



EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 001/2023
CidadES: 2023.06710200001.01.0003

A Câmara Municipal de São Mateus-ES, representada neste ato pela Comissão Permanente de Licitação, instituída pela Portaria nº 004/2023 torna público que, de acordo com a Lei Federal nº 12.232/2010 e de forma complementar as Leis 8.666/93, 4.680/65, Lei Complementar 123/2006, Lei 14.356/22 e demais disposições pertinentes, fará realizar licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA** do tipo **MELHOR TÉCNICA**, visando a contratar serviço de **Contratação de Agência de Publicidade e Propaganda** de acordo com o disposto no presente Edital e seus anexos, conforme processo administrativo.

1. OBJETO

1.1 A presente licitação tem como objeto a **Contratação de serviços de publicidade e Propaganda**, 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 sua distribuição **por meio de Agência de Publicidade e Propaganda**, 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.

1.1.1 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)** 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 Câmara Municipal de São Mateus/ES, 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 dos agronegócios, esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

1.2 Para a prestação dos serviços será contratada uma agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

1.2.1 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.

1.2.2 A agência atuará por ordem e conta da Câmara Municipal de São Mateus, 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 2.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.



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

2. DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

2.1 Os Invólucros “1”, “2”, “3” e “4” contendo, respectivamente, a(s) proposta(s) técnica(s) e a(s) proposta(s) de preço (s), deverão ser entregues **diretamente na sala da Comissão Permanente de Licitação**, no endereço da Câmara Municipal de São Mateus/ES – Avenida Jones dos Santos Neves, 70 – Centro – CEP:29941-900 – São Mateus - ES até às **12h00min** do dia **06/07/2023**, sendo que a abertura do certame dar-se-á às **12:30 horas** deste mesmo dia.

2.2 O c convocará os licitantes classificados no julgamento final das propostas (técnica e de preços) para apresentação dos documentos de habilitação, em sessão pública em data e hora estabelecidas previamente, a serem divulgadas.

2.3 Este edital em sua versão eletrônica está disponível no endereço <https://camarasaomateus.es.gov.br> e no mural de avisos da Câmara Municipal de São Mateus, local em que serão fornecidos elementos, informações e esclarecimentos relativos à licitação e às condições para atendimento das obrigações necessárias ao cumprimento de seu objeto.

2.3.1 Compete à firma licitante fazer um minucioso exame do Edital, seus anexos e documentação integrante, de modo a poder apresentar por escrito todas as divergências, dúvidas ou erros porventura encontrados para a devida correção ou esclarecimentos, até 05 (cinco) dias úteis antes da data da entrega das propostas à Comissão Permanente de Licitação.

2.4 A Comissão Permanente de Licitação poderá, antes da data limite para apresentação das propostas, introduzir aditamentos, modificações ou revisões no edital, sob forma de adendo, encaminhando o inteiro teor das alterações a todos os interessados que tenham adquirido o edital desta Concorrência, por carta, fax, telegrama circular ou publicação, reabrindo-se o prazo inicialmente estabelecido, exceto quando, inquestionavelmente, não alterar a formulação da proposta.

2.5 Caso as datas previstas para os eventos da presente concorrência sejam declaradas como feriado ou ponto facultativo, e, não havendo retificação da convocação, serão estes realizados no primeiro dia útil subsequente, no mesmo local, dia e hora previstos.

2.6 Os casos omissos serão resolvidos pela Comissão Permanente de Licitação - CPL, podendo ser convidados a colaborar com a mesma, assessorando-a, quando necessário, profissionais de reconhecida competência técnica, não vinculados, direta ou indiretamente, a qualquer dos licitantes, ligados ou não ao Poder Legislativo Municipal.

