

EDITAL

CONCORRÊNCIA Nº

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº

OBJETO: Prestação de serviço de publicidade para realização de atividades integradas que possibilite o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e na distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação.

CRITÉRIO DE JULGAMENTO: MELHOR TÉCNICA

DATA E HORÁRIO DA SESSÃO:

A sessão pública de processamento Concorrência será realizada, no dia e horário acima indicados, no (endereço)

Os envelopes contendo os documentos serão recebidos no endereço acima mencionado, na sessão pública de processamento desta licitação.

Fundamento Legal: Lei Federal n. 12.232/2010, com complemento da Lei nº 8.666/93 e suas alterações, da Lei nº 4.680/65 e do Decreto Federal nº 57.690/66

SUMÁRIO

EDITAL

- 1. Disposições iniciais**
- 2. Recebimento e abertura das Propostas e Documentos**
- 3. Objeto**
- 4. Retirada do Edital**
- 5. Informações e esclarecimentos sobre o Edital**
- 6. Impugnação do Edital**
- 7. Condições de participação**
- 8. Credenciamento de representantes**
- 9. Entrega da Proposta Técnica**
- 10. Entrega da proposta de preço**
- 11. Apresentação e elaboração da Proposta Técnica**
- 12. Julgamento das Propostas Técnicas**
- 13. Apresentação e elaboração da Proposta de Preços**
- 14. Valoração das Propostas de Preços**
- 15. Julgamento final das Propostas**
- 16. Entrega e forma de apresentação dos documentos de Habilitação**
- 17. Análise dos Documentos de Habilitação**
- 18. Comissão Permanente de Licitação e Subcomissão Técnica**
- 19. Procedimentos licitatórios**
- 20. Homologação e adjudicação**
- 21. Divulgação dos atos licitatórios**
- 22. Recursos administrativos**
- 23. Recursos orçamentários**
- 24. Condições contratuais**
- 25. Garantia**
- 26. Remuneração e pagamento**
- 27. Fiscalização**
- 28. Sanções Administrativas**
- 29. Disposições finais**

Termo de Referência – Projeto Básico – Apêndice Briefing (Anexo I)

Modelo de procuração (Anexo II)

Modelo de Proposta de Preços (Anexo III)

Minuta de Contrato (Anexo IV)

PREFEITURA MUNICIPAL DE

EDITAL DE CONCORRÊNCIA N. – PROCESSO N.

REPARTIÇÃO INTERESSADA – SECRETARIA MUNICIPAL

EDITAL

1- DISPOSIÇÕES GERAIS

1.1.O MUNICÍPIO DE, por intermédio da **Secretaria Municipal**, torna público que, nos termos da Lei Federal n. 8.666, de 21 de junho de 193m, com suas alterações e pelas Leis n. 4.680/65 e 12.232/2010, Decreto n. 57.690/66, Decreto n. 4563/02 e das Normas-Padrão da Atividade Publicitária do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão) e com base na legislação municipal, fará realizar licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA**, tipo **MELHOR TÉCNICA**, para a finalidade descrita a seguir, determinando as condições de execução dos serviços objetivados, conforme estabelecido neste Edital e seus Anexos. O recebimento das “PROPOSTAS TÉCNICA” e “PROPOSTAS DE PREÇOS” e iniciada a abertura dos invólucros relativos à Concorrência em epígrafe, se dará no dia dede 20....., às horas, na Secretaria Municipal de sita à rua, perante a Comissão Permanente de Licitação da Prefeitura Municipal de, constituída conforme Decreto Municipal n. de, Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob a égide da Lei Federal n. 12.232/10 e complementarmente pelas normas legais acima referidas, que disciplinam os procedimentos relativos à contratação de serviços de publicidade da Administração Pública.

2. RECEBIMENTO E ABERTURA DAS PROPOSTAS E DOCUMENTOS

2.1. Os invólucros com as Propostas Técnica e de Preços serão recebidos pela Comissão Permanente de Licitação como segue:

- Dia:
- Hora:
- Local:

2.1.1. Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e no mesmo local acima indicados.

2.1.2. A abertura dos invólucros e demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 19 e na legislação.

2.2. Os invólucros com os Documentos de Habilitação serão recebidos e abertos em dia, local e horário a serem designados pela Comissão Permanente de Licitação.

3. OBJETO

3.1. Constitui objeto da presente licitação a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse do Município, cujo objeto inclui o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o

objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

3.1.1. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

3.1.1.2 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem 3.1.1 terão a finalidade de:

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

3.1.2. Os serviços previstos no subitem 3.1.1. não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

3.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículos de comunicação.

3.2. Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante, proponente ou contratada.

3.2.1. Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da lei n. 12.232/2010.

3.2.2. A agência atuará por ordem e conta do Município de, através da Secretaria Municipal de, em conformidade com o artigo 3º da Lei 4.680/65 na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 3.1.1 e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

3.2.3. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 3.

4. RETIRADA DO EDITAL

4.1. Este edital e seus anexos estão à disposição dos interessados na Secretaria Municipal de, localizada na rua, de segunda a sexta-feira, no horário dasàs horas, onde poderão ser copiados em pen drive gratuitamente e também se encontra à disposição dos interessados para download no site, no endereço www..... observadas as formalidades.

5. INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

5.1. Esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela **Comissão Permanente de Licitação**, mediante solicitação por escrito, por ofício devidamente protocolizado e encaminhado à **COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO, no horário das às horas, de 2ª. a 6ª. Feira, ou via e-mail xxxxxxxxxxxx.**

5.1.1. Os pedidos de esclarecimentos serão recebidos e considerados pela Comissão Permanente de Licitação até cinco dias úteis antes da data marcada para recebimento dos invólucros.

5.1.2. Os pedidos de esclarecimentos e eventuais alterações aos termos do edital serão postados no site da Secretaria Municipal de..... no endereço www.....

5.1.2.1. Às licitantes cabem verificar assiduamente o referido endereço eletrônico para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizados sobre esclarecimentos referentes a este edital, pois as respostas vinculam todas as participantes do certame.

5.1.2.2. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (invólucro n. 1) a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica.

5.1.3. Os esclarecimentos aos consulentes serão comunicados a todos os demais interessados que tenham adquirido o presente edital, sem a indicação de quem tenha sido o consulente.

5.1.4. Os pedidos de esclarecimentos não constituirão, necessariamente, motivo para que se alterem a data e o horário de recebimento das propostas técnica e de preços previstos no subitem 2.1 deste edital.

6. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

6.1. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão Permanente de Licitação:

I – o cidadão que não se manifestar até 5 (cinco) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços;

II – a licitante que não se manifestar até 2 (dois) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas e de Preços.

6.1.1. Considera-se licitante para efeito do inciso II do subitem precedente a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação ou neste Edital.

6.2. O pedido de impugnação com as considerações sobre possíveis ou irregularidades no Edital, deverá ser protocolizado fisicamente de segunda a sexta-feira, na Secretaria Municipal de, à rua, no horário das às horas, de 2ª. a 6ª. Feiras. Também poderá ser protocolizado de forma digital, encaminhada ao email xxxxxxxxxxxx da Secretaria de, que deverá confirmar o recebimento, através de resposta ao impugnante, pelo mesmo meio.

6.3. A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item 6 será recebida como mera informação.

6.4. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

6.5. Os pedidos de impugnação serão julgados e respondidos em até 3 (três) dias úteis, sem prejuízo da faculdade prevista no artigo 113, parágrafo 1º da Lei 8.666/93.

7. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

7.1. Poderão participar desta Concorrência agências de propaganda que atendam às condições deste Edital e apresentem os documentos nele exigidos.

7.2. Não poderão participar, direta ou indiretamente, desta licitação:

- a) empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital;
- b) empresas que se encontrem em processo de dissolução, fusão, cisão ou incorporação;
- c) em regime de consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição, e empresas controladas, coligadas, interligadas ou subsidiárias entre si;
- d) que se apresentem na qualidade de subcontratadas;
- e) empresas que tenham sócios, gerentes ou responsáveis técnicos que sejam servidores ou dirigentes de órgão ou entidade da Administração Pública Municipal de.....
- f) suspensa se participar de licitação e impedidas de contratar com o Município de, conforme art. 87, inciso III, da Lei 8.666/903, durante o prazo da sanção aplicada;
- g) declaradas inidôneas para licitar com a Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, conforme artigo 87, inciso IV, da Lei 8.666/93.
- h) sociedades estrangeiras não autorizadas a funcionar no País;
- i) empresas integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores, sócios, representantes legais ou representantes técnicos comuns, ou que utilizem recursos materiais, tecnológicos ou humanos em comum, exceto se demonstrado que não agem representando interesse econômico em comum.

8. CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Permanente de Licitação o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preço.

8.1.1. Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas e comporão aos autos do processo licitatório.

8.1.2. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representa-la ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão Permanente de Licitação ateste sua autenticidade.

8.1.3. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que

constitui o Anexo II. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Permanente de Licitação cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

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

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

8.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preço por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 2.1. deste Edital.

9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada nos invólucros n. 1, n.2 e n. 3.

INVÓLUCRO N. 1:

9.1.1. No invólucro n. 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 11.2 e 11.3.

9.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada – que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Prefeitura Municipal de

9.1.1.1.1. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada no horário das às horas, no endereço: rua Secretaria Municipal de

9.1.1.1.2. O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente, conforme item 9.1.1.1.1 .

9.1.1.2. O invólucro n. 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

9.1.1.3. Para preservar – até a abertura do invólucro n. 2 - o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o invólucro n. 1 não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

INVÓLUCRO N. 2:

9.1.2. No invólucro n. 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitaria – Via Identificada, de que trata o subitem 11.4, sem a apresentação das peças criativas, destinado tão só ao cotejo, no momento oportuno, com a Via Identificada.

9.1.2.1. O Invólucro n. 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro n. 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência n.

