distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários na seguinte forma:
 - Anúncios de publicidade a serem veiculados em emissoras de rádio, televisão, jornais, revistas, internet e meios alternativos, com abrangência local, regional, estadual e/ou nacional;
 - Pesquisa e análise dos veículos de divulgação que melhor possam comunicar as campanhas e peças publicitárias, especialmente em relação a sua natureza, área de abrangência, audiência, eficiência e custos do serviço;
 - Elaboração, criação, edição, produção e distribuição de publicações impressas, tais como panfletos, folders, bus door, front light, mini-doors, outdoors, etc.
 - Divulgações de interesse público em atendimento às exigências da ANEEL e AGERGS.

Nota 1: Os serviços referentes à criação/concepção das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.

Nota 2: Todos os serviços serão executados conforme a necessidade da ELETROCAR, com sua prévia autorização por escrito.

1.2 A verba destinada ao contrato administrativo de serviços de publicidade decorrente desta licitação é de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), para publicidade institucional e para divulgações de interesse público em atendimento as exigências da ANEEL e AGERGS, para o período de 12 (doze) meses.

1.2.1 No valor da verba estão inclusos os gastos com publicidade e a remuneração dos serviços da agência.

2. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

2.1 Caso o Proponente deseja ser representado na licitação, deverá juntar instrumento público ou particular de procuração, outorgado pelo(s) representante(s) legal (is) da licitante, com a firma(s) reconhecida(s), na forma da Lei, comprovando a existência dos necessários poderes para praticar todos os atos inerentes ao certame. A ausência dos referidos poderes na procuração, implicará a impossibilidade do representante manifestar-se em nome da empresa e assinar atos em nome da empresa.

2.1.1 Esta Procuração deverá ser entregue quando da entrega dos invólucros da Proposta Técnica e da Proposta de Preços, acompanhada do ato de investidura do outorgante como dirigente, proprietário, sócio, ou assemelhado da empresa, e de documento de identidade do representante para a devida identificação e correspondente anotação em ata, pela comissão.

2.2 No caso de estar presente na licitação o próprio Proponente, este deverá ser identificado através da apresentação à Comissão de Licitação, quando da entrega dos invólucros da Proposta Técnica e da Proposta de Preços, do ato de investidura (contrato social, estatuto, ata, etc.) da respectiva empresa Proponente, acompanhado do documento de identidade.

Atenção: A documentação referente à identificação de que tratam os itens 2.1 e 2.2 deste Edital, deverá ser apresentada fora do envelope da Proposta Técnica e de Preços.

2.3 Poderão participar do certame, todos os interessados do ramo de atividade pertinente ao objeto da contratação que preencherem as condições editalícias.

2.4 Não poderão participar desta licitação:

2.4.1 Empresas que se encontrem sob processo de falência, concordata, concurso de credores, dissolução, liquidação ou em regime de consórcio; empresas estrangeiras que não funcionem no País, nem aquelas que tenham sido declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública ou empresa suspensa de contratar com a ELETROCAR, enquanto perdurarem os motivos da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade de que aplicou a penalidade.

2.4.2 Servidor ou dirigente do órgão licitante, de acordo com o inciso III do art. 9º da Lei nº 8.666/1993.

2.5 É vedada a participação de licitante com mais de uma proposta.

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

2.6.1 A confirmação de que recebeu da ELETROCAR os **INVÓLUCROS** necessários à participação do certame (disponível na secretaria geral da ELETROCAR, os quais deverão ser retirados até 30 minutos antes do início da sessão).

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

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

3. DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E PROPOSTA DE PREÇOS

3.1 As propostas técnicas e de preços deverão ser apresentadas pelas licitantes em 4 (quatro) invólucros lacrados, fornecidos pela ELETROCAR, na data e hora fixada para a abertura do certame.

3.2 A proposta técnica deverá ser apresentada em três invólucros distintos, sendo um não identificado, contendo o Plano de Comunicação Publicitária da proponente, e outros dois identificados da seguinte forma:

INVÓLUCRO B – PROPOSTA TÉCNICA

Plano de Comunicação Publicitária (via identificada)

TOMADA DE PREÇOS Nº

NOME E CNPJ DO PROPONENTE

INVÓLUCRO C – PROPOSTA TÉCNICA

Conjunto de Informações/Capacidade de Atendimento

TOMADA DE PREÇOS Nº

NOME E CNPJ DO PROPONENTE

3.3 O invólucro **NÃO IDENTIFICADO** do Plano de Comunicação Publicitária **NÃO PODERÁ CONTER** qualquer tipo de marca, sinal, etiqueta, impresso, insígnia, ou outro elemento capaz de identificar o proponente.

3.4 A **via identificada** do Plano de Comunicação Publicitária (**INVÓLUCRO B**) conterá o mesmo teor da via **NÃO** identificada, com exceção dos exemplos das peças referentes à idéia criativa, conforme § 2º do art. 9º da Lei nº 12.232/2010.

3.5 A proposta de preços deverá ser apresentada em invólucro distinto, identificado da seguinte forma:

INVÓLUCRO D – PROPOSTA DE PREÇOS

TOMADA DE PREÇOS Nº

NOME E CNPJ DO PROPONENTE

3.6 O **INVÓLUCRO D – Proposta de Preços** deverá conter a proposta de preços da licitante, em via original, rubricada em todas as folhas e assinada na última pelo seu representante legal, com prazo de validade não inferior a 60 (sessenta) dias, conforme Termo de Referência **ANEXO II (item n. 2)** e modelo de proposta do **ANEXO III** acompanhada de planilha de cotações de preços de produção e veiculação de peças publicitárias, tanto em relação à mídia, quanto a não-mídia, indicando, inclusive nominalmente, os veículos de comunicação e respectivos valores/percentuais de custo de divulgação.

4. PROPOSTA TÉCNICA

4.1 A Proposta Técnica consistirá do Plano de Comunicação Publicitária (INVÓLUCROS A e B) e das Informações da Proponente (INVÓLUCRO C), conforme Termo de Referência, **ANEXO II (item n. 1)** do edital.

4.2 O quesito **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA** deverá ser elaborado com base no *Briefing*, de acordo com o **ANEXO I** deste edital, o qual compreenderá os seguintes subquesitos:

4.2.1 Raciocínio Básico: na forma de texto, apresentando um diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da ELETROCAR, a compreensão do proponente acerca do objeto da licitação e os desafios de comunicação a serem enfrentados. Deverá ser elaborado em, no máximo, 02 (duas) laudas de 30 (trinta) linhas cada, com fonte de texto "Times New Roman", corpo 12, tamanho A-4.

4.2.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: sob a forma de texto, apresentando as linhas gerais da proposta, o partido temático e o conceito que, de acordo com o raciocínio básico, fundamentam a solução do problema específico de comunicação, com a exposição dos principais pontos de estratégia de comunicação publicitária sugerida pela proponente, especialmente em relação ao método de comunicação, público alvo, instrumentos, ferramentas e meios de comunicação. Deverá ser elaborado em, no máximo, 02 (duas) laudas de 30 (trinta) linhas cada, com fonte de texto "Times New Roman", corpo 12, tamanho A-4.