2.7 O credenciamento deverá ocorrer até as 12:30 na data de 06/07/2023 na sala da Comissão Permanente de Licitações.

3. DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA E VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO

3.1 As despesas decorrentes do objeto desta Concorrência correrão à conta das seguintes dotações orçamentárias:

0010- CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS

001010 – CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS

0010001010.0103100012.001 – MANUTENÇÃO E DESENVOLVIMENTO DAS ATIVIDADES DA CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS

3390390000 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURIDICA

(FICHA 012)

3.2 O valor global estimado da contratação para o período de 12 (doze) meses é de R\$ 600.000,00 (seiscentos mil reais).

3.3 Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação do contrato consignará nos próximos exercícios, em seu orçamento, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos;

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



4.DA IMPUGNAÇÃO AO ATO CONVOCATÓRIO

4.1 Qualquer cidadão é parte legítima para impugnar este edital de licitação por irregularidade na aplicação da Lei, devendo o pedido ser protocolado até 05 (cinco) dias úteis antes da data fixada para o recebimento dos invólucros.

4.2 Decairá do direito de impugnar os termos deste edital de licitação perante a Administração o potencial licitante que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder a data fixada para o recebimento dos invólucros.

4.2.1 Considerar-se-á como potencial licitante para o subitem acima, aquele que demonstrar, através de documentação acostada às suas razões de impugnações, sua condição.

4.2.2 Caso não comprove a sua condição de potencial licitante conforme disposto anteriormente, será recebido à impugnação como se tivesse sido interposta por cidadão, devendo obedecer ao prazo constante no §1.º do art. 41 da Lei 8.666/93, sob pena de intempestividade.

5.DAS CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO

5.1 Poderão participar desta Concorrência, aqueles que atuem no ramo de atividades relacionadas ao objeto desta licitação, satisfaçam as condições expressas no presente Edital, seus anexos, demais elementos integrantes e legislação que rege a matéria.

5.2 Não poderão participar desta Concorrência:

5.2.1 Os que não sejam especializados no ramo do objeto desta licitação, não estejam legalmente constituídas e que não comprovem sua habilitação, conforme disposto neste edital.

5.2.2 Consórcio de pessoas de qualquer natureza;

5.2.3 Aqueles que tenham sido declarados inidôneas por quaisquer órgãos da Administração Pública.

5.2.4 Sociedades empresárias das quais servidores da Câmara Municipal de São Mateus sejam gerentes, acionistas controladores ou responsáveis técnicos.

5.2.5 Sociedades empresárias que possuam dualidade de cotistas e/ou acionistas, quer majoritários ou minoritários.

5.2.5.1 Na hipótese de ocorrer a participação tal qual acima referido será automaticamente inabilitada aquela mais recentemente constituída.

5.3 A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante, a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o invólucro padronizado previsto no subitem 7.1.1.1 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência, a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

6.DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

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

6.1.1 Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, junto com cópia do documento de identidade.

6.2 Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o **Anexo VI**. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.



Estado do Espírito Santo

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

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

6.5 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços (percentual de desconto %) por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação, na data, hora e local indicados no subitem 1.1 deste Edital.

6.6 Certidão expedida pela junta comercial, emitida nos últimos 60 (sessenta) dias que antecedem a data do certame, seguindo a previsão do art. 8º da Instrução Normativa nº 103/2007 do Departamento Nacional de Registro do Comércio para comprovação de alteração contratual, sob pena de desclassificação.

7.DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

7.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

INVÓLUCRO Nº 1

7.1.1 No Invólucro nº 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada.

7.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela Câmara Municipal de São Mateus. O invólucro padronizado poderá ser retirado Setor de Licitações da Câmara Municipal em até 10 (dez) dias anterior a sessão de abertura da Concorrência Pública.

7.1.1.2 O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

7.1.1.3 Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

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

INVÓLUCRO Nº 2

7.1.2 No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada.

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

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Pública nº XXX/2023.

7.1.2.2 O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

INVÓLUCRO Nº 3

7.1.3 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

7.1.3.1 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

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

Nome empresarial e CNPJ da licitante



Concorrência Pública nº XXX/2023.