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

INVÓLUCRO N. 3:

9.1.3. No invólucro n. 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de que tratam os subitens 11.5 a 11.10.

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

Invólucro n. 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência n.

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

9.1.3.3. O invólucro n. 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro n. 2.

10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

10.1. A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada no invólucro n. 4.

INVÓLUCRO N. 4:

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

Invólucro n. 4

Proposta de Preço

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência n.

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

10.1.3. O invólucro n. 4 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não

Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro n. 2.

11. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
Plano de Comunicação Publicitária	
	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e não mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de problemas de comunicação	

11.1.1. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA

11.2. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- Capa e contracapa em papel A4 branco, com até 90 gr/m², ambas em branco;
- Conteúdo impresso em papel A4, branco, com até 90 gr/m², orientação retrato, observado o disposto na alínea “c2” do subitem 11.2.2;
- Espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir da borda;
- Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- Alinhamento justificado do texto;
- Texto e numeração de páginas em fonte arial, cor preta, tamanho 12 pontos, observado o disposto nos subitens 11.2.1, 11.2.2. e 11.2.3;
- Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, na parte inferior do lado direito;
- Sem identificação da licitante.

11.2.1. As especificações do subitem 11.2 não se aplicam às peças e material de que trata a linha “b” do subitem 11.3.3. e à indicação prevista no subitem 11.3.3.5.

11.2.2. Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e ou tabela, observadas as seguintes regras;

- a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte arial, cor preta, tamanho 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser:
 - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.2.6. o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4;
 - c2) impressas na orientação paisagem;

11.2.3. Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesto Estratégia de Mídia e Não Mídia poderão:

- I – ser editados em cores;
- II – ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos;
- III – ter qualquer tipo de formatação de margem;
- IV – serem apresentados em papel A3 dobrado.

11.2.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

11.2.3. Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 11.2.

11.2.4.1. Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do invólucro n.1, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas “c” dos subitens 9.1.1.3. e 19.2.1. e no subitem 19.2.1.1. todos deste Edital.

11.2.5. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro n. 2.

11.2.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na alínea ‘a’ do subitem 11.3.3. estão limitados, no conjunto, a 10 páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquestos.

11.2.7. Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea “c” do subitem 9.1.1.3, no subitem 11.2.4.1, na alínea “c” do subitem 19.2.1 e no subitem 19.2.1.1., todos deste Edital.

11.2.8. Para fins desta concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

11.2.9. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária – Via não Identificada e seus subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.2.9.1. Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 11.2, no que couber.

11.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing/Projeto Básico (Anexo I) observadas as seguintes disposições:

11.3.1. **Raciocínio Básico:** apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Governo Municipal de para enfrentar o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s) geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);

11.3.2. **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 objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) 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.

11.3.3. **Ideia Criativa:** apresentação pela licitante da campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 11.3.2., com comentários sobre cada peça e ou material;

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar, como exemplos, as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar 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.

11.3.3.1. Os comentários mencionados na alínea “a” do subitem 11.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

11.3.3.2. Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado fisicamente, conforme estabelecido na alínea “b” do subitem 11.3.3 e na alínea “a” do subitem 11.3.3.3. a relação prevista na alínea “a” do subitem 11.3.3. deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3. Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea “b” do subitem 11.3.3:

a) estão limitados a 10 (dez) independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

B1) roteiro, leiaute ou storyboard impressos, para qualquer meio;

B2) protótipo ou monstro para peças destinadas a rádio e internet;

B3) storyboard animado ou animatic, para TV e Cinema

c) só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.

11.3.3.3.1. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, sendo permitido o recurso de *travelling*, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inserida imagens em movimento.

11.3.3.3.2. Os storyboards animados ou animatics e os protótipos ou monstros poderão ser apresentados em pen drive, pen drive-rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

11.3.3.3.3. Os protótipos ou monstros de peças para internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

11.3.3.3.4. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não haja prejuízo para sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou passe-partout, observado o disposto no subitem 11.2.4.1. Peças que não se ajustem às dimensões do invólucro n. 1 podem ser dobradas.

11.3.3.3.5. Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, monstro internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea “a” do subitem 11.3.3.

11.3.3.4. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas fisicamente, até o limite de que trata a alínea “a” do subitem 11.3.3.3., devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variação de formato serão consideradas como novas peças;

b) cada peça apresentada como parte de um kit será computada no referido limite;

c) peça sequencial, para qualquer meio (a exemplo de anúncio para revista e jornal e de painéis sequenciais de mídia exterior – outdoor, envelopamento de veículos, adesivagem de fingers, entre outros) será considerada uma peça se o conjunto transmitir mensagem única;

d) um hot site e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

e) um filme e o hot site em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

f) um banner e o hot site para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

g) um hot site cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hot site, será considerado uma peça.

11.3.3.4.1. Na apresentação de proposta de hot site a que se refere a alínea “g” do subitem 11.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.3.4. **Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou materiais destinados a veiculação, exposição ou distribuição sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado para toda a campanha simulada será de R\$.000,00 (..... mil reais).

11.3.4.1. Todas as peças e material que integrem a relação comentada prevista na alínea “a” do subitem 11.3.3. deverão constar dessa simulação.

11.3.4.2. Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de distribuição das peças e ou material;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

11.3.4.3. Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei 4.680/65;

c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

11.3.4.3.1. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de tabela a que se refere a alínea “a” do subitem 11.3.4.3. devem ser os vigentes na data de publicação do primeiro Aviso de Licitação.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

I – ter a identificação da licitante;

II – ser datado;

III – estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

11.5. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.5 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.5.2. Os documentos e informações e os cadernos específicos mencionados no subitem 11.5 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elementos que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n. 2.

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

11.6. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a licitante apresentará:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

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 da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

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;

e) 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.

REPERTÓRIO

11.7. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.7 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.7.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n. 2.

11.7.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

11.8. O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

11.8.1. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2016.

11.8.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou PEN-DRIVE, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7 ou ser apresentadas soltas.

11.8.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7, em papel A4 ou A3 dobrado, ou serem apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

11.8.1.3.1. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

11.8.1.4. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no subitem 11.8.1., sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista no subitem 12.3.1.

11.8.2. Para cada peça e ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo mesmo um veículo que divulgou cada peça.

11.8.3. As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Município de

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

11.9. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página, interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.9 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 11.10, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

11.9.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro n. 2.

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

I – será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II – deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III – não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovados pelo Município de

IV – deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

11.10.1. A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.

11.10.2. As propostas de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementadas a partir de 01.01.2016.

11.10.3. É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça para cada Relato. Se incluídas:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou PEN DRIVE, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9 ou serem apresentadas soltas;

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.9, em papel A4 ou A3 dobrado, ou serem apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais.

11.10.3.1. Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

11.10.4. Se a licitante apresentar apenas 01 (um) Relato, sua pontuação máxima neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no subitem 12.3.1.

12. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1. A Subcomissão Técnica prevista no subitem 18.2 deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

12.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

12.2.1. Plano de Comunicação Publicitária (máximo de 65 pontos)

12.2.1.1 Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão (máximo 10 pontos):

a) acuidade, abrangência, pertinência, profundidade e relevância das análises realizadas (máximo 05 pontos)

b) compreensão das informações contidas no Anexo I; clareza e objetividade (máximo 05 pontos)

12.2.1.2. Estratégia de Comunicação Publicitária (máximo de 20 pontos)

a) Entendimento sobre o objetivo de comunicação exposto no Anexo I; (máximo 05 pontos)

b) Amplitude e adequação dos desdobramentos positivos do conceito proposto na solução apresentada;(máximo 05 pontos)

c) Exequibilidade e conhecimento técnico comunicacional demonstrados na estratégia de comunicação apresentada no desafio;(máximo 05 pontos)

d) Capacidade de articulação, abrangência, pertinência, profundidade e relevância dos argumentos demonstrados sobre o cliente, seu público ativo e solução escolhida. (máximo 05 pontos)

12.2.1.3. Ideia Criativa (máximo de 20 pontos)

a) adequação da ideia criativa ofertada ao cliente; (máximo 04 pontos)

b) entendimento sobre o público alvo, linguagem, objetivos, projetos, ações do cliente (máximo 04 pontos)

c) originalidade, criatividade, simplicidade, adequação, pertinência e entendimento entre a proposta elaborada e o cliente;(máximo 04 pontos)

d) pertinência entre as atividades da Contratante e sua inserção nos contextos social, administrativo e econômico; (máximo 04 pontos)

e) exequibilidade e economicidade das peças e do material, ; clareza e objetividade das soluções apresentadas. (máximo 04 pontos).

12.2.1.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia (máximo de 10 pontos)

a) Conhecimento técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; (máximo 04 pontos)

b) Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; (máximo 03 pontos)

c) Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento. (máximo 03 pontos)

12.2.2. Capacidade de Atendimento (máximo de 15 pontos)

1) Principais Clientes: a) porte e conceito dos clientes atuais do licitante: b) conceito dos produtos e ou serviços dos clientes atuais do licitante no mercado ou relevância da atuação desses na sociedade;(máximo 03 pontos)

2) Qualificação técnica da equipe de profissionais;(máximo 03 pontos)

3) Estrutura Física – instalações, infraestrutura e recursos materiais;(máximo 02 pontos)

4) Sistemática do relacionamento entre o setor de comunicação da Contratante e a Contratada;(máximo 04 pontos)

5) Discriminação das informações de marketing, das pesquisas de audiência, auditoria de circulação, controle de mídia e outras ferramentas.(máximo 03 pontos)

12.2.3. Repertório (máximo de 10 pontos)

12.2.4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (máximo de 10 pontos)

a) a evidência de planejamento publicitário; (máximo 02 pontos)

b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e soluções;(máximo 03 pontos)

c) a relevância dos resultados apresentados; (máximo 03 pontos)

d) a concatenação lógica da exposição. (máximo 02 pontos)

12.3 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

12.3.1. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS
Plano de Comunicação Publicitária, sendo:	65
Raciocínio Básico	10 pontos
Estratégia de Comunicação Publicitária	25 pontos
Ideia Criativa	20 pontos

Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 pontos
Capacidade de Atendimento	15
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Pontuação máxima total	100

12.3.2. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

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

12.3.2.2. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

12.3.3. A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

12.3.4. Será considerada a mais bem classificada, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

12.4. Será desclassificada a Proposta que:

- a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) não alcançar, no total, 70 (setenta) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em qualquer dos quesitos a que se referem os subitens 12.2.1.1. a 12.2.1.4 e 12.2.2 a 12.2.4.