4.2.3 Idéia Criativa: na forma de exemplos de peças publicitárias, que corresponderão à resposta criativa do licitante aos desafios e metas por ele explicitado na estratégia de comunicação publicitária (item 4.2.2). As peças a serem apresentadas serão limitadas a 01 (uma) peça para cada um dos seguintes meios: jornal, revista, cartaz, *folder*, rádio, televisão, *outdoor* e internet.

4.2.4 Estratégia de mídia e não-mídia: apresentação da simulação de planos de distribuição das peças de que trata o item 4.2.3, sob a forma de texto, demonstrando a capacidade da estratégia de comunicação publicitária sugerida pelo proponente para atingir os públicos prioritários das campanhas, permitida a inclusão, como anexos, de tabelas e gráficos que não serão computados no limite máximo de páginas.

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

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

4.3 O quesito **INFORMAÇÕES DO PROPONENTE** (INVÓLUCRO C) deverá conter as informações sobre a Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação do proponente, de forma explicitados nos seguintes subquesitos:

4.3.1 Capacidade de atendimento, demonstrada por meio de:

- a) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela proponente, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
- b) Descrição da estrutura de atendimento e serviços a serem disponibilizados para a execução do contrato administrativo de serviços publicitários, pela proponente, tudo acompanhado dos respectivos contatos telefônicos e eletrônicos.
- c) Quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (contendo, no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas específicas e quantidades mínimas, que deverão contemplar, no mínimo:

- c.1) Quantificação e qualificação dos profissionais da proponente que permanecerão disponíveis para a execução do contrato, discriminados de acordo com os serviços de atendimento, planejamento, criação, produção, mídia, administrativo e financeiro;
- c.2) Sistemática de atendimento, discriminadas as obrigações a serem cumpridas pelo serviço de atendimento da proponente para execução do contrato, inclusive em relação a prazos, em dias úteis, a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de peça avulsa ou campanha, produção de publicidade e elaboração de plano de mídia;
- c.3) Estratégia para continuidade dos serviços de atendimento, no caso de substituição do profissional responsável.
- d) Atestado(s) emitido(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que comprove(m) que a proponente executou ou está executando, a contento, serviços de natureza publicitária, similares ao objeto da presente licitação, com indicação clara do cargo ou função da pessoa que assina o atestado, bem como da identificação do tomador dos serviços (razão social, CNPJ e endereço da sua sede).

4.3.2 Repertório, com a apresentação, na forma de peças e respectivas fichas técnicas, do conjunto de trabalhos concebidos e veiculados pela proponente, podendo ser apresentadas até 05 (cinco) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou características de cada uma, desde que acompanhada de ficha técnica, com indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver, seu título, data de produção, período de veiculação/exposição e menção de pelo menos um veículo de comunicação que a divulgou.

4.3.3 Relatos de soluções de problemas de comunicação, devendo ser apresentados até dois casos, com exposição das soluções de problema de comunicação, referendados pelos respectivos contratantes/anunciantes, sendo vedada a apresentação de ações de comunicação solicitadas e/ou contratadas pela ELETROCAR, limitados estes a 02 (duas) laudas, em folha de tamanho A-4, de 30 (trinta) linhas cada, com fonte de texto "Times New Roman", corpo 12.

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

5. PROPOSTA DE PREÇOS

5.1 O INVÓLUCRO D deverá conter: Proposta de preços, conforme termo de referência constante do **anexo II (item n. 2)** e modelo de proposta, **ANEXO III** deste Edital, apresentada em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa – salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras, ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado, rubricada em todas as páginas e assinada na última, pelo representante legal da empresa, contendo necessariamente o seguinte:

- a) Percentual de desconto que será concedido à ELETROCAR, incidente sobre os custos internos (criação, finalização e supervisão), apurados em relação à "Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul", vigente à época da prestação dos serviços. Percentual mínimo de 35% (trinta e cinco por cento) e máximo de 70% (setenta por cento).
- b) 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;

- c) Comissão de 5% (cinco por cento) sobre os custos de produção realizados tecnicamente por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços, decorrentes do estudo ou de criação intelectual da Agência contratada;
- d) Comissão de 5% (cinco por cento) sobre as divulgações realizadas por terceiros, quanto aos patrocínios de interesse da empresa, quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à: contratação, fiscalização e pagamento do serviço;
- e) Comissão de 5% (cinco por cento) sobre as divulgações de interesse público, em atendimento às exigências dos órgãos reguladores, realizadas por terceiros, quando a responsabilidade de Agência limitar-se à: seleção, contratação, pagamento e gerenciamento dos serviços.

Nota: A reutilização ou reaproveitamento de peças ou materiais não dará direito à cobrança de qualquer remuneração.

Observação 1: O prazo de validade da proposta é de 60 (sessenta) dias a contar da data aprezada para a sua entrega.

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

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

6. CRITÉRIOS DE ACEITABILIDADE E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

6.1 As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica, constituída por 03 (três) membros, na data e hora de abertura designada neste edital.

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

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

QUESITO A) PLANO DE COMUNICAÇÃO:		PONTUAÇÃO MÁXIMA: 60
SUBQUESITOS:		
a.1)	Raciocínio Básico	10
a.2)	Estratégia de Comunicação Publicitária	20
a.3)	Ideia Criativa	20
a.4)	Estratégia de Mídia e Não Mídia	10
QUESITO B) INFORMAÇÕES DA PROPONENTE:		PONTUAÇÃO MÁXIMA: 40
SUBQUESITOS:		
b.1)	Capacidade de atendimento	20
b.2)	Repertório	10
b.3)	Relatos de soluções de problemas de comunicação	10

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

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

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

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

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

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

6.7 Se após o procedimento do item anterior (6.6) persistir o empate das propostas técnicas, o desempate será realizado por sorteio, em ato público, conforme § 2º do art. 45 da Lei nº 8.666/1993.

6.8 Serão desclassificadas as propostas técnicas que deixarem de atender as exigências deste edital, especialmente nos casos de:

- a) houver aposição, na via não identificada no Plano de Comunicação Publicitária, de marca (inclusive dobraduras), sinal, impresso ou qualquer outro elemento que, de alguma forma, possa identificar o licitante proponente;
- b) obtiver nota zero em qualquer dos quesitos técnicos;
- c) não obtiver, no somatório final dos quesitos, a nota mínima de 50 pontos.

6.9 De acordo com o § 2º do art 6º da Lei nº 12.232/2010, se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica prevista no § 1º do art. 10 da Lei nº 12.232/2010, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do invólucro de que trata o § 2º do art. 9º da Lei nº 12.232/2010 (identificação do **INVÓLUCRO A** – Plano de Comunicação Publicitária (via não identificada)).

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

6.11 Realizada a publicação da pontuação referente à proposta técnica, será agendado dia/horário/local para continuidade dos trabalhos, conforme processamento disciplinado no item 10 deste edital.

6.12 Não existindo, pela licitante, manifestação de interesse em recorrer da nota final obtida na fase técnica, poderá a Comissão Permanente de Licitação prosseguir com o certame, iniciando a abertura e julgamento das propostas de preços.

7. CRITÉRIOS DE ACEITABILIDADE E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

7.1 As propostas de preços serão analisadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital (anexo II, termo de referência, item n. 2).