7.1.3.2 O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

7.1.3.3 O Invólucro nº 3 **não** poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

8.DA ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

8.1 A Proposta de Preços deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação condicionada no Invólucro nº 4.

INVÓLUCRO Nº 4

8.1.1 O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4

Proposta de Preços

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Pública nº XXX/2023

8.1.2 O Invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.DA APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

Quesitos	Subquesitos
Plano de Comunicação Publicitária	
	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Publicitária
	Ideia Criativa
	Estratégia de Mídia e Não Mídia
Capacidade de Atendimento	
Repertório	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

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

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

9.2 O conteúdo da via não identificada e da via identificada 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 9.2.1, 9.2.3 e 9.2.3.1;



Estado do Espírito Santo

- 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"**.

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

9.2.2 Os subquestos 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 poderão ser apresentadas em papel A4. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 9.2.6, o papel A4.

9.2.3 As tabelas, gráficos e planilhas integrantes do subquesto 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'.

9.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser apresentadas em papel A4.

9.2.4 Os exemplos de peças integrantes do subquesto Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o subitem 9.2 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.

9.2.5 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 nº 2.

9.2.6 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 9.3.3 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 subquestos.

9.2.7 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.

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

9.2.8.1 Essas páginas devem seguir as especificações do subitem 9.2, no que couber.

9.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing, observadas as seguintes disposições:

9.3.1 Raciocínio Básico: apresentação em forma de texto pela licitante seu entendimento sobre a Câmara Municipal de São Mateus, suas linhas de atuação e o diagnóstico das suas necessidades de comunicação publicitária para enfrentar o problema específico de comunicação.

9.3.2 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



Estado do Espírito Santo

objetivos, geral e específico, de comunicação previstos no Briefing elaborado pela Câmara Municipal de São Mateus, 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.

9.3.3 Ideia Criativa: apresentação em forma de texto pela licitante de campanha publicitária, observadas 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 9.3.2, 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.

9.3.3.1 Os comentários mencionados na alínea 'a' do subitem 9.3.3 estão circunscritos à especificação de cada peça e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça.

9.3.3.2 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.

9.3.3.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a alínea 'b' do subitem 9.3.3:

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

9.3.3.3.1 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.

9.3.3.3.2 Os storyboards animados ou animatics e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em formato digital, gravados separadamente em CD ou DVD-Rom, em formato de dados na raiz do CD/DVD, não podendo serem dispostos dentro de pastas ou subpastas. O CD/DVD deverá ser armazenado em estojo de tampa acrílica e fundo preto, espessura de 0.5 a 1 cm, com capa em papel branco, tamanho 12x12 cm, sem textura, gramatura livre, que especifique em texto o tipo de peça (fonte Arial, cor 'automático', corpo 10) conforme exemplo abaixo:

PROPOSTA TÉCNICA

IDEIA CRIATIVA – MIDIA ELETRÔNICA

PEÇA: MONSTRO RÁDIO

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 000/2023

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

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

9.3.3.3.3 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.

9.3.3.3.4 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 9.2.4.

9.3.3.3.5 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 9.3.3.



Estado do Espírito Santo

9.3.3.4 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a alínea 'a' do subitem 9.3.3.3, 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.

9.3.3.4.1 Na apresentação de proposta de hot site a que se refere a alínea 'g' do subitem 9.3.3.4, não podem ser inseridos vídeos ou imagens em movimento.

9.3.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia - constituída de:

- a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;
- b) simulação de plano de distribuição em que a licitante identificará todas as peças destinadas a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

9.3.4.1 Todas as peças que integrarem a relação comentada prevista na alínea 'a' do subitem.

9.3.3 deverão constar dessa simulação.

9.3.4.2 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.

9.3.4.3 Nessa simulação:

- a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

9.4 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.

