



EDITAL

PREÂMBULO

O **Município de Presidente Kennedy**, Estado do Espírito Santo, com sede na Rua Átila Vivácqua, nº 79, Município de Presidente Kennedy, por intermédio da Comissão Permanente de Licitação - CPL, designada pelo Decreto nº 16, de 03 de fevereiro de 2021, de acordo com a Lei Federal nº 12.232/10, e complementada pela Lei nº 8.666/93 e suas alterações e Lei nº 4.680/65, torna público, para conhecimento dos interessados, a realização de licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA PÚBLICA**, sob o regime de execução indireta através de **EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO**, do tipo **MELHOR TÉCNICA**, objetivando a **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA, A COMPRA DE MÍDIA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE PROMOVER OS SERVIÇOS, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, A FIM DE ATENDER A COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DE PRESIDENTE KENNEDY/ES**, por solicitação da Coordenadoria de Comunicação Institucional, conforme exigências qualitativas e quantitativas discriminadas no **TERMO DE REFERÊNCIA**, obedecendo rigorosamente às instruções, especificações e condições fixadas neste edital e seus anexos que o integram, para todos os efeitos.

- Modalidade: Concorrência Pública nº 002/2021

- Processo Administrativo nº 000695/2021

1 DO OBJETO

1.1 Objeto: A presente licitação tem por objeto a **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA, A COMPRA DE MÍDIA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE PROMOVER OS SERVIÇOS, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, A FIM DE ATENDER A COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DE PRESIDENTE KENNEDY/ES**.

1.2 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) A produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados; e
- c) A criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

1.3 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do subitem 1.2 terão a finalidade



EDITAL

de:

- a) Gerar conhecimento sobre o mercado, 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.

1.4 Os serviços previstos no subitem 1.2 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.

1.4.1 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 veículo de comunicação.

1.5 Os serviços objeto da presente licitação serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

1.5.1 A agência atuará por ordem e conta da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.2, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.5.2 A agência **não** poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 1.

2 DO EDITAL

2.1 O presente Edital poderá ser obtido através do site www.presidentekennedy.es.gov.br ou na sala da CPL, situada à **Rua Átila Vivácqua, nº 48, 2º andar (em cima da Loja Multiken), Centro, Presidente Kennedy/ES.**

2.2 Quaisquer esclarecimentos e informações poderão ser obtidos pelo telefone (28) 3535-1907, ou através do e-mail: licitacao@presidentekennedy.es.gov.br.

3 DA DATA, HORÁRIO E LOCAL DA LICITAÇÃO

3.1 A empresa interessada deverá protocolizar os invólucros contendo os DOCUMENTOS DE PROPOSTAS TÉCNICAS e PROPOSTA COMERCIAL no Setor de Protocolo, **situado à Rua Lúcio Moreira Filho, nº 79, Centro (no Térreo da Prefeitura Municipal), Presidente Kennedy/ES, até às 09:00 horas do dia 09 de novembro de 2021.**

3.2 O invólucro referente os DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO **não será entregue junto aos demais Invólucros.** A Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das propostas para apresentação dos documentos de habilitação, em sessão pública, em data e hora estabelecida



EDITAL

previamente.

3.3 Devido a Pandemia do COVID-19 o(s)s representante(s) devidamente credenciado(s) **deverá(ão)** estar munidos de máscara, luva e caneta.

3.4 O local da sessão pública será sala da CPL, situada à **Rua Átila Vivácqua, nº 48, 2º andar (em cima da Loja Multiken), Centro, Presidente Kennedy/ES, às 09:30 horas do dia 09 de novembro de 2021.**

4 DA MODALIDADE DA LICITAÇÃO

4.1 A modalidade de licitação será a "**CONCORRÊNCIA**", do tipo "**MELHOR TÉCNICA**", nos termos do art. 5º da Lei Federal nº 12.232/10.

4.2 O Regime de execução será por "**EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO**", conforme disposto no art. 10, II, alínea "b", da Lei Federal nº 8.666/93.

5 DAS CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO

5.1 Poderão participar desta licitação as agências que desenvolverem a atividade publicitária regulamentada pela Lei nº 4.680/65, satisfazerem as condições expressas no Termo de Referência e neste Edital e seus anexos e apresentarem os documentos nele exigidos.

5.2 Estão impedidos de participar de qualquer fase do processo, interessados que se enquadrarem em uma ou mais das situações a seguir:

- a) estejam constituídos sob a forma de consórcio;
- b) estejam cumprindo a penalidade prevista no artigo 87, inciso III da Lei nº 8.666/93, desse que não haja disposição expressa limitando os seus efeitos à esfera do ente sancionador;
- c) estejam cumprindo a penalidade prevista no art. 87, IV, da Lei nº 8.666/93, ainda que imposta por ente federativo diverso do Espírito Santo;
- d) estejam sob falência, dissolução ou liquidação (caso o licitante se encontre em processo de recuperação judicial ou extrajudicial, deverá ser apresentada na fase de habilitação a sentença homologatória do plano de recuperação judicial); e
- e) não cumpram o disposto no art. 9º da Lei nº 8.666/93 e alterações.

5.3 Não será permitida a participação de consórcios na licitação.

5.4 Nenhuma licitante poderá participar com mais de uma proposta.

5.5 A participação das empresas neste licitação implica na aceitação de todas as condições expressas no Termo de Referência, seus Anexos e legislação pertinente, bem como na fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

5.6 A licitante arcará integralmente com todos os custos da preparação e apresentação de sua proposta, independentemente do resultado do procedimento licitatório.

5.7 É facultado ao Presidente da Comissão de Licitação, em qualquer fase do certame, promover diligências



EDITAL

destinadas a esclarecer ou a completar a instrução de processo, vedada a inclusão posterior de documentação ou informação que deveriam constar originalmente da proposta.

5.7.1 Não serão levadas em consideração pelo Presidente da Comissão Permanente de Licitação, tanto na fase de classificação e habilitação, como na fase posterior a adjudicação do Contrato, quaisquer consultas, pleitos ou reclamações, impugnações que não tenham sido formuladas por escrito e devidamente protocoladas ou transcritas em ata e em hipótese alguma serão aceitos entendimentos verbais entre as partes.

5.8 O Contratado será responsável pela execução dos serviços pelos preços propostos e aceitos pelo Município de Presidente Kennedy /ES.

5.9 DA MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE

5.9.1 Para usufruir dos benefícios previstos na Lei Complementar nº 123/2006 (art. 42 a 45) os licitantes deverão comprovar, no momento do credenciamento ou juntamente com os DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO, a sua condição de microempresa ou empresa de pequeno porte, apresentando a **Certidão expedida pela Junta Comercial**, conforme art. 8º da IN nº 103/2007, **expedida em prazo não superior a 30 dias** da data da apresentação das propostas.

5.9.2 Da contratação da condição de Microempresa, ou Empresas de Pequeno Porte ou equiparada:

5.9.2.1 Os licitantes que invocarem a condição de microempresas ou empresas de pequeno porte para fins de exercício de quaisquer dos benefícios previstos na Lei Complementar nº 123/2006, deverão apresentar ainda os seguintes documentos.

5.9.2.1.1 Licitantes optantes pelo Sistema Simples Nacional de Tributação, regidos pela Lei Complementar:

a) Comprovante de opção pelo Simples obtido através do site do Ministério da Fazenda; <<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/aplicacoes.aspx?id=21>>

5.9.2.1.2 Licitantes não optantes pelo Sistema Simples de Tributação, regidos pela Lei Complementar nº 123/2006 deverão apresentar:

a) Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício - DRE comprovando ter receita bruta dentro dos limites estabelecidos nos incisos I e II do Artigo 3º da LC nº 123/06;

5.9.3 Se a Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte não apresentar a comprovação exigida nos subitens 5.9.1 ou 5.9.2 não terá os privilégios estabelecidos pela Lei Complementar nº 123/2006.

6 DA FONTE DE RECURSOS

6.1 Para pagamento das despesas decorrentes desta contratação, os recursos financeiros serão provenientes da Dotação Orçamentária: Coordenadoria de Comunicação Institucional - Programa: 016 - Comunicação; Projeto/Atividade: 2.130 - Realização da Comunicação Institucional do Município; Elemento de Despesa: 33903900000 - Outros serviços de terceiros - Pessoa Jurídica; Fonte de Recurso: 153000000000 - Transferência da União referente Royalties do Petróleo.



EDITAL

7 DO VALOR GLOBAL DA LICITAÇÃO

7.1 O valor global estimado da contratação para **12 (doze) meses** é de **R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)**.

7.2 A contratada não terá direito à execução dos valores máximos estimados da contratação, nem a qualquer indenização pela expectativa de consumo, não sendo aplicável o limite de supressão unilateral previsto na Lei Federal nº 8.666/93.

7.3 O valor do contrato será fixo e irrevogável e as contratadas farão jus ao pagamento apenas dos serviços executados.

7.4 As tabelas de preços referenciais da planilha orçamentária constante do **ANEXO VII** são: **SINAPRO (JUL/2021)**.

7.5 A validade da proposta definida para esta licitação é de, no mínimo, 60 (sessenta) dias corridos, contados a partir da data de entrega das propostas, estabelecida no item **3.1** do presente Edital, independentemente de manifestação contrária expressa pela empresa interessada.

8 PRAZO ESTIMADO PARA A CONTRATAÇÃO

8.1 Os serviços terão prazo de vigência contratual de **12 (doze) meses**, nos termos da Lei Federal nº 8.666/93, com início no dia subsequente ao da publicação do resumo do contrato no Diário Oficial.

8.2 A prorrogação poderá ser admitida nos termos do art. 57 da Lei nº 8.666/1993, mediante prévia justificativa e autorização da autoridade competente, devendo ser precedida, ainda, de manifestação da Procuradoria Geral do Município de Presidente Kennedy.

8.3 Ocorrendo a hipótese prevista no inc. II do art. 57 da Lei nº 8.666/1993, a duração do contrato poderá sofrer prorrogação por sucessivos períodos, limitada a 60 (sessenta) meses, desde que cumpridas as formalidades acima indicadas e demonstrado, nos autos, que a medida importará em obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração.

9 DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

9.1 DO CREDENCIAMENTO

9.1.1 Durante as sessões públicas de processamento desta licitação, somente poderá se manifestar e atuar em nome da empresa licitante a pessoa por ela credenciada, que deverá estar portando o respectivo documento de identidade. O credenciamento se dará mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme modelo do **ANEXO I - CARTA CREDENCIAL**, ou por procuração.

9.1.2 Pessoa credenciada mediante **CONTRATO** - quando a mesma for proprietária, sócia ou dirigente da empresa licitante, cujo ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, expressa-lhe poderes para exercer tais direitos e assumir tais obrigações.

9.1.3 Pessoa credenciada mediante **PROCURAÇÃO** - quando a mesma for legalmente constituída por intermédio de instrumento público ou particular de procuração, esse último com firma reconhecida do outorgante, que lhe expresse poderes para exercer tais direitos e assumir tais obrigações.



EDITAL

9.1.4 Pessoa credenciada por CARTA CREDENCIAL - quando a mesma for credenciada nos moldes do ANEXO I - CARTA CREDENCIAL, pelo titular ou representante legal da empresa interessada, devidamente comprovado.

9.1.5 A apresentação, na fase do credenciamento, do Contrato Social, Ato Constitutivo ou Estatuto, devidamente autenticado **ISENTA O LICITANTE DE APRESENTÁ-LOS NO INVÓLUCRO "E" - DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**, item 14 deste edital.

9.1.6 Para efetivação do credenciamento o representante legal da empresa deverá apresentar CÉDULA DE IDENTIDADE (COM FOTO) emitida por órgão público, em conformidade com o art. 28, I, da Lei nº 8.666/93, **fora dos invólucros.**

9.1.7 A licitante que não contar com **representante** presente na sessão ou, ainda que presente, não puder praticar atos em seu nome por conta da apresentação de documentação defeituosa, ficará impedido de anuir, transigir ou renunciar a direitos em nome da empresa.

9.1.8 Será admitida apenas 01 (um) representante para cada licitante, sendo que cada um deles poderá representar apenas uma empresa/ licitante.

9.2 DA ABERTURA DOS ENVELOPES

9.2.1 Os invólucros com as Propostas Técnicas (INVÓLUCROS "A", "B" e "C") e as Propostas de Preços (INVÓLUCRO "D") serão entregues à Comissão Permanente de Licitação, em sessão pública, na data, local e horário determinados no item 3 deste Edital.

9.2.1.1 Não havendo expediente ou ocorrendo qualquer fato superveniente que impeça a realização do certame na data marcada, a sessão será automaticamente transferida para o primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário e local anteriormente estabelecido, desde que não haja comunicação da Comissão Permanente de Licitação em contrário.

9.2.1.2 Os integrantes da Subcomissão Técnica **NÃO** poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos envelopes com as Propostas Técnicas e de Preço.

9.2.2 PRIMEIRA SESSÃO:

9.2.2.1 Abertura da sessão pública de licitação será realizada no dia, hora e local previsto no item 3 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

a) Identificação dos representantes das licitantes, por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 9.1;

b) Entrega dos INVÓLUCROS "A", "B", "C" e "D";

b.1) O não recebimento do INVÓLUCRO "A", também impedirá de receber os demais envelopes da mesma licitante.

c) Rubricar, no fecho, os INVÓLUCROS "B" e "D", que permanecerão fechados sob a guarda da



EDITAL

CPL, e separá-los dos INVÓLUCROS "A" e "C".

d) Retirar e rubricar o conteúdo dos INVÓLUCROS "A" e "C".

9.2.2.2 Após o encerramento do prazo para recebimento dos invólucros, nenhum outro invólucro, documento ou embalagem será recebido.

9.2.2.3 A Comissão Permanente de Licitação, antes da abertura do INVÓLUCRO "A", adotará medida para evitar que seus membros e/ou representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum **Plano de Comunicação Publicitário**.

9.2.2.4 Abertos os INVÓLUCROS "A" e "C", as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, salvo por motivo justo, decorrente de fato superveniente e aceito pela Comissão Permanente de Licitação.

9.2.2.5 A análise e os trâmites administrativos pertinentes ao conteúdo dos INVÓLUCROS "A" e "C" observarão os seguintes procedimentos:

a) Suspensão da sessão para análise individualizada e não simultânea, e julgamento pela Subcomissão Técnica das Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Publicitária - INVÓLUCRO "A" e Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Solução de Problema de Comunicação - INVÓLUCRO "C";

b) Encaminhamento pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos INVÓLUCROS "A";

c) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão, do relatório de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária - INVÓLUCROS "A", com a pontuação e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso, após;

d) Encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos INVÓLUCROS "C";

e) Elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão do relatório de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Solução de Problema de Comunicação - INVÓLUCRO "C", com as pontuações e de justificativa das razões que as fundamentaram em cada caso.

9.2.2.6 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com fundamento no subitem 12.7, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

9.2.2.7 O disposto no subitem 12.7 não se aplica aos casos em que o descumprimento resulte na identificação da licitante antes da abertura dos INVÓLUCROS "B".

9.2.2.8 As planilhas conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada quesito e subquesito do Plano de Comunicação Publicitária apresentado pelas licitantes e as pontuações de cada membro para os quesitos e subquesitos da Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problemas de Comunicação de cada licitante.

9.2.3 SEGUNDA SESSÃO:



EDITAL

9.2.3.1 Após receber os relatórios de julgamento das Propostas Técnicas (INVÓLUCROS "A" e "C") e as respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação designará nova data e horário para realização da segunda sessão pública que terá a seguinte pauta:

- a) Identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante na sessão anterior, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 9.1;
- b) Abertura da embalagem contendo os **INVÓLUCROS "B" e "D"**;
- c) Abertura e rubrica do conteúdo do **INVÓLUCRO "B"**, cotejo das vias não identificadas (INVÓLUCRO "A") com as Vias Identificadas (INVÓLUCRO "B") do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d) Elaboração da planilha geral com o somatório das pontuações atribuídas ao Plano de Comunicação Publicitária e separadamente, aos demais quesitos de cada Proposta Técnica;
- d.1) Executar o sorteio previsto no subitem 12.9, quando for o caso.

9.2.3.2 Será proclamado resultado do julgamento geral da Proposta Técnica, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação, assim como as licitantes que foram desclassificadas.

9.2.3.3 Do resultado do julgamento e classificação ou desclassificação, caberá recurso.

9.2.3.3.1 Havendo desistência expressa de todos os concorrentes, do direito de interpor recurso, o que constará em Ata, a Comissão Permanente de Licitação dará prosseguimento ao certame.

9.2.4 TERCEIRA SESSÃO:

9.2.4.1 Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão Permanente de Licitação designará nova data e horário para a sessão de abertura das Propostas de Preço - **INVÓLUCRO "D"** das Licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) Identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 9.1;
- b) Abertura dos **INVÓLUCROS "D"**, exame e rubrica de seus conteúdos pela Comissão Permanente de Licitação e representantes;
- c) Julgamento das Propostas de Preço com a identificação das Propostas de menores preços, nos termos da exigência fixada neste Edital, registrando em Ata as propostas em ordem de classificação;
- d) Do julgamento das propostas caberá recurso.

9.2.5 QUARTA SESSÃO:

9.2.5.1 Decididos os recursos, ou, ainda, transcorrido o prazo para sua interposição, a Comissão Permanente de Licitação designará nova data e horário para a sessão de recebimento e abertura dos Documentos de Habilitação - **INVÓLUCRO "E"** das Licitantes classificadas. A sessão pública terá a seguinte pauta:

- a) Identificação dos representantes das licitantes. Caso a empresa não tenha tido representante nas sessões anteriores, a licitante deverá se identificar por meio do(s) documento(s) exigido(s) no subitem 9.1;
- b) Recebimento e abertura dos **INVÓLUCROS "E"**, das três melhores classificadas e decidir sobre a habilitação, conforme previsto nos artigos 27 e seguinte da Lei nº 8.666/93 e exigências fixadas neste



EDITAL

Edital;

- c) Caso a Comissão Permanente de Licitação julgue necessário fazer o exame internamente, encerra-se a sessão;
- d) Do resultado do julgamento habilitação e inabilitação, caberá recurso.

9.3 A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso, poderão, no interesse da CONTRATANTE, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta licitação.

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

9.5 O julgamento das Propostas Técnica e de Preço e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no Edital.

9.6 Antes do Aviso Oficial do Resultado desta licitação, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

9.7 Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

9.8 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.

9.9 Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta licitação - após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a Comissão Permanente de Licitação providenciará sua destruição.

9.10 DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

9.10.1 O Art. 10 da Lei Federal nº 12.232/10 estabelece que as licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por Comissão Permanente ou Especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas, que conforme disposto no §1º serão analisadas e julgadas por **Subcomissão Técnica** constituída na forma da Lei.

9.10.2 Desta forma, para efeito de processamento e julgamento das propostas técnicas, será sorteada uma Subcomissão Técnica conforme determina a Lei Federal nº 12.232/2010.

9.10.3 A Subcomissão Técnica será composta por no mínimo 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que pelo menos 1/3 (um terço) dos membros da Subcomissão não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Administração Pública Municipal.

9.10.4 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes



EDITAL

de uma relação que terá no mínimo o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação

9.10.5 A relação dos nomes referidos no subitem 9.10.3 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.

9.10.6 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 a Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, nos termos dos subitens 9.10.3 e 9.10.4.

9.10.7 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 9.10.4, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.

9.10.7.1 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

9.10.7.2 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 9.10.

9.10.8 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 9.10.4.

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

9.10.10 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 9.10.7 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

9.10.11 A Subcomissão Técnica terá as seguintes atribuições:

- ⊙ conferir, analisar, pontuar, julgar e classificar as propostas técnicas;
- ⊙ manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão de Licitação.

9.10.12 As demais formalidades acerca da escolha da subcomissão técnica seguirão o disposto na Lei nº 12.232/2010.

10 DA APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA, PROPOSTA COMERCIAL E HABILITAÇÃO

10.1 Os interessados em participar da licitação deverão apresentar as propostas técnicas, proposta comercial e



EDITAL

habilitação em dia, hora e local definidos em edital, acondicionados em invólucros distintos, fechados e indevassáveis, nos termos que determina o art. 9º da Lei Federal nº 12.232/10, sendo:

- ⊗ **INVÓLUCRO "A"**: Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária (Via NÃO Identificada) - Invólucro previamente fornecido pela CONTRATANTE.
- ⊗ **INVÓLUCRO "B"**: Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária (Via Identificada)
- ⊗ **INVÓLUCRO "C"**: Proposta Técnica - Conjunto de Informações do Proponente.
- ⊗ **INVÓLUCRO "D"**: Proposta Comercial - Invólucro identificado com Nome empresarial e CNPJ da licitante.
- ⊗ **INVÓLUCRO "E"**: Documentos de Habilitação - devidamente identificados e assinados, em INVÓLUCRO identificado com nome empresarial e CNPJ da licitante. **O INVÓLUCRO "E", contendo os DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO, não será entregue junto aos demais invólucros.** Em momento oportuno, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das propostas (técnica e comercial) para apresentação dos documentos de habilitação, em sessão pública, em data e hora estabelecida previamente, conforme disposto no Edital.

10.2 O INVÓLUCRO "A", reservado à Via Não Identificada do Plano de Comunicação Publicitária, será fornecido pela Coordenadoria de Comunicação, em formato padrão e com as informações devidamente impressas, uma vez que não deve conter informações que identifiquem a licitante, em atendimento ao que determina o §1º do art. 9º da Lei Federal nº 12.232/10, devendo ser retirado pela empresa participante do período **18/10/2021 à 08/11/2021**, no Setor da Coordenadoria de Comunicação, situada à **Rua Átila Vivácqua, nº 79, Centro, Presidente Kennedy/ES.**

10.3 **No INVÓLUCRO "A" não deverá constar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria.**

10.4 O INVÓLUCRO "B" terá material de mesmo teor da via não identificada (INVÓLUCRO "A"), sem os exemplos de peças referentes à "Ideia Criativa", conforme estabelecido no art. 9º, § 2º da Lei Federal nº 12.232/10, com formato a critério da empresa licitante, apresentando em seu exterior a devida identificação.

10.5 Não serão recebidos documentos apresentados por meio de disco magnético ou cópias em fax, mesmo autenticadas.

10.6 Todas as folhas da documentação da Proposta Técnica (exceto via não identificada - INVÓLUCRO "A"), Proposta Comercial e Habilitação deverão ser entregues na ordem sequencial solicitada, com numeração de página. Tal medida visa salvaguardar os interesses dos participantes no aspecto de segurança e transparência do processo licitatório. Além disto, todas as folhas referentes à Proposta Técnica, Proposta Comercial e Habilitação deverão ser rubricadas, **salvo o conteúdo do INVÓLUCRO "A" destinado à via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.**

11 DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1 A apresentação da Proposta Técnica (INVÓLUCRO "A", "B" e "C") nas licitações publicitárias, devem obedecer às regras específicas que se encontram nos artigos 7º e 8º da Lei Federal nº 12.232/10.



EDITAL

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.