7.2 Serão desclassificadas as propostas que:

7.2.1 Não atenderem as disposições contidas neste Edital;

7.2.2 Apresentarem valor simbólico, irrisório ou valor zero;

7.2.3 Apresentarem valores superiores aos praticados no mercado;

7.2.4 Apresentarem percentual de desconto inferior a 35% (trinta e cinco) ou superior a 70% (setenta) sobre os custos internos, baseados na tabela de preços do Sindicato das Agência de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul (SINAPRO/RS);

7.2.5 Contiver qualquer condição para prestação dos serviços, objeto desta licitação, e/ou consignar valor superior ao da verba destinada à contratação administrativa.

7.3 A avaliação das **PROPOSTAS DE PREÇOS** (invólucros D) das empresas habilitadas e classificadas tecnicamente, se fará com atribuição máxima de 100 pontos (item “a”), obtidos da seguinte forma:

SERVIÇO:

ITEM:

- a) • 100 (cem) pontos para a proposta que oferecer o maior percentual de desconto, incidente sobre os custos internos (criação, finalização e supervisão) da Agência, apurados em relação à “Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul”, deferindo-se pontos proporcionais às restantes, conforme fórmula a seguir:

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

onde:

P = Pontuação

VNPDP = Valor Numérico do Percentual de Desconto Proposto

VNMPDP = Valor Numérico do Maior Percentual de Desconto Proposto.

8. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS TÉCNICAS E DE PREÇOS

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 = (NPT x 5,0) + (NPP x 5,0) onde:

NF = Nota Final

NPT = Nota da Proposta Técnica

NPP = Nota da Proposta de Preços.

- a) Ocorrendo empate na classificação de duas ou mais licitantes, será utilizado como critério de desempate, de acordo com o § 2º do art. 45 da Lei nº 8.666/1993, e dar-se-á por sorteio, em ato público, para o qual serão convocados todos os concorrentes.

8.1 A pontuação técnica será obtida conforme o item 6 deste Edital.

8.2 A pontuação de preço será obtida conforme item 7 deste Edital.

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

9. DA HABILITAÇÃO

9.1 Para a habilitação, a licitante deverá apresentar no **INVÓLUCRO E**:

9.1.1 Certificado de Registro Cadastral (**CRC**) expedido pela Eletrocar, dentro do prazo de validade. Havendo algum documento vencido desde a data de expedição do CRC, a Licitante deverá apresentá-lo em versão atualizada, juntamente com o CRC, sob pena de inabilitação.

9.1.2 Declarações conforme modelos (Anexos VI e VII)

9.1.3 Atestado(s) fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, contratante do serviço e devidamente certificada pela entidade profissional competente, expedido em nome da licitante, comprovando que executou satisfatoriamente, atividades pertinentes e compatíveis em características, quantidades e prazos, com o objeto desta licitação.

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

9.1.5 A empresa que pretender se utilizar dos benefícios previstos nos art. 42 à 45 da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, deverá apresentar, no envelope de habilitação, declaração (conforme modelo anexo IV) firmada por contador, de que se enquadra como microempresa ou empresa de pequeno porte, e comprovação de opção emitida através do site da Secretaria da Receita Federal, **em caso de enquadramento** no SIMPLES NACIONAL, além de todos os documentos previstos neste edital.

9.1.6 As cooperativas que tenham auferido no ano calendário anterior, receita bruta até o limite estabelecido na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 e suas alterações posteriores, e conforme o disposto no art. 34, da Lei nº 11.488, de 15 de junho de 2007, gozarão dos benefícios previstos nos artigos 42 à 45 da LC 123/06, desde que também apresentem no envelope de habilitação, declaração firmada por contador de que se enquadram no limite de receita referido acima, além de todos os documentos previstos neste edital. (Anexo V);

9.2 A microempresa e a empresa de pequeno porte, bem como a cooperativa que atender aos itens 9.1.5 e 9.1.6, que possuir restrição em qualquer dos documentos de regularidade fiscal, previstos neste edital, terá sua habilitação condicionada à apresentação de nova documentação, que comprove a sua regularidade em 05 (cinco) dias úteis, a contar da data em que for declarada habilitada.

9.2.1 O benefício de que trata o item anterior não eximirá a microempresa, a empresa de pequeno porte e a cooperativa, da apresentação de todos os documentos, ainda que apresentem alguma restrição.

9.2.2 O prazo de que trata o item 9.2 poderá ser prorrogado uma única vez, por igual período, a critério da Administração, desde que seja requerido pelo interessado, de forma motivada e durante o transcurso do respectivo prazo.

9.2.3 A não regularização da documentação, no prazo fixado no item 9.2 implicará na decadência do direito à contratação, sem prejuízo das penalidades cabíveis, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

Observações:

a) Para cadastramento, a Licitante deverá requerer sua inscrição com antecedência mínima de 03 (três) dias da data marcada para abertura das propostas, junto a Comissão de Cadastro de Fornecedores da Eletrocar. A relação de documentos necessários para cadastro poderá ser obtida na página de licitações da Eletrocar, no site: www.eletrocar.com.br

b) Todos os documentos acima solicitados deverão ter validade na data da abertura do **INVÓLUCRO E – Da Habilitação**. Quando não constarem a sua validade expressa, serão aceitos pela ELETROCAR, quando emitidos com antecedência máxima de 60 (sessenta) dias da data de abertura do **INVÓLUCRO E – Da habilitação**, exceto as comprovações que têm o prazo de validade de caráter permanente.

c) Os documentos constantes dos itens 9.1.1 à 9.1.6 poderão ser apresentados em original, por cópia autenticada por tabelião ou por funcionário da ELETROCAR ou publicação em órgão de imprensa oficial. Os documentos extraídos de sistemas informatizados (*internet*) ficarão sujeitos à verificação da autenticidade de seus dados, pela ELETROCAR.

d) O(s) Atestado(s) de Capacidade Técnica apresentado(s) deverá(ão) fazer menção aos dados do emitente (endereço, telefone, e-mail, etc.) e ser(em) assinado(s) por seu(s) representante(s) legal(is), se reservando a Comissão de Licitação, o direito de promover diligência para esclarecimentos que julgar pertinentes, como previsto no § 3º, do artigo 43, da Lei nº 8.666/93.

e) É vedado a mesma pessoa física representar mais de uma licitante.

10. DO PROCESSAMENTO

10.1 A presente licitação será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação, designada especificamente para este fim pela autoridade superior, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas que serão efetuados por subcomissão técnica.

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

10.3 A sessão pública de recebimento e abertura dos envelopes terá início no dia, hora e local designados no preâmbulo deste edital, onde serão apresentados, pelos interessados, os invólucros contendo as propostas de preço e as propostas técnicas, sendo as propostas técnicas em 3 (três) invólucros distintos: um (**INVÓLUCRO A**) com a **via não identificada do plano de comunicação** publicitária, (**INVÓLUCRO B**) com a **via identificada do plano de comunicação publicitária** e outro (**INVÓLUCRO C**) com a **capacidade de atendimento, o repertório e o relato de soluções de problemas de comunicação**.

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

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

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

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

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

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

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

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

- a) Abertura do **INVÓLUCRO B**, com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- b) Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica;
- c) Julgamento geral das propostas técnicas, registrando-se em ata a ordem de classificação, bem como as propostas desclassificadas, se houver.

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

10.10 Após a classificação das propostas de preço, a Comissão de Licitações, de acordo com os critérios de julgamento, item 8 deste edital, elaborará a respectiva planilha com as pontuações de cada licitante, para fins de apuração e classificação geral das propostas, cujos resultados serão consignados em ata.