Conjunto de Informações do Proponente

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

- em caderno específico para cada um dos quesitos que compõe o conjunto de informações do proponente, quais sejam, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de



Estado do Espírito Santo

Problemas de Comunicação, 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';
- os conjuntos de textos referentes ao Conjunto de Informações do Proponente não terão limitação de páginas para apresentação;
- 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.

Capacidade de Atendimento

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

9.6.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.6 poderá ser editada em papel A4.

9.6.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 9.6 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.

9.7 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 da Câmara Municipal de São Mateus, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

9.8 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.

9.8.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.8 poderá ser editada em papel A4.



Estado do Espírito Santo

9.8.2 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 identificado.

9.9 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.

9.9.1 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.

9.9.1.1 As peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de 01 de janeiro de 2010.

9.9.1.2 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 9.3.3.3.2.1 e 9.3.3.3.3. Os vídeos deverão ser gravados em formato avi ou mpeg.

9.9.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 9.5, 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.

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

9.9.2 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.

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

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

9.10 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.

9.10.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 9.10 poderá ser editada em papel A4.

9.10.2 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 nº 2.

9.11 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.

9.11.1 Os relatos de que trata o subitem 9.11 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2010.

9.11.2 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e **não** podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela Câmara Municipal de São Mateus.

9.11.2.1 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.

9.11.3 É permitida a inclusão de até 03 (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;



Estado do Espírito Santo

II - As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 9.10, 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.

9.11.4 Se apresentadas soltas, as peças gráficas poderão ter qualquer formato, dobradas ou não, desde que permitam sua anexação ao invólucro sem danificação, rasura ou alteração do mesmo ou das próprias peças.

10. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1 Uma Subcomissão Técnica, selecionada mediante sorteio, na forma da lei, analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste edital e em seus anexos.

10.1.1 A escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública a ocorrer na sala de Reuniões da CPL, sito da Câmara Municipal, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) indicados, previamente cadastrados, o qual será agendado por meio de publicação no Sítio Oficial e/ou Diário Oficial e Mural de avisos da Câmara Municipal de São Mateus.

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

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

a) Plano de Comunicação Publicitária: 65 (sessenta e cinco) pontos a serem distribuídos conforme anexo.

b) Conjunto de Informações do Proponente: 35 (trinta e cinco) pontos a serem distribuídos conforme anexo.

10.3 A cada um dos subquesitos 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 anexo.

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

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

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

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

10.3.5 Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior nota.

10.4 Será desclassificada a Proposta que:

a) Não atender às exigências do presente edital e de seus anexos;

b) Não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;

c) Obter pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens acima.

10.5 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.



Estado do Espírito Santo

- 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.

10.6 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.

11.DA APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

11.1 A Proposta de Preços deverá ser apresentada conforme modelo constante do **Anexo V** atendendo aos seguintes requisitos:

11.1.1 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.

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

11.1.3 A ausência do representante da proponente na audiência pública de abertura das propostas de preços prejudicará o exercício do direito a correção das propostas.

11.1.4 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.

11.1.5 Ser entregue no local, dia e hora estabelecidos neste edital.

11.1.6 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. Caso o procedimento licitatório não reste concluído neste prazo, a proposta poderá ser prorrogada, ouvido os licitantes.

11.1.7 Serão desclassificadas as propostas que desobedecerem às condições do presente edital e que apresentem rasuras, falhas e/ou inconsistências que impossibilitem a sua compreensão, correção e/ou aceitação, assim como, àquelas que oferecerem descontos superiores aos limites máximos estabelecidos pelo Conselho Executivo de Normas Padrão – CENP. Serão também desclassificadas as propostas que apresentarem desconto superior a **40%** sobre os valores da tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda Espírito Santo – SINAPRO-ES, referente aos custos internos.

11.1.8 São limítrofes os seguintes percentuais para a composição da Proposta de Preços: alínea a) até 40% de desconto; alínea b) honorários de até 15%; alínea c) honorários de até 10%.