11.2 O Plano de Comunicação Publicitária (Via Não Identificada - INVÓLUCRO "A"), está definido no art. 7º da Lei nº 12.232/10 e possui 4 (quatro) quesitos:

- ⊗ Raciocínio Básico;
- ⊗ Estratégia de Comunicação Publicitária;
- ⊗ Ideia Criativa;
- ⊗ Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.3 O Conjunto de Informações do Proponente (INVÓLUCRO "C"), está definido no art. 8º da Lei nº 12.232/10 e possui 3 (três) quesitos:

- ⊗ Capacidade de Atendimento;
- ⊗ Repertório;
- ⊗ Relatos de Solução de Problemas de Comunicação.

11.4 Em atenção ao art. 6º, IX, da Lei Federal nº 12.232/10, o conteúdo da Via Não Identificada (INVÓLUCRO "A") e da Via Identificada (INVÓLUCRO "B") do Plano de Comunicação Publicitária, com exceção da(s) peça(s) da "Ideia Criativa", **deverá** ser apresentado da seguinte forma:

- ⊗ em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda, capa transparente e contracapa na cor preta;
- ⊗ conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2 a 90 gr/m2, orientação retrato;
- ⊗ espaçamento de 2 (dois) cm em todas as margens superior, inferior, direita e esquerda, 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 em fonte 'Arial' e suas variações de formatação (normal, negrito, itálico, sublinhado), cor 'automático', tamanho '12 pontos', observado o disposto nos subitens 11.4.1, 11.4.2 e 11.4.3;
- ⊗ Os textos, em geral, não poderão exceder a 15 (quinze) laudas. Os anexos, para cada tópico que os admita, não serão em número superior a 05 (cinco);
- ⊗ numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito em fonte 'Arial', cor 'automático', tamanho '9 pontos';
- ⊗ sem identificação da licitante;
- ⊗ O conteúdo da Via Identificada do Plano de Comunicação Publicitária (INVÓLUCRO "B") deverá ter encadernação em mesma formatação e teor da Via Não Identificada (INVÓLUCRO "A"), **sem os exemplos de peças referentes à "Ideia Criativa"**.

11.4.1 Não constarão os exemplos de peças referentes à "Ideia Criativa" no Invólucro da Via Identificada.

11.4.2 Os Quesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e ou tabelas, 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", estilo "normal", cor



EDITAL

"automático", tamanho "10 pontos";

c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e/ou tabelas deverão ser apresentadas em papel A4.

11.4.3 As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia serão considerados como anexo único, formatados com bordas na cor preta, fio "1 ponto", fonte 'Arial' e suas variações de formatação, cor "automático", tamanho "7 a 9 pontos".

11.4.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse quesito deverão ser apresentadas em papel A4.

11.4.4 Os exemplos de peças integrantes do quesito Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 11.4 e deverão ser impressas em formato a critério da licitante. Será obrigatório afixá-las sobre pranchas avulsas de papel cartão na cor preta, verso em papel kraft, entre 200 a 500 gr/m², sem encadernação, sem capa ou película protetora, em tamanho e formato que permitam sua anexação ao invólucro sem danificação, rasura ou alteração do mesmo ou das próprias peças.

11.4.5 **O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada** não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do INVÓLUCRO "B".

11.4.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária, da Estratégia de Mídia e Não Mídia e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.5.3 estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses quesitos.

11.4.7 Para fins desta licitação, 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.

11.4.8 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o **Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada** e seus quesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.4.9 Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 11.4, no que couber.

11.5 **O Plano de Comunicação Publicitária (INVÓLUCRO "A")** versará sobre os subquesitos determinados pelo art. 7º e incisos da Lei nº 12.232/10 (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia) e deverá ser elaborado com base no Briefing (**ANEXO III**), observadas as seguintes disposições:

11.5.1 **Raciocínio Básico:** Constituído de texto, em que a licitante deve expressar seu entendimento sobre a Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, suas linhas de atuação e suas necessidades de comunicação publicitária para enfrentar o problema específico da comunicação (texto);

11.5.2 **Estratégia de Comunicação Publicitária:** apresentação em forma de texto pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o problema específico de comunicação a ser enfrentado e alcançar os objetivos,



EDITAL

geral e específico, de comunicação, previstos no Briefing elaborado pela Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, 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.

11.5.3 **Ideia Criativa:** Apresentação em forma de texto pela licitante observada as seguintes disposições:

- a) apresentar relação de todas as peças que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 11.5.2, com comentários sobre cada peça.
- b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças que julgar mais indicadas para corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

11.5.3.1 Os comentários mencionados na alínea "a" do subitem 11.5.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça.

11.5.3.2 A Ideia Criativa deverá ser acompanhada de anexos, sendo estes exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, apresentados sob a forma de roteiros e textos datilografados.

11.5.3.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea "b" do subitem 11.5.3:

- a) estão limitados a 05 (cinco), independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;
- b) podem ser apresentados sob a forma de:
 - b1) roteiro, layout e ou storyboard impressos, para qualquer meio;
 - b2) protótipo ou 'monstro', para peças destinadas a rádio e internet somente;
 - b3) storyboard animado ou animatic, para TV e cinema;
 - a) Só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.

11.5.3.3.1 Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

11.5.3.3.2 Os storyboards animados ou animatics e os protótipos ou monstros poderão ser apresentados em CD/DVD-Rom, pen drive ou pen drive-rom, executáveis em computadores pessoais.

**PROPOSTA TÉCNICA
IDEIA CRIATIVA - MIDIA ELETRÔNICA
PEÇA: MONSTRO RÁDIO
CONCORRÊNCIA Nº XX/XXXX**

11.5.3.3.2.1 Todos os arquivos gravados deverão ser nominados conforme a peça que representam. Ex: "monstro_radio.mp3".



EDITAL

11.5.3.3.2.2 Ressalvado que esses não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

11.5.3.3.2.3 Os protótipos ou 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, .jpg, .html, .mpeg, .swf e .mov. Os arquivos em áudio devem ser gravados no formato .mp3.

11.5.3.3.2.4 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, observado o disposto no subitem 11.4.3.

11.5.3.3.2.5 Cada peça deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, anúncio revista, outdoor) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea "a" do subitem 11.5.3.

11.5.3.4 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea "a" do subitem 11.5.3, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as reduções e variações 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.

11.5.3.4.1 Na apresentação de proposta de hot site a que se refere a alínea "g" do subitem 11.5.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

11.5.4 **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 identificará todas as peças destinadas a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos e planilhas.

11.5.4.1 Todas as peças que integrem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 11.5.3 Deverão constar dessa simulação.

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

- a) o período de distribuição das peças;
- 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



EDITAL

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 de não mídia;

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

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

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

11.6 Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada (INVÓLUCRO "B")

11.6.1 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 a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.7 Conjunto de Informações do Proponente (INVÓLUCRO "C")

11.7.1 Versará sobre os seguintes quesitos a serem apresentados na ordem abaixo contendo as seguintes especificações:

- ⊙ Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- ⊙ Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco;
- ⊙ Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato; observado o disposto na alínea "c" do subitem 14.4.2;
- ⊙ Espaçamento de 2 (dois) cm em todas as margens superior, inferior, direita e esquerda, 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 em fonte 'Arial' e suas variações de formatação (normal, negrito, itálico, sublinhado), cor 'automático', tamanho '12 pontos';
- ⊙ Os textos, em geral, não poderão exceder a 15 (quinze) laudas. Os anexos, para cada tópico que os admita, não serão em número superior a 05 (cinco);
- ⊙ Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito em fonte 'Arial', cor 'automático', tamanho '9 pontos';
- ⊙ Com identificação da licitante.

11.8 Capacidade de Atendimento

11.8.1 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, com folhas rubricadas e assinadas na última



EDITAL

por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.8.2 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.8 deverá ser editada em papel A4.

11.8.3 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 11.8 **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 identificado.

11.9 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 por setor da licitante em: área 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.

11.10 Repertório

11.10.1 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 folhas rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, **na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.**

11.10.2 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.10.1. deverá ser editada em papel A4.

11.10.3 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 identificado.

11.11 O Repertório será constituído de peças e/ou material publicitários concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante a outros clientes, tanto do setor público quanto do setor privado.



EDITAL

11.11.1 A licitante deverá apresentar, em anexo, em número máximo, até 03 (três) peças ou material, para cada tipo ou característica, sendo: filmes de TV, spots de rádio, anúncios de jornal, anúncios de revista, peças de internet e peças "mídia externa", com as respectivas fichas técnicas e apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.

11.11.1.1 As peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de **01/01/2015**.

11.11.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, gravadas em um único disco digital, ou vários, de acordo com a necessidade da licitante, podendo seus conteúdos serem agrupados por tipos de mídia, seguindo as especificações dos subitens 11.5.3.3.2.1 e 11.5.3.3.2.3. Os vídeos deverão ser gravados em formato avi ou mpeg.

11.11.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.7.1, em papel A4, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

11.11.2 Para cada peça, 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, relação dos profissionais envolvidos, período de veiculação, exposição e/ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos 01 (um) veículo que a divulgou.

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

11.12 Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

11.12.1 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 rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.12.1.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 11.11 deverá ser editada em papel A4.

11.12.2 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 "B".

11.13 A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação "cases stories", em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

11.13.1 Os relatos de que trata o subitem 11.13 devem ter sido implementados a partir de **01/01/2015**.

11.13.2 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e **não** podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pela Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy.



EDITAL

11.13.2.1 A formalização do referido deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

11.13.3 É permitida a inclusão de até 3 (três) 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 ou CD;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 11.12.1, em papel A4, 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 a resolver.

12 CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

12.1 As Propostas Técnicas serão julgadas pelos membros da Subcomissão Técnica, conforme determina o art. 10, §1º da Lei nº 12.232/10.

12.2 A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Termo de Referência e em seus anexos.

12.3 A avaliação das propostas será por meio de quesitos que são os pontos obrigatórios a serem abordados pelas licitantes ao formularem sua solução de publicidade para o briefing. Cada quesito possui uma quantidade de "itens avaliados" e é por meio destes que serão julgadas as propostas. As propostas técnicas serão julgadas exclusivamente com base nos conteúdos e critérios especificados no Edital, em observância ao que determina a Lei nº 12.232/10.

12.4 A Subcomissão Técnica, individualmente, analisará e julgará o **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (INVÓLUCRO "A" - VIA NÃO IDENTIFICADA)**, atribuindo notas aos quesitos conforme Tabela de Pontuação. A nota da proposta técnica está limitada ao máximo de **100 (cem) pontos** e será apurada segundo a metodologia a seguir:

12.4.1 **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA: 65 (sessenta e cinco) pontos** a serem distribuídos conforme abaixo:

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Quesito:		Máximo de Pontos
Raciocínio Básico		
A	Acuidade da compreensão das características do município de Presidente Kennedy e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária	3 Pontos
B	Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy	2 Pontos



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

C	Acuidade da compreensão das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy para enfrentar esse problema	2 Pontos
D	Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy com seus públicos	2 Pontos
E	Acuidade da compreensão do papel da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy no atual contexto social, político e econômico	1 Ponto
PONTUAÇÃO MÁXIMA		10 Pontos

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Quesito: Estratégia de Comunicação Publicitária Máximo de Pontos		
A	Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e qualificação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação	3 Pontos
B	Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos	2 Pontos
C	A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy com seus públicos	2 Pontos
D	Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy	1 Ponto
E	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	1 Ponto
F	A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos e o objetivo específico de comunicação previsto no Briefing e a verba disponível	1 Ponto
PONTUAÇÃO MÁXIMA		10 Pontos

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Quesito: Ideia Criativa	Máximo de Pontos
------------------------------------------------------------------	-------------------------



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

A	Adequação ao problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy.	4 Pontos
B	Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante.	4 Pontos
C	Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	4 Pontos
D	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3 Pontos
E	Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	3 Pontos
F	Adequação ao universo cultural dos segmentos de público alvo.	3 Pontos
G	Pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy e à sua inserção nos contextos social, político e econômico.	3 Pontos
H	Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas.	2 Pontos
I	Compatibilização da linguagem das peças aos meios e aos públicos propostos	2 Pontos
J	Exequibilidade das Peças	2 Pontos
PONTUAÇÃO MÁXIMA		30 Pontos

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA Quesito:		Máximo de Pontos
Estratégia de Mídia e Não Mídia		
A	Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	3 Pontos
B	Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2 Pontos
C	Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos quesitos anteriores (A e B).	2 Pontos
D	Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2 Pontos
E	Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2 Pontos
F	Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2 Pontos
G	Pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy.	2 Pontos
PONTUAÇÃO MÁXIMA		15 Pontos

12.4.1.1 A Subcomissão Técnica elaborará **Ata de Julgamento do Plano de Comunicação Publicitária** e



EDITAL

encaminhará à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas técnicas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.4.2 Na sequência, a Subcomissão Técnica, individualmente, analisará e julgará o **CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE (INVÓLUCRO "C")**, atribuindo notas aos quesitos conforme a seguir:

12.4.2.1 **CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE: 35 (trinta e cinco) pontos** a serem distribuídos conforme abaixo:

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE		Máximo de Pontos
Quesito: Capacidade de Atendimento		
A	Tempo de experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias	4 Pontos
B	O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado	3 Pontos
C	Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato	3 Pontos
D	Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy	3 Pontos
E	Operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy e a licitante, esquematizado na proposta	1 Ponto
F	Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato	1 Ponto
PONTUAÇÃO MÁXIMA		15 Pontos

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE Quesito:		Máximo de Pontos
Repertório		
A	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy	4 Pontos
B	Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver	4 Pontos
C	Qualidade da execução e do acabamento da peça.	4 Pontos



EDITAL

D	Clareza e simplicidade da exposição das informações prestadas	3 Pontos
PONTUAÇÃO MÁXIMA		15 Pontos

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE Quesito:		Máximo de Pontos
Relato de Soluções de Problemas de Comunicação (cases)		
A	Relevância dos resultados apresentados	2 Pontos
B	Clareza e lógica da exposição das informações prestadas	1 Ponto
C	Evidência de planejamento publicitário	1 Ponto
D	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	1 Ponto
PONTUAÇÃO MÁXIMA		5 Pontos

12.4.2.1.1 A Subcomissão Técnica elaborará **Ata de Julgamento do Conjunto de Informações do Proponente** e encaminhará à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas técnicas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

12.5 A cada um dos quesitos do **Plano de Comunicação Publicitária** e do **Conjunto de Informações do Proponente** serão atribuídos os pontos ali definidos, pela capacidade de atender ao exigido e pela razão de critério e peso abaixo especificada:

ATENDIMENTO	PONTUAÇÃO
Ótimo	100 % da pontuação do item
Bom	80 % da pontuação do item
Regular	60 % da pontuação do item
Não Atendeu	10 % da pontuação do item
Não Apresentou	0% da pontuação do item

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

12.5.2 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do cada quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos no Termo de Referência.

12.5.3 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, 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 reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo licitatório.

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



EDITAL

12.6 Será **classificada** em primeiro lugar, na fase de Julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

12.7 Será **desclassificada** a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos, bem como do Termo de Referência;
- b) Não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- c) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos a que se referem os subitens acima.

12.8 Em caso de empate no resultado geral das Propostas Técnicas terá preferência a licitante que, na ordem a seguir, sucessivamente:

- a) Obter a maior nota no quesito Ideia Criativa;
- b) Obter a maior nota no quesito Estratégia de Mídia;
- c) Obter a maior nota no quesito Estratégia de Comunicação Publicitária;
- d) Obter a maior nota no quesito Raciocínio Básico.

12.9 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, em data estabelecida e divulgada e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

13 DA PROPOSTA COMERCIAL

13.1 A Proposta de Preços deverá ser apresentada no INVÓLUCRO "D", conforme modelo constante do **ANEXO V**, atendendo aos seguintes requisitos:

13.1.1 Estar redigida em língua portuguesa, sem emendas, entrelinhas, rasuras ou ressalvas, contendo a razão social da empresa, endereço, telefone, fax, e-mail e nome do representante legal, data e assinatura do representante legal.

13.1.1.1 Ocorrendo a ausência de qualquer dos requisitos supra relacionados, poderá a Comissão Permanente de Licitação determinar sua correção em sessão pública, desde que o representante legal esteja presente, com poderes de representação, concorde e assine as alterações procedidas.

13.1.2 Ressalvadas as disposições deste Edital, os valores deverão conter todas as despesas com materiais, ferramentas, mão de obra, embalagens, equipamentos auxiliares, instrumentos de medição, máquinas em geral, impostos, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, salários e quaisquer outros encargos necessários à execução do objeto.

13.1.3 Ter indicação de que o prazo de validade da proposta não será inferior a **60 (sessenta) dias**, contados da data marcada para o seu recebimento, ficando estabelecido que na omissão será considerado esse prazo.

13.2 DA VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

13.2.1 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.

13.2.2 Será **desclassificada**:

- a) a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item



EDITAL

condicionante para a entrega dos serviços;

- b) a Proposta que desobedecer às condições do presente edital e que apresentem rasuras, falhas e/ou inconsistências que impossibilitem a sua compreensão, correção e/ou aceitação;
- c) a Proposta que oferecer descontos superiores aos limites máximos estabelecidos pelo Conselho Executivo de Normas Padrão - CENP;
- d) a Proposta que apresentar desconto superior a 40% sobre os valores da Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda no Espírito Santo - SINAPRO/ES, referente aos custos internos.

13.2.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o **ANEXO V**, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, **não será aceito:**

- a) Desconto superior a **40% (quarenta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Espírito Santo - SINAPRO a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;
- b) Percentual de honorários superior a **15% (dez por cento)**, incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação;
- c) Percentual de honorários superior a **10% (quinze por cento)**, incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação.

13.2.4 A Comissão Permanente de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

DESCONTO/HONORÁRIOS	PONTOS (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea "a" do subitem 13.2.3	P1 = 40 x <u>desconto proposto</u> Maior desconto proposto
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "b" do subitem 13.2.3	P2 = 30 x <u>menor honorário proposto pelas licitantes</u> Honorário proposto
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea "c" do subitem 13.2.3	P3 = 30 x <u>menor honorário proposto pelas licitantes</u> Honorário proposto

13.2.4.1 Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos "desconto" e "honorário" serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'.
13.2.4.2 **A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 13.2.4, como segue: P = P1 + P2 + P3.**

13.2.4.3 **A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.**



EDITAL

13.2.4.3.1 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 custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação.
- c) O menor percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação.

13.3 DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

13.3.1 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços da licitação será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo "MELHOR TÉCNICA".

13.3.2 Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante que obtiver a **maior nota no julgamento da Proposta Técnica e que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as Propostas de preços apresentadas pelas licitantes classificadas.**

13.3.2.1 Se a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica não concordar em praticar o menor preço, 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.

13.3.2.2 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 Presidente Kennedy, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

14 DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

14.1 As licitantes classificadas no julgamento final das Propostas (Técnica e Comercial) serão convocadas a apresentar os DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO conforme determina a Lei Federal nº 8.666/93, observada as exigências constantes na Lei nº 12.232/2010 e as adequações ao objeto a ser licitado, em especial:

14.1.1 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.

14.1.2 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

14.1.2.1 Apresentação de atestado(s) de capacidade técnica em nome da empresa licitante, fornecido(s) por empresa(s), órgãos ou entidades da Administração Pública, que comprove(m) que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, com indicação do ramo



EDITAL

de atividade da declarante, bem como a data de início do atendimento, produtos e serviços a cargo da agência.

14.1.2.2 O(s) atestado(s) deve(m) ser emitido(s) assinados por seu representante legal, discriminando o teor da contratação e os dados da empresa contratada.

14.1.2.3 Comprovante de Registro ou Inscrição da licitante na entidade profissional competente: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade - ABAP, para atendimento do art. 30, inciso I da Lei 8.666/93;

14.1.2.4 Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, atestando que a licitante tem qualificação técnica de funcionamento.

14.1.2.5 Declaração assinada por representante legal de que possui instalação e aparelhamento técnico-operacional adequado e disponível no Estado do Espírito Santo para a realização dos serviços objeto desta Concorrência, com qualidade e celeridade.

14.1.2.5.1 No caso de a licitante se encontrar sediada fora do Estado, deverá apresentar "Termo de Compromisso" de que instalará escritório, sucursal ou filial no Estado do Espírito Santo, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados da data da assinatura do Contrato.

14.1.3 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

14.1.3.1 Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, acompanhado dos termos de abertura e encerramento do livro diário, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados, quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta.

14.1.3.2 Serão considerados aceitos como na forma da lei o Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis assim apresentados:

14.1.3.2.1 Sociedades regidas pela Lei nº 6.404/76 (Sociedade Anônima):

- a) Publicados em Diário Oficial; ou
- b) Publicados em jornal de grande circulação; ou
- c) Por fotocópia registrada ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio do **licitante** ou fotocópia da Escrituração Contábil Digital - EDC transmitida via Sistema Público de Escrituração Digital - Sped.

14.1.3.2.2 Sociedades por cota de responsabilidade limitada (LTDA):

- a) Por fotocópia do Balanço e das Demonstrações Contábeis devidamente registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante ou fotocópia da Escrituração Contábil Digital - EDC transmitida via Sistema Público de Escrituração Digital - Sped.

14.1.3.2.2.3 Sociedade criada no exercício em curso:

- a) Fotocópia do Balanço de Abertura, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou



EDITAL

domicílio do **licitante**.

14.1.3.3 Demonstrar possuir índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC) e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um), bem como Capital Circulante Líquido (CCL) ou Capital de Giro (Ativo Circulante - Passivo Circulante), resultantes da aplicação das seguintes fórmulas:

$$LG = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE} + \text{REALIZÁVEL A LONGO PRAZO}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}$$

$$SG = \frac{\text{ATIVO TOTAL}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}$$

$$LC = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE}}$$

14.1.3.3.1 As fórmulas deverão estar devidamente aplicadas em memorial de cálculos juntado ao balanço. Caso o memorial não seja apresentado, a Comissão reserva-se o direito de efetuar os cálculos.

14.1.3.4 Apresentação de Capital Social ou Patrimônio Líquido, na data de entrega dos envelopes, no valor igual ou superior a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação, admitida a atualização para a data de apresentação da proposta através de índices oficiais.

14.1.3.4.1 As empresas que possuírem capital social ou patrimônio líquido inferior a 10% do valor orçado pelo Município de Presidente Kennedy/ES poderão, ainda, comprovar a qualificação econômico-financeira acima mencionada através da apresentação de Garantia de 1% do valor orçado pela Administração, podendo optar por uma das modalidades previstas no § 1º do art. 56 da Lei nº 8.666/93, tudo em conformidade com o art.31, III e § 2º, do mesmo diploma legal.

14.1.3.4.2 A comprovação do Capital Social e do Patrimônio Líquido mínimo será feita mediante verificação do Contrato Social apresentado, atualizado e registrado na Junta Comercial ou Órgão equivalente da Sede do Licitante, ou Certidão emitida pela Junta Comercial ou Órgão equivalente admitida a atualização para a data da apresentação da proposta, na forma da lei, através de índices oficiais.

14.1.3.5 Certidão Negativa de Falência, recuperação judicial, ou recuperação extrajudicial, expedida pelos Cartórios Distribuidores competentes, da sede da pessoa jurídica, com validade na data de abertura da licitação.