10.11 Encerrado o prazo para a interposição de recurso em face do resultado final do julgamento das propostas, os licitantes classificados no julgamento final das propostas técnicas e de preços, serão convocados para apresentação dos documentos de habilitação.

10.12 A comissão permanente de licitação tomará as seguintes providências:

- a) Recebimento e abertura do envelope com os documentos de habilitação dos licitantes classificados, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação vigente e no edital.

- b) Decisão quanto à habilitação ou inabilitação dos licitantes classificados e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea 'a' do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666/93.

10.13 A Comissão de Licitação, após a classificação geral das propostas técnicas e de preços, bem como do julgamento relativo à fase de habilitação do certame, declarará o licitante vencedor, submetendo o processo à autoridade superior para homologação do certame e adjudicação do seu objeto.

11. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

11.1 As propostas técnicas serão analisadas e julgadas por subcomissão técnica conforme o disposto na Lei nº 12.232/2010, constituída por 3 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que, pelo menos 1/3 (um terço) deles não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a ELETROCAR.

12. DAS IMPUGNAÇÕES AO EDITAL E RECURSOS

12.1 Em todas as fases da presente licitação, serão observadas as normas previstas nos incisos, alíneas e parágrafos dos arts. 41 e 109 da Lei nº 8.666/1993.

12.2 As impugnações ao edital e recursos encaminhados via fax ou e-mail serão recebidos/homologados mediante envio do original, assinado por representante legal da empresa e protocolado na secretaria geral da Eletrocar, tempestivamente, de acordo com os prazos legais.

13. DOS PRAZOS

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

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

13.3 Se, dentro do prazo, a convocada não assinar o contrato, a ELETROCAR convocará os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, em igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada, inclusive quanto aos preços atualizados pelo critério previsto neste edital, ou então revogará a licitação, sem prejuízos da aplicação da pena de multa, o valor correspondente a 10% (dez por cento) do valor do contrato e mais a suspensão temporária da participação em licitação e impedimento de contratar com a ELETROCAR por prazo de 02 (dois) anos.

13.4 O prazo de vigência do contrato será de **12 (doze) meses**, a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, a critério da Administração e com a anuência da contratada, nos termos do art. 57, inciso II, da Lei nº 8.666/1993.

14. DAS PENALIDADES

Pelo inadimplemento das obrigações, seja na condição de participante da licitação ou de Contratada, as licitantes, conforme a infração, estarão sujeitas às seguintes penalidades:

a) Deixar de Manter a Proposta (recusa injustificada para contratar): suspensão do direito de licitar e contratar com a ELETROCAR pelo prazo de até 02 (dois) anos e multa de 10% sobre o valor estimado do contrato.

b) Atraso injustificado na Execução: Sujeitará a Contratada à multa diária de 0,2% (zero vírgula dois por cento) sobre o valor do item inadimplido, limitado este a 30 (trinta) dias, após o qual será considerado inexecução contratual.

c) Inexecução parcial do contrato: Multa de 08% (oito por cento) sobre o valor do item inadimplido do contrato, cumulada com a pena de suspensão do direito de licitar e o impedimento de contratar com a Eletrocar, pelo prazo de até 01 (um) ano, e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

d) Inexecução total do contrato: Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor anual estimado do contrato, cumulada com a pena de suspensão do direito de licitar e o impedimento de contratar com a Eletrocar, pelo prazo de até 02 (dois) anos, e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

e) Recusa na entrega e não cumprimento de obrigação acessória: 10% (dez por cento) sobre o valor anual estimado do contrato, sem prejuízo das demais cominações legais conforme o art. 87 "caput" da Lei 8.666/93.

f) Causar prejuízo material resultante diretamente de execução contratual: suspensão do direito de licitar e contratar com a ELETROCAR, pelo prazo de até 02 (dois) anos e multa de 10% (dez por cento) sobre o valor anual estimado do contrato.

15. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

15.1 O pagamento será efetuado mensalmente, ocorrendo no dia 10 (dez) do mês subsequente ao do recebimento da fatura acompanhada da planilha de medição, aprovada pelo servidor responsável pela fiscalização do contrato e pela Diretoria Executiva da ELETROCAR.

15.1.1 Para fins de comprovação dos serviços prestados, a contratada deverá apresentar a fatura correspondente às publicações e/ou veiculações efetivadas, devidamente autorizadas pela Diretoria Executiva, bem como os comprovantes de quitação dos serviços de terceiros tomados no mês anterior, de acordo com a proposta de preços apresentada nesta licitação, com estrita observância ao desconto proposto.

15.2 Para o efetivo pagamento, as faturas deverão se fazer acompanhar da guia de recolhimento das contribuições para o FGTS e INSS relativa aos empregados utilizados na prestação do serviço.

15.3 Ocorrendo atraso injustificado de pagamento, a Eletrocar estará sujeita a multa de 2% sobre o valor devido e juros de mora de 1% a.m..

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

16. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

As despesas decorrentes da contratação, estimadas para o período de vigência do contrato (12 meses), em R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), oriundas desta licitação, correrão à conta da seguinte dotação orçamentária: 1.21.1390.

17. DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

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

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

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

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

Observação: Não serão lançadas em ata consignações que versarem sobre matéria objeto de recurso próprio como, por exemplo, sobre os documentos de habilitação e proposta de preços (art. 109, inciso I, a e b da Lei nº 8.666/1993).

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

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

17.7 São anexos do Edital e dele fazem parte:

- Anexo I - Briefing
- Anexo II – Termo de Referência da Proposta Técnica e Proposta de Preço
- Anexo III – Modelo de Proposta de Preço
- Anexo IV - Declaração de Enquadramento Microempresas e EPP's e Optante pelo Simples Nacional
- Anexo V – Declaração de Enquadramento Cooperativas
- Anexo VI – Declaração Modelo "A"
- Anexo VII - Declaração de Idoneidade
- Anexo VIII - Minuta de Contrato.

17.8 **INFORMAÇÕES:** Setor de Compras – Av. Pátria, 1351 – Carazinho – RS, fone (54)3329-9900 das 08:00 às 11:50 e das 13:30 às 18:00, e www.eletrocar.com.br

17.9 **PUBLICIDADE:** O aviso deste edital e os demais atos relativos à publicidade do certame, conforme o caso, serão publicados nos Jornais "Diário Oficial do Estado-DOE", Cidade-"Editora Jornalística Jarros Ltda.", no órgão da Imprensa Oficial da ELETROCAR "Jornal DM Conexão-Clélia Fontoura Martins Pinto", e no site www.eletrocar.com.br.

Carazinho-RS, 26 de junho de 2015.

Erineu Clóvis Xavier
Diretor Presidente

Eugenio Leonardo Vieira Grandó
Diretor Administrativo Financeiro

Este Edital se encontra
examinado e aprovado por
esta Assessoria Jurídica.

Em ____ / ____ / ____

Anderson Luís do Amaral
OAB/RS 23.841

TOMADA DE PREÇOS Nº 003/15

ANEXO I

BRIEFING

1. Apresentação

A Centrais Elétricas de Carazinho S.A. – ELETROCAR é uma empresa estratégica para o desenvolvimento da região de sua abrangência, que compreende os municípios de Carazinho, Chapada, Selbach, Colorado, Santo Antônio do Planalto, Coqueiros do Sul, Almirante Tamandaré do Sul e parte dos municípios de Nova Boa Vista, Não Me Toque, Pontão, Sarandi, Passo Fundo, Palmeira das Missões e Tapera.