11.1.9 O **Invólucro “4” – PROPOSTA DE PREÇOS** deverá ser providenciado pela própria licitante, devendo ser opaco, lacrado e identificado conforme definido no item 8 deste edital.

12.DA VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

12.1 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.

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

12.3 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 no Espírito Santo – SINAPRO-ES a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) Percentual de honorários superior a 15 % (quinze por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e

**Estado do Espírito Santo**

ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

c) Percentual de honorários superior a 10% (dez por cento), incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965

12.4 Não incidirá percentual de honorários sobre os custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados quando geram veiculação.

12.5 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 12.3	$P1 = 40 \times \text{Desconto proposto/Maior desconto proposto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'b' do subitem 12.3	$P2 = 30 \times \text{Menor Honorário Proposto pelas Licitantes/Honorário proposto}$
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na alínea 'c' do subitem 12.3	$P3 = 30 \times \text{Menor Honorário Proposto pelas Licitantes/Honorário proposto}$

12.5.1 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 '%'.
12.5.2 A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos como segue: $P = P1 + P2 + P3$.

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

12.5.3.1 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 referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores.
- c)** o menor percentual de honorários referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores.

13. DO JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

13.1 O julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços (percentual de desconto %) da licitação será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo melhor técnica.

13.2 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 (percentual de desconto %) ou que concordar em praticar o menor preço entre as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas.

13.3 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 (percentual de desconto %) ou que concordar em praticar o menor preço entre as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas.

14. DA ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO



Estado do Espírito Santo

14.1 Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação apenas pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços (percentual de desconto %), em dia, hora e local a serem estipulados.

14.1.1 Os Documentos deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência Pública nº 000/2023

14.1.2 O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

14.2 Para **HABILITAÇÃO JURÍDICA** deverão ser apresentados os seguintes documentos abaixo listados.

14.2.1 Documento de identidade do representante legal signatário dos documentos, declarações e propostas comerciais e, quando procurador, também cópia da procuração;

14.2.2 Registro comercial, no caso de empresa individual;

14.2.3 Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado observado as exigências do novo Código Civil e da Lei 11.127, de 28 de junho de 2005, em se tratando de sociedade comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;

14.2.4 Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de diretoria em exercício;

14.2.5 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.

14.2.6 Será **desclassificada** a empresa cujo **objeto social** não contemplar o objeto do presente certame.

14.3 REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA

14.3.1 Para comprovação da **REGULARIDADE FISCAL E TRABALHISTA** deverão ser apresentados os documentos a seguir listados.

14.3.1.1 Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ);

14.3.1.2 Prova de Regularidade de débitos relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida pela Procuradoria Geral da Fazenda Nacional/Receita Federal do Brasil (Portaria PGN/RFB nº 02 de 31/08/05), onde está sediada a empresa, com validade na data de realização desta licitação, conf. Portaria PGFN/RFN nº 1751 de 02/10/2014;

14.3.1.3 Prova de regularidade perante a Fazenda Estadual, onde for sediada a empresa;

14.3.1.4 Prova de Regularidade de débitos para com a Fazenda Pública do Município onde for sediada a empresa, com validade na data de abertura da licitação;

14.3.1.5 Prova de Regularidade de débitos para com o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - FGTS, com validade na data de abertura da licitação;

14.3.1.6 Prova de Regularidade de Débitos Trabalhistas (CNDT), com validade na data de abertura da licitação.

14.4 QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

14.4.1 Para **QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA** deverão ser apresentados os documentos abaixo listados.

14.4.1.1 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, tomando como base a variação, ocorrida no período, do ÍNDICE



Estado do Espírito Santo

GERAL DE PREÇOS - DISPONIBILIDADE INTERNA - IGP-DI, publicado pela Fundação Getúlio Vargas – FGV, ou de outro indicador que o venha substituir.

14.4.1.1.1 Serão considerados aceitos como na forma da lei o balanço patrimonial e demonstrações contábeis assim apresentados:

14.4.1.1.1.1 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.