14.1.3.5.1 Ficarão dispensadas da apresentação das certidões acima tratadas as licitantes em recuperação judicial, desde que seja apresentada, em substituição àquela Certidão emitida pela instância judicial competente, que certifique que a interessada está apta, econômica e financeiramente, a participar de procedimento licitatório nos termos da Lei nº 8.666/93, sob pena de inabilitação.

14.1.3.6 A certidão que não traga consignado, o prazo de validade será considerado o prazo de 30 (trinta) dias contados a partir de sua emissão, nos termos do art. 352 do Código de Normas da CGJ-ES.



EDITAL

14.1.4 DA HABILITAÇÃO JURÍDICA

14.1.4.1 Cópia da cédula de identidade e/ou documento equivalente com foto do(s) representante(s) legal.

14.1.4.2 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.

14.1.4.2.1 Os documentos mencionados no item 14.1.4.2 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.

14.1.4.3 Inscrição do ato constitutivo em cartório de Registro Civil de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

14.1.4.4 Decreto de autorização, em se tratando 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.

14.1.4.5 Registro Comercial, no caso de empresa individual.

14.1.5 DA REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

14.1.5.1 Prova de Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas - Cartão CNPJ regular.

14.1.5.2 Prova de Regularidade com a Fazenda Federal e com a Seguridade Social (INSS), conforme Certidão Conjunta prevista na Portaria MF nº 358, de 05 de setembro de 2014.

14.1.5.3 Prova de Regularidade com o FGTS (Fundo de Garantia por Tempo de Serviço).

14.1.5.4 Prova de Regularidade com a Fazenda Estadual da sede da empresa.

14.1.5.5 Prova de Regularidade com a Fazenda Municipal da sede da empresa.

14.1.5.6 Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, em atendimento a Lei nº 12.440/11.

14.1.5.7 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.

15 DAS IMPUGNAÇÕES, DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS E DEMAIS INTERPOSIÇÕES

15.1 DAS IMPUGNAÇÕES

15.1.1 Qualquer cidadão poderá impugnar este edital por irregularidade na aplicação da legislação vigente, em especial a Lei Federal nº 12.232/10, Lei nº 8.666/93 e Lei nº 4.680/65, até 05 (cinco) dias úteis, inclusive antes da data indicada no item 3.1 do presente Edital.



EDITAL

15.1.2 Qualquer empresa licitante poderá impugnar o edital por irregularidade na aplicação da legislação vigente, em especial da Lei Federal nº 12.232/10, Lei nº 8.666/93 e Lei nº 4.680/65, até 02 (dois) dias úteis, inclusive antes da data indicada no item 3.1 do presente Edital.

15.1.3 A impugnação do Edital e de seus Anexos, deverá ser dirigida à Comissão Permanente de Licitação e **preferencialmente, encaminhada por e-mail (licitacao@presidentekennedy.es.gov.br)** ou protocolizada no Setor de Protocolo Geral do Município de Presidente Kennedy, em dia útil, no horário de 8 às 17 horas.

15.1.4 A Comissão Permanente de Licitação do Município de Presidente Kennedy/ES não conhecerá nenhuma impugnação interposta em desacordo com o estabelecido no presente edital.

15.2 DOS RECURSOS ADMINISTRATIVOS E OUTRAS INTERPOSIÇÕES

15.2.1 Cabem recurso ou representação ou pedido de reconsideração contra os atos administrativos praticados nesta licitação, que serão processados nos termos e condições dispostos no art. 109 da Lei Federal nº 8.666/93.

15.2.2 Divulgada a decisão da Comissão, no tocante à fase de habilitação ou de classificação, se dela discordar, a licitante terá o prazo de 05 (cinco) dias úteis para interpor recurso, contado da data de divulgação do resultado.

15.2.3 Interposto recurso, em qualquer fase da licitação, dele se dará ciência formalmente às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

15.2.4 O recurso administrativo deverá ser interposto ao Presidente da Comissão e **preferencialmente, encaminhado por e-mail (licitacao@presidentekennedy.es.gov.br)**, ou protocolizado no Setor de Protocolo Geral, em dia útil, no horário de 8h às 17 horas.

15.2.5 A Comissão Permanente de Licitação, por intermédio de seu presidente, dirigirá as razões do recurso à Procuradoria Geral Municipal. A Comissão poderá reconsiderar a sua decisão ou fazer subir o recurso à autoridade superior, devidamente informado, para que dele se digne conhecer, em última instância, no sentido de dar-lhe ou não provimento.

15.2.6 Não será conhecido o Recurso Administrativo interposto em desacordo com as condições do presente Edital.

15.3 A impugnação, recurso administrativo ou outra interposição, não obstante o acesso ao Poder Judiciário previsto na Constituição Federal, sujeitará o autor que litigar de má-fé à responsabilidade civil e criminal, conforme o caso, nos termos dos artigos 16, 17 e 18 da Lei Federal nº 5.869/93.

15.4 Na hipótese da caracterização da litigância de má-fé, o Município de Presidente Kennedy/ES, independentemente do aforamento da ação judicial competente, observando o contraditório e a ampla defesa, aplicará à empresa inquinada a penalidade de suspensão do direito de participar pelo prazo de dois anos das licitações promovidas pelo referido Ente Público.

16 DA HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

16.1 O julgamento da licitação será submetido à homologação da Coordenadora de Comunicação



EDITAL

Institucional, que adjudicará o objeto à empresa vencedora do certame.

16.2 A Coordenadora de Comunicação Institucional, em despacho fundamentado, poderá revogar a licitação por razões de interesse público e deverá anulá-la de ofício ou por provocação de terceiros, verificada a ocorrência de qualquer ilegalidade.

17 DA CONTRATAÇÃO

17.1 A proponente vencedora, quando solicitada, deverá assinar o Termo de Contrato, conforme minuta constante no **ANEXO VIII - MINUTA DE CONTRATO**, impreterivelmente até **05 (cinco) dias úteis** após notificação.

17.2 O prazo fixado no item anterior poderá ser prorrogado, nos termos do art. 64, §1º, da Lei Federal nº 8.666/93, quando solicitado pela licitante vencedora durante o seu transcurso, e desde que ocorra motivo justificado, aceito pelo Município de Presidente Kennedy/ES.

17.3 No caso de a empresa vencedora não assinar o termo de contrato no prazo e condições acima estabelecidos, o Município de Presidente Kennedy/ES poderá convocar as empresas licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, inclusive quanto aos preços atualizados de conformidade com o ato convocatório, ou revogar a licitação, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei Federal nº 8.666/1993.

17.4 DA GARANTIA CONTRATUAL

17.4.1 A contratada prestará garantia contratual no valor equivalente a 5% (cinco por cento) do valor global estimado do contrato (artigo 56, § 1º, da Lei nº 8.666/93).

18 DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

18.1 Deverá ser iniciada a execução dos serviços no prazo **máximo 10 (dez) dias após a emissão da ordem de serviços**.

18.2 As ações de planejamento e veiculação das campanhas elaboradas pela Agência de Publicidade e Propaganda têm por previsão acontecerem de acordo com o calendário anual de eventos internos e externos, promovidos ou não pela Prefeitura do Município de Presidente Kennedy.

19 DAS OBRIGAÇÕES

19.1 DA CONTRATADA

19.1.1 Constantes no Contrato - **ANEXO VIII** e Termo De Referência - **ANEXO IX**.

19.2 DA CONTRATANTE

19.2.1 Constantes no Contrato - **ANEXO VIII** e Termo De Referência - **ANEXO IX**.

20 DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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



EDITAL

especificado.

20.1.1 Será nomeado um Fiscal, para executar a fiscalização do 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 CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

20.1.1.1 Além das atribuições previstas no contrato e na legislação aplicável, caberá ao Fiscal verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela CONTRATADA.

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

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

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

20.5 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.

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

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

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

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

20.10 A CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto do contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

20.11 A CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

20.11.1 A avaliação semestral será considerada pela CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre



EDITAL

prorrogação de vigência ou rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

20.11.2 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao Fiscal do contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

21 DA FORMA DE PAGAMENTO

21.1 O pagamento será efetuado em até 30 (trinta) dias após a aceitação do serviço, mediante apresentação da Nota Fiscal/Fatura devidamente atestada pelo órgão competente, nos termos definidos pela Instrução Normativa SFI nº 001/2013 (versão 03) aprovada pelo Decreto Municipal nº 064/2019; **MEDIANTE APRESENTAÇÃO DAS CERTIDÕES ABAIXO RELACIONADAS, JUNTAMENTE COM AS NOTAS FISCAIS:**

21.1.1 A Nota Fiscal deverá vir acompanhada da prova de regularidade perante:

- a) Certidão Conjunta Negativa de Débitos, relativos a tributos federais e à Dívida Ativa da União, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social;
- b) Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);
- c) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa;
- d) Prova de regularidade perante a Fazenda Estadual, onde for sediada a empresa e do estado do Espírito Santo quando a sede não for no Estado;
- e) Prova de regularidade perante a Fazenda Municipal da sede do Licitante e do Município de Presidente Kennedy.

21.2 Não será admitida a antecipação de pagamento.

21.3 Das notas fiscais/faturas deverá constar, além dos preços da proposta aceita, o nº da agência bancária, o nome do banco e número da conta da empresa, nº do processo e da Autorização de Fornecimento.

21.4 Ocorrendo erros nas Notas Fiscais/Faturas, as mesmas serão devolvidas ao fornecedor para correção, ficando estabelecido que o prazo para pagamento será contado a partir da data da apresentação da Nota Fiscal/Fatura corrigida.

21.5 Os pagamentos poderão ser sustados nos seguintes casos:

- a) não cumprimento das obrigações assumidas;
- b) não prestar o serviço nas condições estabelecidas.

21.6 Nenhum pagamento será efetuado à CONTRATADA enquanto perdurar qualquer pendência de liquidação, ou obrigação que lhe for imposta, sem que isto gere direito ao pleito de reajustamento de preços ou correção.

21.7 Para emissão da Nota Fiscal deverão ser considerados os seguintes dados do tomador:

PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY

Rua: Átila Vivácqua, nº 79, Centro, Presidente Kennedy/ES - CEP: 29.350-000



EDITAL

CNPJ Nº 27.165.703/0001-26

I.E.: ISENTO

21.8 Ocorrendo atraso no pagamento e desde que não tenha sido o fornecedor quem lhe deu causa, poderá, a requerimento deste, ser lhe compensada a mora por meio da aplicação da seguinte fórmula: $EM = I \times N \times VP$

Onde:

EM = encargos moratórios;

N = número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = valor da parcela a ser paga;

I = 0,0001644 (índice de compensação financeira por dia de atraso, assim apurado $I = (6/100)/365$).

21.9 A Nota Fiscal deverá ser encaminhada juntamente com os seguintes documentos:

21.9.1 Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança emitidos em nome da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, tabelas de preços dos veículos, mapas de coberturas, e comprovantes de veiculação, em até 30 (trinta) dias consecutivos após o mês de veiculação. Deverá também ser entregue 2 (duas) cópias do(s) material(ais) veiculado(s), em arquivo digital em alta resolução, em DVD ou CD, quando este(s) tiver(em) sido produzido(s) pela empresa de veiculação, para serem anexados junto ao processo de pagamento.

21.9.2 Produção gráfica: mediante apresentação dos documentos de cobrança emitidos em nome da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, demonstrativo de despesas e respectivos comprovantes sendo estes entregues em 3 (três) cópias de todo(s) o(s) material(ais) gráfico(s) produzido(s), para serem anexados junto ao processo de pagamento, em até 30 (trinta) dias consecutivos após o mês de produção.

21.9.3 Comunicação Visual em geral: mediante apresentação dos documentos de cobrança emitidos em nome da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, demonstrativo de despesas e respectivos comprovantes sendo estes entregues em *checking*, sendo 1 (uma) cópia impressa e 1 (uma) em CD contendo fotos de todo(s) o(s) material(ais) produzido(s), para serem anexados junto ao processo de pagamento, em até 30 (trinta) dias consecutivos após o mês de produção.

21.9.4 Outros serviços de terceiros em geral: mediante apresentação dos documentos de cobrança emitidos em nome da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, demonstrativo de despesas e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com a CONTRATANTE, sendo os comprovantes entregues de acordo com a solicitação da CONTRATANTE, a qual julgará a melhor forma de apresentação de comprovação, para serem anexados junto ao processo de pagamento, em até 30 (trinta) dias consecutivos após o mês de produção.

21.9.5 Além da remuneração prevista nesta Cláusula, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência, calculado sobre os preços de tabela ou sobre os preços acertados para a veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, a ser concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e com o art. 11 do Regulamento da Lei nº 4.680/65, aprovado pelo Decreto nº 57.690/66 e alterado pelo decreto nº 4.563/2002.



EDITAL

22 DO REAJUSTAMENTO DE PREÇO

22.1 Os preços contratados serão fixos e irreeajustáveis pelo prazo de 12 (doze) meses.

22.2 Os preços dos serviços contratados poderão ser reajustados após decorridos 12 (doze) meses, a contar da data apresentação da proposta.

22.2.1 Sobre a planilha de custos da empresa incidirá como índice de reajuste, a variação percentual do IPCA/IBGE.

22.2.1.1 Na hipótese de extinção do IPCA/IBGE, utilizar-se-á outro que vier substituí-lo.

22.3 A solicitação de reajustamento deverá ser de iniciativa da Licitante Vencedora, mediante apresentação analítica do aumento dos custos, no formato da planilha de custos e formação de preços apresentadas pela contratada na época do processo licitatório.

22.4 A qualquer tempo a Licitante Vencedora poderá solicitar o reequilíbrio econômico-financeiro do contrato, desde que demonstre analítica e justificadamente a variação de todos os componentes dos custos, que deram origem ao desequilíbrio contratual, em consonância com o art. 65, inciso II, alínea "d", da Lei nº 8.666/93.

22.5 Os efeitos financeiros do pedido de reequilíbrio econômico-financeiro do contrato serão considerados a partir da data de recebimento da solicitação da contratada pela contratante.

22.6 Nos preços estabelecidos deverão estar compreendidos todos os serviços especificados: supervisão, administração, fornecimento dos materiais, equipamentos, ferramentas, instrumentos, uniformes de seu pessoal, transporte de pessoal e materiais, as despesas com encargos sociais e trabalhistas, impostos, licenças, emolumentos fiscais e outras despesas, inclusive lucros, além de outros não citados, necessários à perfeita execução dos serviços contratados.

22.6.1 A planilha de formação dos preços é importante para que a contratante saiba como formou aquele valor proposto que será contratado e também para no caso da empresa solicitar reequilíbrio econômico financeiro o Município terá como base a formação dos custos, verificando item por item o motivo do desequilíbrio.

23 DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

23.1 Nos termos do que prescreve a Instrução Normativa SCL nº 008/2017, versão 2, aprovada pelo Decreto Municipal nº 041/2019 e demais normas pertinentes, os licitantes que cometam atos visando frustrar os objetivos do presente certame serão aplicadas advertências, multas, suspensão temporária, impedimento de licitar e/ou contratar e declaração de inidoneidade, sem prejuízo de outras providências de caráter administrativo e judicial visando reparação de eventuais danos, assegurados, nos termos da lei, a ampla defesa e o contraditório.

23.2 Independentemente das sanções administrativas cabíveis, a licitante ficará, ainda, sujeita à responsabilização pelo pagamento das perdas e danos causados à Administração Municipal.

24 DAS DISPOSIÇÕES GERAIS



EDITAL

24.1 A participação do licitante nesta licitação implica aceitação de todos os termos deste Edital.

24.2 Os participantes deverão cumprir integralmente com as exigências estabelecidas neste Edital e no Contrato, bem como a CONTRATADA fica obrigada a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem nos serviços, até 25% (vinte e cinco por cento) do valor atualizado do contrato, conforme dispõe o art. 65, § 1º, da Lei nº 8.666/93.

24.3 As empresas interessadas deverão acompanhar os comunicados relativos ao presente certame publicados no Diário Oficial dos Municípios do Estado do Espírito Santo - DOM/ES (www.diariomunicipal.es.gov.br), Diário Oficial do Estado do Espírito Santo - DIOES (www.dio.es.gov.br), Site Oficial da Prefeitura (www.presidentekennedy.es.gov.br) e em jornal de grande circulação (A Tribuna).

24.4 Poderão ser convidados a colaborar com a Comissão Permanente de Licitação, assessorando-a quando necessário, profissionais de reconhecida competência, desde que não tenham qualquer vínculo com quaisquer licitantes, vinculados ou não à Administração Municipal.

24.5 É facultado à Comissão Permanente de Licitação ou à autoridade competente, em qualquer fase da licitação, promover diligências com vistas a esclarecer ou a complementar a instrução do processo.

24.5.1 No caso de dúvida quanto à autenticidade de assinatura constante em documento apresentado por licitante, poder-se-á diligenciar no intuito de saná-la, inclusive concedendo prazo para o reconhecimento de firma.

24.6 Os licitantes intimados para prestar quaisquer esclarecimentos adicionais deverão fazê-lo no prazo determinado pela Comissão Permanente de Licitação, sob pena de desclassificação.

24.7 Fazem parte do presente Edital, integrando-o de forma plena, independentemente de transcrição:

24.7.1 - Anexo I - Carta Credencial;

24.7.2 - Anexo II - Termo Declaratório;

24.7.3 - Anexo III - Briefing;

24.7.4 - Anexo IV - Tabelas de Pontuação dos Itens;

24.7.5 - Anexo V - Modelo de Carta de Apresentação das Propostas de Preços;

24.7.6 - Anexo VI - Modelo de Carta de Fiança Bancária para Garantia de Execução Contratual;

24.7.7 - Anexo VII - Tabelas de Preços SINAPRO;

24.7.8 - Anexo VIII - Minuta do Contrato;

24.7.9 - Anexo IX - Termo de Referência.

Presidente Kennedy/ES, 20 de agosto de 2021.

Selma Henriques de Souza
Presidente da Comissão Permanente de Licitação



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

ANEXO I - CARTA CREDENCIAL

À
PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY/ES
Rua: Átila Vivácqua, 79, Centro, Presidente Kennedy/ES

Att: Comissão Permanente de Licitações

Ref. CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2021 - CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA, A COMPRA DE MÍDIA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE PROMOVER OS SERVIÇOS, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, A FIM DE ATENDER A COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DE PRESIDENTE KENNEDY/ES.

Prezados senhores,

O abaixo assinado, na qualidade de responsável legal pela empresa, vem pela presente, informar que o(a) Sr.(a), documento de Identidade nº é pessoa designada por nós para acompanhar a Concorrência em epígrafe, podendo, para tanto, negociar verbalmente os preços, firmar declarações, impugnar, transigir, desistir ou apresentar recurso, requerer, assinar ata e praticar todos os demais atos pertinentes ao certame.

Atenciosamente,

ASSINATURA DO RESPONSÁVEL PELA EMPRESA



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL



EDITAL

ANEXO II - TERMO DECLARATÓRIO

À
PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY/ES
Rua: Átila Vivácqua, 79, Centro, Presidente Kennedy/ES

Att: Comissão Permanente de Licitações

Ref. CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2021 - CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA, A COMPRA DE MÍDIA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE PROMOVER OS SERVIÇOS, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, A FIM DE ATENDER A COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DE PRESIDENTE KENNEDY/ES.

Em cumprimento às determinações da Lei nº 8.666/93 e Lei Complementar nº 123/2006, para fins de participação na Concorrência Pública nº ---/---, a empresa -----, estabelecida na -----, devidamente inscrita no CNPJ sob o nº -----, declara que conhece e aceita todos os parâmetros e elementos para execução do objeto e em particular que:

- a) Não está impedida de contratar com a Administração Pública, direta e indireta;
- b) Não está punida com suspensão temporária perante o Município de Presidente Kennedy ou declarada inidônea perante qualquer órgão da Administração Pública;
- c) Não existe a superveniência de fato que impeça a sua habilitação/participação nesta licitação, estando ciente da sua obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.
- d) Não existe participação direta ou indireta de servidor público de entidades ou órgãos da Administração Municipal no fornecimento do objeto da Concorrência Pública nº --/---
- e) Não possui em seu quadro menor de 18 anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e menor de 16 anos em qualquer outro tipo de trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos.
- f) Visitou o local das obras/serviços e possui pleno conhecimento das condições da execução dos mesmos, bem como possui instalações, pessoal especializado, máquinas e equipamentos, os quais deverão estar disponíveis nas quantidades e qualidades mínimas necessárias ao cumprimento do objeto da presente licitação.
- g) Que, sob as penas do artigo 299 do Código Penal, são autênticos os documentos apresentados e verdadeiro seu conteúdo, e que tem consciência de que poderá ser processado por crime de falsidade ideológica na



EDITAL

hipótese de falsear na presente declaração sujeitando-se à pena de reclusão, de um a cinco anos, e multa.

h) E quanto à idoneidade de sua participação neste certame que:

I) A proposta apresentada para participar desta licitação foi elaborada de maneira independente pelo Licitante acima identificado, 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, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

II) A intenção de apresentar a proposta elaborada para participar desta licitação não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;

III) Que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influenciar na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato, quanto a sua participação ou não na referida licitação;

IV) Que o conteúdo da proposta apresentada não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato, antes da adjudicação do objeto; e

V) Que o conteúdo da proposta apresentada não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante da Prefeitura de Cariacica antes da abertura oficial das propostas.

Por ser a expressão da verdade, eu, Carteira de Identidade nº, CPF Nº, representante legal desta empresa, firmo a presente.

LOCAL E DATA

ASSINATURA DO REPRESENTANTE LEGAL DA EMPRESA



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL



ANEXO III - BRIEFING

CONTEXTUALIZAÇÃO

Presidente Kennedy está localizada no litoral Sul do Espírito Santo. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o município possui hoje cerca de 11.742 habitantes, em um território de 583,932 km².

Cidade com maior PIB per capita do país, por conta do repasse dos recursos dos royalties, sua economia, no entanto, é majoritariamente ligada a agricultura, setor responsável por cerca de 70% da arrecadação da prefeitura.

O poder público municipal é o maior empregador de Presidente Kennedy, com cerca de 1,8 mil servidores, entre efetivos, em designação temporária e comissionados.

Em virtude dos royalties, a prefeitura de Presidente Kennedy possui hoje mais de R\$ 1 bilhão em caixa e uma enorme capacidade de investimento. Por isso, a municipalidade busca ferramentas para criar alternativas econômicas, atraindo novas empresas, gerando mais emprego e renda.

Uma das ações da prefeitura foi a criação da Lei de Incentivos Fiscais para quem deseja ampliar ou abrir um novo negócio no município.

Fundada em 4 de abril de 1964, Presidente Kennedy hoje enfrenta muitos desafios, entre os quais, fomentar a criação de polos industriais, já que sua topografia favorece, por ser um território plano, e sua posição geográfica é interessante em aspectos logísticos, porque fica próximo a BR 101, entre outras rodovias.

Acessos:

O acesso ao município é pela BR-101 Sul, no km 418 sentido Vitória-Campos. No trevo, entre na ES-162, siga 20 km até a cidade de Presidente Kennedy, ou pela Rodovia do Sol (ES-060) passando por Marataízes e novamente pegando a ES-162, são 15 km. Ou, ainda, pela RJ-224, sentido à Vitória, que são 21 km.