Em sua área de concessão são atendidas mais de 35.000 unidades consumidoras, com uma população de aproximadamente 125.000 pessoas.

Constituída no ano de 1968, a ELETROCAR está inserida no mercado energético há 47 anos.

A ELETROCAR conta com uma equipe de 139 funcionários (abr/2015) capacitados e prontos para atender qualquer solicitação dos seus consumidores, oferecendo um serviço com cada vez mais qualidade e eficiência.

Visando um relacionamento permanente e direto com seus clientes, a ELETROCAR disponibiliza diversos canais de atendimento. Dessa forma a empresa se aproxima de seus clientes e facilita o acesso aos serviços prestados.

O cliente pode entrar em contato com a ELETROCAR através do telefone 0800 541 0099 disponível 24 horas e com ligação gratuita.

O atendimento presencial acontece de segunda a sexta feira, em horário comercial, na sede administrativa, localizada Av. Pátria nº 1351, em Carazinho, e nos Postos de Atendimento distribuídos na área de concessão.

Outro canal de acesso é através da internet, pelo site www.eletrocar.com.br, onde o cliente encontra notícias atualizadas sobre a empresa, informações sobre sua estrutura, portal da transparência, legislação do setor elétrico, e orientações e serviços ao consumidor, os quais estão disponíveis através da agência virtual.

Na agência virtual o consumidor tem acesso aos seguintes serviços: simulador de consumo, histórico de consumo, desligamentos programados, ressarcimento de danos elétricos, segunda via de faturas, informação de auto leitura, entre outros. Através deste canal o consumidor também pode cadastrar o seu celular para receber informações sobre desligamentos, falta de energia e débitos, através de SMS.

2. Projeto

Promover e divulgar as ações implementadas pela empresa:

- Levar informações sempre atualizadas aos consumidores.
- Orientações sobre o uso da energia elétrica de forma racional.
- Cuidados básicos buscando a prevenção contra acidentes e a segurança dos consumidores.
- Dar ênfase ao uso dos canais de acesso (call center, site institucional da ELETROCAR – www.eletrocar.com.br., e SMS).
- Mostrar, através de mídia, os serviços disponibilizados pela empresa, buscando agilizar o atendimento e a satisfação dos consumidores.

- Divulgar, através de mídia, orientações sobre o uso racional de energia elétrica.
- Divulgar, através de mídia, orientações para a prevenção contra acidentes e a segurança dos consumidores.
- Divulgar a importância estratégica da ELETROCAR junto à comunidade regional.
- Divulgar as ações da empresa junto à sociedade.

3. Objetivos

- O objetivo principal é garantir que os clientes da ELETROCAR sejam informados sobre as ações implementadas pela empresa.
- Demonstrar a força e a qualidade da ELETROCAR junto aos públicos de interesse, ou seja, consumidores residenciais, comerciais, industriais, rurais e a sociedade em geral, ressaltando os diferenciais, as vantagens e os benefícios oferecidos por ser uma empresa local.
- Apresentar a ELETROCAR, e como ela responde e busca atender as demandas dos consumidores.

4. Público Alvo

- Consumidores residenciais, comerciais, industriais, rurais.
- Sociedade em geral.

5. Período

- As ações devem ser pensadas para um período de 12 meses.

6. Verba referencial para investimento

- A licitante utilizará como referencial a verba de R\$ 300.000,00.
- A remuneração da agência deverá estar presente neste valor.

Carazinho-RS, 26 de junho de 2015.

Erineu Clóvis Xavier
Diretor Presidente

Eugenio Leonardo Vieira Grandó
Diretor Administrativo Financeiro

ANEXO II
TERMO DE REFERÊNCIA
ITEM Nº 1 - CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

Quesito a) Plano de Comunicação Publicitária – 60 pontos		
Subquesitos	Atributos a considerar no Julgamento	Peso atribuído sobre a pontuação
<p>a.1) Raciocínio básico – apresentação pela licitante da acuidade de compreensão: de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do anunciante, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) de comunicação a serem enfrentados</p>	<p>a) das funções e do papel do anunciante nos contextos social, político e econômico; problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser (em) enfrentado(s).</p> <p>b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do anunciante com seus públicos.</p> <p>c) das características do anunciante e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.</p> <p>d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação.</p> <p>e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pelo anunciante.</p> <p>f) das necessidades de comunicação do anunciante para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).</p>	<p>10</p>
<p>a.2) Estratégia de comunicação publicitária – apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os resultados e metas de comunicação desejadas pelo anunciante, compreendendo:</p> <p>a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária. Explicitação e defesa dos principais pontos da estratégia de comunicação publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.</p>	<p>a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do anunciante e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e/ou específico, de comunicação.</p> <p>b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos.</p> <p>c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do anunciante com seus públicos.</p> <p>d) a adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e/ou específico, de comunicação do anunciante.</p> <p>e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.</p> <p>f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o anunciante, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os resultados e metas por ele desejadas e a verba disponível.</p>	<p>20</p>
	<p>a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral ou específico, de comunicação do anunciante.</p> <p>b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante.</p>	

<p>a.3) Idéia criativa – apresentação pela licitante de campanha publicitária com exemplos de peças e ou material que corporifiquem objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s) geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.</p>	<p>c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.</p> <p>d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.</p> <p>e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem.</p> <p>f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta.</p> <p>g) sua pertinência às atividades do anunciante e à sua inserção nos contextos social, político e econômico.</p> <p>h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou materiais apresentados.</p> <p>i) a exequibilidade das peças e ou do material.</p> <p>j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.</p>	<p style="text-align: center;">20</p>
<p>a.4) Estratégia de mídia e não mídia – constituída de:</p> <p>a) apresentação, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba disponível indicada no instrumento convocatório.</p> <p>b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará as peças e ou material destinados a veiculação, exposição ou distribuição e suas respectivas inserções, quantidades e custos nominais de produção e de veiculação, exposição ou distribuição.</p>	<p>a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;</p> <p>b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.</p> <p>c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores.</p> <p>d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios do anunciante (se indicados no briefing).</p> <p>e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material.</p> <p>f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.</p>	<p style="text-align: center;">10</p>

Quesito b) Informações Técnicas da Proponente– 40 pontos		
Subquesitos	Atributos a considerar no julgamento	Peso atribuído sobre a pontuação
b.1) Capacidade de Atendimento		
<p>Apresentação, pela licitante, de informações compreendendo:</p> <p>a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles.</p> <p>b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição para execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e</p>	<p>a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado.</p> <p>b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias.</p> <p>c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária do anunciante.</p> <p>d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.</p> <p>e) a operacionalidade do relacionamento entre o anunciante e a licitante,</p>	<p style="text-align: center;">20</p>