12.5. Em caso de empate, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 12.2.1.2., 12.2.1.3. e 12.2.1.4.

12.6. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão prevista no subitem 19.3 ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, cuja data será divulgada na forma do item 21 deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

13.1. A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

I – apresentada:

- a) em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente e redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, sem emendas ou rasuras;

- b) datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

II – elaborada de acordo com o modelo de Proposta de Preços que constitui o Anexo III.

13.2. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias corridos, contados de sua apresentação.

14. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

14.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

14.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

14.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos do artigo 46, parágrafo 1º da Lei 8.666/93 **não será aceito:**

a) **desconto superior a 30% (trinta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Norte a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) **percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.

c) **percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) **Percentual de remuneração/honorários superior a 20% (vinte por cento)** sobre o valor da mídia digital adquirida com a intermediação da agência, nos casos em que os veículos adotem o desconto padrão de agência, na forma do disposto no artigo 11 da Lei 4.680/65 e artigo 11 do Decreto n. 57.690/66.

14.3.1. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Licitação considerará o preço por extenso.

14.3.2. Além da remuneração prevista acima, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência equivalente a 20% (vinte por cento) sobre o valor dos negócios que encaminhar ao Veículo por ordem e conta de seus Clientes, e percentual de honorários de 15% (quinze por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material, em conformidade com o artigo 11 da Lei 4.680/65, e nos itens 2.5.1 e 3.6.1 estabelecidos

pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP, respectivamente.

14.4. A pontuação da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

14.4.1 A Comissão Permanente de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme as seguintes tabelas:

a) percentual de honorários sobre o planejamento e a execução de pesquisas e de outros instrumentos, de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas ou a serem realizadas, com a intermediação e supervisões da agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

b) percentual de honorários sobre a criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias, com a intermediação e supervisão da agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 10%
18	11%
15	12%
12	13%
10	14%
05	15%

- c) percentual de remuneração sobre a contratação de mídia digital com a intermediação da agência, quando o veículo não remunerar a agência pelo desconto de agência.

PONTOS	PERCENTUAL DE HONORÁRIOS
20	Até 15%
18	16%
15	17%
12	18%
10	19%
05	20%

- d) desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de, fixados nos limites estabelecidos nos quesitos 6.4

PONTOS	DESCONTO SOBRE A TABELA DE CUSTO INTERNOS
20	De 30%
15	De 20 a 29%
12	De 15% a 19%
10	De 10% a 14%

- 14.4.1.1. Serão consideradas as melhores propostas de preço aquelas que atingirem as maiores pontuações através da fórmula abaixo:

NFPP= Nota final da Proposta de Preço

D1 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre pesquisa e outros instrumentos de avaliação

D2 – Pontuação aplicada ao percentual de honorários sobre formas inovadoras de comunicação.

D3 – Pontuação aplicada ao percentual de remuneração da agência sobre o valor da mídia digital intermediada pela agência, que não enseje o pagamento do desconto de agência pelos veículos de divulgação.

D4 – Pontuação aplicada ao Desconto sobre a Tabela de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de

$$\text{NFPC} = \frac{D1+D2+D3+D4}{4}$$

4

Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos “desconto”, “remuneração” e “honorários” serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes do subitem 1.1 de sua Proposta de Preços, sem o símbolo “%”.

14.4.2 A pontuação de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 14.4.1, como segue:
 $P = P1 + P2 + P3 + P4$.

14.4.3. A Proposta de Preços que obtiver a maior pontuação será considerada como a de menor preço.

14.4.3.1. Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

a) o maior percentual de desconto sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

c) o menor percentual de honorários incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) o menor percentual de remuneração incidentes sobre os preços de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcionem à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

15. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

15.1. O julgamento final das Propostas Técnica e de Preço desta Concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei 8.666/93 para o tipo melhor técnica.

15.2. Será vencedora do julgamento final das Propostas – observado o disposto nos subitens 12.5 e 12.6 deste Edital – a licitante que tenha sido mais bem classificada no julgamento da Proposta Técnica e tenha apresentado a Proposta de menor preço, de acordo com o subitem 14.4.3 e 14.4.3.1 deste Edital.

15.3. Se a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica não tiver apresentado a Proposta de menor preço e não concordar em praticá-lo, a Comissão Permanente de Licitação efetuará com as demais licitantes a negociação prevista no artigo 46, parágrafo 1º, inciso II da Lei 8.666/93, nos termos da Proposta de menor preço, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas.

15.3.2. A licitante que não concordar em praticar os preços da Proposta de menor preço perderá o direito de contratar os serviços com o Município de, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

16. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

16.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

16.1.1. A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o subitem 17.1.1.

16.1.2. Os Documentos deverão estar acondicionados no invólucro n. 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO N. 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência n.

16.1.3. O Invólucro n. 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

16.1.4. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I – em original: ou

II – sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

III – em cópia autenticada por cartório competente; ou

IV – em cópia não autenticada, desde que seja exibido o original, para conferência pela Comissão Permanente de Licitação no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

16.1.4.1. Os Documentos de Habilitação, de preferência, deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

16.1.4.2. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação.

16.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista nos subitens 16.2.1 a 16.4 ou nos subitens 16.5 a 16.5.3 observado, ainda, o disposto nos subitens 16.7 a 16.7.2.

16.2.1. Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades empresariais e, no caso de sociedade por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

a1) os documentos mencionados na alínea “a” deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência.

b) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades simples, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

c) decreto de autorização, quando se tratar de empresa ou sociedade estrangeira em funcionamento no País e ato de registro ou autorização para funcionamento, expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir;

d) registro comercial, em caso de empresa individual.

16.2.2. Regularidade Fiscal e Trabalhista

a) Prova de inscrição no Cadastro de Pessoa Jurídica – CNPJ/MF;

b) Prova de inscrição no cadastro de contribuinte estadual ou municipal, se exigível, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta Concorrência;

c) Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional com jurisdição sobre o local da sede da licitante;

d) Certidões negativas de débitos ou de não contribuinte expedida por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município, deste, relativamente a tributos mobiliários, em que estiver localizada a sede da licitante;

e) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço – FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

f) Certidão Negativa de Débito Trabalhista (CNDT) que comprove a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho.

16.2.2.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

16.2.2.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

16.2.2.3. Será considerada como válida pelo prazo de 60 (sessenta) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

16.2.3. Qualificação Técnica

a) declaração(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto

desta concorrência, representados, no mínimo, pelas atividades descritas no subitem 3.1 deste Edital, devendo constar o nome do cargo e CPF do representante que a subscreve.

b) Certificado de qualificação técnica emitido pelo Conselho Executivo das Normas-Padrão – CENP, conforme art. 4º, parágrafo 1º. da Lei 12.232/2010.

16.2.4. Qualificação Econômico-Financeira

a) Certidão Negativa de Falência ou Concordata, Recuperação judicial ou extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, com data não excedente a 60 (sessenta) dias de antecedência da data de apresentação da proposta de preço, quando não vier expresso o prazo de validade.

a1) Caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 60 (sessenta) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrado a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação, a saber:

I – sociedades empresariais em geral: o Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social da sede (matriz) poderão ser apresentados através de cópia da Escrituração Contábil Digital (ECD). As empresas que apresentam a Escrituração Contábil Digital (ECD) trimestral deverão apresentar os quatro balanços trimestrais referentes ao último exercício social exigível;

II – sociedades empresariais, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei 6.404/7: registrado ou autenticado no órgão de Registro de Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado no Diário Oficial ou em jornal de grande circulação ou fotocópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro de Comércio da sede ou domicílio da licitante;

III – sociedade simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro no órgão de Registro do Comércio.

16.2.4.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do responsável por sua contabilidade e a indicação do nome deste e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade ou equivalente, devidamente registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;

b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

16.2.4.2. A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido na alínea “b” do subitem 16.2.4, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

$$\text{LG} = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo}}$$

$$\text{SG} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a longo Prazo}}$$

$$\text{LC} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

b) do balanço referido no subitem 16.2.4., cujo índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

$$\text{S} = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

16.2.5. A licitante também deverá incluir no Invólucro n. 5 declarações elaboradas conforme os modelos a seguir:

a) declaração, na forma regulamentada pelo Decreto n. 4.358/2002, de que cumpre o disposto no inciso XXXIII do artigo 7º. da Constituição Federal:

DECLARAÇÃO

Referente Concorrência

.....inscrita no CNPJ sob n., por intermédio de seu representante legal
....., portador da Carteira de Identidade n., inscrito (s) no CPF sob n.

....., DECLARA, para fins do disposto no inciso V do artigo 27 da Lei 8.666/93, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos.

(se for o caso, acrescentar texto a seguir)

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (catorze) anos, na condição de aprendiz.

Local e data

.....

b) Declaração de Elaboração Independente de Proposta:

Declaração de Elaboração Independente de Proposta

Concorrência

(Identificação completa do representante da licitante), como representante devidamente constituído da (Identificação completa da licitante) doravante denominada Licitante, para fins do disposto no item (completar) do Edital da concorrência n., declara, sob as penas da lei, em especial o artigo 299 do Código Penal Brasileiro, que:

- a) A proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela licitante e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;
- c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;
- d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessas Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação;
- e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Comissão Permanente de Licitação do Município de, antes da abertura oficial das propostas; e
- f) Que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

Local e data

.....