Turismo

Presidente Kennedy possui belas praias em sua orla de 16 km de extensão, sendo as mais conhecidas Praia das Neves à 27,6 km, cerca de 29 minutos do centro, e Praia de Maroba à 19,8 km cerca de 21 minutos do Centro. A Praia de Marobá recebe cerca de mil pessoas por final de semana no verão.

Economia

A economia na região é basicamente da pecuária, cultivo de mandioca, maracujá, cana-de-açúcar, leite, mamão e da exploração de petróleo. O município é o maior produtor de leite do estado do Espírito Santo, com destaque para a região oeste.

Educação

A educação oferecida pela rede municipal de Presidente Kennedy é bem avaliada no Estado, segundo o Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb). Os dados divulgados recentemente pelo Ministério da



EDITAL

Educação apontam que os investimentos da Prefeitura na área tem alcançado os objetivos.

Desde 2013 a cidade é a que mais investe em educação por aluno em todo o Espírito Santo - de acordo com dados do Anuário de Finanças dos Municípios Capixabas, Presidente Kennedy investiu R\$ 26 mil per capita na área em 2019.

Além disso, Presidente Kennedy investe no Programa do Desenvolvimento da Educação Superior e Técnico (Prodes), com bolsas de estudos para cerca de 800 kennedenses nas faculdades dos municípios vizinhos, além de pós graduação e mestrado.

Todos esses investimentos são para profissionalizar a população local, criando mão de obra qualificada, para atender as expectativas de demandas de surgimentos de novos postos de trabalho.

DESCRIÇÃO E ANÁLISE DA SITUAÇÃO ESPECÍFICA

Atualmente, Presidente Kennedy vive uma situação desafiadora. Muito embora exista recurso suficiente em caixa, sua fonte de arrecadação própria ainda é baixa.

Os royalties não podem ser utilizados indiscriminadamente. Sua aplicação é limitada e não contempla custeio. Isso significa dizer que mesmo que tenha dinheiro para construir um hospital, mantê-lo será um problema. Pagamentos de salários de servidores efetivos e comissionados que não são ligados a Educação ou são contratados por meio processos seletivos (os DTs), por exemplo, não podem ser feitos com os royalties, além de outros impedimentos que acabam inviabilizando uma série de ações.

Pensando em mecanismos para desenvolver a cidade, gerando oportunidade para quem quer investir e, com isso, fomentar a criação de novos postos de trabalho e renda para a população, a prefeitura de Presidente Kennedy criou a Lei de Incentivos Fiscais.

A Lei Complementar nº 23, de 22 de dezembro de 2020, dispõe sobre a concessão de incentivos fiscais para o desenvolvimento de atividades econômicas e geração de empregos no município de Presidente Kennedy.

A Lei concede incentivos econômicos e fiscais, por meio do incremento de atividades industriais, comerciais e de serviços, e objetiva promover a atração de investimentos produtivos, gerando emprego, renda e receitas tributárias, contribuindo assim com o desenvolvimento socioeconômico local.

Os incentivos econômicos e fiscais podem ser relativos a isenção ou redução de tributos municipais; execução de terraplanagem e infraestrutura do terreno, necessárias a implantação ou ampliação; doação ou cessão de uso de terrenos necessários a realização do empreendimento; doação total ou parcial de projeto de construção civil de obra; e investimento em infraestrutura, incluindo obras civis destinadas à implantação, realocação, reforma e/ou ampliação de instalações, para o exercício das atividades.

Em contrapartida as empresas deverão ter no mínimo 50% de trabalhadores comprovadamente residentes em Presidente Kennedy, contratar preferencialmente bens e serviços de fornecedores sediados na cidade, dentre



EDITAL

outros.

A expectativa é de que o estímulo aos investimentos atraia crescimento e geração de empregos no município que tem forte potencial econômico.

OBJETIVO DA COMUNICAÇÃO

O objetivo da prefeitura é comunicar para os potenciais investidores, tanto do município, como da região Sul Capixaba e do Estado do Espírito Santo, essa Lei de Incentivos Fiscais e mostrar as potencialidades do município.

Levar a informação de forma simples e objetiva do que é a Lei de Incentivos Fiscais de Presidente Kennedy e as vantagens de investir no município, mostrando todo o potencial econômico, valorizando suas características de topografia e posicionamento geográfico.

Reforçar também que é cada vez mais real a instalação do Porto Central no município, um empreendimento bilionário, que vai gerar mais de 4 mil empregos, somente na fase inicial das obras e, com isso, movimentar a economia em todos os seus variados setores.

Explicar de maneira didática e simples para a população kennedense a importância e necessidade desse investimento feito pela prefeitura, falando dos benefícios que esse recurso pode trazer para o município.

PÚBLICO DE INTERESSE

- Formadores de opinião
- População de Presidente Kennedy
- Empresários locais
- Empresários capixabas

Informações Complementares/Fontes de Pesquisa

- Site da Prefeitura de Presidente Kennedy - www.presidentekennedy.es.gov.br
- Lei Complementar nº 23, de 22 de dezembro de 2020 - <http://legislacaocompilada.com.br/kennedy/Arquivo/Documents/legislacao/html/C232020.html>
- Decreto de Regulamentação - Lei de Incentivos Fiscais - <http://legislacaocompilada.com.br/kennedy/Arquivo/Documents/legislacao/html/D312021.html>
- Investida em Presidente Kennedy - <https://www.presidentekennedy.es.gov.br/pagina/ler/1061/investida-em-presidente-kennedy>
- Brasão Prefeitura Presidente Kennedy - <https://www.presidentekennedy.es.gov.br/noticia/ler/2217/brasao-prefeitura-de-presidente-kennedy>

ESTRUTURAÇÃO DO PLANO DE COMUNICAÇÃO



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

O plano de comunicação deve ser estruturado e apresentado segundo os seguintes critérios:

- a) Norteamento de campanha: explicar desde o raciocínio básico até a elaboração das estratégias.
- b) Ações de comunicação: apresentar as ações de comunicação propostas, descritas em detalhe.
- c) Plano de mídia: apresentar planejamento de mídia estruturado, distribuindo a verba disponível para o projeto por peça, por meio e por período de veiculação.
- d) Ideia criativa: apresentar a ideia criativa, contendo as peças corporificadas da campanha.
- e) Assinatura da campanha: a campanha deverá ser assinada com o Brasão Oficial da Prefeitura de Presidente Kennedy.

PERÍODO DE DIVULGAÇÃO

O prazo da campanha de divulgação é de até 45 dias em todas as mídias, de acordo com a sua proposta de estratégia de comunicação a ser apresentada.

ABRANGÊNCIA

Presidente Kennedy e todo o Sul do Estado do Espírito Santo: Grande Vitória e Norte do ES.

VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

Como se trata de uma campanha especial, onde o Município espera o maior retorno possível economicamente, no cálculo da alocação dos valores para a criação, produção, veiculação, exposição e/ou distribuição da campanha, a licitante utilizará como referencial a verba de R\$ 400.000,00 (quatrocentos mil reais). Fica a seu juízo a definição do período de veiculação a serem considerados na simulação de mídia.

Obs.: Toda a documentação (inclusive proposta) deverá estar adequada à Lei nº 12.232/10.

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Coordenadora de Comunicação



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL



EDITAL

ANEXO IV - TABELAS DE PONTUAÇÃO DOS ITENS

À
PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY/ES
Rua: Átila Vivácqua, 79, Centro, Presidente Kennedy/ES

Att: Comissão Permanente de Licitações

Ref. CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2021 - CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA, A COMPRA DE MÍDIA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE PROMOVER OS SERVIÇOS, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, A FIM DE ATENDER A COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DE PRESIDENTE KENNEDY/ES.

TABELAS DE PONTUAÇÃO DOS ITENS
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor do parâmetro
Raciocínio Básico	Acuidade da compreensão das características do município de Presidente Kennedy e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3	Ótimo	3
			Bom	2,4
			Regular	1,8
			Não Atendeu	0,3
			Não Apresentou	0
Raciocínio Básico	Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy.	2	Ótimo	2
			Bom	1,6



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

			Regular	1,2
			Não Atendeu	0,2
			Não Apresentou	0
	Acuidade da compreensão das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy para enfrentar esse problema.	2	Ótimo	2
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não Atendeu	0,2
			Não Apresentou	0
	Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy com seus públicos.	2	Ótimo	2
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não Atendeu	0,2
			Não Apresentou	0
	Acuidade da compreensão do papel da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy no atual contexto social, político e econômico.	1	Ótimo	1
			Bom	0,8
			Regular	0,6
			Não Atendeu	0,1
			Não Apresentou	0
Pontuação máxima Raciocínio Básico: 10 pontos				

Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor do parâmetro
-----------------	---------------------------	-------------------------	------------------	---------------------------



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

Estratégia de Comunicação Publicitária	Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e qualificação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação.	3	Ótimo	3
			Bom	2,4
			Regular	1,8
			Não Atendeu	0,3
	Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito proposto.	2	Ótimo	2
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não Atendeu	0,2
	A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy com seus públicos.	2	Ótimo	2
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não Atendeu	0,2
			Não Apresentou	0
			Não Apresentou	0



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy.	1	Ótimo	1
		Bom	0,8
		Regular	0,6
		Não Atendeu	0,1
		Não Apresentou	0
A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta.	1	Ótimo	1
		Bom	0,8
		Regular	0,6
		Não Atendeu	0,1
		Não Apresentou	0
A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos e o objetivo específico de comunicação previsto no Briefing e a verba disponível.	1	Ótimo	1
		Bom	0,8
		Regular	0,6
		Não Atendeu	0,1
		Não Apresentou	0
Pontuação máxima Estratégia de Comunicação Publicitária: 10 pontos			

Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor do parâmetro
----------	--------------------	------------------	-----------	--------------------



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

Ideia Criativa	Adequação ao problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy.	4	Ótimo	4
			Bom	3,2
			Regular	2,4
			Não Atendeu	0,4
			Não Apresentou	0
	Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante.	4	Ótimo	4
			Bom	3,2
			Regular	2,4
			Não Atendeu	0,4
			Não Apresentou	0
	Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	4	Ótimo	4
			Bom	3,2
			Regular	2,4
			Não Atendeu	0,4
			Não Apresentou	0
	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3	Ótimo	3
			Bom	2,4
			Regular	1,8
			Não Atendeu	0,3
			Não Apresentou	0
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	3	Ótimo	3	
		Bom	2,4	
		Regular	1,8	
		Não Atendeu	0,3	
		Não Apresentou	0	
Adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo.	3	Ótimo	3	



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

		Bom	2,4
		Regular	1,8
		Não Atendeu	0,3
		Não Apresentou	0
Pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy e à sua inserção nos contextos social, político e econômico.	3	Ótimo	3
		Bom	2,4
		Regular	1,8
		Não Atendeu	0,3
		Não Apresentou	0
Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas.	2	Ótimo	2
		Bom	1,6
		Regular	1,2
		Não Atendeu	0,2
		Não Apresentou	0
Compatibilização da linguagem das peças aos meios e aos públicos propostos.	2	Ótimo	2
		Bom	1,6
		Regular	1,2
		Não Atendeu	0,2
		Não Apresentou	0
Exequibilidade das peças	2	Ótimo	2
		Bom	1,6
		Regular	1,2
		Não Atendeu	0,2
		Não Apresentou	0
Pontuação máxima Ideia Criativa: 30 pontos			



EDITAL

Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor do parâmetro
Estratégia de Mídia e Não Mídia	Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	3	Ótimo	3
			Bom	2,4
			Regular	1,8
			Não Atendeu	0,3
	Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2	Ótimo	2
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não Atendeu	0,2
	Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquesitos anteriores (A e B).	2	Ótimo	2
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não Atendeu	0,2
	Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2	Ótimo	2
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não Atendeu	0,2
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2	Ótimo	2	
		Bom	1,6	



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

			Regular	1,2
			Não Atendeu	0,2
			Não Apresentou	0
	Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2	Ótimo	2
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não Atendeu	0,2
			Não Apresentou	0
	Pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy.	2	Ótimo	2
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não Atendeu	0,2
			Não Apresentou	0

**TABELAS DE PONTUAÇÃO DOS ITENS
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE**

Conjunto de Informações do Proponente				
Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor do parâmetro



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

Capacidade de Atendimento	Qualidade e o tempo de experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias.	5	Ótimo	5
			Bom	4
			Regular	3
			Não Atendeu	0,5
			Não Apresentou	0
Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.	4	4	Ótimo	4
			Bom	3,2
			Regular	2,4
			Não Atendeu	0,4
			Não Apresentou	0
Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy.	4	4	Ótimo	4
			Bom	3,2
			Regular	2,4
			Não Atendeu	0,4
			Não Apresentou	0
Operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy e a licitante, esquematizado na proposta.	1	1	Ótimo	1
			Bom	0,8
			Regular	0,6
			Não Atendeu	0,1
			Não Apresentou	0



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

	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 Municipal de Presidente Kennedy, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	1	Ótimo	1
			Bom	0,8
			Regular	0,6
			Não Atendeu	0,1
			Não Apresentou	0
Pontuação máxima Capacidade de Atendimento: 15 pontos				

Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor do parâmetro
Repertório	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy.	4	Ótimo	4
			Bom	3,2
			Regular	2,4
			Não Atendeu	0,4
			Não Apresentou	0
	Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver.	4	Ótimo	4
			Bom	3,2
			Regular	2,4
			Não Atendeu	0,4
			Não Apresentou	0
	Qualidade da execução e do acabamento da peça.	4	Ótimo	4
			Bom	3,2



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

			Regular	2,4
			Não Atendeu	0,4
			Não Apresentou	0
	Clareza e simplicidade da exposição das informações prestadas.	3	Ótimo	3
			Bom	2,4
			Regular	1,8
			Não Atendeu	0,3
			Não Apresentou	0
Pontuação máxima Repertório: 15 pontos				

Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor do parâmetro
Relato de Soluções de Problemas de Comunicação (cases)	Relevância dos resultados apresentados	2	Ótimo	2
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não Atendeu	0,2
			Não Apresentou	0
	Clareza e lógica da exposição das informações prestadas.	1	Ótimo	1
			Bom	0,8
			Regular	0,6
			Não Atendeu	0,1
			Não Apresentou	0
	Evidência de planejamento Publicitária	1	Ótimo	1
			Bom	0,8
			Regular	0,6
			Não Atendeu	0,1
			Não Apresentou	0
	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	1	Ótimo	1



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

		Bom	0,8
		Regular	0,6
		Não Atendeu	0,1
		Não Apresentou	0
Pontuação máxima Resolução de Problemas: 5 pontos			



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL



EDITAL

ANEXO V - MODELO DE CARTA DE APRESENTAÇÃO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À
PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY/ES
Rua: Átila Vivácqua, 79, Centro, Presidente Kennedy/ES

Att: Comissão Permanente de Licitações

Ref. CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2021 - CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA, A COMPRA DE MÍDIA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE PROMOVER OS SERVIÇOS, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, A FIM DE ATENDER A COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DE PRESIDENTE KENNEDY/ES.

Validade da Proposta: 60 dias.

Identificação da empresa proponente:

Razão Social:

Endereço:

Telefone e fax:

e-mail:

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

a) desconto, a ser concedido à Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, sobre os custos internos dos serviços executados por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do estado do Espírito Santo/SINAPRO: _____ % (_____ por cento);

b) honorários, a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: ____ % (_____ por cento).

c) honorários, a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, incidentes sobre os preços



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: ____ % (_____ por cento).

..... -....., de.....de 2021.

(nome da licitante)



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL



EDITAL

ANEXO VI - MODELO DE CARTA FIANÇA BANCÁRIA PARA GARANTIA DE EXECUÇÃO CONTRATUAL

1. Pela presente, o (a) _____ (nome da instituição fiadora) com sede em _____ (endereço completo), por seus representantes legais infra-assinados, declara que se responsabiliza como FIADOR e principal pagador, com expressa renúncia dos benefícios estatuídos no Artigo 827, do Código Civil Brasileiro, da empresa _____ (nome da empresa), com sede em _____ (endereço completo), até o limite de R\$ _____ (valor da garantia) (_____) (valor por escrito) para efeito de garantia à execução do Contrato nº _____ (número do contrato, formato xx/ano), decorrente do processo licitatório _____ (modalidade e número do instrumento convocatório da licitação - ex.: PE nº xx/ano), firmado entre a AFIANÇADA e o **Município de Presidente Kennedy** para _____ (objeto da licitação), tendo este FIADOR plena ciência dos termos do referido Edital licitatório e das cláusulas contratuais.

2. A fiança ora concedida visa garantir o cumprimento, por parte de nossa AFIANÇADA, de todas as obrigações estipuladas no contrato retromencionado, abrangendo o pagamento de:

- a) prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;
- b) prejuízos causados à Administração contratante ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;
- c) multas moratórias e punitivas aplicadas pela Administração contratante à AFIANÇADA; e
- d) obrigações trabalhistas, fiscais e previdenciárias de qualquer natureza, não honradas pela AFIANÇADA.

3. Esta fiança é válida por _____ (prazo, contado em dias, correspondente à vigência do contrato) (_____) (valor por escrito) dias, contados a partir de _____ (data de início da vigência do contrato), vencendo-se, portanto em _____ (data).

4. Na hipótese de inadimplemento de qualquer das obrigações assumidas pela AFIANÇADA, o (a) _____ (nome da instituição fiadora) efetuará o pagamento das importâncias que forem devidas, no âmbito e por efeito da presente fiança, até o limite acima estipulado, no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, contado do recebimento de comunicação escrita do Município de Presidente Kennedy.

5. A comunicação de inadimplemento deverá ocorrer até o prazo máximo de 90 (dias) após o vencimento desta fiança.

6. Nenhuma objeção ou oposição da nossa AFIANÇADA será admitida ou invocada por este FIADOR com o fim de escusar-se do cumprimento da obrigação assumida neste ato e por este instrumento perante o Município de Presidente Kennedy.

7. Obriga-se este FIADOR, outrossim, pelo pagamento de quaisquer despesas judiciais e/ou extrajudiciais, bem assim por honorários advocatícios, na hipótese de o Município de Presidente Kennedy se ver compelido a ingressar em juízo para demandar o cumprimento da obrigação a que se refere a presente fiança.

8. Se, no prazo máximo de 90 (noventa) dias após a data de vencimento desta fiança, o (a) _____ (nome da instituição fiadora) não tiver recebido do Município de Presidente Kennedy qualquer comunicação relativa a inadimplemento da AFIANÇADA, ou termo circunstanciado de que a AFIANÇADA cumpriu todas as cláusulas do contrato, acompanhado do original desta **Carta de Fiança**, esta fiança será automaticamente extinta, independentemente de qualquer formalidade, aviso, notificação judicial ou extrajudicial, deixando, em consequência, de produzir qualquer efeito e ficando o FIADOR exonerado da



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

obrigação assumida por força deste documento.

9. Declara, ainda, este FIADOR, que a presente fiança está devidamente contabilizada e que satisfaz às determinações do Banco Central do Brasil e aos preceitos da legislação bancária aplicáveis e, que, os signatários deste Instrumento estão autorizados a prestar a presente fiança.

10. Declara, finalmente, que está autorizado pelo Banco Central do Brasil a expedir Carta de Fiança e que o valor da presente se contém dentro dos limites que lhe são autorizados pela referida entidade federal.

_____, ____ de _____ de _____

Local

data

Instituição garantidora:

Nome: _____

CNPJ: _____

Representantes Legais:

Nome: _____

CPF: _____

Nome: _____

CPF: _____



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL



EDITAL

ANEXO VII - TABELA DE PREÇOS SINAPRO

Ref. CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2021 - CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA, A COMPRA DE MÍDIA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE PROMOVER OS SERVIÇOS, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, A FIM DE ATENDER A COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DE PRESIDENTE KENNEDY/ES.

POR RAZÕES TÉCNICAS A TABELA DE PREÇOS SINAPRO ENCONTRA-SE À PARTE DO RELATÓRIO DESTE EDITAL.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL



EDITAL

ANEXO VIII - MINUTA DO CONTRATO

CONTRATO Nº ____/____
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2021
PROCESSO Nº 000695/2021

Contrato que entre si celebram o **MUNICÍPIO DE PRESIDENTE KENNEDY** e a empresa _____, na qualidade de CONTRATANTE e CONTRATADA, respectivamente, para o fim expresso nas cláusulas que o integram.

O **MUNICÍPIO DE PRESIDENTE KENNEDY, ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**, pessoa jurídica de direito público interno, sediada à Rua Átila Vivácqua, nº 79, Centro, Presidente Kennedy/ES, inscrita no CNPJ sob o nº 27.165.703/0001-26, por sua representante legal, a Coordenadora de Comunicação Institucional, Sra....., brasileira,, residente e domiciliado na Rua, neste Município, ES, portador(a) da Carteira de Identidade nº e do CPF nº, doravante denominado **CONTRATANTE**, estabelecido à rua, inscrita no CNPJ nº, doravante denominada **CONTRATADA**, presente neste ato por seu representante legal, CPF....., RG, residente, tendo ajustado entre si o presente contrato, nos termos da **CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2021**, oriundo do **Processo Administrativo nº 000695/2021**. O Edital e seus anexos, acima referidos são partes integrantes deste instrumento, independentemente de transcrição, juntamente com a proposta da **CONTRATADA**, ficando, porém, ressalvadas como não transcritas as condições nela estipuladas que contrariem o estabelecido na Concorrência. O presente Contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232/10, e, de forma complementar, da Lei nº 4.680/65 e Lei nº 8.666/93 e suas alterações.

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1 - O objeto do presente Contrato consiste na **CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA, A COMPRA DE MÍDIA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE PROMOVER OS SERVIÇOS, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, A FIM DE ATENDER A COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DE PRESIDENTE KENNEDY/ES**, em conformidade com as especificações e discriminações contidas nos projetos e planilha orçamentária.

1.1.1 - Integram o objeto contratado, 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.

1.1.1.1 - As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 1.1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Prefeitura Municipal de Presidente



EDITAL

Kennedy, 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.

1.1.2 - Os serviços previstos no subitem 1.1.1 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.

1.1.2.1 - 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 veículo de comunicação.

1.2 - A agência atuará por ordem e conta do Município de Presidente Kennedy, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 1.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

CLÁUSULA SEGUNDA - DO REGIME DE EXECUÇÃO

2.1 - Fica estabelecido na forma de execução indireta, em regime de **EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO**, conforme os critérios da Lei nº 8.666/93 e suas alterações e da Lei nº 12.232/10, bem como estando este instrumento e sua execução regidos pelas normas do mercado publicitário, nos termos e determinações do Conselho Executivo de Normas Padrão (CENP).

CLÁUSULA TERCEIRA - DO VALOR E DO REAJUSTAMENTO

3.1 - O valor global estimado do contrato será de _____, pelo prazo de 12 meses.

3.2 - Os valores serão irremovíveis pelo período de **12 (doze) meses**, contados a partir a partir da apresentação das propostas, admitindo-se, entretanto, após esse período, o reajustamento pela variação do IPCA/IBGE.

3.2.1 - A solicitação de reajustamento deverá ser de iniciativa da CONTRATADA.

3.3 - Sobre a planilha de custos da empresa incidirá como índice de reajuste anual, a variação percentual do IPCA/IBGE.