14.4.1.2. 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.

14.4.1.3 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**.

14.4.2 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) de, no mínimo, 10% (dez por cento) do valor estimado para a contratação, índices calculados com base nas demonstrações contábeis do exercício social anterior ao da licitação, resultantes da aplicação das seguintes fórmulas:

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

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

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

14.4.2.1 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.

14.4.3 Certidão Negativa de Falência, Recuperação Judicial e Extrajudicial expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, concomitante com a certidão negativa dos distribuidores cíveis da sede do licitante, com data não superior a 30 (trinta) dias de sua emissão, quando não for expresso sua validade observada a data de validade definida no instrumento.

14.4.4 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.

14.4.5 A certidão que não traga consignado o prazo de validade será considerado o prazo de 30 (trinta) dias contados a partir de sua emissão.

14.4.6 Deverá ser apresentada junto a habilitação, sob pena de desclassificação a Certidão Conjunta Consolidada em conformidade com Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, Lei nº 13.460, de 26 de junho de 2017, Lei nº 13.726, de 8 de outubro de 2018, Decreto nº 8.638 de 15, de janeiro de 2016, do Tribunal de Contas da União - TCU.

14.5 QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

14.5.1 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 o licitante possui qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/10 em seu art. 4º, § 1º.

14.5.2 Declaração, expedida por pessoa jurídica de direito público ou privado, que ateste que a licitante prestou à declarante serviços compatíveis com os do objeto desta concorrência, e/ou

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

14.5.4 O(s) atestado(s) deve(m) ser emitido(s) em papel timbrado da empresa contratante, assinado por seu representante legal com firma reconhecida em cartório, discriminando o teor da contratação e os dados da empresa contratada.

14.5.5 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.

14.6 CONSIDERAÇÕES

14.6.1 Para fins de habilitação na presente licitação o proponente deverá apresentar a documentação listada acima devendo a mesma estar vigente na data de sua apresentação, à exceção daqueles que, por sua natureza, não contenham validade.

14.6.2 Os documentos poderão ser apresentados em original, por publicação em órgãos da imprensa oficial ou por qualquer processo de cópia mediante apresentação da declaração de responsabilidade quanto a sua autenticidade por seu signatário, conforme teor constante da letra “g” do modelo trazido no **anexo VIII**.

14.6.2.1 Não serão aceitos quaisquer “protocolos” ou “solicitação de documento” em substituição aos documentos e certidões solicitadas.

14.6.2.2 A Câmara Municipal se reserva o direito de proceder às buscas e extrair certidões para averiguar a veracidade das informações constantes nos documentos apresentados, caso julgue necessário, estando sujeita à inabilitação o licitante que apresentar documentos em desacordo com as informações obtidas pela Administração, além de incorrer nas sanções previstas em lei.

14.6.2.3 Para fins de habilitação, a verificação pelo órgão promotor do certame nos sítios oficiais de órgãos e entidades emissores de certidões, constitui meio legal de prova.

14.6.2.4 A Documentação de Habilitação deverá ser entregue na ordem sequencial descrita anteriormente, numerada e visada pelo proponente, visando salvaguardar os interesses dos participantes no aspecto de segurança e transparência do procedimento licitatório.

14.6.2.4.1 O não atendimento ao solicitado no item acima implicará na perda do direito a futuras reclamações quanto a um eventual extravio de documentos durante a tramitação do processo.

14.6.3 Sob a pena de inabilitação, todos os documentos apresentados para habilitação deverão estar em nome da licitante, e preferencialmente, com número do CNPJ e endereço respectivo.

14.6.4 Se a licitante for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz.

14.6.5 Se a licitante for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto aqueles que, pela própria natureza, são emitidos somente em nome da matriz.