(representante legal da licitante no âmbito da licitação, com identificação completa).

16.3. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da Matriz. Se for

filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

16.4. É de exclusiva responsabilidade das licitantes a juntada de todos os documentos necessário à habilitação.

16.4.1. A documentação apresentada para fins de habilitação fará parte dos autos do processo e não será devolvida à proponente.

17. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1. A Comissão Permanente de Licitação analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto no item 16 e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de Habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, observado o disposto no subitem 17.1.1.

17.1.1. Se nenhuma licitante restar habilitada, a Comissão Permanente de Licitação reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das propostas para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

18. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

18.1. Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação, criada pela portaria n., publicada no Diário Oficial em data de

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

18.2.1. Pelo menos 1/3 (um terço) dos membros da Subcomissão não poderá(ão) manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Município de

18.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, previamente cadastrados pela Comissão Permanente de Licitação.

18.3.1. A relação dos nomes referidos no subitem 18.3 deste Edital será publicada pela Comissão Permanente de Licitação no Diário Oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

18.3.2. O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, inclusive com dois suplentes, e de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o Município de, nos termos dos subitens 18.2.1 e 18.3.

18.3.3. A relação prevista no subitem 18.3 deste Edital, conterà, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o Município de

18.3.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 18.3, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.

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

18.3.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste item 18.

18.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 18.3.

18.3.6.2. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

18.3.7. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 18.3.4 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

19. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

19.1 Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas observado os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitações e pelos representantes das licitantes presentes.

19.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

19.1.2. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

19.1.3. A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso poderão, no interesse do Município, relevar aspectos puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência.

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

19.1.5. O julgamento das propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.

19.1.6. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

19.1.7. Qualquer tentativa de licitante de influenciar a Comissão Permanente de Licitação ou a subcomissão Técnica no processo de julgamento das propostas resultará na sua desclassificação.

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

PRIMEIRA SESSÃO

19.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 2.1 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no subitem 8.1 deste Edital;
- b) receber os invólucros números 1, 2, 3 e 4.
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

19.2.1. O invólucro nº 1, com a Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária só será recebida pela Comissão Permanente de Licitação se não:

- a) estiver identificado;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 2;
- c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do invólucro nº 1.

19.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas “a”, “b” e “c” do subitem 19.2.1, a Comissão Permanente de Licitação não receberá o invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

19.2.2. A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

- a) rubricar no fecho, sem abri-los, os invólucros n. 2 e 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação e separá-los dos invólucros nº 1 e 3.
- b) retirar e rubricar o conteúdo dos invólucros n. 1;
- c) abrir os invólucros n. 3 e rubricar seu conteúdo;
- d) colher a rubrica dos representantes das licitantes nos documentos que constituem os invólucros n. 1 e 3;
- e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 21 deste edital.

19.2.2.1. A Comissão Permanente de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea “b” do subitem 19.2.2. adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

19.2.2.2. Se, ao examinar os conteúdos dos invólucros n. 1 e 3, a Comissão Permanente de Licitação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência que possibilite,

inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.3. A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros n. 1, nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

19.2.4. Abertos os invólucros n. 1 e 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Permanente de Licitação.

19.2.5. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no subitem 19.2.6. e seguintes.

19.2.5.1. Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Permanente de Licitação pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do item 21, abrindo-se prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no item 22.

19.2.6. Não tendo sido interposto recurso ou tendo havido a sua desistência ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos invólucros n. 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento das Propostas referentes aos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentam em cada caso e encaminhamento desses documentos à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as Propostas;

d) encaminhamento pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos invólucros n. 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

e) Análise individualizada do julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso e encaminhamento desses documentos à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as Propostas.

19.2.6.1. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea “a” do subitem 12.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital e lançará sua pontuação em planilhas que virão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos

membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

19.2.6.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos invólucros n.º 2.

19.2.7. As planilhas previstas nas alíneas “c” e “f” do subitem 19.2.6 conterão respectivamente as pontuações de cada membro para cada subquesto do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO

19.3. Após receber as atas de julgamento das propostas Técnicas (invólucros ns. 1 e 3) respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os invólucros n.º 2;

c) cotejar as vias não identificadas (invólucro n.º 1) com as vias identificadas (invólucro n.º 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para a identificação de sua autoria;

d) elaborar planilhas geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

f) executar o sorteio previsto no subitem 12.6, se for o caso;

g) informar que o resultado do julgamento geral das propostas Técnica será publicado na forma do item 21, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22.

19.3.1. Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Permanente de Licitação.

TERCEIRA SESSÃO

19.4. Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificará os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os invólucros nº 4, com a Proposta de preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos invólucros nº 4;
- d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes dos licitantes presentes;
- f) efetuar com a licitante mais bem classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/93, art. 46, parágrafo 1º. Inciso II, nos termos da Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- g) adotar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, até a consecução de acordo com a contratação;
- h) declarar vencedora do julgamento final das Propostas técnica e de Preços – observado o disposto nos subitens 12.5 e 12.6 deste Edital – a licitante que:
 - h1) tenha sido mais bem classificada na Proposta Técnica e tenha apresentado a Proposta de menor preço; ou
 - h2) tenha sido mais bem classificada na Proposta Técnica e concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;
- i) Informar que o resultado do julgamento da proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no item 22.

19.4.1. Fica ressalvado que serão objeto da negociação prevista nas alíneas “f” e “g” do subitem 19.4 apenas os preços sujeitos a valorção, integrantes do subitem 1.1 das Propostas de Preços das licitantes classificadas, cujo modelo constitui o Anexo III. Portanto, os percentuais de que tratam os subitens 10.2.1.1 e 10.2.2 da minuta de Contrato (Anexo IV) corresponderão aos percentuais estabelecidos pela própria licitante vencedora em sua Proposta de preços, na declaração referente aos incisos I e II, respectivamente, do subitem 2.1 do Anexo III.

QUARTA SESSÃO

19.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 21 deste Edital, para participar da quarta sessão pública, com a seguintes pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista e presença;
- b) receber e abrir os invólucros n. 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos invólucros n. 5;
- e) informar:
 - e1) o resultado da habilitação;
 - e2) que o resultado da habilitação será publicado na forma do item 21 deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inhabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no artigo 109, I, “a da Lei 8.666/93;
 - e3) que será publicado na forma do item 21 deste Edital a licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

20. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

20.1 Não tendo sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação homologará o resultado desta concorrência e, assim, aprovará a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora, observado o disposto no subitem 29.10 deste Edital.

20.2. Imediatamente após a homologação do resultado desta Concorrência, a Comissão Permanente de Licitação elaborará e encaminhará à Secretaria Municipal deo relatório circunstanciado de todos os atos do certame.

21. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

21.1. A critério da Comissão Permanente de Licitação, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação na imprensa oficial é obrigatória:

- a) nas sessões de abertura de invólucros;
- b) no Diário Oficial;
- c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

22. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

22.1 Dos atos da administração decorrentes da aplicação deste Edital, cabem:

22.1.1. Recurso administrativo no prazo de 5 (cinco) dias úteis, a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

I – habilitação ou inabilitação do licitante;

II – julgamento das propostas;

III – anulação ou revogação da licitação.

22.1.2. Representação, no prazo de 5 (cinco) dias úteis da intimação da decisão relacionada com o objeto da licitação ou do contrato, de que não caiba recurso hierárquico, nos termos do artigo 109, inciso II, da Lei 8.666/93.

22.2. O recurso será dirigido ao Secretário Municipal de por intermédio da Comissão Permanente de Licitação que, após notificação às demais licitantes e cumprido o prazo estabelecido no parágrafo 3º do artigo 109 da Lei 8.666/93, se manifestará, submetendo o Recurso à decisão do Secretário Municipal de.....

23. RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

23.1. A verba estimada para sua destinação à publicidade institucional do Município de, para o período dos primeiros 12 (doze) meses, é de R\$..... (..... reais) e será executada de acordo com o previsto no subitem 24.1.2 deste Edital.

23.2 O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de correrá por conta da seguinte dotação orçamentária:

23.3 Se a Secretaria Municipal de optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

23.4 O Município de, através de sua Secretaria Municipal de se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

24. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

24.1 A licitante vencedora terá o prazo de 10 (dez) dias, contado a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo IV e o prazo de 30 (trinta) dias, contado a partir da data de assinatura do contrato, para apresentar a garantia prevista no item 25 deste Edital.

24.2 Se a licitante vencedora não comparecer, nos prazos estipulados no subitem 24.1, para assinar o contrato e apresentar o comprovante da prestação da garantia contratual, a Secretaria Municipal de poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de assinar o contrato ou revogar esta Concorrência, independentemente de comunicação prevista no artigo 81 da Lei 8.666/93.

24.3. O contrato para a execução dos serviços objeto deste Edital terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura, podendo ser prorrogado nos termos do artigo 57, inciso II da lei 8.666/93 e da Cláusula terceira da minuta de contrato.

24.4 O Município de, através de sua Secretaria Municipal de poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, conforme disposto na Cláusula Décima Quarta da minuta de contrato.

24.5 No interesse do Município de, a contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado dos contratos, conforme disposto no artigo 65, Parágrafos 1º e 2º da Lei 8.666/93.

25.6 Será de responsabilidade da contratada o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

24.7 Obriga-se também a contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.

24.8 A contratada, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos à Secretaria Municipal de sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam.

24.9 A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Concorrência, que envolva o nome do Município de, se houver expressa autorização deste.

24.10 É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente Concorrência para qualquer operação financeira.

24.11 A contratada se obriga a manter durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta Concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4º e seu parágrafo 1º da Lei 12.232/2010.