<p>atendimento.</p> <p>c) as instalações, a infra-estrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato.</p> <p>d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia.</p> <p>a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.</p>	<p>esquemático na proposta.</p> <p>f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição do anunciante, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.</p>	
<p>b.2) Repertório</p>		
<p>A apresentação, pela licitante, de trabalhos por ela, concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos, sob a forma de peça e ou material e respectivas fichas técnicas, nas quais se incluirá a indicação sucinta do problema que a peça e ou material se propôs a resolver, identificação do cliente e da licitante, título, data de produção, período de veiculação, exposição ou distribuição e, no caso de veiculação menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça</p>	<p>a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema a ser resolvido.</p> <p>b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material.</p> <p>c) a clareza da exposição das informações prestadas.</p>	<p>10</p>
<p>b.3) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação</p>		
<p>Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Apresentação, pela licitante, de soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementados por seus clientes.</p>	<p>a) a evidência de planejamento publicitário.</p> <p>b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.</p> <p>c) a relevância dos resultados apresentados.</p> <p>d) a concatenação lógica da exposição.</p>	<p>10</p>

ANEXO II

TERMO DE REFERÊNCIA

ITEM Nº 2 - CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

SERVIÇOS	PROPOSTA EM % (PERCENTUAL)
a) Percentual de desconto que será concedido à ELETROCAR, incidente sobre os custos internos (criação, finalização e supervisão), apurados em relação à “Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul”, vigente à época da prestação dos serviços. Percentual mínimo de 35% e máximo de 70%.	_____ %
b) Desconto de agência sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociada, pago à Agência a ser contratada, pelos Veículos de Comunicação.	20%
c) Comissão sobre os custos de produção realizados tecnicamente por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços, decorrentes do estudo ou de criação intelectual da Agência contratada.	5%
d) Comissão sobre as divulgações realizadas por terceiros, quanto aos patrocínios de interesse da empresa, quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à: contratação, fiscalização e pagamento do serviço	5%
e) Comissão sobre as divulgações de interesse público, em atendimento às exigências dos órgãos reguladores, realizadas por terceiros, quando a responsabilidade da Agência limitar-se à: seleção, contratação, pagamento e gerenciamento dos serviços.	5%

ANEXO III

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

Razão Social:
Endereço Completo:
CNPJ Nº:
Telefone/Fax:
E-mail:
Nome e Cargo da Pessoa para Contato:

À
CENTRAIS ELÉTRICAS DE CARAZINHO S/A – ELETROCAR

Ref.: Edital nº ../15. Modalidade Tomada de Preços.

Assunto: Apresentação de Proposta

Objeto: Contratação de serviços técnicos de publicidade institucional.

Apresentamos a V.Sas. a nossa proposta para o fornecimento, objeto do referido edital. Cumpre-nos informar-lhes que examinamos cuidadosamente toda a documentação para a elaboração desta Proposta, e declaramos que:

1. Nos comprometemos a fornecer como descrito nos documentos de licitação;
2. O prazo de validade da presente proposta, contados a partir da data limite de entrega do conjunto proposta é de 60 (sessenta) dias;
3. Todas as despesas com a preparação e apresentação da presente proposta correrão unicamente por nossa conta;
4. A apresentação desta proposta considerou pleno conhecimento das condições estipuladas no edital e seus anexos;
5. Na vigência do contrato adotamos a seguinte política de preços para os serviços descritos, tudo conforme a cláusula décima primeira da Minuta de Contrato, anexo ao edital da licitação epigrafada:

SERVIÇOS	PROPOSTA EM % (PERCENTUAL)
a) Percentual de desconto que será concedido à ELETROCAR, incidente sobre os custos internos (criação, finalização e supervisão), apurados em relação à “Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul”, vigente à época da prestação dos serviços. Percentual mínimo de 35% e máximo de 70%.	_____%
b) Desconto de agência sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociada, pago à Agência a ser contratada, pelos Veículos de Comunicação.	20%

c) Comissão sobre os custos de produção realizados tecnicamente por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços, decorrentes do estudo ou de criação intelectual da Agência contratada.	5%
d) Comissão sobre as divulgações realizadas por terceiros, quanto aos patrocínios de interesse da empresa, quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à: contratação, fiscalização e pagamento do serviço	5%
e) Comissão sobre as divulgações de interesse público, em atendimento às exigências dos órgãos reguladores, realizadas por terceiros, quando a responsabilidade da Agência limitar-se à: seleção, contratação, pagamento e gerenciamento dos serviços	5%

Nota: A reutilização ou reaproveitamento de peças ou materiais não dará direito à cobrança de qualquer remuneração.

OBS: Nos valores descritos acima já estão inclusos todos os impostos, taxas e contribuições sociais, obrigações trabalhistas, previdenciárias, fiscais e comerciais.

6. Concordamos com as disposições contidas na Licitação Tomada de Preços Nº/2015 e reconhecemos o direito da ELETROCAR de aceitar ou rejeitar todas as propostas sem que assista qualquer direito indenizatório.

Local, Data e Assinatura da Proponente

ANEXO IV

**DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO DE MICROEMPRESA
OU EMPRESA DE PEQUENO PORTE**

VÁLIDA SOMENTE COMO MODELO

A empresa..... inscrita no CNPJ sob nº/....., através de seu representante legal, Sr.(a)....., CPF nº, cargo na empresa (Sócio ou Diretor)....., DECLARA sob as penas da Lei, que cumpre os requisitos estabelecidos no artigo 3º da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, e está apta a usufruir do tratamento favorecido estabelecido nos artigos 42 ao 49 da referida Lei, e que perante o SIMPLES NACIONAL está de acordo com a opção abaixo:

- () Optou e está enquadrada no regime tributário do Simples Nacional, conforme comprovante em anexo(emitir através do site da Secretaria da Receita Federal www.receita.fazenda.gov.br)
- () Não Optou e não está enquadrada no regime tributário do Simples Nacional.

Por ser expressão da verdade, firmo a presente.

..... de de 2015.

Assinatura do **representante legal** acima qualificado e do **Contador**, com carimbo da empresa.

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

(as empresas não enquadradas como **Microempresa** ou **Empresa de Pequeno Porte**, não anexarão a presente Declaração).

ANEXO V

DECLARAÇÃO DE ENQUADRAMENTO DE COOPERATIVA

VÁLIDA SOMENTE COMO MODELO

A empresa..... inscrita no CNPJ sob nº/....., através de seu representante legal, Sr.(a)....., CPF nº, cargo na empresa (Sócio ou Diretor)....., DECLARA sob as penas da Lei, que atende o disposto no artigo 34, da Lei nº 11.488, de 15 de junho de 2007, e está apta a usufruir dos benefícios previstos nos art. 42 à 45 da Lei nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

Por ser expressão da verdade, firmo a presente.

..... de de 2015.

Assinatura do **representante legal** acima qualificado e do **Contador**, com carimbo da empresa.

(as cooperativas não enquadradas no limite estabelecido , não anexarão a presente Declaração).

ANEXO VI

DECLARAÇÃO MODELO "A"

VÁLIDA SOMENTE COMO MODELO

Ref.: (identificação da Licitação)

A Empresa, inscrita no CNPJ nº
....., por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a)
....., portador (da) Carteira de Identidade nº e do CPF nº
....., **DECLARA**, para fins do disposto no inciso V do art. 27 da Lei nº 8.666/93 de 21 de junho de 1993, acrescido pela Lei 9.854, de 27 de outubro de 1999, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

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

Nota: em caso alternativo, assinalar a ressalva acima.