3.4 - Na hipótese de extinção do IPCA/IBGE utilizar-se-á outro índice que vier substituí-lo.

3.5 - A solicitação de reajustamento deverá ser de iniciativa da Licitante Vencedora, mediante apresentação analítica do aumento dos custos, no formato da planilha de custos e formação de preços apresentadas pela CONTRATADA na época do processo licitatório.

3.6 - A qualquer tempo a Licitante Vencedora poderá solicitar o reequilíbrio econômico-financeiro do contrato, desde que demonstre analítica e justificadamente a variação de todos os componentes dos custos, que deram origem ao desequilíbrio contratual, em consonância com o art. 65, inciso II, alínea "d", da Lei nº 8.666/93.



EDITAL

3.7 - Os efeitos financeiros do pedido de reequilíbrio econômico-financeiro do contrato serão considerados a partir da data de recebimento da solicitação da CONTRATADA pela CONTRATANTE.

3.8 - Nos preços estabelecidos deverão estar compreendidos todos os serviços especificados: supervisão, administração, fornecimento dos materiais, equipamentos, ferramentas, instrumentos, uniformes de seu pessoal, transporte de pessoal e materiais, as despesas com encargos sociais e trabalhistas, impostos, licenças, emolumentos fiscais e outras despesas, inclusive lucros, além de outros não citados, necessários à perfeita execução dos serviços contratados.

3.8.1 - A planilha de formação dos preços é importante para que a CONTRATANTE saiba como formou aquele valor proposto que será contratado e também para no caso da empresa solicitar reequilíbrio econômico financeiro o Município terá como base a formação dos custos, verificando item por item o motivo do desequilíbrio.

CLÁUSULA QUARTA - DO INÍCIO E DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

4.1 - O presente Contrato terá **vigência de 12 (doze) meses, a partir da data de sua assinatura**, sendo que sua eficácia dar-se-á após sua publicação, o que deverá ocorrer na forma do art. 61 da Lei nº 8.666/93 e suas alterações, podendo ser prorrogado, na forma do artigo 57, II da Lei nº 8.666/93, sendo que o início da execução os serviços somente se dará após o recebimento da Ordem de Serviços.

4.2 - A execução dos serviços obedecerá rigorosamente às disposições contidas no Edital da Concorrência Pública nº 002/2021, na Proposta de Preços da CONTRATADA e neste Contrato, sendo que quaisquer alterações somente poderão ser realizadas se constarem de proposta apresentada, por escrito, e aprovada pelo CONTRATANTE.

4.3 - O presente Contrato poderá ser prorrogado, por iguais e sucessivos períodos, até o máximo de 60 (sessenta) meses, mediante acordo entre as partes, na forma do artigo 57, inciso II e § 2º da Lei nº 8.666/93, sendo que o Município de Presidente Kennedy consignará em seus orçamentos respectivos às dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

CLÁUSULA QUINTA - DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

5.1 - Os recursos necessários ao pagamento das despesas inerentes a este Contrato correrão à conta dos recursos específicos, consignados no orçamento do Município de Presidente Kennedy constantes na seguinte dotação: **Coordenadoria de Comunicação Institucional - Programa: 016 - Comunicação; Projeto/Atividade: 2.130 - Realização da Comunicação Institucional do Município; Elemento de Despesa: 33903900000 - Outros serviços de terceiros - Pessoa Jurídica; Fonte de Recurso: 153000000000 - Transferência da União referente Royalties do Petróleo.**

CLÁUSULA SEXTA - DA CONTRATAÇÃO DE TERCEIROS

6.1 - Sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais poderá ser permitida a contratação de terceiros de parte(s) do(s) serviço(s) contratado(s).

6.1.1 - Somente poderão ser contratadas as atividades complementares que se enquadrem na descrição do § 1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

6.1.2 - Os fornecedores contratados deverão estar previamente cadastrados pela Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy (art. 14 da Lei nº 12.232/10).



EDITAL

6.1.3 - Haverá a necessidade de seguir os procedimentos de seleção descritos no art. 14, §§ 1º, 2º, 3º da Lei nº 12.232/10.

6.1.4 - É vedada a subcontratação de outra agência de propaganda para execução dos serviços compreendidos no objeto da presente licitação.

CLÁUSULA SÉTIMA - DAS RESPONSABILIDADES DAS PARTES CONTRATANTES

7.1 - A **CONTRATADA** obrigará-se a:

7.1.1 - Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

7.1.2 - Centralizar o comando da publicidade da **CONTRATANTE** no Estado do Espírito Santo, onde, para esse fim, manterá escritório. A seu juízo, a **CONTRATADA** poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

7.1.2.1 - A **CONTRATADA** deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possui, no Estado do Espírito Santo, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à **CONTRATANTE**.

7.1.3 - Executar - com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos - todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela **CONTRATANTE**.

7.1.4 - Utilizar, na elaboração dos serviços objeto do contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à **CONTRATANTE**.

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

7.1.5.1 - Pertencem ao **CONTRATANTE** as vantagens obtidas em negociação de compra de tempos e ou espaços publicitários 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 veículo de divulgação.

7.1.5.1.1 - O disposto no subitem 7.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à **CONTRATADA** e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

7.1.5.2 - O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao **CONTRATANTE**, caso este venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

7.1.5.3 - A **CONTRATADA** não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do **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.

7.1.5.3.1 - O desrespeito ao disposto no subitem 7.1.5.3 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 do contrato.

7.1.6 - Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 7.2.1.1 e 7.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos



EDITAL

de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias do CONTRATANTE.

7.1.7 - Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao 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 pela CONTRATANTE, aptos a fornecerem à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;

III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados pela CONTRATADA 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 - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito - e em atividade - no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

7.1.7.1 - Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE.

7.1.7.2 - O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea 'a' do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666/1993 está dispensado do procedimento previsto no subitem 7.1.7.1.

7.1.7.3 - O CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

7.1.7.4 - Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do fiscal do contrato.

7.1.7.5 - Se e quando julgar conveniente, o 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 do contrato;

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

7.1.7.6 - Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas no contrato relativas a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

7.1.7.7 - As disposições dos subitens 7.1.7 a 7.1.7.6 não se aplicam à compra de tempos e ou espaços publicitários.

7.1.8 - Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto do contrato, à prévia e



EDITAL

expressa anuência do CONTRATANTE.

7.1.8.1 - 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.

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

7.1.9.1 - A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do CONTRATANTE, se previamente o identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

7.1.10 - Apresentar ao 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, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

7.1.11 - Apresentar ao CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 7.1.10, 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, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

7.1.11.1 - O estudo de que trata o subitem 7.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação do CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

7.1.11.1.1 - O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 7.1.11.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 6 (seis) meses da data de assinatura do contrato.

7.1.11.1.2 - Ao final do período de 6 (seis) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 6 (seis) meses seguintes e assim sucessivamente.

7.1.11.1.3 - Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 7.1.11, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

7.1.12 - Encaminhar imediatamente à Coordenação de Comunicação Institucional, após a produção dos serviços, todas as peças e materiais produzidos e veiculados, ambos finalizados e em alta qualidade, em arquivos digitais e com as identificações em todos os materiais por campanha e peças, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta, nos seguintes formatos:

- a) TV e Cinema: cópias em DVD;
- b) Internet, Rádio, Mídias Impressas, Comunicação Visual e materiais publicitários em geral: cópias em CD.

7.1.12.1 - Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD ou CD.

7.1.13 - Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 7.1.12.

7.1.14 - Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo CONTRATANTE.



EDITAL

7.1.14.1 - O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 7.1.12.

7.1.15 - Entregar ao 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.

7.1.16 - Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre o CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

7.1.16.1 - Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA ao CONTRATANTE até o prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato.

7.1.16.2 - Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

7.1.17 - Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do 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.

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

7.1.19 - Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

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

7.1.21 - Manter, durante a execução do 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 art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

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

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

7.1.24 - Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os 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.

7.1.25 - 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.

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

7.1.27 - 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 o próprio CONTRATANTE.



EDITAL

7.1.28 - 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 do CONTRATANTE.

7.1.29 - Responder perante o 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 do contrato.

7.1.30 - Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o CONTRATANTE.

7.1.31 - 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.

7.1.32 - 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 do contrato.

7.2 - A **CONTRATANTE** obrigará-se a:

- 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 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 CONTRATADA e às condições de 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 do contrato;
- g) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

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

CLÁUSULA OITAVA - DAS CONDIÇÕES DE REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO DOS SERVIÇOS

8.1 - O pagamento será efetuado em até 30 (trinta) dias após a aceitação do serviço, mediante apresentação da Nota Fiscal/Fatura devidamente atestada pelo órgão competente.

8.1.1 - A Nota Fiscal deverá vir acompanhada da prova de regularidade perante:

- a) Certidão Conjunta Negativa de Débitos, relativos a tributos federais e à Dívida Ativa da União, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social;
- b) Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);
- c) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa;



EDITAL

d) Prova de regularidade perante a Fazenda Estadual, onde for sediada a empresa e do estado do Espírito Santo quando a sede não for no estado;

e) Prova de regularidade perante a Fazenda Municipal da sede do Licitante e do Município de Presidente Kennedy;

8.2 - Não será admitida a antecipação de pagamento.

8.3 - Das notas fiscais/faturas deverá constar, além dos preços da proposta aceita, o nº da agência bancária, o nome do banco e número da conta da empresa, nº do processo e da Autorização de Fornecimento.

8.4 - Ocorrendo erros nas Notas Fiscais/Faturas, as mesmas serão devolvidas ao fornecedor para correção, ficando estabelecido que o prazo para pagamento será contado a partir da data da apresentação da Nota Fiscal/Fatura corrigida.

8.5 - Os pagamentos poderão ser sustados nos seguintes casos:

a) não cumprimento das obrigações assumidas;

b) não prestar o serviço nas condições estabelecidas;

8.6 - Nenhum pagamento será efetuado à contratada enquanto perdurar qualquer pendência de liquidação, ou obrigação que lhe for imposta, sem que isto gere direito ao pleito de reajustamento de preços ou correção.

8.7 - Para emissão da Nota Fiscal deverão ser considerados os seguintes dados do tomador:

PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY

Rua: Átila Vivácqua, nº 79, Centro, Presidente Kennedy/ES - CEP: 29.350-000

CNPJ Nº 27.165.703/0001-26

I.E.: ISENTO

8.8 - Ocorrendo atraso no pagamento e desde que não tenha sido o fornecedor quem lhe deu causa, poderá, a requerimento deste, ser lhe compensada a mora por meio da aplicação da seguinte fórmula: **EM = I x N x VP**

Onde:

EM = encargos moratórios;

N = número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = valor da parcela a ser paga;

I = 0,0001644 (índice de compensação financeira por dia de atraso, assim apurado $I = (6/100)/365$).

8.9 - A Nota Fiscal deverá ser acompanhada dos seguintes documentos:

8.9.1 - Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos, mapas de coberturas, mídias kit (contendo informações sobre audiência, público-alvo, classes sociais, idade, etc.) e comprovantes de veiculação, em até 30 (trinta) dias consecutivos após o mês de veiculação. Deverá também ser entregue 2 (duas) cópias do(s) material(ais) veiculado(s), em arquivo digital em alta resolução, em DVD ou CD, quando este(s) tiver(em) sido produzido(s) pela empresa de veiculação, para serem anexados junto ao processo de pagamento.

8.9.2 - Produção gráfica: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativo de despesas e respectivos comprovantes sendo estes entregues em 3 (três) cópias de todo(s) o(s) material(ais) gráfico(s) produzido(s), para serem anexados junto ao processo de pagamento, em até 30 (trinta) dias consecutivos após o mês de produção.

8.9.3 - Comunicação Visual em geral: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativo de despesas e respectivos comprovantes sendo estes entregues em *checking*, sendo 1 (uma) cópia impressa e 1



EDITAL

(uma) em CD contendo fotos de todo(s) o(s) material(ais) produzido(s), para serem anexados junto ao processo de pagamento, em até 30 (trinta) dias consecutivos após o mês de produção.

8.9.4 - Outros serviços de terceiros em geral: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativo de despesas e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com a CONTRATANTE, sendo os comprovantes entregues de acordo com a solicitação da CONTRATANTE, a qual julgará a melhor forma de apresentação de comprovação, para serem anexados junto ao processo de pagamento, em até 30 (trinta) dias consecutivos após o mês de produção.

8.10 - Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada da seguinte forma:

8.10.1 - Percentual de **desconto sobre os custos internos baseados na tabela de preços do SINAPRO** - Sindicato das Agências de Propaganda do Espírito Santo, limitados a ____ **(xxxx por cento)**.

8.10.2 - Percentual de **honorários** incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e matérias cuja distribuição **não proporcione** à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, limite máximo de ____ **(xxxx por cento)**.

8.10.3 - Percentual de **honorários** incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição **proporcione** à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação, com limite máximo de ____ **(xxxx por cento)**.

8.10.4 - O valor inicialmente contratado poderá ser corrigido, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do IPCA/IBGE, desde que decorrido pelo menos 01 (um) ano da cessão original dos direitos.

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

8.10.6 - 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.

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

8.11 - Desconto de agência

8.11.1 - Além da remuneração prevista nesta Cláusula, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência, calculado sobre os preços de tabela ou sobre os preços acertados para a veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, a ser concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e com o art. 11 do Regulamento da Lei nº 4.680/65, aprovado pelo Decreto nº 57.690/66 e alterado pelo decreto nº 4.563/2002.

8.12 - Direitos autorais

8.12.1 - A CONTRATADA cede à CONTRATANTE, neste ato e por este instrumento, os direitos autorais patrimoniais sobre todos os trabalhos publicitários desenvolvidos pelos seus profissionais em decorrência do presente contrato.

8.12.2 - O valor dessa cessão feita pela CONTRATADA, refere-se aos direitos de titulares dela, e está incluso nas modalidades de remuneração definidas nesta cláusula. Ressalvam-se os direitos de terceiros.

8.12.3 - A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, com ou sem modificações, após a vigência deste Contrato, com ou sem eventual rescisão, sem que lhe caiba



EDITAL

qualquer ônus perante a CONTRATADA.

8.12.4 - Em todas as contratações que envolvam direitos de terceiros, a CONTRATADA solicitará de cada contratado 02 (dois) orçamentos para execução do serviço, um de cessão de direitos por tempo limitado e outro de cessão total e definitiva de tais direitos, para que CONTRATANTE escolha uma das opções.

8.12.4.1 - Nos casos de cessão por tempo limitado, a CONTRATADA condicionará a contratação do serviço por período mínimo de 12 (doze) meses e utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão.

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

- a) explicitem a cessão total e definitiva, por esses terceiros, do direito patrimonial de uso sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos autorais ou conexos, aí incluídos a criação, a produção e a direção, a composição, o arranjo e a execução de trilha sonora, as matrizes, os fotolitos e demais trabalhos assemelhados;
- b) estabeleçam que a CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, com ou sem modificações, durante a vigência deste Contrato e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus perante os cedentes desses direitos.

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

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

8.12.7 - A critério da CONTRATANTE poderá esta aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos, dentre eles a Coordenação de Comunicação Institucional e sociedades integrantes do Poder Executivo Municipal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos das peças.

CLÁUSULA NONA - DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

9.1.1 - Serão nomeados um Fiscal titular e um substituto, para executar a fiscalização do 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 CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

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

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

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



EDITAL

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

9.5 - 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.

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

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

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

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

9.10 - A CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto do contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

9.11 - A CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

9.11.1 - A avaliação semestral será considerada pela CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

9.11.2 - Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao Fiscal do contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA DÉCIMA - DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

10.1 - Nos termos do que prescreve a Lei nº 8.666/93 e o Decreto nº 52/2019, constatada, após o devido processo legal, a responsabilidade do licitante ou do contratado por infração a regras e princípios aplicáveis aos certames licitatórios ou pela inexecução ou inadequada execução contratual, ser-lhe-á aplicada à penalidade prevista em lei, segundo a natureza e gravidade da falta e a relevância do interesse público atingido, respeitados os princípios da razoabilidade e da proporcionalidade.

10.2 - Aos licitantes ou contratados que cometam atos visando tumultuar, frustrar, fraudar ou praticar atos lesivos ao regular seguimento da licitação ou descumprir total ou parcialmente os contratos celebrados com a administração pública municipal serão aplicadas as seguintes sanções, previstas na legislação pertinente:

a) advertência (art. 87, I, da Lei Federal nº 8.666/93);

b) multa (arts. 86 e 87, II, da Lei Federal nº 8.666/93);

c) suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar com todos os órgãos e entidades da Administração Pública, direta e indireta, pelo prazo não superior a:

I - 02 (dois) anos (art. 87, III, da Lei Federal nº 8.666/93), ou,

II - 05 (cinco) anos (art. 7º, da Lei Federal nº 10.520/2002 e art. 47, da Lei Federal nº 12.462/2011);

d) declaração de inidoneidade para licitar e/ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem



EDITAL

os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade (art. 87, IV, da Lei Federal nº 8.666/93).

10.2.1 - A reabilitação de idoneidade de que trata o inciso IV deste item será concedida sempre que o contratado ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e depois de decorrido o prazo de dois anos da aplicação da sanção.

10.2.2 - A rescisão contratual derivada de uma das causas de descumprimento do contrato importará em formação de processo autônomo para apuração e aplicação de penalidade, se for o caso, independentemente do ato rescisório.

10.2.3 - A aplicação das sanções de suspensão e declaração de inidoneidade implicam na inativação do cadastro, impossibilitando o fornecedor ou interessado de relacionar-se comercialmente com a Administração Pública Municipal.

10.3 - A advertência é sanção administrativa que consiste em comunicação formal ao licitante ou contratado, advertindo-o sobre a conduta identificada como inadequada e será diretamente aplicada pela Coordenadora de Comunicação Institucional onde se origina o processo, na hipótese de licitação em andamento ou pelo gestor, na hipótese de contrato em execução.

10.3.1 - Quando de fatos ocorridos na execução de contrato, a aplicação de três advertências seguidas de justificativas não aceitas, autorizam, a critério do gestor, a:

- a) instauração do procedimento formal para o processamento de outras penalidades, e
- b) a rescisão contratual.

10.3.2 - A advertência formal não se confunde com a notificação, que no âmbito da execução de contratos, é a denominação do meio pelo qual pode a administração instruir o licitante ou contratado quanto a sua conduta e/ou desempenho.

10.4 - Obedecido o devido processo legal, será aplicada ao licitante ou contratado multa pecuniária que deverá estar prevista no instrumento convocatório ou no contrato, a ser aplicada pelo Secretário Municipal da pasta onde se origina a denúncia, observados os seguintes limites máximos:

- a) multa moratória de 0,5% (cinco décimos por cento) sobre o valor da nota fiscal, por dia de atraso injustificado, limitada a 10% (dez por cento);
- b) multa compensatória de 10% (dez por cento) sobre o valor do contrato;

10.4.1 - A critério da autoridade competente, o valor da multa poderá ser descontado do pagamento a ser efetuado ao contratado, antes da execução da garantia contratual, quando esta não for prestada sob a forma de caução em dinheiro.

10.4.2 - Caso o valor a ser pago ao contratado seja insuficiente para satisfação da multa, a diferença será descontada da garantia contratual.

10.4.3 - Verificada a insuficiência da garantia para satisfação integral da multa, o saldo remanescente será descontado de pagamentos devidos ao contratado.

10.4.4 - Após esgotados os meios de execução direta da sanção de multa indicados nos §§ 2º e 3º deste artigo, o sancionado será notificado para recolher a importância devida no prazo de 15 (quinze) dias, contados do recebimento da comunicação oficial.

10.4.5 - Decorrido o prazo previsto no parágrafo anterior, o CONTRATANTE encaminhará o processo relativo à multa aplicada para inscrição em dívida ativa e posterior cobrança judicial pela Procuradoria Geral do Município.



EDITAL

10.4.6 - Caso o valor da garantia seja utilizado, no todo ou em parte, para o pagamento da multa, esta deve ser complementada pelo contratado no prazo de até 10 (dez) dias úteis, a contar de sua notificação para tanto.

10.4.7 - Se a multa aplicada for superior ao valor da garantia prestada, além da perda desta, responderá o licitante ou contratado pela sua diferença, devidamente atualizada pelo Índice Geral de Preços - Mercado (IGP-M) ou equivalente, a partir do termo inicial, até a data do efetivo recolhimento, ao qual será descontada dos pagamentos devidos pela Administração ou cobrada judicialmente.

10.4.8 - O atraso, para efeito de cálculo de multa, será contado em dias corridos, a partir do dia seguinte ao do vencimento do prazo de entrega de material ou execução de serviços, se dia de expediente normal no órgão ou entidade interessada, ou do primeiro dia útil seguinte.

10.4.9 - A pena de multa poderá ser aplicada cumulativamente com as demais sanções restritivas de direitos.

10.4.10 - Decorridos 30 (trinta) dias de atraso injustificado na entrega de material ou na execução de serviços, a autorização de fornecimento, ordem de serviço ou contrato deverá ser cancelado ou rescindido, exceto se houver justificado interesse público em manter a avença, hipótese em que será aplicada multa na forma do inciso I, alínea "b" ou inciso II, alínea "d", deste artigo, de acordo com a modalidade.

10.4.11 - Em despacho fundamentado da autoridade competente, a multa poderá ser relevada nas seguintes hipóteses:

- I - por atraso na entrega de material ou na execução de serviços por prazo não superior a 05 (cinco) dias; e
- II - quando o montante for inferior ao dos custos de sua imposição.

10.4.12 - A modulação das multas estabelecidas nos incisos I e II, do subitem anterior admitem formulação distinta conforme a forma de execução dos contratos ou sua natureza, sendo de responsabilidade do órgão requisitante, respeitados os limites máximos previstos nos dispositivos citados, indicar sua aplicabilidade.

10.5 - A suspensão temporária, a ser aplicada pela Coordenadora de Comunicação Institucional onde se origina a denúncia, impedirá o licitante ou contratado de licitar e contratar com a Administração Pública Municipal na Lei Geral de Licitações, por prazo nunca superior a 02 (dois) anos, e conforme descrito abaixo:

I - 3 (três) meses, nos casos em que tenha vencido o prazo da advertência e o licitante ou contratado permanecer inadimplente;

II - 6 (seis) meses, nos casos de:

a) aplicação de três penas de advertência, no prazo de 12 (doze) meses, sem que o licitante ou contratado tenha adotado as medidas corretivas no prazo determinado pela Administração;

b) alteração da quantidade ou qualidade da mercadoria fornecida;

III - 12 (doze) meses, no caso de retardamento imotivado da execução de obra, de serviço, de suas parcelas ou do fornecimento de bens;

IV - 24 (vinte e quatro) meses, nos casos de:

a) entregar como verdadeira mercadoria falsificada, adulterada, deteriorada ou danificada;

b) paralisação de serviço, de obra ou de fornecimento de bens sem justa fundamentação e prévia comunicação à Administração;

c) praticar ato ilícito visando impedir, frustrar, fraudar ou praticar atos lesivos à licitação no âmbito da Administração Pública Municipal; ou

d) sofrer condenação definitiva por praticar, por meio doloso, fraude fiscal no recolhimento de qualquer tributo.

e) apresentar documentação ou declaração falsa;



EDITAL

- f) falhar ou fraudar na execução do contrato;
- g) comportar-se de modo inidôneo;

10.5.1 - As sanções previstas no inciso III, alíneas "e", "f" e "g" deste item, após aplicadas, serão informadas obrigatoriamente ao Ministério Público, pela Coordenadora de Comunicação Institucional, para as providências cabíveis.