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

25. GARANTIA

25.1 A adjudicatária, quando convocada a assinar o Contrato, prestará garantia contratual no prazo de até 30 (trinta) dias úteis, observado o percentual de 1% (um por cento) do valor do contrato, considerando o disposto no item 24.1.2.

25.11 A garantia contratual deverá ter prazo de validade igual ao prazo de vigência do contrato.

25.2 Caberá à adjudicatária optar por uma das modalidades previstas no artigo 56 da Lei 8.666/93.

25.3 O Município de, através de sua Secretaria Municipal de poderá descontar do valor da garantia toda e qualquer importância que lhe for devida, a qualquer título, pela contratada, inclusive multas.

25.3.1. Se o desconto da garantia contratual se efetivar no decorrer do prazo contratual, a Garantia deverá ser reintegrada no prazo de 03 (três) dias, a contar da data de recebimento da Notificação, sob pena de ser descontada pela Contratante na fatura de pagamento correspondente ao mês seguinte.

25.4. Se a garantia for utilizada em pagamento de obrigação não cumprida ou de multa aplicada, após o devido processo legal, assegurado o contraditório e a ampla defesa, a Contratada se obrigará a depositar o montante da diferença do valor apurado, no máximo de 48 (quarenta e oito) horas, a contar da data em que for notificada pela Secretaria Municipal de.....

25.5. A garantia será restituída em 30 (trinta) dias, após o cumprimento das obrigações contratuais, devidamente atestadas pelo setor competente da Secretaria Municipal de quando do recebimento definitivo dos serviços.

26. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

26.1 A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos das Cláusulas Oitava e Nona da minuta de Contrato (Anexo IV) consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços ou, quando for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista no subitem 15.3 deste Edital.

26.2 A forma e as condições de pagamento são as constantes da Cláusula Décima Primeira da minuta de contrato (Anexo IV).

27. FISCALIZAÇÃO

27.1 A Secretaria Municipal de nomeará um Gestor ou Fiscal, titular e um substituto para executar a fiscalização dos contratos resultantes desta Concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, nos termos da Cláusula Décima Primeira da minuta de contrato (Anexo IV), com a anuência da Secretaria Municipal de.....

28. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

28.1 Será aplicada à licitante vencedora, multa compensatória de 0,01% (um centésimo por cento) calculada sobre a estimativa de despesas prevista no subitem 13.5, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei 8.666/93, diante das seguintes ocorrências:

- a) recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado;
- b) não manutenção das condições de habilitação, a ponto de inviabilizar a contratação.

28.1.1. O disposto no subitem precedente não se aplica à licitante convocada na forma do subitem 24.1.3.

28.2 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela contratada, sem justificativa aceita pela Secretaria Municipal, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira da minuta de contrato (Anexo IV).

29. DISPOSIÇÕES FINAIS

29.1. É facultada à Secretaria Municipal em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

29.1.1. A Comissão Permanente de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do invólucro n. 2.

29.2 A Comissão Permanente de Licitação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem que as agências classificadas no julgamento das Propostas Técnicas disponibilizarão para a realização dos serviços objeto desta concorrência.

29.2.1. A Comissão Permanente de Licitação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto á autoria da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, até a abertura do invólucro n. 2.

29.3. Até a assinatura do contrato, a licitante vencedora poderá ser desclassificada ou inabilitada se a Comissão Permanente de Licitação tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

29.3.1. Se ocorrer a desclassificação ou a inabilitação da licitante vencedora por fatos referidos no subitem precedente, a Comissão Permanente de Licitação poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta concorrência.

29.4. Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar ou estar disponíveis para a prestação dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à Secretaria Municipal

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

29.6. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório, mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o artigo 93 da Lei 8.666/93.

29.7. Antes do aviso oficial do resultado das etapas desta Concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as propostas.

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

29.8.1. A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do artigo 59 da lei 8.666/93.

29.9 O ANUNCIANTE poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à contratada o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

29.10. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços, a Secretaria Municipal, através da Comissão Permanente de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital e seus Anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

29.11. Correrão por conta da Secretaria Municipal as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada no Diário Oficial, na forma prevista no artigo 61, parágrafo único, da Lei 8.666/93.

29.12 As questões suscitadas por este Edital que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade de

29.13. Integram este Edital os seguintes anexos:

- a) Anexo I Termo de Referência - Projeto Básico - Apêndice Briefing
- b) Anexo II – Modelo de Procuração
- c) Anexo III – Modelo de proposta de preços
- d) Anexo IV – Minuta de Contrato.
- e) Anexo V – Planilhas de Avaliação

(cidade) de.....de 202.....

.....

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA

1. OBJETO

Constitui objeto da presente licitação a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse do Município, cujo objeto inclui o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

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

- 1.1. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- 1.2. à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- 1.3. à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.
- 1.4. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem 3.1.1 terão a finalidade de:
 - a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Governo Municipal de, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;
 - b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;
 - c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2. DA JUSTIFICATIVA

A Secretaria Municipal de da Prefeitura Municipal de tem por finalidade promover a divulgação das ações da Prefeitura municipal e dos seus órgãos, disseminar informações de interesse público, coordenar e acompanhar a criação e veiculação da publicidade institucional relativa a planos, programas, projetos e ações, estabelecendo políticas e diretrizes, objetivando a manutenção de um fluxo permanente de informação à sociedade.

É dever do Município facilitar o acesso à informação e serviços de utilidade pública, prestação de contas com foco na orientação social.

A comunicação tem sido importante instrumento para facilitar o acesso aos serviços, obras, programas e equipamentos públicos, incluindo orientação no enfrentamento às questões sociais, de saúde, mobilidade, educação, segurança, emprego e renda, e demais áreas de atuação do setor público.

Promover a cidadania, a participação popular, o acesso às políticas públicas, o acompanhamento das ações que planejam a cidade, modernizam os serviços, com transparência e acesso rápido à dados e informações.

Acompanhar a evolução das ferramentas e canais de comunicação, em constante transformação, por meio de novas tecnologias e redes sociais.

A sociedade da informação que estamos vivenciando, se caracteriza pela necessidade de respostas rápidas e por uma cultura acentuadamente voltada aos relacionamentos internos e externos, com transformações que se localizam principalmente nas formas e no tempo de distribuição de informação, resultado de inovações tecnológicas e da importância ofertada ao desenvolvimento social.

O ambiente da comunicação também mudou, com a inclusão das novas tecnologias que, de um lado, oferecem mais recursos e, de outro, aceleram os processos e alteram uma cultura bastante tradicional de relacionamento entre as comunidades interna e externa das organizações.

Sendo assim destacamos a comunicação como ferramenta essencial de acesso à informação, de manutenção da transparência e prestação de contas quanto ao uso do dinheiro público, de aproximação dos crescentes serviços disponíveis à população, incluindo os por meio digitais. Seja pelos canais tradicionais de mídia, ou por formas inovadoras de comunicação e no ambiente da internet, por ações diretas por meio de produção de materiais impressos e não mídia, uso de recursos próprios, a comunicação é parte fundamental da gestão da cidade.

3. DA CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E SEU FUNDAMENTO.

A contratação de serviços publicitários pela Administração Pública deverá ser precedida de correspondente processo licitatório, sob pena de incorrerem as autoridades responsáveis, em infrações legais, inclusive decorrente da prática de atos de improbidade administrativa, além de outros.

A lei 12.232/2010, em seu artigo 1º. estabelece a obrigatoriedade da realização de procedimentos licitatórios nas contratações pela administração pública de serviços de publicidade, que deverão ser prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda, no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, aí abrangidos os órgãos do Poder Executivo, Legislativo e Judiciário, bem como as pessoas da administração indireta e todas as entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados e Municípios.

Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei 4.680/65 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei n. 12.232/2010.

4. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

4.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
Plano de Comunicação Publicitária	
	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e não mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de problemas de comunicação	

4.2. A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

4.3. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado de acordo com o previsto no Edital.

4.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que, por si só e de forma inequívoca, possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro n. 2.

4.5. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

4.6. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia deverá ser elaborado com base no Apêndice Briefing, parte deste Termo de Referência/Projeto Básico, observadas as seguintes disposições:

4.6.1. Raciocínio Básico: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária do Município de para enfrentar os desafios ou os problemas geral e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados;

4.6.2 Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir os desafios ou os problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados e alcançar os objetivos, gerais e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

- a) Explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;
- b) 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;

4.6.3. Ideia Criativa: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

- a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no Edital, com comentários sobre cada peça e ou material.
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução dos desafios ou problemas, gerais e ou específicos, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

4.6.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia: constituída de:

- a) apresentação em que a licitante explicitará a justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) simulação de plano de distribuição em que a licitante indicará todas as peças e ou material destinados à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas, cujo valor estimado da campanha integral simulada será de **R\$......000,00 (..... mil reais)**.

4.6.5 Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de distribuição das peças e ou material;
- b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;
- e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.;

Nessa simulação:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do artigo 11 da Lei 4.680/65;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários da agência sobre todos os serviços de fornecedores.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

4.7. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com as seguintes especificidades:

I – ter a identificação da licitante;

II – ser datado;

III – estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Capacidade de Atendimento

4.8. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em cadernos específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.8.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos neste item poderá ser editada em papel A3 dobrado.

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

4.8.3. A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

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 da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) a sistemática de atendimento 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;

e) 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.

Repertório

4.9. A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o Repertório em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seu atos constitutivos, devidamente identificado.

4.10. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n.2.

4.11. Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

4.12. O Repertório será constituído de peças e ou material concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

4.13. A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

4.14. As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2016.

4.15. Se apresentadas soltas, as peças poderão ter qualquer formato, dobradas ou não.

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

4.17. As peças e ou material não podem se referir a trabalhos solicitados e ou aprovados pelo Município de

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

4.18. A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte Arial, tamanho 12 pontos, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

4.19. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro n. 2.