.....

data

.....

representante legal

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

ANEXO VII

DECLARAÇÃO DE IDONEIDADE

VÁLIDA SOMENTE COMO MODELO

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

Por ser expressão da verdade, firma a presente.

....., dede 2015.

Assinatura do representante legal acima qualificado e carimbo da empresa.

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

TOMADA DE PREÇOS Nº 003/15**ANEXO VIII****MINUTA DE CONTRATO Nº 000/15**

TERMO DE CONTRATO CELEBRADO ENTRE A **CENTRAIS ELÉTRICAS DE CARAZINHO S/A – ELETROCAR** E, PARA A CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, CONFORME EDITAL DE LICITAÇÃO Nº 000/00, NA MODALIDADE TOMADA DE PREÇOS.

A **CENTRAIS ELÉTRICAS DE CARAZINHO S/A**, empresa de serviços públicos de energia elétrica, doravante denominada **ELETROCAR**, com sede na Av. Pátria, 1351, Bairro Sommer, na cidade de Carazinho-RS, inscrita no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ, da Secretaria da Receita Federal sob o nº 88.446.034/0001-55, neste ato representada por seu Diretor Presidente, Sr. e seu Diretor Administrativo-Financeiro, Sr.,

e

RAZÃO SOCIAL DA EMPRESA CONTRATADA, doravante denominada **CONTRATADA**, com sede na rua na cidade de, inscrita no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ, da Secretaria da Receita Federal sob o nº, por seu representante legal que ao final assina, tem entre si, justo e acertado, o que se contem nas cláusulas seguintes e em conformidade com os dispositivos da Lei nº 8.666/93, e legislação subsequente.

CLÁUSULA PRIMEIRA – DO OBJETO

Constitui objeto do presente instrumento a contratação de Agência de Propaganda para a prestação de serviços técnicos de publicidade institucional da ELETROCAR, nos termos do § 1º do art. 37 da Constituição da República Federativa do Brasil e art 2º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, definidos no *Briefing*, anexo I ao edital da licitação Tomada de Preços nº .../15, e de acordo com os termos e condições do presente instrumento, compreendendo as seguintes atividades:

- a) Elaboração de um Plano de Comunicação que será avaliado e aprovado pela Diretoria Executiva da ELETROCAR.
- b) Desenvolvimento de ações destinadas a fortalecer a imagem institucional da ELETROCAR, de seus serviços, programas e ações, mediante o estudo, o planejamento, a concepção, a criação, a execução e a distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários na seguinte forma:
 - Anúncios de publicidade a serem veiculados em emissoras de rádio, televisão, jornais, revistas, internet e meios alternativos, com abrangência local, regional, estadual e/ou nacional;
 - Pesquisa e análise dos veículos de divulgação que melhor possam comunicar as campanhas e peças publicitárias, especialmente em relação a sua natureza, área de abrangência, audiência, eficiência e custos do serviço;
 - Elaboração, criação, edição, produção e distribuição de publicações impressas, tais como panfletos, folders, bus door, front light, mini-doors, outdoors, etc.
 - Divulgações de interesse público em atendimento às exigências da ANEEL e AGERGS.

1.1 A verba destinada ao contrato administrativo de serviços de publicidade decorrente desta licitação é de até R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), para publicidade institucional e para divulgações de interesse público em atendimento as exigências da ANEEL e AGERGS, para o período de 12 (doze) meses.

1.1.1 No valor da verba estão inclusos os gastos com publicidade e a remuneração dos serviços da agência.

CLÁUSULA SEGUNDA – BASES DO CONTRATO

O fornecimento dos serviços e demais obrigações estipuladas neste Contrato, são baseados nos seguintes documentos, os quais independem de transcrição e passam a fazer parte integrante do mesmo, em tudo que não o contrariar, cujos termos, as Partes, neste ato, declaram conhecer e se obrigam a cumprir:

2.1 Licitação nº..... Modalidade: Tomada de Preços;

2.2 Proposta da **CONTRATADA** de

CLÁUSULA TERCEIRA – EXECUÇÃO DO CONTRATO

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

PARÁGRAFO PRIMEIRO: Fica estabelecido que os serviços referentes à criação/concepção das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Fica acordado que todos os serviços serão executados conforme a necessidade da ELETROCAR, com sua prévia autorização por escrito.

CLÁUSULA QUARTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

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

4.1 No início da vigência do contrato, designar um profissional para representá-la junto à ELETROCAR, promover o controle do pessoal, respondendo perante a mesma, por todos os atos e fatos gerados ou provocados por sua equipe,

4.2 Apresentar mensalmente, através de relatórios, as ações efetuadas, os valores despendidos e o saldo restante do valor orçado para o período (anual);

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

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

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

- 4.6** Evitar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, à CONTRATANTE, descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens.
- 4.7** Negociar sempre as melhores condições de preço, para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.
- 4.8** Fazer cotações de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, três propostas, com a indicação da mais adequada para sua execução, que poderá ou não ser aprovado pela ELETROCAR, que a seu critério poderá realizar outros orçamentos.
- 4.8.1** Se não houver possibilidade de obter três propostas, a CONTRATADA deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.
- 4.9** Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.
- 4.10** Submeter a subordinação de terceiros, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE, permanecendo, neste caso, com todas as suas responsabilidades contratuais perante a CONTRATANTE.
- 4.11** A contratação de serviços ou compra de material de empresa em que a CONTRATADA ou seus funcionários tenham, direta ou indiretamente participação societária, ou qualquer vínculo comercial, somente poderá ser realizado após comunicar a CONTRATANTE esse vínculo e obter sua aprovação.
- 4.12** Produzir, após a respectiva aprovação do serviço pela CONTRATANTE, em formato digital, uma cópia de spots e jingles de rádio, e duas provas do layout de peças para revistas ou jornais.
- 4.13** Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc) aprovadas pela CONTRATANTE.
- 4.14** No caso de necessidade de segunda tiragem, a CONTRATANTE poderá, a seu critério, optar pela contratação junto a terceiros, sob sua própria orientação.
- 4.15** A quantidade de material a ser utilizado na veiculação só será definida após a aprovação da mídia pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças relacionadas no item 4.12.
- 4.16** Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por terceiros por ela contratada.
- 4.17** Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolva o nome da CONTRATANTE, mediante sua prévia e expressa autorização.
- 4.18** Prestar esclarecimentos a CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
- 4.19** Submeter previamente a CONTRATANTE a eventual caução ou utilização deste contrato em qualquer operação financeira.

- 4.20** Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Tomada de Preços que deu origem a este ajuste.
- 4.21** Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes das infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legalidade estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.
- 4.22** Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.
- 4.23** Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 4.24** Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.
- 4.25** Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 4.26** Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a própria CONTRATANTE.
- 4.27** Em casos de subcontratação de terceiros para a execução, total ou parcial, de serviços estipulados neste instrumento, exigir dos eventuais contratados, no que couber, as mesmas condições do presente contrato.
- 4.28** Manter, por si, por seus prepostos e subcontratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.
- 4.28.1** A infração a este dispositivo, implicará a rescisão imediata deste contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279, de 14.05.96, e às indenizações das perdas e danos previstas na legislação ordinária.
- 4.29** Responder perante a CONTRATANTE e terceiros, por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto deste contrato.
- 4.30** Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.
- 4.31** Responsabilizar-se pelos ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causado por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e/ou subcontratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.
- 4.32** Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-lo a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará a CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

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

CLÁUSULA QUINTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

5.1 Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA.