10.6 - A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada pela Coordenadora de Comunicação Institucional onde se origina a denúncia.

10.6.1 - Poderão ser considerados inidôneos, as empresas ou profissionais que, em razão dos contratos regidos pela Lei nº 8.666/93:

I - tenham sofrido condenação definitiva por praticarem, por meios dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;

II - tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;

III - demonstrarem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos privados.

10.7 - Após o esgotamento do prazo para a interposição do recurso e/ou manutenção da decisão, a aplicação da sanção de suspensão e impedimento ou declaração de inidoneidade será formalizada por despacho motivado da Coordenadora de Comunicação Institucional onde se origina a denúncia, cujo extrato será publicado no Diário Oficial do Município e lançado em Cadastros próprios.

10.7.1 - A aplicação das sanções de advertência e multa será formalizada por comunicado diretamente à apenada e por apostilamento nos autos do processo originário da licitação e/ou contratação, dispensada quaisquer outras formas de publicidade.

10.8 - A aplicação das sanções ora aludidas não inibirá a responsabilização objetiva administrativa e civil de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a administração pública, na forma da Lei nº 12.846 de 1º de agosto de 2013.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA RESCISÃO

11.1 - A inexecução total ou parcial do contrato enseja a sua rescisão, com as consequências contratuais e as previstas em lei ou regulamento.

11.2 - Constituem motivos para a rescisão do presente contrato:

- a) não cumprimento de cláusulas contratuais, especificações ou prazos;
- b) cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações ou prazos;
- c) Lentidão no seu cumprimento, levando a CONTRATANTE a comprovar a impossibilidade da conclusão do serviço, nos prazos estipulados;
- d) Atraso injustificado do início do serviço;
- e) Paralisação do serviço sem justa causa e prévia comunicação à Administração;
- f) Desatendimento das determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como a de seus superiores;
- g) Decretação de falência ou a instauração de insolvência civil;
- h) Razões de interesse público de alta relevância e amplo conhecimento, justificadas e determinadas pela máxima autoridade da esfera Administrativa a que está subordinado o CONTRATANTE, e exaradas no



EDITAL

processo Administrativo a que se refere o Contrato.

11.3 - A rescisão do Contrato poderá ainda ocorrer de forma amigável, por acordo entre as partes, reduzindo a termo no processo desde que haja conveniência para a Administração Pública.

11.4 - Declarada a rescisão do Contrato, a CONTRATADA receberá do CONTRATANTE apenas o pagamento dos serviços realizados, depois de medidos e aprovados pela fiscalização.

11.5 - Da rescisão contratual por culpa exclusiva da CONTRATADA caberá multa de 10% (dez por cento), sobre o valor do contrato.

11.5.1 - Ressaltando que sempre será oportunizado todo o mecanismo de defesa, de modo a garantir o princípio do contraditório a ampla defesa para a CONTRATADA.

11.6 - Na hipótese de rescisão do contrato fica reconhecido o direito da Administração a:

- a) assunção imediata do objeto do contrato, direta ou indiretamente, no estado e local em que se encontrar, por ato próprio da Administração;
- b) ocupação e utilização do local, instalações, equipamentos, material e pessoal empregados na execução do contrato, necessários à sua continuidade;
- c) execução da garantia contratual, para ressarcimento da Administração, e dos valores das multas e indenizações a ela devidos;
- d) retenção dos créditos decorrentes do contrato até o limite dos prejuízos causados.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DAS SUPRESSÕES OU ACRÉSCIMOS

12.1 - O Município se reserva o direito de aumentar ou diminuir o objeto da presente licitação, até os limites estabelecidos no parágrafo 1º do artigo 65 da Lei nº 8.666/93.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA GARANTIA

13.1 - O contratado deverá apresentar a Administração, no prazo máximo de 10 (dez) dias uteis, contado da data da assinatura do contrato, comprovante de prestação de garantia correspondente ao percentual de 5% (cinco por cento) do valor do contrato, podendo optar por caução em dinheiro, títulos da dívida pública, seguro-garantia ou fiança bancária.

13.2 - A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa de 0,2% (dois décimos por cento) do valor do contrato por dia de atraso, até o máximo de 5% (cinco por cento), ficando desde já a CONTRATANTE autorizada a debitá-la em eventuais créditos da CONTRATADA.

13.3 - O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias autorizará a Administração a promover, a título de garantia, a retenção dos pagamentos devidos ao contratado, até o limite de 5% (cinco por cento) do valor total do contrato, sem prejuízo da penalidade de que trata o item 11.2.

13.3.1 - A retenção efetuada nos termos da subcláusula anterior não gerará direito a nenhum tipo de compensação financeira ao contratado.

13.4 - A CONTRATADA, a qualquer tempo, poderá substituir a retenção efetuada com base na subcláusula 13.3 por qualquer das modalidades de garantia.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DO REPRESENTANTE DA CONTRATADA

14.1 - Representará a CONTRATADA na execução do ajuste o Sr. (nome, qualificação, endereço, Identidade e CPF).



EDITAL

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DAS 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 do Estado do Espírito Santo, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

15.3 - Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/1993, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

15.4 - São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11/09/90 (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 afetará 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, em local específico para esse fim, garantido o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - DO FORO

16.1 - Elegem o Foro de Presidente Kennedy, Estado do Espírito Santo, com renúncia expressa a qualquer outro, para solução de quaisquer questões oriundas do presente contrato.

16.2 - E por estarem justos e contratados, assinam o presente em 04 (quatro) vias os representantes do CONTRATANTE e da CONTRATADA.

Presidente Kennedy/ES, de de

EMPRESA CONTRATADA

COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL



EDITAL

ANEXO IX - TERMO DE REFERENCIA

1. INTRODUÇÃO

1.1. O presente Termo de Referência foi elaborado visando a Contratação de Agência de Publicidade e Propaganda, em conformidade com o Artigo 6º inciso IX, combinado com art. 7º § 2º inciso I da Lei nº 8.666/93 e com base nas Leis nº 12.232/2010 e 12.349/2010.

2. OBJETO

2.1. Contratação de Agência de Publicidade e Propaganda para prestação de Serviços de Publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de promover os serviços, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, a fim de atender a Coordenadoria de Comunicação Institucional do Município de Presidente Kennedy.

2.2. Detalhamento do Objeto

2.2.1. 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) a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados, e;
- c) a criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

2.2.2. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do subitem 2.2 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, 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.

2.2.3. Os serviços previstos no subitem 2.2.1 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.

2.2.3.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia,



EDITAL

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 veículo de comunicação.

2.3. Os serviços objeto da presente concorrência serão contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenha obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

2.3.1. A agência atuará por ordem e conta da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.2.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3.2. A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 2.

3. CONCEITOS BÁSICOS

3.1. Para fins de utilização no presente projeto, considera-se:

- **ação publicitária:** o conjunto de peças e materiais publicitários concebidos e desenvolvidos pela agência de propaganda, mediante demanda da contratante, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, promover a venda de produtos e serviços, ou informar e orientar o público em geral.
- **agência:** a agência de propaganda especializada na arte e na técnica publicitárias, que, por meio de técnicos e especialistas, estuda, planeja, conceitua, concebe, cria, executa internamente, intermedeia e supervisiona a execução externa e distribui publicidade.
- **briefing:** o documento no qual são registradas, de forma clara, precisa e objetiva, as informações necessárias e suficientes para subsidiar a elaboração de proposta técnica em um processo licitatório ou a proposição de ação durante a execução do contrato.
- **campanha publicitária:** o conjunto integrado de peças e materiais de publicidade concebidos e desenvolvidos por agência de propaganda, mediante demanda do anunciante, para divulgação de informações no âmbito de uma ação coordenada de comunicação publicitária.
- **distribuição:** a referência genérica ao procedimento adotado para que peças e materiais cheguem aos públicos-alvo de uma ação de comunicação, seja pela sua exposição em locais não comercializados ou seu encaminhamento direto a públicos de interesse ou, ainda, sua veiculação nos meios e veículos de divulgação integrantes de um plano de mídia.
- **formas inovadoras de comunicação:** os serviços especializados, contratados em consonância com novas tecnologias, que integram o objeto do contrato como atividades complementares e visam expandir os efeitos das mensagens e das ações.
- **fornecedor:** a pessoa física ou jurídica apta a fornecer bens ou serviços especializados relacionados com as



EDITAL

atividades complementares do objeto do contrato.

- **meio de comunicação:** os dispositivos que permitem transmitir uma informação a um número elevado de pessoas.
- **mídia:** o conjunto de meios ou de veículos de divulgação.
- **não mídia:** os meios publicitários (*off-line*) que não implicam na compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação, para a transmissão de mensagens a públicos determinados.
- **peça e material publicitário:** os elementos isolados de uma ação publicitária ou integrantes de uma campanha.
- **pedido de inserção:** o documento por meio do qual a contratada formaliza a compra de espaço e/ou tempo em um veículo de divulgação.
- **plano de mídia:** documento composto por planilhas de programação de inserções, onde deverá constar o detalhamento dos custos das tabelas dos veículos, constantes do cadastro de veículos de divulgação, o percentual de investimentos por veículo entre outros, bem como, os dados referentes a audiência, tiragem ou circulação, além dos somatórios dos investimentos por meios.
- **reserva de espaço e/ou tempo:** a ação por meio da qual a contratada manifesta a intenção de compra de espaço e/ou tempo em veículos de divulgação.
- **seleção interna:** o procedimento instituído pela contratante para escolher a melhor proposta entre as apresentadas pelas contratadas, para realização de uma ação;
- **serviço de publicidade:** o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse.
- **subcomissão técnica:** a comissão especialmente constituída para, em caráter temporário, analisar e julgar as propostas técnicas apresentadas pelas licitantes em um processo licitatório.
- **veiculação:** a transmissão de mensagem por veículo de divulgação.
- **veículo de comunicação e divulgação:** empresa ou entidade capaz de comercializar espaço e ou tempo e de transmitir mensagem ao público.

4. JUSTIFICATIVA PARA CONTRATAÇÃO DOS SERVIÇOS

A Coordenadoria de Comunicação da Prefeitura de Presidente Kennedy busca caminhos para ampliar, de forma cada vez mais qualificada, o seu diálogo com a população, de modo a dar transparência a todas as suas ações, construindo uma gestão mais popular e participativa.

Sendo a comunicação um eixo estratégico de aproximação da administração pública municipal com a população, é importante que a prefeitura busque reforçar a qualidade do serviço que já vem sendo ofertado e também as condições financeiras e orçamentárias para tanto.

Tendo em vista que Presidente Kennedy é um município estratégico no desenvolvimento econômico da região sul capixaba, a comunicação da administração pública municipal precisa se renovar, se adequando



EDITAL

às novas plataformas disponíveis, e ampliar seu horizonte, não se restringindo apenas à sua população local.

Com a possibilidade de receber grandes investimentos, como é o caso do Complexo Industrial Portuário de Águas Profundas "Porto Central", Presidente Kennedy precisa dialogar com as cidades vizinhas, mas também com outros entes federados, já que existe, inclusive, empresas de outros Estados e até de outros países com a intenção de se instalar no município.

Além disso, a Prefeitura de Presidente Kennedy sancionou recentemente a Lei de Incentivos Fiscais, criando assim diversas possibilidades e facilidades de aportes na cidade para novos investidores e também para quem deseja ampliar seu negócio dentro do município. A prefeitura precisa continuar publicizando todas essas possibilidades com a região, no intuito de atrair novos investidores e, com isso, diversificar sua oferta de emprego e renda, oportunizando a criação de polos industriais e mostrando a viabilidade geográfica e econômica presentes em sua realidade.

A presente contratação terá também o interesse de ser suficiente para as demandas das demais secretarias da Prefeitura de Presidente Kennedy, viabilizando, por exemplo, a divulgação de suas atividades, sem causar prejuízos à população com a falta dela.

Entre questões necessárias de divulgação para, inclusive, melhorar a arrecadação própria do município, estão as campanhas publicitárias do IPTU e também Nota Legal e Nota Rural. Essas duas últimas, por sua vez, tem por objetivo fomentar o comércio da cidade e premiar os produtores rurais que emitem nota fiscal, gerando receita para Presidente Kennedy.

Além do mais, a Administração Pública de qualquer dos Poderes é regida sob a égide dos princípios constitucionais explícitos no Art. 37, da Constituição Federal de 1988, que são: o princípio da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da publicidade (informação) e o princípio da eficiência.

Deste modo, a administração municipal deve dar publicidade a todos os seus atos e, por isso, torna-se a comunicação um eixo estratégico de governo, principalmente no sentido de informar à população os serviços ofertados, além de prestar contas da gestão, mostrando aos munícipes como tem sido utilizados os recursos e as suas devidas aplicações, levando aos contribuintes toda a informação necessária para que eles mesmos possam, inclusive, ter argumentos e fundamentos para sugerir, opinar, criticar e contribuir nos rumos do seu município.

O princípio da publicidade ou informação consagra-se no dever administrativo de manter plena transparência em seus atos. Não pode haver em um Estado Democrático de Direito, no qual o poder emana do povo (art. 1º, parágrafo único, da Constituição), ocultamento aos administrados dos assuntos que a todos interessam, e muito menos em relação aos sujeitos individualmente afetados por alguma medida.

Considerando que o poder público é o gestor dos recursos financeiros arrecadados da sociedade, seus membros



EDITAL

têm o dever de prestar contas ao povo da forma como os recursos estão sendo utilizados, durante o exercício para o qual foi legalmente autorizado sua aplicação.

Deste modo, é dever legal da Administração Pública dar total transparência a todos os atos que praticar, além de fornecer todas as informações solicitadas pelos particulares, sejam públicas, de interesse pessoal ou mesmo personalíssimas que constem de registros públicos, pois, como regra geral, nenhum ato administrativo pode ser sigiloso.

Considerando ser a Publicidade um Princípio Administrativo e dever do Estado, a sua efetivação deve ser concreta, ou seja, deve atingir de forma direta a população, que é a destinatária da informação. As ações de Publicidade Institucional e de Utilidade Pública, para atingirem seus objetivos, precisam da utilização de meios de comunicação de massa, bem como da expertise para o planejamento, preparação e execução das ações próprias das empresas especializadas no ramo.

Para melhor cumprir os princípios da eficiência e da economicidade, a administração pública vem terceirizando algumas de suas atividades. É o caso da contratação de agências de publicidade e propaganda, com fulcro na Lei nº 12.232/10.

Por isso, para buscar a excelência na comunicação com a população local, os municípios vizinhos e os demais entes federados, é necessário que o município faça licitação de uma agência de publicidade, buscando o melhor serviço com o melhor preço de mercado.

5. DESCRIÇÃO E DESTINAÇÃO DOS SERVIÇOS

5.1. Os serviços de publicidade compreendem as ações publicitárias destinadas à divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, compreendendo 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 peças e campanhas de interesse governamental aos veículos e demais meios de divulgação, conforme estipulado no art. 2º, caput, da Lei Federal nº 12.232/10.

5.2. Além dos serviços descritos acima, poderão ser executadas as atividades complementares definidas no § 1º do mesmo artigo e lei, sendo:

(I) 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;

(II) a produção e a execução técnica das peças e projetos publicitários criados, e;

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

⊗ **Publicidade de Utilidade Pública:** a que se destina a divulgar direitos, produtos e serviços colocados à disposição dos cidadãos, ou que objetivam informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a



EDITAL

população para adotar comportamentos que lhe tragam benefícios individuais ou coletivos e que melhorem a sua qualidade de vida.

⊗ **Publicidade Institucional:** a que se destina a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e Secretarias do Município de Presidente Kennedy, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas e de impulsionar o Município.

5.3. Considerando-se as especificidades dos trabalhos a serem desenvolvidos pelas agências de publicidade, que são de cunho eminentemente técnico e artístico, com já prevê o art. 3º da Lei Federal nº 4.680/65, exigem dos publicitários esforço intelectual de criação e imaginação de difícil mensuração, por isso, diferem na essência, dos trabalhos mecânicos, a exemplo de obras e serviços de engenharia. Logo, deve-se ponderar a dificuldade de se exigir detalhamento exaustivo das campanhas no momento da licitação.

5.4. Ressalva-se que este termo de referência, leva em conta essas peculiaridades dos serviços de publicidade que são, na verdade, uma espécie do conceito mais amplo de serviço (gênero).

5.5. Logo, nessa seara, cabe ao gestor público, representante primário do interesse público, definir com base no seu poder discricionário e, sempre no intuito de atender o interesse público, a conveniência, a oportunidade e o conteúdo de uma determinada ação de publicidade, em conjunto com a agência e respectivos especialistas das áreas: técnica/criação/arte as diversas ações midiáticas e, respectivos instrumentos/meios/veículos, que poderão ser usados em determinado contexto, tempo e lugar.

5.6. Deve-se lembrar que os fatores sociais, econômicos, políticos e culturais são dinâmicos e não estáticos, logo, qualquer alteração no cenário econômico como crises, perdas de receitas, assim como fatores ou eventos decorrentes de casos fortuito ou força maior podem afetar os Programas, Atividades e Projetos previstos nos planejamentos prévios da Administração Municipal.

5.7. As especificidades dos produtos, serviços, veículos a serem utilizadas nas campanhas, anúncios, etc, dependem de vários fatores como: locais de atuação ou veiculação da ação, datas, horários, etapas, públicos-alvo, produto específico, disponibilidade de recursos, meios de criação (desenhos, logomarcas, fotolitos, spot, jingles, leiautes, banners), meios de vinculação (outdoor, folders, cartazes, internet, rádio, televisão, jornais, revistas, etc).

5.8. Nessa linha, fica demonstrado que a exigência na fase de licitação de uma definição, detalhada, clara e precisa da criação/arte por parte do órgão é praticamente impossível de ser delimitada, seja para definir valores futuros de contratações ou mesmos quantidade por tipo de serviços que serão executados.

5.9. Ressalta-se ainda que não há como vincular todas as ações de comunicação as quais se pretende executar durante a vigência dos contratos, pois, o detalhamento excessivo pode "engessar" a máquina administrativa na busca pelo atingimento de sua finalidade maior na área da publicidade, que é estabelecer um diálogo permanente com a sociedade, disseminar informações de seu interesse, ampliar a participação, o controle social



EDITAL

e a transparência das ações de governo.

5.10. Logo, demonstra-se desarrazoado e desproporcional detalhamento em planilha de custo, especificando os preços unitários e totais de todos os bens, produtos e serviços a serem criadas em todas as futuras execuções de serviços de publicidade, assim como seria, a exemplo, definir quais veículos de comunicação serão utilizados sem conhecimento da situação e do momento que demandará a ação de publicidade.

5.11. Desta forma, tem-se de maneira ampla que as hipóteses de utilização dos serviços ocorrem para os casos de "criação e desenvolvimento das ações de comunicação"; de "produção e execução das peças e materiais publicitários", e; de "contratação de espaço para veiculação das peças ou campanhas publicitárias".

6. MODALIDADE DA LICITAÇÃO

6.1. A modalidade de licitação será a "**concorrência**", do tipo "**Melhor Técnica**", nos termos do art. 5º da Lei Federal nº 12.232/10.

7. PRAZO ESTIMADO PARA A CONTRATAÇÃO

7.1. Os serviços terão prazo de vigência contratual de **12 (doze) meses**, nos termos da Lei Federal nº 8.666/93, com início no dia subsequente ao da publicação do resumo do contrato no Diário Oficial.

7.2. A prorrogação poderá ser admitida nos termos do art. 57 da Lei nº 8.666/1993, mediante prévia justificativa e autorização da autoridade competente, devendo ser precedida, ainda, de manifestação da Procuradoria Geral do Município de Presidente Kennedy.

7.3. Ocorrendo a hipótese prevista no inc. II do art. 57 da Lei nº 8.666/1993, a duração do contrato poderá sofrer prorrogação por sucessivos períodos, limitada a 60 (sessenta) meses, desde que cumpridas as formalidades acima indicadas e demonstrado, nos autos, que a medida importará em obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração.

8. DO VALOR GLOBAL DA LICITAÇÃO

8.1. O valor global estimado da contratação para **12 (doze) meses** é de **R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)**.

8.2. A contratada não terá direito à execução dos valores máximos estimados da contratação, nem a qualquer indenização pela expectativa de consumo, não sendo aplicável o limite de supressão unilateral previsto na Lei Federal nº 8.666/93.

8.3. O valor do contrato será fixo e irrevogável e as contratadas farão jus ao pagamento apenas dos serviços executados.

8.4. A estimativa do valor para a licitação baseia-se no levantamento de gastos referente a última contratação de serviços de publicidade, conforme contrato nº. 20/2014, o qual teve o valor estimado de R\$ 1.800.000,00 (um milhão e oitocentos mil reais) anual, sendo executado no período de 2014-2019, mediante prorrogações na forma da Lei.



EDITAL

8.5. Sendo assim, segue abaixo planilha contendo os valores gastos com publicidade no período de 16/01/2014 a 15/01/2020:

CONTRATO 20/2014	VALOR EXECUTADO	CONCORRÊNCIA Nº 004/2013
16/01/14 à 15/01/15	R\$ 1.780.998,74 (98 %)	Valor Estimado Anual R\$ 1.800.000,00
16/01/15 à 12/01/16	R\$ 1.766.146,12 (98%)	
13/01/16 à 02/01/17	R\$ 944.831,47	
03/01/17 à 01/01/18	R\$ 1.773.592,12 (98%)	
02/01/18 à 13/01/19	R\$ 2.187,319,09 (97%)	
14/01/19 à 15/01/20	R\$ 2.093.014,91 (93%)	
TOTAL GASTO NOS ANOS DE 2014/2020	R\$ 10.545.902,40	

8.6. Vale esclarecer que a última concorrência que originou contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade ocorreu no ano de 2013, onde foi estimado o valor anual de R\$ 1.800.000,00 (um milhão e oitocentos mil reais), contudo, no ano de 2018/2019 fez-se necessário acrescer em 25 % o valor contratado, conforme 5º termo aditivo no valor de R\$ 450.000,00 (quatrocentos e cinquenta mil reais), totalizando o montante de **R\$ 2.225.000,00 (dois milhões, duzentos e vinte e cinco mil reais)**.

8.7. Deste modo, conforme demonstrado acima foi obtido um percentual total de execução de aproximadamente 97% (noventa e sete por cento) para o período.

8.8. Referente ao valor executado durante o ano de 2016, é importante ressaltar que trata-se de um ano atípico, tendo em vista o período eleitoral devido as eleições municipais, período este que as ações de publicidade são reduzidas em determinados aspectos, conforme previsto no art. 73 da Lei nº 9.504/1997 (Lei Eleitoral).

8.9. Sendo assim, levando em consideração os valores gastos nos anos de 2014/2016 e 2017/2020, pode-se obter uma média de **R\$ 1.920.214,20 (um milhão, novecentos e vinte mil, duzentos e quatorze reais e vinte centavos)** anual, o que leva a previsão do valor estimado para a presente licitação em **R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)**.