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

I – será elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II – deverá ter nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III – não pode referir-se a ações publicitárias solicitadas e ou aprovadas pelo Município de

IV – deverá estar formalmente referendado pelo cliente.

4.21. A formalização do referendo deverá ser feita na última página do Relato, na qual constarão o nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. As duas páginas do Relato deverão estar assinadas pelo autor do referendo.

4.22. As propostas de que trata o subitem 11.10 devem ter sido implementadas a partir de 01.01.2016.

4.23. É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I – as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou PEN DRIVE, podendo integrar o caderno específico previsto no Edital ou ser apresentadas soltas;

II – as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no Edital, em papel A4 ou A3 dobrado ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III – para cada peça e ou material deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram resolver.

4.24. Se a licitante apresentar apenas 1 (um) Relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista no Edital.

5. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

5.1. a Subcomissão Técnica prevista neste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

5.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

5.3. Plano de Comunicação Publicitária

5.4. Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão:

a) das funções e do papel do Município de nos contextos social, político e econômico;

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações do Município de com seus públicos;

c) das características do Município de e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;

e) dos desafios ou dos problemas, gerais e ou específicos, de comunicação a serem enfrentados pelo Município de

f) das necessidades de comunicação do ANUNCIANTE para enfrentar esses desafios ou problemas.

5.5. Estratégia de Comunicação Publicitária

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação do Município de e a seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de comunicação;

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

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de com seus públicos;

d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução dos desafios ou dos problemas, geral e ou específico, de comunicação do Município de

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

f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre o Município de, o mercado no qual se insere, seus desafios ou problemas, geral e ou específico, de

comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

5.6. Ideia Criativa

- a) sua adequação aos desafios ou problemas geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura do Município de
- b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;
- c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- g) sua pertinência às atividades da Prefeitura do Município de e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
- i) a exequibilidade das peças e ou do material;
- j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

5.7. Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;
- b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;
- d) a pertinência, oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura do Município de
- e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;
- f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

5.8. Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes atuais das licitantes e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;
- c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura do Município de

d) a adequação das instalações da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura de e a licitante, esquematizado na proposta;

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 da prefeitura do Município de, sem ônus adicional durante a vigência do contrato.

5.9. Repertório

a) a ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propõe a resolver;

b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;

c) a clareza da exposição das informações prestadas;

5.10. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

a) a evidência de planejamento publicitário;

b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

c) a relevância dos resultados apresentados;

d) a concatenação lógica da exposição.

5.11. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

5.12. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS/SUBQUESITOS	PONTOS
Plano de Comunicação Publicitária, sendo:	65
Raciocínio Básico	10 pontos
Estratégia de Comunicação Publicitária	25 pontos
Ideia Criativa	20 pontos
Estratégia de Mídia e Não Mídia	10 pontos
Capacidade de Atendimento	15
Repertório	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10
Pontuação máxima total	100

5.13. A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

5.14. A pontuação de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

5.15. Será considerada mais bem classificada na fase de julgamento da Proposta Técnica a licitante que obtiver a maior nota.

6. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

6.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

6.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

6.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes do subitem 1.1 da Proposta de Preços da licitante, cujo modelo constitui o Anexo III, ressalvado que, nos termos do artigo 46, parágrafo 1º da Lei 8.666/93 **não será aceito:**

a) **desconto superior a 30% (trinta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Norte a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) **percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.

c) **percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento)** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) **percentual de remuneração superior a 20% (vinte por cento)** incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

6.4. Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Licitação considerará o preço por extenso.

6.5. Além da remuneração prevista acima, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência equivalente a 20% (vinte por cento) sobre o valor dos negócios que encaminhar ao Veículo por ordem e conta de seus Clientes, e percentual de honorários de 15% (quinze por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material, em conformidade com o artigo 11 da Lei 4.680/65, e nos itens 2.5.1 e 3.6.1 estabelecidos pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP, respectivamente.

7. DO VALOR, PRAZO, VIGÊNCIA E DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência, doravante denominada agência licitante ou contratada, cujo crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício, no valor estimado de R\$......(.....reais) correrá por conta da seguinte dotação:.....

O prazo de vigência da presente contratação será de 12 (doze) meses, contados da data de assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado, a critério da administração, segundo as disposições do artigo 57 da lei 8.666/93 e suas alterações.

8. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

Poderão participar desta Concorrência agências de propaganda que atendam às condições deste Edital e apresentem os documentos nele exigidos.

Não poderão participar, direta ou indiretamente, desta licitação:

- a) empresas cujo objeto social não seja pertinente e compatível com o objeto deste Edital;
- b) empresas que se encontrem em processo de dissolução, fusão, cisão ou incorporação;
- c) em regime de consórcio, qualquer que seja sua forma de constituição, e empresas controladas, coligadas, interligadas ou subsidiárias entre si ;
- d) que se apresentem na qualidade de subcontratadas;
- e) empresas que tenham sócios, gerentes ou responsáveis técnicos que sejam servidores ou dirigentes de órgão ou entidade da Administração Pública Municipal de;
- f) suspensa se participar de licitação e impedidas de contratar com o Município de, conforme art. 87, inciso III, da Lei 8.666/93, durante o prazo da sanção aplicada;
- g) declaradas inidôneas para licitar com a Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, conforme artigo 87, inciso IV, da Lei 8.666/93.
- h) sociedades estrangeiras não autorizadas a funcionar no País;
- i) empresas integrantes de um mesmo grupo econômico, assim entendidas aquelas que tenham diretores, sócios, representantes legais ou representantes técnicos comuns, ou que utilizem recursos materiais, tecnológicos ou humanos em comum, exceto se demonstrado que não agem representando interesse econômico em comum.

9. DISPOSIÇÕES GERAIS

Esta concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação, nomeada pela Portaria n., publicada no Diário Oficial em

(cidade), ... de de 202....

APÊNDICE BRIEFING

A CIDADE DE

Dados gerais da cidade: econômicos, sociais, índices,...

ESTRUTURA ADMINISTRATIVA DA PREFEITURA

Trazer a estrutura das secretarias, suas funções, linha de atuação da gestão frente aos desafios da cidade.

PROBLEMA ESPECÍFICO DE COMUNICAÇÃO

Apresentar o problema de comunicação a ser solucionado pelas licitantes

DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Desenvolver o desafio de comunicação

RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

Indicar quais são e quantitativo para orçamentos de produção.

MARCA

Indicar onde as licitantes obterão a marca do Município para aplicação nas peças de publicidade

INVESTIMENTO DA CAMPANHA SIMULADA

**Custo total da campanha, incluindo produção e veiculação de mídia:
R\$.....**

PRAZO DE DURAÇÃO DA CAMPANHA

..... dias

PRAÇA

Município de

(cidade), de de 202...

JUSTIFICATIVA DE VALOR GLOBAL ESTIMADO

Trata-se de justificativa de valor estimado para a contratação através de licitação, na modalidade Concorrência, tipo Melhor técnica de serviços de publicidade e propaganda, prestados por intermédio de Agência de Publicidade, de interesse do Município de, incluindo: conceituação, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa, distribuição e publicidade aos veículos e demais meios de divulgação e que também materiais de Não Mídia, tendo como base a Tabela Referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de

Estimou-se esse valor global de contrato tendo em vista a necessidade de comunicação institucional do Município, o acréscimo das tabelas de preços dos veículos de comunicação e dos fornecedores de serviços especiais, bem como dos custos internos referenciais da Tabela do Sindicato das Agências do Estado de tendo como abrangência o município de

Reforçamos que diante do aumento de preços dos serviços de terceiros, inflação, ajustes de tabelas já citadas, e ainda, considerando o porte da cidade de que segue em constante crescimento populacional e incremento de demandas por serviços públicos nas diversas áreas, foi estimado o valor referido, de forma a atender as necessidades de comunicação institucional do município.

(cidade),

ANEXO II

MODELO DE PROCURAÇÃO

Outorgante

Qualificação (nome, endereço, nome empresarial, etc)

Outorgado

O representantes devidamente qualificado

Objeto

Representar a outorgante na Concorrência n.

Poderes

Retirar editais, apresentar Propostas e Documentos de Habilitação, participar de sessões públicas de abertura dessas Propostas e Documentos, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negocia preços e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

(cidade) de..... de 202...

EMPRESA

(CARGO E NOME)

Observações: se particular, a procuração será elaborada em papel timbrado da licitante e assinada por representantes legais ou pessoa devidamente autorizada; será necessário comprovar os poderes do outorgante para fazer a delegação acima.

ANEXO III

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

1. Preços sujeitos a valoração

I. Desconto a ser concedido à Prefeitura do Município de, no percentual de% (..... por cento) em relação aos preços previstos na tabela referencial de Custos Internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

II. Honorários a serem cobrados da Prefeitura Municipal de, no percentual de % (..... por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.

III – Honorários a serem cobrados da Prefeitura Municipal de, no percentual de% (..... por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

IV. Remuneração a ser cobrada da Prefeitura Municipal de, no percentual de% (..... por cento) incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela licitante, que não proporcione à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

- 1.1. Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os preços indicados acima, para os serviços descritos.
- 1.2. Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.
- 1.3. O prazo de validade desta Proposta de Preços é de(....) dias, contados de sua apresentação.

2. Reutilização de peças publicitárias – direitos autorais

- 2.1. Declaramos que, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o ANUNCIANTE pagará, no máximo, os seguintes percentuais em relação ao valor original de cessão de direitos patrimoniais de autor e conexos, aos detentores de direitos sobre;

I – Trabalhos de arte e outros: até 100% (cem por cento);

II – Obras consagradas incorporadas a peças: até 100% (cem por cento).

2.2. Para a reutilização por períodos inferiores, os respectivos percentuais máximos serão obtidos pela regra de três simples.