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

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

5.4 Proporcionar condições para a boa execução dos serviços.

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

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

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

CLÁUSULA SEXTA - TRIBUTOS

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

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

CLÁUSULA SÉTIMA - DESPESAS

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

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

CLÁUSULA OITAVA – VIGÊNCIA

8.1 O prazo de vigência do presente contrato será de 12 (doze) meses, com início na data de assinatura por ambas as partes, podendo, no interesse da ELETROCAR e com anuência da CONTRATADA, mediante Termo Aditivo, ser prorrogado conforme o disposto no Art. 57, da Lei nº 8.666/93.

8.2 A parte que não pretender a prorrogação deverá manifestar a sua intenção, no prazo de 60 (sessenta) dias, antes do término de cada exercício contratual.

CLÁUSULA NONA – RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

9.1 A estimativa das despesas com a execução dos serviços contratados é de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), para o período de 12 (doze) meses.

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

CLÁUSULA DÉCIMA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA-PRIMEIRA – REMUNERAÇÃO

11.1 A remuneração da Contratada se dará na forma das disposições legais aplicáveis à espécie (Lei 4.670/65 e Decreto Federal 57.690/66), obedecidos ao desconto de ____% concedido na sua proposta de preço, incidente sobre os custos internos (criação, finalização e supervisão), apurados em relação à “Tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Sul”, vigente à época da prestação dos serviços e ainda, o seguinte:

11.1.1 Pelo desconto de agência de 20% sobre as veiculações efetivadas, incidente sobre o valor da mídia efetivamente negociada, pago à Agência a ser contratada, pelos Veículos de Comunicação.

11.1.2 Comissão de 5% sobre os custos de produção realizados tecnicamente por terceiros, fornecedores de bens e/ou serviços, decorrentes do estudo ou de criação intelectual da Agência contratada.

11.1.3 Comissão de 5% sobre as divulgações realizadas por terceiros, quanto aos patrocínios de interesse da empresa, quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à: contratação, fiscalização e pagamento do serviço.

11.1.4 Comissão de 5% sobre as divulgações de interesse público, em atendimento às exigências dos órgãos reguladores, realizadas por terceiros, quando a responsabilidade da Agência limitar-se à: seleção, contratação, pagamento e gerenciamento dos serviços.

11.2 A CONTRATADA não fará jus a honorários ou a qualquer outra remuneração sobre a reutilização ou reaproveitamento de peças ou materiais.

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA-SEGUNDA – DIREITOS AUTORAIS

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

12.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Décima Primeira e Décima Terceira deste contrato.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA-TERCEIRA – CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

13.1 Os pagamentos serão sempre efetuados mediante apresentação pela CONTRATADA até o último dia mês da realização dos serviços, no local indicado pela CONTRATANTE, da respectiva Nota Fiscal/Fatura, corretamente emitida, acompanhada dos comprovantes das despesas nela contidas. Os pagamentos serão efetuados no dia 10 (dez) do mês subsequente ao da realização dos serviços devidamente atestados por quem de direito, mediante crédito na conta corrente nº _____, mantida pela CONTRATADA junto à Agência _____, do Banco _____.

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

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

13.3 Toda e qualquer importância que deixar de ser paga na respectiva data do vencimento, será acrescida de multa moratória de 2% sobre o valor devido, e juros de mora de 1% a.m.

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

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

13.5 A CONTRATANTE efetuará retenção, na fonte, dos tributos e contribuições sobre todos os pagamentos à CONTRATADA, conforme dispõe o art. 46 da Lei nº 9.430 de 27.12.96.

CLÁUSULA DÉCIMA-QUARTA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Pelo inadimplemento das obrigações, a CONTRATADA, conforme a infração, estará sujeita às seguintes penalidades:

a) Atraso injustificado na Execução: Sujeitará a Contratada à multa diária de 0,2% (zero vírgula dois por cento) sobre o valor do item inadimplido, limitado este a 30 (trinta) dias, após o qual será considerado inexecução contratual.

b) Inexecução parcial do contrato: Multa de 08% (oito por cento) sobre o valor do item inadimplido do contrato, cumulada com a pena de suspensão do direito de licitar e o impedimento de contratar com a Eletrocar, pelo prazo de até 01 (um) ano, e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

c) Inexecução total do contrato: Multa de 10% (dez por cento) sobre o valor anual estimado do contrato, cumulada com a pena de suspensão do direito de licitar e o impedimento de contratar com a Eletrocar, pelo prazo de até 02 (dois) anos, e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

d) Recusa na entrega e não cumprimento de obrigação acessória: 10% (dez por cento) sobre o valor anual estimado do contrato, sem prejuízo das demais cominações legais conforme o art. 87 “caput” da Lei 8.666/93.

e) Causar prejuízo material resultante diretamente de execução contratual: suspensão do direito de licitar e contratar com a ELETROCAR, pelo prazo de até 02 (dois) anos e multa de 10% (dez por cento) sobre o valor anual estimado do contrato.

14.1 Na aplicação das penalidades previstas no presente instrumento, a **ELETROCAR** considerará, motivadamente, a gravidade da falta, seus efeitos, bem como os antecedentes da **CONTRATADA**, podendo deixar de aplicá-las, se admitidas as suas justificativas, nos termos do que dispõe o artigo 87, “caput”, da Lei nº 8.666/93.

14.2 As penalidades serão registradas no cadastro da **CONTRATADA**, quando for o caso.

14.3 O valor das multas aplicadas na execução do contrato será descontado do pagamento, a critério exclusivo da **ELETROCAR** e, quando for o caso, cobrado judicialmente.

CLÁUSULA DÉCIMA-QUINTA – RESCISÃO

15.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/93, e quando for o caso, com aviso prévio de 60 (sessenta) dias.

15.2 Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela **CONTRATANTE** e comprovadamente realizada pela **CONTRATADA**, previstas no presente contrato.

15.3 Em caso de cisão, incorporação ou fusão da **CONTRATADA** com outras agências de propaganda, caberá a **CONTRATANTE** decidir pela continuidade do presente contrato.

15.4 A rescisão, por algum dos motivos previstos na Lei nº 8.666/93, não dará à **CONTRATADA** direito a indenização a qualquer título, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial.

15.5 A rescisão acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da **CONTRATANTE**, a retenção dos créditos decorrentes deste contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste ajuste, até a completa indenização dos danos.

CLÁUSULA DÉCIMA-SEXTA – DISPOSIÇÕES GERAIS

16.1 A **CONTRATADA**, guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade e promoção que estejam de acordo com o Código de Defesa do consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

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

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

16.4 A **CONTRATADA** fica obrigada a aceitar nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessárias, em até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme previsto no artigo 65, Inciso II, § 1º, Lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA-SÉTIMA- FORO

Fica eleito o foro da cidade de Carazinho/RS para dirimir todas as questões oriundas do presente contrato, com a exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em duas vias de igual teor e forma, juntamente com as testemunhas abaixo, de tudo cientes.

Carazinho, _____ de _____ de 2015.

CONTRATANTE/CONTRATADA/TESTEMUNHAS

Esta Minuta de Contrato se encontra examinada e aprovada por esta Assessoria Jurídica.

Em ____ / ____ / ____

Anderson Luís do Amaral
OAB/RS 23.841