14.6.6 Caso os comprovantes de regularidade expedidos pelas Fazendas Pública Estadual e Municipal não tragam consignados os respectivos prazos de validade, e estes não sejam do conhecimento da Comissão, considerar-se-ão como máximos, os prazos vigentes no Estado do Espírito Santo e na Câmara Municipal de São Mateus, será de até 30 (trinta).

14.6.7 Visando facilitar a conferência de toda a documentação a CPL solicita aos licitantes grifar com caneta do tipo marca texto, todos os itens atendidos nos Atestados Técnicos, bem como apresentar planilha demonstrativa dos serviços e quantitativos necessários ao atendimento das exigências.

14.6.8 Não serão aceitos documentos com prazos de validade vencidos.

14.6.9 Consideram-se documentos vencidos aqueles que não estiverem vigentes na data de sua apresentação, à exceção daqueles que, por sua natureza, não contenham validade.



Estado do Espírito Santo

14.6.10 As licitantes enquadradas na condição de ME e EPP, cadastradas e com situação regular no Cadastro de Fornecedores da Câmara Municipal de São Mateus ficarão dispensadas de apresentar os documentos de Regularidade Jurídica e Fiscal, devendo juntar a cópia do referido cadastro (CRC).

14.6.10.1 Serão consideradas regulares perante o Cadastro de Fornecedores as licitantes que possuírem Certificado de Registro Cadastral (CRC) com validade na data de sua apresentação, não podendo os mesmos estar cancelados ou desatualizados.

14.6.10.2 Caso o Certificado apresente alguma certidão de regularidade fiscal com validade vencida deverão ser apresentados os documentos listados no item 4 deste anexo.

14.6.10.3 A verificação da comprovação do Cadastro será feita pela CPL junto à Comissão de Cadastro de Fornecedores da Câmara Municipal de São Mateus.

14.6.11 De acordo com o Estatuto das Micro e Pequenas licitantes (Lei Complementar nº 123/ 2006) as licitantes, deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação de regularidade fiscal, mesmo que estas apresentem alguma restrição, sob pena de inabilitação.

14.6.11.1 Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado à MEP o prazo de 05 (cinco) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado vencedor do certame, para regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa, podendo tal prazo ser prorrogado por igual período, quando solicitado pelo licitante vencedor, desde que ocorra motivo justificado e aceito pela administração.

14.6.11.2 A não regularização da documentação fiscal, no prazo legal previsto no subitem acima, implicará na preclusão do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas neste edital, sendo facultado a Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

14.6.12 Não serão aceitos quaisquer protocolos em substituição aos documentos e certidões solicitados.

14.6.13 Será inabilitada a proponente que deixar de apresentar quaisquer documentos exigidos neste anexo.

14.6.14 Será desclassificado o licitante que não apresentar o Termo Declaratório nos moldes do **ANEXO VIII**, devidamente assinado.

14.6.15 Todas as folhas da Proposta Comercial e Documentação de Habilitação deverão ser entregues na ordem sequencial descrita anteriormente, numeradas e visadas pelo proponente, a fim de salvaguardar os interesses dos participantes no aspecto de segurança e transparência do procedimento licitatório.

14.6.16 O não atendimento ao solicitado no item acima implicará na perda do direito a futuras reclamações quanto a um eventual extravio de documentos durante a tramitação do processo.

14.7 Bem como todas as contidas no Termo de Referência.

14.8 Para usufruir do subitem 14.6.11, a licitante deverá apresentar comprovação da condição de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte apresentando declaração de microempresa e empresa de pequeno porte - e a certidão expedida pela junta comercial, emitida nos últimos 60 (sessenta) dias que antecedem a data do certame, seguindo a previsão do art. 8º da Instrução Normativa nº 103/2007 do Departamento Nacional de Registro do Comércio.

15.DOS PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

15.1 Serão realizadas 04 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.

15.1.1 A Comissão Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica, conforme o caso poderão, no interesse da Câmara Municipal de São Mateus, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura



Estado do Espírito Santo

e o caráter competitivo desta concorrência e possam ser sanadas no prazo a ser fixado pela Comissão Permanente de Licitação, desde que não alterem o proposto no edital regulador do certame.