3. Outras declarações

- 3.1. Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da minuta de contrato (Anexo IV).
- 3.2. Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e a veículos transferindo ao Município de as vantagens obtidas.
- 3.3. Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de serviços especializados e aos veículos e demais meios de divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do Município de nos termos da Cláusula Décima Primeira da minuta de contrato (Anexo IV).
- 3.4. Esta Proposta de Preços está sendo apresentada em conformidade com o Edital desta concorrência.

(cidade),de..... de 202....

(denominação da licitante)
Representante legal

ANEXO IV

MINUTA DO CONTRATO/.....

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE ENTRE O MUNICÍPIO DE E, NA FORMA ABAIXO:

Pelo presente instrumento particular de contrato de prestação de serviços de publicidade, o **MUNICÍPIO DE**, representado por seu Prefeito Municipal, sr. (ou por intermédio da **SECRETARIA MUNICIPAL DE**) inscrita no CNPJ sob n., com sede nesta cidade, à rua, (por seu **Secretário Municipal, sr., RG, CPF.**) doravante denominado **CONTRATANTE** e, de outro lado, a empresa, com sede em, à rua, inscrita no CNPJ sob n., por seu representante legal, sr., RG. CPF., doravante denominada simplesmente **CONTRATADA**, resolvem celebrar o presente contrato de prestação de serviços de publicidade, objeto da Concorrência n., processo n., submetendo-se as partes de acordo com as cláusulas, condições e obrigações seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DA LEGISLAÇÃO E DOS DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1. O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei 12.232, de 29.04.2010 e, de forma complementar, das Leis n. 4.680/65 e 8666/93.

1.2. Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados – o Edital da Concorrência n. e seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços apresentadas pela contratada.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO

2.1. Constitui objeto da presente licitação a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, de interesse do Município de, cujo objeto inclui o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, difundir ideias ou informar o público em geral.

2.1.1. Também integram o objeto desta concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;
- b) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

2.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea “a” do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

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

2.1.2. Os serviços previstos no subitem 2.1.1. não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículos de comunicação.

2.2 A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o artigo 3º da Lei 4.680/65, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1 e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

2.4. A CONTRATADA, observando o disposto no subitem 3.2.2. do Edital da Concorrência que deu origem a este ajuste, atuará de acordo com solicitação da CONTRATANTE.

CLÁUSULA TERCEIRA – DA VIGÊNCIA E DA PRORROGAÇÃO

3.1. O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

3.1.1. A CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do artigo 57 da Lei 8.666/93.

3.1.2. No interesse do Município de, a CONTRATADA fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado dos contratos, conforme disposto no artigo 65, parágrafos 1º e 2º, da Lei 8.666/93.

CLÁUSULA QUARTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA nos primeiros 12 (doze) meses, estão estimadas em R\$.....(.....), conforme estabelecido no subitem 2.4 da Cláusula Segunda.

4.2. O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de, correrá por conta da seguinte dotação orçamentária:

4.3. Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

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

CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

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

5.1.1. Realizar, com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a intermediação na contratação de fornecedores nos termos do edital, todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE, observada a restrição prevista no subitem 2.1.1 deste contrato.

5.1.2. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da Concorrência 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.

5.1.3. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

5.1.3.1. Pertencem à CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículos de divulgação

5.1.3.1.1. O disposto no subitem 5.1.3.1 não abrange os planos de incentivo eventualmente concedidos por veículos à CONTRATADA, nos termos do artigo 18 da Lei 12.232/2010.

5.1.3.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.3.3. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.1.3.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.3.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.4. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2 no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

5.1.5. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

I – fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II – só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados junto à Prefeitura Municipal de, como tais, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III – apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV – exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitários e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V – a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI – a CONTRATADA após recebimento de cada processo de pagamento pela CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de 72 (setenta e duas) horas, a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto deste contrato.

5.1.6.1. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA

coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

5.1.6.2. Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do gestor deste contrato.

5.1.6.3. Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá:

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global deste contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

5.1.6.4. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados, acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.6.5. As disposições dos subitens 5.1.6 a 5.1.6.4 não se aplicam á compra de mídia.

5.1.7. Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

5.1.7.1. é vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

I – um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II – dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.8. Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito para autorizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

5.1.8.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.9. Apresentar à CONTRATANTE para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.5 e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.

5.1.10. Apresentar à CONTRATANTE como alternativa ao subitem 5.1.9, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa

independente, para fins do disposto no subitem 11.4 e as justificativas que demonstrem tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no artigo 15 da Lei 12.232/2010.

5.1.10.1. O estudo de que trata o subitem 5.1.10 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

5.1.10.1.1. O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.10.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 6 (seis) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.10.1.2. Os serviços de aferição e auditoria de mídia, será de responsabilidade da CONTRATADA, devendo ser apresentado sob forma de Relatório de Checagem de Veiculação, não gerando quaisquer ônus para a CONTRATANTE. Devendo na impossibilidade apresentar uma declaração de que efetivamente foi veiculado nas mídias, sob as penas da lei.

5.1.10.1.3. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.10, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.11. Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:

- a) TV e Cinema: cópias em arquivos digitais;
- b) internet: cópias em arquivos digitais;
- c) Rádio: cópias em arquivos digitais;
- d) Mídias impressas e material publicitário: cópias digitais.

5.1.12. Manter, durante o período de 05 (cinco) anos, após o encerramento deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 5.1.11.

5.1.13. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

5.1.13.1. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 5.1.11.

5.1.14. Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

5.1.15. Registrar em relatório de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviços entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar

transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias do desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

5.1.15.1. Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 02 (dois) dias úteis após a realização do contato.

5.1.15.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 02 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

5.1.16. 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 fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.17. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

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

5.1.19. Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.20. Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o artigo 4º e seu parágrafo primeiro da Lei 12.232/2010.

5.1.21. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infração a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

5.1.22. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

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

5.1.24. 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.

5.1.25. Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.26. Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

5.1.27. Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

5.1.28. Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.1.29. 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.

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

5.1.30.1. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez dias úteis a contar da data do efetivo pagamento).

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

CLÁUSULA SEXTA – OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

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

a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

b) 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 24 (vinte e quatro) horas úteis.

c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços.

d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA.

e) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

f) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

g) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

6.2. A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência de que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

CLÁUSULA SÉTIMA – FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1. A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-lo, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado, com anuência da Secretaria Municipal de.

7.1.1. Serão nomeados um Fiscal ou gestor titular e um substituto, para executar a fiscalização deste contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a CONTRATANTE, objetivando sua imediata correção com a anuência da Secretaria Municipal de.....

7.1.1.1. Além das atribuições previstas neste contrato e na legislação aplicável, caberá ao fiscal ou gestor, verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA.

7.2. A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da CONTRATADA, pela perfeita execução dos serviços.

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

7.4. A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

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

7.6. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidades ou falhas, não exime a CONTRATADA.

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

7.8. 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 à CONTRATANTE.

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

CLÁUSULA OITAVA – REMUNERAÇÃO

8.1. Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta cláusula:

8.1.1. desconto de % (.....por cento) em relação aos preços previstos na tabela referencial de custos internos do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Rio Grande do Norte, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes a peças e ou material.

8.1.2. percentual de honorários% (..... por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato.

8.1.3. percentual de honorários de% (..... por cento) bem como incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

8.1.4. percentual de honorários 15% (quinze por cento) incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material.

8.1.5. Percentual de remuneração de% (..... por cento) incidente sobre veiculação de mídia digital intermediada pela CONTRATADA, que não proporcionem à agência o desconto de agência concedido por veículos de divulgação.

8.1.6. Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.6. A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.1.

8.2. Os honorários de que tratam os subitens 8.1.2 a 8.1.4 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.3. Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, 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.

8.4. Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

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

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

CLÁUSULA NONA – DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1. Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará ao desconto de agência equivalente a 20% (vinte por cento) sobre o valor dos negócios que encaminhar ao Veículo por ordem e conta de seus Clientes, em conformidade com o artigo 11 da Lei 4.680/65, e nos estabelecidos pelas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo Conselho Executivo de Normas Padrão - CENP.

9.2. quando do pagamento de cada uma das faturas de veiculação, conforme previsto no item 11.1.1 a CONTRATADA repassará à CONTRATANTE, sob a forma de desconto, parte do desconto padrão de agência a que faz jus, cabendo, do valor correspondente à veiculação,% (..... por cento) à CONTRATADA e% (..... por cento) à CONTRATANTE, desde que atendidas as disposições do Anexo B das Normas-Padrão quanto à possibilidade de repasse parcial do desconto de agência, de acordo com a verba anual de mídia da CONTRATANTE.

9.2.1. O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pelos veículos de divulgação pela concepção, execução e ou

distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do artigo 19 da Lei 12.232/2010.

CLÁUSULA DÉCIMA – DIREITOS AUTORAIS

10.1. A CONTRATADA cede à CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

10.1.1. O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2. A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

10.2. Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores, quando determinada pela CONTRATANTE, orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.2.1. A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE, em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas neste contrato.

10.2.1.1. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 100% (cem por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.1.1. O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do IGP-DI da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 100% (cem por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.3. Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1. e 10.2.2. o valor a ser pago pela CONTRATANTE

será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos e qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

10.3. Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.4. A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obras consagradas, incorporadas à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.5.

10.5. A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I – a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contados da data do pagamento do serviços, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II – que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III – que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1. Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I – a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ n., da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito no Banco agência, conta corrente n.bem como toda a documentação fiscal que demonstrem a regularidade com o município, estado e governo federal que trata o item 11.5.1.

II – a primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo;

III – os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

11.1.1. Os documentos de cobrança e demais informações necessárias à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE, no seguinte endereço:

11.1.2. O gestor/fiscal deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.2. A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I – serviços executados pela CONTRATADA;

- a) intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1.
- b) execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1.

II – serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

- a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
- b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
- c) criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;
- d) veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1, da demonstração do valor devido ao veículo, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.5.