8.10. Desta forma, o valor estimado para a licitação corresponde principalmente a previsão de investimento em publicidade realizado durante o Planejamento Orçamentário, quando a elaboração do PPA (2018/2021) e, também, de forma complementar, e pelas razões ora expostas, da execução das ações de publicidade.

9. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

9.1. As despesas decorrentes dos serviços apresentados neste termo de referência correrão à conta dos recursos específicos provenientes da seguinte dotação orçamentária:

9.1.1. Para as despesas decorrentes da presente aquisição, será utilizada a seguinte dotação orçamentária:

FICHA	PROJETO / ATIVIDADE	NATUREZA DE DESPESA	FONTE
-------	---------------------	---------------------	-------



EDITAL

718	033001.041310162.130 Realização da Comunicação Institucional do Município	33903900000- Outros Serviços de Terceiros - Pessoa Jurídica	1530000000000 - Royalties do Petróleo
-----	------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------	------------------------------------------

10. CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO NA LICITAÇÃO

10.1. Poderão participar desta concorrência as agências que desenvolverem a atividade publicitária regulamentada pela Lei nº 4.680/65, satisfizerem as condições expressas neste Termo de Referência e no edital e seus anexos e apresentarem os documentos nele exigidos.

10.2. Estão impedidos de participar de qualquer fase do processo, interessados que se enquadrarem em uma ou mais das situações a seguir:

(I) estejam constituídos sob a forma de consórcio;

(II) estejam cumprindo a penalidade prevista no artigo 87, inciso III da Lei nº 8.666/93, desde que não haja disposição expressa limitando os seus efeitos à esfera do ente sancionador;

(III) estejam cumprindo a penalidade prevista no art. 87, IV, da Lei nº 8.666/93, ainda que imposta por ente federativo diverso do Espírito Santo;

(IV) estejam sob falência, dissolução ou liquidação (caso o licitante se encontre em processo de recuperação judicial ou extrajudicial, deverá ser apresentada na fase de habilitação a sentença homologatória do plano de recuperação judicial), e;

(V) não cumpram o disposto no art. 9º da Lei nº 8.666/93 e alterações.

10.3. Por oportuno, cabe justificar que não será permitida a participação de consórcios na licitação, haja vista que, pela realidade observada no mercado, não se verificam elementos fundamentais que justifiquem a necessidade destas coligações, principalmente quanto ao risco de se prejudicar a competitividade. De fato, existe um grande número de agências com capacidades técnica e econômico-financeira suficientes para atender as exigências da contratação. É comum que cada agência se estruture de forma a atender integralmente as exigências técnicas dos serviços de publicidade e propaganda exigidas pela Lei nº 12.232/10, não sendo, portanto, necessário se consorciarem para obtenção de estrutura física e/ou profissional mínimas para participar do certame.

10.4. Nenhuma licitante poderá participar com mais de uma proposta.

10.5 A participação das empresas nesta licitação implica na aceitação de todas as condições expressas no presente Termo de Referência, seus Anexos e legislação pertinente, bem como na fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

10.6. A licitante arcará integralmente com todos os custos da preparação e apresentação de sua proposta, independentemente do resultado do procedimento licitatório.

11. DA COMISSÃO DE LICITAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA



EDITAL

11.1. O Art. 10 da Lei Federal nº 12.232/10 estabelece que as licitações previstas nesta Lei serão processadas e julgadas por Comissão Permanente ou Especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas, que conforme disposto no §1º serão analisadas e julgadas por **Subcomissão Técnica** constituída na forma da Lei.

11.2. Desta forma, para efeito de processamento e julgamento das propostas técnicas, será sorteada uma Subcomissão Técnica conforme determina a Lei Federal nº 12.232/2010.

11.3. A Subcomissão Técnica será composta por no mínimo 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas, sendo que pelo menos 1/3 (um terço) dos membros da Subcomissão não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Administração Pública Municipal.

11.4. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá no mínimo o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados, e será composta por, pelo menos, 1/3 (um terço) de profissionais que não mantenham nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade responsável pela licitação

11.5. A relação dos nomes referidos no subitem 11.3 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.

11.6. 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 a Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, nos termos dos subitens 11.3 e 11.4.

11.7. 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 11.4, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.

11.7.1. 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

11.7.2. 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 11.

11.8. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no subitem 11.4.

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

11.10. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data



EDITAL

previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 11.7 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

11.11. A Subcomissão Técnica terá as seguintes atribuições:

- ⊗ conferir, analisar, pontuar, julgar e classificar as propostas técnicas;
- ⊗ manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão de Licitação.

11.12. As demais formalidades acerca da escolha da subcomissão técnica seguirão o disposto na Lei nº 12.232/2010.

12. DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

12.1. Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos no Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

12.2. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme previsto em edital.

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

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

12.5. O julgamento das Propostas Técnica e de Preço e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no Edital.

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

12.7. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

12.8. 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.

12.9. Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta concorrência - após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que



EDITAL

sejam retirados, a Comissão Permanente de Licitação providenciará sua destruição.

13. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA, PROPOSTA COMERCIAL E HABILITAÇÃO

13.1. Os interessados em participar da licitação deverão apresentar as propostas técnicas, proposta comercial e habilitação em dia, hora e local definidos em edital, acondicionados em Invólucros distintos, fechados e indevassáveis, nos termos que determina o art. 9º da Lei Federal nº 12.232/10, sendo:

- ⊗ **Invólucro A:** Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária (Via NÃO Identificada) - Invólucro previamente fornecido pela CONTRATANTE.
- ⊗ **Invólucro B:** Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária (Via Identificada)
- ⊗ **Invólucro C:** Proposta Técnica - Conjunto de Informações do Proponente.
- ⊗ **Invólucro D:** Proposta Comercial - Invólucro identificado com Nome empresarial e CNPJ da licitante.
- ⊗ **Invólucro E:** Documentos de Habilitação - devidamente identificados e assinados, em Invólucro identificado com nome empresarial e CNPJ da licitante. **O Invólucro "E", contendo os Documentos de Habilitação, não será entregue junto aos demais Invólucros.** Em momento oportuno, a Comissão de Licitação convocará as licitantes classificadas no julgamento final das propostas (técnica e comercial) para apresentação dos documentos de habilitação, em sessão pública, em data e hora estabelecida previamente, conforme disposto no Edital.

13.2. O **Invólucro "A"**, reservado à Via Não Identificada da Plano de Comunicação Publicitária, será fornecido pela Coordenadoria de Comunicação, em formato padrão e com as informações devidamente impressas, uma vez que não deve conter informações que identifiquem a licitante, devendo ser retirado pela empresa participante em período e local definidos em edital, em atendimento ao que determina o §1º do art. 9º da Lei Federal nº 12.232/10.

13.3. No Invólucro "A" não deverá constar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria.

13.4. O **Invólucro "B"** terá material de mesmo teor da via não identificada (Invólucro "A"), sem os exemplos de peças referentes à "Ideia Criativa", conforme estabelecido no art. 9º, § 2º da Lei Federal nº 12.232/10, com formato a critério da empresa licitante, apresentando em seu exterior a devida identificação.

13.5. Não serão recebidos documentos apresentados por meio de disco magnético ou cópias em fax, mesmo autenticadas.

13.6. Todas as folhas da documentação da Proposta Técnica (exceto via não identificada - invólucro "A"), Proposta Comercial e Habilitação deverão ser entregues na ordem sequencial solicitada, com numeração de página. Tal medida visa salvaguardar os interesses dos participantes no aspecto de segurança e transparência do processo licitatório. Além disto, todas as folhas referentes à Proposta Técnica, Proposta Comercial e



EDITAL

Habilitação deverão ser rubricadas, **salvo o conteúdo do Invólucro "A" destinado à via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.**

14. PROPOSTA TÉCNICA

14.1. A apresentação da Proposta Técnica (Invólucro "A", "B" e "C") nas licitações publicitárias, devem obedecer as regras específicas que se encontram nos artigos 7º e 8º da Lei Federal nº 12.232/10.

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

14.2. O Plano de Comunicação Publicitária (Via Não Identificada - Invólucro A), está definido no art. 7º da Lei nº 12.232/10 e possui 4 (quatro) quesitos:

- ⊙ Raciocínio Básico
- ⊙ Estratégia de Comunicação Publicitária
- ⊙ Ideia Criativa
- ⊙ Estratégia de Mídia e Não Mídia

14.3. O Conjunto de Informações do Proponente está definido no art. 8º da Lei nº 12.232/10 e possui 3 (três) quesitos:

- ⊙ Capacidade de Atendimento
- ⊙ Repertório
- ⊙ Relatos de Solução de Problemas de Comunicação

14.4. Em atenção ao art. 6º, IX, da Lei Federal nº 12.232/10, o **conteúdo da via não identificada (Invólucro "A") e da via identificada (Invólucro "B") do Plano de Comunicação Publicitária**, com exceção da(s) peça(s) da "Ideia Criativa", **deverá** ser apresentado da seguinte forma:

- Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco;
- Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato; observado o disposto na alínea "c" do subitem 14.4.2;
- Espaçamento de 2 (dois) cm em todas as margens superior, inferior, direita e esquerda, 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 em fonte 'Arial' e suas variações de formatação (normal, negrito, itálico, sublinhado), cor 'automático', tamanho '12 pontos', observado o disposto nos subitens 14.1.1, 14.4.2 e 14.4.3.
- Os textos, em geral, não poderão exceder a 15 (quinze) laudas. Os anexos, para cada tópico que os



EDITAL

admita, não serão em número superior a 05 (cinco);

- Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito em fonte 'Arial', cor 'automático', tamanho '9 pontos';
- Sem identificação da licitante.
- O conteúdo da via identificada do Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro "B") deverá ter encadernação em mesma formatação e teor da via não identificada (Invólucro "A"), **sem os exemplos de peças referentes à "Ideia Criativa"**.

14.4.1. Não constarão os exemplos de peças referentes à "Ideia Criativa" no Invólucro da via identificada.

14.4.2. Os Quesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráficos e ou tabelas, 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", estilo "normal", cor "automático", tamanho "10 pontos";
- c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas deverão ser apresentadas em papel A4.

14.4.3. As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do quesito Estratégia de Mídia e Não Mídia serão considerados como anexo único, formatados com bordas na cor preta, fio "1 ponto", fonte 'Arial' e suas variações de formatação, cor "automático", tamanho "7 a 9 pontos".

14.4.3.1. As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse quesito deverão ser apresentadas em papel A4.

14.4.4. Os exemplos de peças integrantes do quesito Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 14.4 e deverão ser impressas em formato a critério da licitante. Será obrigatório afixá-las sobre pranchas avulsas de papel cartão na cor preta, verso em papel kraft, entre 200 a 500 gr/m², sem encadernação, sem capa ou película protetora, em tamanho e formato que permitam sua anexação ao invólucro sem danificação, rasura ou alteração do mesmo ou das próprias peças.

14.4.5. O Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro "B".

14.4.6. Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária, da Estratégia de Mídia e Não Mídia e da relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem 14.5.3 estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses quesitos.

14.4.7. 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.



EDITAL

14.4.8. Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária - Via Não Identificada e seus quesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

14.4.9 Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 14.4, no que couber.

14.5. O **Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro "A")** versará sobre os subquesitos determinados pelo art. 7º e incisos da Lei nº 12.232/10 (Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia) e deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo I), observadas as seguintes disposições:

14.5.1. Raciocínio Básico: Constituído de texto, em que a licitante deve expressar seu entendimento sobre a Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, suas linhas de atuação e suas necessidades de comunicação publicitária para enfrentar o problema específico da comunicação (texto);

14.5.2. Estratégia de Comunicação Publicitária: apresentação em forma de texto pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o problema específico de comunicação a ser enfrentado e alcançar os objetivos, geral e específico, de comunicação previstos no Briefing elaborado pela Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, 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.

14.5.3. Ideia Criativa: Apresentação em forma de texto pela licitante observada as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no subitem 14.5.2, com comentários sobre cada peça.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças que julgar mais indicadas para corporificar objetivamente sua proposta de solução do problema específico de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

14.5.3.1. Os comentários mencionados na *alínea "a"* do subitem 14.5.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça.

14.5.3.2. A Ideia Criativa deverá ser acompanhada de anexos, sendo estes exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, apresentados sob a forma de roteiros e textos datilografados.

14.5.3.3. Os exemplos de peças e ou material de que trata a *alínea "b"* do subitem 14.5.3:

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



EDITAL

material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

- b1) roteiro, layout e 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;
- a) Só serão aceitos finalizados em caso de não mídia.

14.5.3.3.1. Na elaboração do animatic poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha, voz de personagens e locução. Não podem ser inseridas imagens em movimento.

14.5.3.3.2. Os storyboards animados ou animatics e os protótipos ou monstros poderão ser apresentados em CD/DVD-Rom, pen drive ou pen drive-rom, executáveis em computadores pessoais.

**PROPOSTA TÉCNICA
IDEIA CRIATIVA - MIDIA ELETRÔNICA
PEÇA: MONSTRO RÁDIO
CONCORRÊNCIA Nº XX/XXXX**

14.5.3.3.2.1. Todos os arquivos gravados deverão ser nominados conforme a peça que representam. Ex: "monstro_radio.mp3".

14.5.3.3.2.2. Ressalvado que esses não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

14.5.3.3.2.3. Os protótipos ou 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, .jpg, .html, .mpeg, .swf e .mov. Os arquivos em áudio devem ser gravados no formato .mp3.

14.5.3.3.2.4. As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, observado o disposto no subitem 14.4.3.

14.5.3.3.2.5. Cada peça deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, anúncio

revista, outdoor) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na alínea 'a' do *subitem 14.5.3*.

14.5.3.4. Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do *subitem 14.5.3*, devem ser observadas as seguintes regras:

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



EDITAL

- 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 hotsite e todas as suas páginas serão considerados uma peça;
- e) um filme e o hotsite em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;
- f) um banner e o hotsite para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;
- g) um hotsite cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao hotsite, será considerado uma peça.

14.5.3.4.1. Na apresentação de proposta de hotsite a que se refere a *alínea "g"* do subitem 14.5.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

14.5.4. 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 identificará todas as peças destinadas a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos e planilhas.

14.5.4.1. Todas as peças que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do *subitem 14.5.3*. Deverão constar dessa simulação.

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

- a) o período de distribuição das peças;
- 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 de não mídia;
- f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça de não mídia;
- g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça de não mídia.

14.5.4.3. Nessa simulação:



EDITAL

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

14.6. Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada - Invólucro "B"

14.6.1. 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 a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.7. Conjunto de Informações do Proponente - Invólucro "C"

14.7.1. Versará sobre os seguintes quesitos a serem apresentados na ordem abaixo contendo as seguintes especificações:

- ⊙ Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
- ⊙ Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco;
- ⊙ Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato; observado o disposto na alínea "c" do subitem 14.4.2;
- ⊙ Espaçamento de 2 (dois) cm em todas as margens superior, inferior, direita e esquerda, 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 em fonte 'Arial' e suas variações de formatação (normal, negrito, itálico, sublinhado), cor 'automático', tamanho '12 pontos';
- ⊙ Os textos, em geral, não poderão exceder a 15 (quinze) laudas. Os anexos, para cada tópico que os admita, não serão em número superior a 05 (cinco);
- ⊙ Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, canto inferior direito em fonte 'Arial', cor 'automático', tamanho '9 pontos';
- ⊙ Com identificação da licitante.

14.8. Capacidade de Atendimento

14.8.1. 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 seu atos constitutivos, devidamente identificado.

14.8.2. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 14.8 deverá ser editada em



EDITAL

papel A4.

14.8.3. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 14.8 **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 identificado (B).

14.9. 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 por setor da licitante em: área 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.

14.10. Repertório

14.10.1. 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 folhas rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.10.2. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 14.10.1. deverá ser editada em papel A4.

14.10.3. 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 identificado (B).

14.11. O Repertório será constituído de peças e ou material publicitários concebidos e veiculados, expostos ou



EDITAL

distribuídos pela licitante a outros clientes, tanto do setor público quanto do setor privado.

14.11.1. A licitante deverá apresentar, em anexo, em número máximo, até 03 (três) peças ou material, para cada tipo ou característica, sendo: filmes de TV, spots de rádio, anúncios de jornal, anúncios de revista, peças de internet e peças "mídia externa", com as respectivas fichas técnicas e apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.

14.11.1.1. As peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas à partir de **01/01/2015**.

14.11.1.2. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, gravadas em um único disco digital, ou vários, de acordo com a necessidade da licitante, podendo seus conteúdos serem agrupados por tipos de mídia, seguindo as especificações dos subitens 14.5.3.3.2.1 e 14.5.3.3.2.3. Os vídeos deverão ser gravados em formato avi ou mpeg.

14.11.1.3. As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 14.7.1, em papel A4, ou ser apresentadas soltas. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

14.11.2. Para cada peça, 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, relação dos profissionais envolvidos, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos 01 (um) veículo que a divulgou.

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

14.12. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

14.12.1. 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.

14.12.1.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 14.12 deverá ser editada em papel A4.

14.12.2. 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 "B".

14.13. A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação "cases stories", cada um com o máximo de 02 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de



EDITAL

problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

14.13.1. Os relatos de que trata o subitem 14.13. devem ter sido implementados a partir de **01/01/2015**.

14.13.2. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e **não** podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy.

14.13.2.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

14.13.3. É permitida a inclusão de até 3 (três) 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 ou CD;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 14.12., em papel A4, 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 a resolver.

15. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

15.1. As Propostas Técnicas serão julgadas pelos membros da Subcomissão Técnica, conforme determina o art. 10, §1º da lei nº 12.232/10.

15.2. A Subcomissão Técnica analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Termo de Referência e em seus anexos.

15.3. A avaliação das propostas será por meio de quesitos que são os pontos obrigatórios a serem abordados pelas licitantes ao formularem sua solução de publicidade para o briefing. Cada quesito possui uma quantidade de "itens avaliados" e é por meio destes que serão julgadas as propostas. As propostas técnicas serão julgadas exclusivamente com base nos conteúdos e critérios especificados no edital, em observância ao que determina a lei nº 12.232/10.

15.4. A Subcomissão Técnica, individualmente, analisará e julgará o Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro "A" - via não identificada), atribuindo notas aos quesitos conforme Tabela de Pontuação. A nota da proposta técnica está limitada ao máximo de **100 (cem) pontos** e será apurada segundo a metodologia a seguir:

15.4.1. Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos a serem distribuídos conforme abaixo:

Plano de Comunicação Publicitária Quesito: Raciocínio Básico		Máximo de Pontos
A	Acuidade da compreensão das características do município de Presidente Kennedy e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3 Pontos



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

B	Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy.	2 Pontos
C	Acuidade da compreensão das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy para enfrentar esse problema.	2 Pontos
D	Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy com seus públicos.	2 Pontos
E	Acuidade da compreensão do papel da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy no atual contexto social, político e econômico.	1 Ponto
Pontuação Máxima		10 Pontos

Plano de Comunicação Publicitária Quesito: Estratégia de Comunicação Publicitária		Máximo de Pontos
A	Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e qualificação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação	3 Pontos
B	Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos.	2 Pontos
C	A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy com seus públicos.	2 Pontos
D	Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy.	1 Ponto
E	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	1 Ponto
F	A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, o mercado no qual se insere, seu problema específico de comunicação, seus públicos e o objetivo específico de comunicação previsto no Briefing e a verba disponível.	1 Ponto
Pontuação Máxima		10 Pontos

Plano de Comunicação Publicitária Quesito: Ideia Criativa		Máximo de Pontos
A	Adequação ao problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy.	4 Pontos



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

B	Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante.	4 Pontos
C	Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	4 Pontos
D	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3 Pontos
E	Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	3 Pontos
F	Adequação ao universo cultural dos segmentos de público alvo.	3 Pontos
G	Pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy e à sua inserção nos contextos social, político e econômico.	3 Pontos
H	Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentadas.	2 Pontos
I	Compatibilização da linguagem das peças aos meios e aos públicos propostos	2 Pontos
J	Exequibilidade das Peças	2 Pontos
Pontuação Máxima		30 Pontos

Plano de Comunicação Publicitária Quesito: Estratégia de Mídia e Não Mídia		Máximo de Pontos
A	Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários.	3 Pontos
B	Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2 Pontos
C	Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos quesitos anteriores (A e B).	2 Pontos
D	Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	2 Pontos
E	Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2 Pontos
F	Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2 Pontos
G	Pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy.	2 Pontos
Pontuação Máxima		15 Pontos

15.4.1.1. A Subcomissão Técnica elaborará ata de julgamento do **Plano de Comunicação Publicitária** e encaminhará à Comissão de Licitação, juntamente com as propostas técnicas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

15.4.2. Na sequência, a Subcomissão Técnica, individualmente, analisará e julgará o Conjunto de Informações do Proponente (Invólucro "C"), atribuindo notas aos quesitos conforme a seguir:

15.4.2.1. Conjunto de Informações do Proponente: 35 (trinta e cinco) pontos a serem distribuídos conforme



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

abaixo:

Conjunto de Informações do Proponente Quesito: Capacidade de Atendimento		Máximo de Pontos
A	Tempo de experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias.	4 Pontos
B	O porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado.	3 Pontos
C	Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato.	3 Pontos
D	Adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy.	3 Pontos
E	Operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy e a licitante, esquematizado na proposta.	1 Ponto
F	Relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	1 Ponto
Pontuação Máxima		15 Pontos

Conjunto de Informações do Proponente Quesito: Repertório		Máximo de Pontos
A	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy.	4 Pontos
B	Ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver.	4 Pontos
C	Qualidade da execução e do acabamento da peça.	4 Pontos
D	Clareza e simplicidade da exposição das informações prestadas.	3 Pontos
Pontuação Máxima		15 Pontos

Conjunto de Informações do Proponente Quesito: Relato de Soluções de Problemas de Comunicação (cases)		Máximo de Pontos
A	Relevância dos resultados apresentados.	2 Pontos
B	Clareza e lógica da exposição das informações prestadas.	1 Ponto
C	Evidência de planejamento publicitário.	1 Ponto
D	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1 Ponto



15.4.2.1.1. A Subcomissão Técnica elaborará ata de julgamento do Conjunto de **Informações do Proponente** e encaminhará à Comissão de Licitação, juntamente com as propostas técnicas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

15.5. A cada um dos quesitos do Plano de Comunicação Publicitária e do Conjunto de Informações do Proponente serão atribuídos os pontos ali definidos, pela capacidade de atender ao exigido e pela razão de critério e peso abaixo especificada:

ATENDIMENTO	PONTUAÇÃO
Ótimo	100 % da pontuação do item
Bom	80 % da pontuação do item
Regular	60 % da pontuação do item
Não Atendeu	10 % da pontuação do item
Não Apresentou	0% da pontuação do item

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

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

15.5.3. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito, 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 reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo licitatório.

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

15.6. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

15.7. Será desclassificada a Proposta que:

- a) Não atender às exigências do presente Termo de Referência e de seus anexos;
- b) Não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- c) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos a que se referem os subitens acima.