11.2.1. As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea “a” do inciso II do subitem 11.2.

11.2.2. Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas na alínea “d” do subitem 11.2., a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.3. Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o artigo 15 da Lei 12.232/2010, será conferido pelo gestor/fiscal do contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.3. O pagamento das despesas será feito em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2

11.4. No tocante à veiculação, além do previsto na alínea “d” do inciso II do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I – Exemplar original de revista;

II – Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do jornal e praça;

III – demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.9 ou 5.1.10 a Cláusula Quinta perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.4.1. Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.9 ou 5.1.10 da Cláusula Quinta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

I – TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dias e horário da veiculação;

I.1) como alternativa do procedimento previsto no inciso I, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento composto contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

I.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos inciso I e I.1 deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

II – Mídia Exterior:

II.1. Mídia Out Off Home: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução,

sob as penas do artigo 299 do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.2. Mídia Digital Out Off Home: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF. E assinatura do responsável pela declaração;

II.3. Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, relatório com fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, firmada pela empresa que realizou a veiculação da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III – internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o print da tela.

11.4.2. As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 11.5.1. serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.5. A CONTRATADA deverá apresentar à CONTRATANTE, mensalmente, conforme o caso, o Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviços – FGTS, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos, das Secretarias de Fazenda do Estado, quando devida, e do Município.

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

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

11.7. No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do IGP-DI da Fundação Getúlio Vargas.

11.7.1. 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.

11.8. A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.9. A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatórios até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.9.1. Os dados e formatos dos controles serão definidos pela CONTRATANTE e os relatórios deverão conter pelo menos as seguintes informações: data de pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.9.2. O não cumprimento dos dispostos nos subitens 11.9 e 11.9.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

11.9.2.1. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.9.2.1. a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato e ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços especializados ou ao veículo, conforme o caso.

11.9.2.3. Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempo e ou espaço, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – GARANTIA

12.1. A CONTRATADA prestará garantia, em favor da CONTRATANTE, no valor de R\$......(....._. correspondente a 1% (um por cento) do valor deste contrato, estimado para a execução dos serviços, no prazo de até 30 dias úteis, contados a partir da data de assinatura deste contrato.

12.1. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.3. S houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a complementação da garantia no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.4. Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei 8.666/93.

12.4.1. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 30 (trinta) dias úteis, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.5. A garantia ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 30 (trinta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu gestor/fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas

12.5.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base no Índice Geral adotado à poupança, segundo as normas do Banco Central do Brasil.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1. O descumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, sem justificativa aceita pela CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções administrativas:

I – advertência;

II – multa de mora e multa por inexecução contratual;

III – suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE por prazo de até 2 (dois) anos;

IV – declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública.

13.1.1. Nenhuma sanção será aplicada sem o devido processo administrativo, assegurado à CONTRATADA o contraditório e a ampla defesa.

13.1.2. As sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato devidamente justificado da autoridade competente.

13.2. A aplicação das sanções observará as seguintes disposições:

I – as multas e a advertência serão aplicadas pelo Secretário Municipal de

II – caberá ao Secretário Municipal de aplicar a suspensão temporária de participação de licitação e impedimento de contratar com a CONTRATANTE e propor a declaração de inidoneidade.

13.3. A sanção de advertência poderá ser aplicada nos seguintes casos:

I – descumprimento parcial das obrigações e responsabilidades assumidas contratualmente;

II – outras ocorrências que possam acarretar transtornos ao envolvimento dos serviços, a juízo da CONTRATANTE, desde que não caiba a aplicação de sanção mais grave.

13.3.1. No ato de advertência, a CONTRATANTE estipulará prazo para o cumprimento da obrigação e ou responsabilidade mencionadas no inciso I e para a correção das ocorrências de que trata o inciso II, ambos do subitem 13.3.

13.4. A multa moratória poderá ser cobrada pelo atraso injustificado no cumprimento do objeto ou de prazos estipulados.

13.4.1. O atraso sujeitará a CONTRATADA à multa de 1% (um por cento) por dia de atraso na entrega de material ou execução de serviço, a contar do primeiro dia útil da respectiva data fixada, até o limite de 30 (trinta) dias úteis, calculada sobre o valor correspondente à obrigação não cumprida.

13.4.2. O atraso injustificado superior a 30 (trinta) dias na entrega de material ou execução de serviços caracterizará inexecução total deste contrato.

13.5. A inexecução contratual sujeitará a CONTRATADA à multa compensatória de:

I – de 1% (um por cento) calculada sobre o valor da nota fiscal correspondente ao material ou ao serviço em que tenha ocorrida a falta, quando caracterizada a inexecução parcial ou execução insatisfatória deste contrato;

II – 1% (um por cento) calculado sobre o valor previsto no subitem 4.1 pela:

- a) recusa injustificada em apresentar a garantia prevista nos subitens 12.1 e 12.4 deste contrato;
- b) inexecução total deste contrato;
- c) pela interrupção da execução deste contrato, sem prévia autorização da CONTRATANTE.

13.6. A suspensão do direito de licitar e contratar com a CONTRATANTE poderá ser aplicada à CONTRATADA se, por culpa ou dolo, prejudicar ou tentar prejudicar a execução deste ajuste, nos seguintes prazos e situações:

I – por até 2 (dois) anos:

- a) Não conclusão dos serviços contratados;
- b) Prestação do serviço em desacordo com as especificações constantes da Ordem de Serviço depois da solicitação de correção efetuada pela CONTRATANTE;
- c) Cometimento de quaisquer outras irregularidades que acarretem prejuízo à CONTRATANTE, ensejando a rescisão deste contrato por sua culpa;
- d) Condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos e contribuições, praticada por meios dolosos;
- e) Apresentação à CONTRATANTE, de qualquer documento falso ou falsificação, no todo ou em parte, com o objeto de participar da licitação que deu origem a este contrato, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura

- deste contrato, ou para comprovar, durante sua execução, a manutenção das condições apresentadas na habilitação;
- f) Demonstração, a qualquer tempo, de não possuir idoneidade para contratar com a CONTRATANTE em virtude de atos ilícitos praticados;
 - g) Ocorrência de ato capitulado como crime pela Lei 8.666/93, praticado durante o procedimento licitatório, que venha ao conhecimento da CONTRATANTE após a assinatura deste contrato;
 - h) Reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio e expresso da CONTRATANTE.

13.7. A declaração de inidoneidade será aplicada quando constatada má-fé, ação maliciosa e premeditada em prejuízo da CONTRATANTE, atuação com interesses escusos, reincidência em faltas que acarretem prejuízo à CONTRATANTE ou aplicações anteriores de sucessivas outras sanções.

13.7.1. A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada à CONTRATADA se, entre outros casos:

- I – sofrer condenação definitiva por fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos, praticada por meios dolosos;
- II – demonstrar, a qualquer tempo, não possuir idoneidade para licitar ou contratar com a CONTRATANTE, em virtude de atos ilícitos praticados;
- III – reproduzir, divulgar ou utilizar em benefício próprio ou de terceiros, quaisquer informações de que seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução deste contrato, sem consentimento prévio da CONTRATANTE.

13.7.2. A declaração de inidoneidade implica proibição da CONTRATADA de transacionar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação, perante a autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir a CONTRATANTE pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo da sanção aplicada.

13.8. Da aplicação das sanções de advertência multa e suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE caberá recurso, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do primeiro dia útil subsequente ao do recebimento da comunicação.

13.8.1. O recurso referente à aplicação de sanções deverá ser dirigido à autoridade imediatamente superior, por intermédio daquela responsável pela sua aplicação, a qual poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis ou, nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 5 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso, conforme especificado a seguir:

- a) as multas e a advertência: pelo Secretária Municipal de por intermédio do Gestor/fiscal do contrato;

b) suspensão do direito de licitar ou contratar com a CONTRATANTE: ao Prefeito Municipal.

13.9. As sanções aqui previstas são independentes entre si, podendo ser aplicadas isoladas ou cumulativamente, sem prejuízo de outras medidas cabíveis, respondendo ainda a CONTRATADA por qualquer indenização suplementar no montante equivalente ao prejuízo excedente que causar, na forma do parágrafo único do artigo 416 do Código civil.

13.10. A aplicação das sanções previstas neste contrato não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei 8.666/93, incluída a responsabilização da CONTRATADA por eventuais perdas e danos causados à CONTRATANTE.

13.11. O valor das multas poderá ser descontado da garantia constituída, do valor da fatura de quaisquer serviços referentes ao presente contrato, cobrado diretamente ou, ainda quando for o caso, cobrado judicialmente da CONTRATADA.

13.11.1. O valor das multas deverá ser recolhido no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – RESCISÃO

14.1. O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos artigos. 77 e 78 nas formas estabelecidas no artigo 79, todos da Lei 8.666/93.

14.1.1. Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:

- a) For atingido por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;
- b) For envolvida em escândalo público e notório;
- c) Quebrar o sigilo profissional.
- d) Utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;
- e) Não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;
- f) Motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;
- g) Deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato: e
- h) Vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;
- i) Não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no artigo 4º da Lei 12.232/2010;
- j) Deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.9 e 11.9.1.

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

14.3. Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1. A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos Profissionais de Propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes a moral e os bons costumes.

15.2. A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial, às suas expensas, na forma prevista no artigo 61, parágrafo único, da Lei 8.666/93.

15.3. Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei 8.666/93, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

15.4. São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei n. 8078/90 (Código de Defesa do Consumidor).

15.5. 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 gerará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

15.6. As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio da CONTRATANTE na internet.

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – FORO

16.1. As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da comarca de

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 04 (quatro) vias de igual teor e forma, na presença das testemunhas que igualmente o subscrevem.

(CIDADE), de

CONTRATANTE

CONTRATADA

Testemunhas:

Nome

CPF.

Nome

CPF