15.8. Em caso de empate no resultado geral das propostas técnicas, terá preferência a licitante que, na ordem a seguir, sucessivamente:

- a) Obter a maior nota no quesito Ideia Criativa;



EDITAL

- b) Obter a maior nota no quesito Estratégia de Mídia;
- c) Obter a maior nota no quesito Estratégia de Comunicação Publicitária;
- d) Obter a maior nota no quesito Raciocínio Básico.

15.9. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação, em data estabelecida e divulgada e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

16. PROPOSTA DE PREÇOS

16.1. A Proposta de Preços deverá ser apresentada no Invólucro "D", conforme modelo constante do Anexo III, atendendo aos seguintes requisitos:

16.1.1. Estar redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, sem emendas, entrelinhas, rasuras ou ressalvas, contendo a razão social da empresa, endereço, telefone, e-mail e nome do representante legal, data e assinatura do representante legal.

16.1.1.1. Ocorrendo a ausência de qualquer dos requisitos supra relacionados, poderá a Comissão de Licitação determinar sua correção em sessão pública, desde que o representante legal esteja presente, com poderes de representação, concorde e assine as alterações procedidas.

16.1.2. Ressalvadas as disposições do edital, os valores deverão conter todas as despesas com materiais, ferramentas, mão de obra, embalagens, equipamentos auxiliares, instrumentos de medição, máquinas em geral, impostos, seguros, taxas, tributos, incidências fiscais e contribuições de qualquer natureza ou espécie, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, salários e quaisquer outros encargos necessários à execução do objeto.

16.1.3. Ter indicação de que o prazo de validade da proposta não será inferior a **60 (sessenta) dias**, contados da data marcada para o seu recebimento, ficando estabelecido que na omissão será considerado esse prazo.

17. DA VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

17.2. Será **desclassificada**:

- a) a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços,
- b) a proposta que desobedecer às condições do presente edital e que apresentem rasuras, falhas e/ou inconsistências que impossibilitem a sua compreensão, correção e/ou aceitação,
- c) a proposta que oferecer descontos superiores aos limites máximos estabelecidos pelo Conselho Executivo de Normas Padrão - CENP.



EDITAL

d) a proposta que apresentar desconto superior a 40% sobre os valores da tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda no Espírito Santo - SINAPRO-ES, referente aos custos internos.

17.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo V, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, **não será aceito:**

a) Desconto superior a **40% (quarenta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Espírito Santo/SINAPRO a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) Percentual de honorários superior a **15 % (dez por cento)**, incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação;

c) Percentual de honorários superior a **10 % (quinze por cento)**, incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação.

17.4. A Comissão de Licitação calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

DESCONTO/HONORÁRIOS	PONTOS (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na alínea 'a' do subitem 17.3	P1 = 40 x desconto proposto _____ Maior desconto proposto
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 17.3	P2 = 30 x menor honorário proposto pelas licitantes _____ Honorário proposto
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 17.3	P3 = 30 x menor honorário proposto pelas licitantes _____ Honorário proposto

17.4.1. Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos "desconto" e "honorário" serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'.
17.4.2. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no subitem 17.4, como segue: $P = P1 + P2 + P3$.

17.4.3. A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

17.4.3.1. 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;



EDITAL

b) O menor percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação.

c) O menor percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros, referentes à elaboração de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência a ser concedido pelos veículos de divulgação.

18. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

18.1. O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços da licitação será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo "Melhor Técnica".

18.2. Será considerada vencedora do julgamento final das Propostas a licitante que obtiver a maior nota no julgamento da Proposta Técnica e que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as Propostas de preços apresentadas pelas licitantes classificadas.

18.2.1. Se a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica não concordar em praticar o menor preço, 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.

18.2.2. 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 Presidente Kennedy, não lhe cabendo nenhum tipo de indenização.

19. DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

19.1. As licitantes classificadas no julgamento final das propostas (técnica e comercial) serão convocadas a apresentar os documentos de habilitação conforme determina a Lei Federal nº 8.666/93, observada as exigências constantes na lei nº 12.232/2010 e as adequações ao objeto a ser licitado, em especial:

19.1.1. 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.

19.1.2. Habilitação Jurídica

a) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de



EDITAL

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.

19.1.3 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 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.

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

19.1.3.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

19.1.3.3. 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.

19.1.4. Qualificação Técnica

a) Apresentação de atestado(s) de capacidade técnica em nome da empresa licitante, fornecido(s) por empresa(s), órgãos ou entidades da Administração Pública, que comprove(m) que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, com indicação do ramo de



EDITAL

atividade da declarante, bem como a data de início do atendimento, produtos e serviços a cargo da agência.

b) O(s) atestado(s) deve(m) ser emitido(s) assinados por seu representante legal, discriminando o teor da contratação e os dados da empresa contratada.

c) Comprovante de Registro ou Inscrição da licitante na entidade profissional competente: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agências de Publicidade - ABAP, para atendimento do art. 30, inciso I da Lei 8.666/93;

d) Certificado de Qualificação Técnica concedido pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão, ou por entidade equivalente, legalmente reconhecida como fiscalizadora e certificadora das condições técnicas de agências de propaganda, atestando que a licitante tem qualificação técnica de funcionamento.

e) Declaração assinada por representante legal de que possui instalação e aparelhamento técnico-operacional adequado e disponível no Estado do Espírito Santo para a realização dos serviços objeto desta Concorrência, com qualidade e celeridade.

e.1) No caso de a licitante se encontrar sediada fora do Estado, deverá apresentar "Termo de Compromisso" de que instalará escritório, sucursal ou filial no Estado do Espírito Santo, no prazo máximo de 30 (trinta) dias, contados da data da assinatura do Contrato.

19.1.3. Qualificação Econômico-Financeira

19.1.3.1. Balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social, acompanhado dos termos de abertura e encerramento do livro diário, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados, quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação da proposta.

19.1.3.2. Serão considerados aceitos como na forma da lei o balanço patrimonial e demonstrações contábeis assim apresentados:

19.1.3.2.1. Sociedades regidas pela Lei nº 6.404/76 (sociedade anônima):

- a) Publicados em Diário Oficial; ou
- b) Publicados em jornal de grande circulação; ou
- c) Por fotocópia registrada ou autenticada na Junta Comercial da sede ou domicílio do **licitante** ou fotocópia da Escrituração Contábil Digital - EDC transmitida via Sistema Público de Escrituração Digital - Sped.

19.1.3.2.2. Sociedades por cota de responsabilidade limitada (LTDA):

- a) Por fotocópia do Balanço e das Demonstrações Contábeis devidamente registrados ou autenticados na Junta Comercial da sede ou domicílio do licitante ou fotocópia da Escrituração Contábil Digital - EDC



EDITAL

transmitida via Sistema Público de Escrituração Digital - Sped.

19.1.3.2.3. Sociedade criada no exercício em curso:

a) Fotocópia do Balanço de Abertura, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio do **licitante**.

19.1.3.3. Demonstrar possuir índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC) e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um), bem como Capital Circulante Líquido (CCL) ou Capital de Giro (Ativo Circulante - Passivo Circulante), resultantes da aplicação das seguintes fórmulas:

$$LG = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE} + \text{REALIZÁVEL A LONGO PRAZO}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}$$

$$SG = \frac{\text{ATIVO TOTAL}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE} + \text{EXIGÍVEL A LONGO PRAZO}}$$

$$LC = \frac{\text{ATIVO CIRCULANTE}}{\text{PASSIVO CIRCULANTE}}$$

19.1.3.3.1. As fórmulas deverão estar devidamente aplicadas em memorial de cálculos juntado ao balanço. Caso o memorial não seja apresentado, a Comissão reserva-se o direito de efetuar os cálculos.

19.1.3.4. Apresentação de **Capital Social** ou **Patrimônio Líquido**, na data de entrega dos envelopes, no valor igual ou superior a 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação, admitida a atualização para a data de apresentação da proposta através de índices oficiais.

19.1.3.4.1. A comprovação do Capital Social e do Patrimônio Líquido mínimo será feita mediante verificação do Contrato Social apresentado, atualizado e registrado na Junta Comercial ou Órgão equivalente da Sede do Licitante, ou Certidão emitida pela Junta Comercial ou Órgão equivalente admitida a atualização para a data da apresentação da proposta, na forma da lei, através de índices oficiais

19.1.3.5. Certidão Negativa de Falência, recuperação judicial, ou recuperação extrajudicial, expedida pelos Cartórios Distribuidores competentes, da sede da pessoa jurídica, com validade na data de abertura da licitação.

19.1.3.5.1. Ficarão dispensadas da apresentação das certidões acima tratadas as licitantes em recuperação judicial, desde que seja apresentada, em substituição àquela Certidão emitida pela instância judicial competente, que certifique que a interessada está apta, econômica e financeiramente, a participar de procedimento licitatório nos termos da Lei nº 8.666/93, sob pena de inabilitação.

19.1.3.6. A certidão que não traga consignado o prazo de validade será considerado o prazo de 30 (trinta) dias



EDITAL

contados a partir de sua emissão, nos termos do art. 352 do Código de Normas da CGJ-ES.

20. DA GARANTIA CONTRATUAL

20.1. A contratada prestará garantia contratual no valor equivalente a 5% (cinco por cento) do valor global estimado do contrato. (Art. 56, §1º ao § 5º da lei 8.666/93).

21. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

21.1. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

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

21.1.2. Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE no Estado do Espírito Santo onde, para esse fim, manterá escritório. A seu juízo, a CONTRATADA poderá utilizar-se de sua matriz ou de seus representantes em outros Estados para serviços de criação e de produção ou outros complementares ou acessórios que venham a ser necessários, desde que garantidas as condições previamente acordadas.

21.1.2.1. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura do contrato, que possui, no Estado do Espírito Santo, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.

21.1.3. Executar - com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos - todos os serviços relacionados com o objeto do contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

21.1.4. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto do contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem a este ajuste, para fins de comprovação da capacidade de atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

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

21.1.5.1. Pertencem ao CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de tempos e ou espaços publicitários 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 veículo de divulgação.

21.1.5.1.1. O disposto no subitem 21.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

21.1.5.2. O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido ao CONTRATANTE, caso este



EDITAL

venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

21.1.5.3. A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses do 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.

21.1.5.3.1. O desrespeito ao disposto no subitem 21.1.5.3 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 do contrato.

21.1.6. Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos exigidos, 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 do CONTRATANTE.

21.1.7. Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados ao 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 pela CONTRATANTE, aptos a fornecerem à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato;
- III** - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados pela CONTRATADA 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** - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito - e em atividade - no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

21.1.7.1. Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização do CONTRATANTE.

21.1.7.2. O fornecimento de bens ou serviços de valor igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do limite previsto na alínea 'a' do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666/1993, alterada pelo Decreto nº 412/18, está dispensado do procedimento previsto no subitem 21.1.7.1.



EDITAL

21.1.7.3. O CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado.

21.1.7.4. Se não houver possibilidade de obter 3 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão do fiscal do contrato.

21.1.7.5. Se e quando julgar conveniente, o 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 do contrato;
- b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

21.1.7.6. Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas no contrato relativas a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

21.1.7.7. As disposições dos subitens 21.1.7 a 21.1.7.6 não se aplicam à compra de tempos e ou espaços publicitários.

21.1.8. Submeter a contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto do contrato, à prévia e expressa anuência do CONTRATANTE.

21.1.8.1. 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.

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

21.1.9.1. A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta do CONTRATANTE, se previamente o identificar e tiver sido por ele expressamente autorizada.

21.1.10. Apresentar ao 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, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

21.1.11. Apresentar ao CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 21.1.10, estudo prévio sobre os meios,



EDITAL

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, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

21.1.11.1. O estudo de que trata o subitem 21.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação do CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

21.1.11.1.1. O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 21.1.11.1 vigorará para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 6 (seis) meses da data de assinatura do contrato.

21.1.11.1.2. Ao final do período de 6 (seis) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 6 (seis) meses seguintes e assim sucessivamente.

21.1.11.1.3. Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 21.1.11, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

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

- a) TV e Cinema: cópias em DVD e/ou arquivos digitais;
- b) Internet: cópias em CD;
- c) Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;
- d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

21.1.12.1. Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de cópia em DVD com a peça de TV.

21.1.13. Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 21.1.12.

21.1.14. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pelo CONTRATANTE.

21.1.14.1. O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pelo CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 21.1.12.

21.1.15. Entregar ao 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.

21.1.16. Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre o



EDITAL

CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

21.1.16.1. Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA ao CONTRATANTE até o prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato.

21.1.16.2. Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, o CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 2 (dois) dias úteis, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

21.1.17. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do 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.

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

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

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

21.1.21. Manter, durante a execução do 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 art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

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

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

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

21.1.25. 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.

21.1.26. Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos



EDITAL

todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

21.1.27. 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 o próprio CONTRATANTE.

21.1.28. 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 do CONTRATANTE.

21.1.29. Responder perante o 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 do contrato.

21.1.30. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para o CONTRATANTE.

21.1.31. 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.

21.1.32. 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 do contrato.

22. OBRIGAÇÃO DA CONTRATANTE

22.1. Constituem obrigações do 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 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 CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA;
- e) fornecer os elementos básicos e dados complementares necessários para o perfeito desenvolvimento dos serviços;
- f) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato;
- g) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;
- h) Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato, através de representantes da administração



EDITAL

nominalmente designado como "fiscal do contrato", nos termos do artigo 67 da Lei 8666/1993 e suas alterações.

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

23. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

23.1. Nos termos do que prescreve a **Instrução Normativa SCL nº 008/2017, versão 2, aprovada pelo Decreto Municipal nº 041/2019** e demais normas pertinentes, os licitantes que cometam atos visando frustrar os objetivos do presente certame serão aplicadas advertências, multas, suspensão temporária, impedimento de licitar e/ou contratar e declaração de inidoneidade, sem prejuízo de outras providências de caráter administrativo e judicial visando reparação de eventuais danos, assegurados, nos termos da lei, a ampla defesa e o contraditório.

22.2. Independentemente das sanções administrativas cabíveis, a licitante ficará, ainda, sujeita à responsabilização pelo pagamento das perdas e danos causados à Administração Municipal.

23. DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

23.1. Deverá ser iniciada a execução dos serviços no prazo **máximo 10 (dez) dias após a emissão da ordem de serviços**.

23.2. As ações de planejamento e veiculação das campanhas elaboradas pela Agência de Publicidade e Propaganda têm por previsão acontecerem de acordo com o calendário anual de eventos internos e externos, promovidos ou não pela Prefeitura do Município de Presidente Kennedy.

24. DA FORMA DE PAGAMENTO

24.1. O pagamento será efetuado em até 30 (trinta) dias após a aceitação do serviço, mediante apresentação da Nota Fiscal/Fatura devidamente atestada pelo órgão competente, nos termos definidos pela **Instrução Normativa SFI nº 001/2013, versão 03, aprovada pelo Decreto Municipal nº 064/2019**, MEDIANTE APRESENTAÇÃO DAS CERTIDÕES ABAIXO RELACIONADAS, JUNTAMENTE COM AS NOTAS FISCAIS:

24.1.1. A Nota Fiscal deverá vir acompanhada da prova de regularidade perante:

- a) Certidão Conjunta Negativa de Débitos, relativos a tributos federais e à Dívida Ativa da União, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social;
- b) Prova de regularidade perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS);
- c) Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa;
- d) Prova de regularidade perante a Fazenda Estadual, onde for sediada a empresa e do estado do Espírito Santo quando a sede não for no estado;



EDITAL

- e) Prova de regularidade perante a Fazenda Municipal da sede do Licitante e do Município de Presidente Kennedy.

24.2. Não será admitida a antecipação de pagamento.

24.3. Das notas fiscais/faturas deverá constar, além dos preços da proposta aceita, o nº da agência bancária, o nome do banco e número da conta da empresa, nº do processo e da Autorização de Fornecimento.

24.4. Ocorrendo erros nas Notas Fiscais/Faturas, as mesmas serão devolvidas ao fornecedor para correção, ficando estabelecido que o prazo para pagamento será contado a partir da data da apresentação da Nota Fiscal/Fatura corrigida.

24.5. Os pagamentos poderão ser sustados nos seguintes casos:

- a) não cumprimento das obrigações assumidas;
- b) não prestar o serviço nas condições estabelecidas;

24.6. Nenhum pagamento será efetuado à contratada enquanto perdurar qualquer pendência de liquidação, ou obrigação que lhe for imposta, sem que isto gere direito ao pleito de reajustamento de preços ou correção.

24.7. Para emissão da Nota Fiscal deverão ser considerados os seguintes dados do tomador:

Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy

Rua: Àtila Vivácqua, nº 79, Centro, Presidente Kennedy/ES - CEP: 29.350-000

CNPJ Nº. 27.165.703/0001-26

I.E.: ISENTO.

24.8. Ocorrendo atraso no pagamento e desde que não tenha sido o fornecedor quem lhe deu causa, poderá, a requerimento deste, ser lhe compensada a mora por meio da aplicação da seguinte fórmula: **EM = I x N x VP**

Onde:

EM = encargos moratórios;

N = número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = valor da parcela a ser paga;

I = 0,0001644 (índice de compensação financeira por dia de atraso, assim apurado $I = (6/100)/365$).

24.9. A Nota Fiscal deverá ser encaminhada juntamente com os seguintes documentos:

24.9.1. Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança emitidos em nome da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, tabelas de preços dos veículos, mapas de coberturas, e comprovantes de veiculação, em até 30 (trinta) dias consecutivos após o mês de veiculação. Deverá também ser entregue 2 (duas) cópias do(s) material(ais) veiculado(s), em arquivo digital em alta resolução, em DVD ou CD, quando este(s) tiver(em) sido produzido(s) pela empresa de veiculação, para serem anexados junto ao processo de pagamento.

24.9.2. Produção gráfica: mediante apresentação dos documentos de cobrança emitidos em nome da



EDITAL

Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, demonstrativo de despesas e respectivos comprovantes sendo estes entregues em 3 (três) cópias de todo(s) o(s) material(ais) gráfico(s) produzido(s), para serem anexados junto ao processo de pagamento, em até 30 (trinta) dias consecutivos após o mês de produção.

24.9.3. Comunicação Visual em geral: mediante apresentação dos documentos de cobrança emitidos em nome da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, demonstrativo de despesas e respectivos comprovantes sendo estes entregues em *checking*, sendo 1 (uma) cópia impressa e 1 (uma) em CD contendo fotos de todo(s) o(s) material(ais) produzido(s), para serem anexados junto ao processo de pagamento, em até 30 (trinta) dias consecutivos após o mês de produção.

24.9.4. Outros serviços de terceiros em geral: mediante apresentação dos documentos de cobrança emitidos em nome da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, demonstrativo de despesas e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com a CONTRATANTE, sendo os comprovantes entregues de acordo com a solicitação da CONTRATANTE, a qual julgará a melhor forma de apresentação de comprovação, para serem anexados junto ao processo de pagamento, em até 30 (trinta) dias consecutivos após o mês de produção.

24.9.5. Além da remuneração prevista nesta Cláusula, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência, calculado sobre os preços de tabela ou sobre os preços acertados para a veiculação, prevalecendo sempre o menor dos dois, a ser concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e com o art. 11 do Regulamento da Lei nº 4.680/65, aprovado pelo Decreto nº 57.690/66 e alterado pelo decreto nº 4.563/2002.

25. DO REAJUSTAMENTO

25.1. Os preços contratados serão fixos e irrevogáveis pelo prazo de 12 (doze) meses.

25.2. Os preços dos serviços contratados poderão ser reajustados após decorridos 12 (doze) meses, a contar da data apresentação da proposta.

25.2.1. Sobre a planilha de custos da empresa incidirá como índice de reajuste, a variação percentual do IPCA/IBGE.

25.2.1.1. Na hipótese de extinção do IPCA/IBGE, utilizar-se-á outro que vier substituí-lo.

25.3. A solicitação de reajustamento deverá ser de iniciativa da Licitante Vencedora, mediante apresentação analítica do aumento dos custos, no formato da planilha de custos e formação de preços apresentadas pela contratada na época do processo licitatório.

19.4 A qualquer tempo a Licitante Vencedora poderá solicitar o reequilíbrio econômico-financeiro do contrato, desde que demonstre analítica e justificadamente a variação de todos os componentes dos custos, que deram origem ao desequilíbrio contratual, em consonância com o art. 65, inciso II, alínea "d", da Lei 8.666/93.

25.4. Os efeitos financeiros do pedido de reequilíbrio econômico-financeiro do contrato serão considerados a



EDITAL

partir da data de recebimento da solicitação da contratada pela contratante.

25.5. Nos preços estabelecidos deverão estar compreendidos todos os serviços especificados: supervisão, administração, fornecimento dos materiais, equipamentos, ferramentas, instrumentos, uniformes de seu pessoal, transporte de pessoal e materiais, as despesas com encargos sociais e trabalhistas, impostos, licenças, emolumentos fiscais e outras despesas, inclusive lucros, além de outros não citados, necessários à perfeita execução dos serviços contratados.

25.5.1. A planilha de formação dos preços é importante para que a contratante saiba como formou aquele valor proposto que será contratado e também para no caso da empresa solicitar reequilíbrio econômico financeiro o Município terá como base a formação dos custos, verificando item por item o motivo do desequilíbrio.

26. DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

26.1.1. Será nomeado um Fiscal, para executar a fiscalização do 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 CONTRATADA, objetivando sua imediata correção.

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

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

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

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

26.5. 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.

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

26.7. A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não



EDITAL

exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

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

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

26.10. A CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto do contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

26.11. A CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

26.11.1. A avaliação semestral será considerada pela CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

26.11.2. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao Fiscal do contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

27. DISPOSIÇÕES FINAIS

27.1. O presente Termo de Referência foi elaborado pela Coordenadoria de Comunicação Institucional, estando em consonância com o interesse e a conveniência do Município de Presidente Kennedy, bem como com as disposições legais e normativas aplicáveis. Maiores informações poderão ser obtidas pelos telefones (28) 3535-1900.

27.2. A Comissão de Licitação, a partir da publicação do edital de licitação de que trata este Termo de Referência, deverá se encarregar de promover um Chamamento Público visando à formação da Subcomissão Técnica, nos moldes da previsão legal.

27.3. Os invólucros reservados à condução do certame serão concedidos pela Coordenadoria de Comunicação Institucional em formato padrão e com as informações devidamente impressas, uma vez que não devem conter informações que identifiquem a licitante, devendo ser retirados pelas empresas junto à comissão de licitação, por solicitação formal, e **mediante recebimento de comprovante de retirada do envelope.**

27.4. As informações sobre execução do contrato, como nomes dos fornecedores de serviços especializados e veículos, serão divulgados no site da Prefeitura Municipal de Presidente Kennedy, garantindo o livre acesso às informações por quaisquer interessados.

27.5. Integram este Termo de Referência:



**PREFEITURA MUNICIPAL DE PRESIDENTE KENNEDY
ESPIRITO SANTO**

EDITAL

a) briefing

a.1) Por tratar de temas que ainda não estão completamente definidos (ou que por sigilo não constam nesta etapa do projeto - (como o briefing), o material está apresentado em forma de minuta.

b) Tabelas de pontuação;

c) Modelo de Proposta de Preços;

d) Tabela de preços SINAPRO (Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo).

Presidente Kennedy/ES, 12 de janeiro de 2021.

André Vieira Jordão

Assessor Técnico