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

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

15.1.4 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.

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

15.1.6 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.

15.1.7 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 sejam retirados, a Câmara Municipal de São Mateus providenciará sua destruição.

PRIMEIRA SESSÃO

15.2 A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no item 1 deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

- a) identificar os representantes das licitantes, mediante o credenciamento
- b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;
- c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

15.2.1 O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Permanente de Licitação se **não**:

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

15.2.1.1 Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 15.2.1, a Comissão Permanente de Licitação **não** receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

15.2.2 A primeira sessão prosseguirá com a seguinte pauta básica:

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

15.2.2.1 A Comissão Permanente de Licitação, antes do procedimento previsto na alínea 'b' do subitem 15.2.2, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.



Estado do Espírito Santo

15.2.2.2 Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Permanente de Licitação e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente de Licitação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

15.2.3 A Comissão Permanente de Licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

15.2.4 Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Permanente de Licitação.

15.2.5 Se houver desistência expressa de todas as licitantes do direito de recorrer em relação às decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade de acordo com o previsto no subitem 15.2.6 e seguintes. Caso contrário a Comissão Permanente de Licitação divulgará o resultado, abrindo-se o prazo de 5 (cinco) dias úteis para a interposição de recursos;

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

- a) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;
- d) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

15.2.6.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na alínea 'a' do subitem 10.4 deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que 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.

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

15.2.7 As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 15.2.6 conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

SEGUNDA SESSÃO



Estado do Espírito Santo

15.3 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a)** identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b)** abrir os Invólucros nº 2;
- c)** cotejar as vias identificadas (Invólucro nº 1) com as vias não identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;
- d)** elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;
- e)** proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;
- f)** informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a', da Lei nº 8.666/1993;

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

TERCEIRA SESSÃO

15.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes para participar da terceira sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a)** identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b)** abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes.
- c)** colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;
- d)** analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;
- e)** identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- f)** realizar com a licitante mais bem-classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenha apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/1993, art. 46, § 1º, inciso II, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- g)** realizar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;
- h)** declarar vencedora do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços a licitante mais bem-classificada na Proposta Técnica que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;
- i)** informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a', da Lei nº 8.666/1993.

15.4.1 Fica ressalvado que serão objeto da negociação prevista nas alíneas 'f' e 'g' do subitem 15.4 apenas os preços sujeitos a valoração, integrantes da Planilha que constitui o Anexo V.

QUARTA SESSÃO



Estado do Espírito Santo

15.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação convocará as licitantes para participar da quarta sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes;
- c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;
- d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;
- e) informar:
 - e1) o resultado da habilitação;
 - e2) que o resultado da habilitação será publicado com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 8.666/1993;
 - e3) que será publicado o nome da licitante vencedora desta concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

16.DOS PROCEDIMENTOS GERAIS

16.1 De todas as reuniões realizadas serão lavradas atas circunstanciadas, que mencionarão todas as propostas apresentadas, as reclamações, as impugnações e demais ocorrências que interessarem ao julgamento da licitação.

16.2 Qualquer licitante, através de seu representante legal poderá fazer constar em ata seus reclames, ficando a critério dos membros da Comissão Permanente de Licitação, considerá-lo ou não, não possuindo efeito de recurso, que tem seu próprio procedimento.

16.3 As dúvidas que surgirem durante as reuniões serão, a juízo da Comissão, resolvidas durante as mesmas ou deixadas para ulterior deliberação, na forma da Lei.

16.4 É facultada a Comissão Permanente de Licitação, em qualquer fase da licitação, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou a complementar a instrução do processo, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente da Habilitação ou Proposta Técnica.

16.5 A Comissão Permanente de Licitação poderá solicitar dos proponentes, se necessário, informações ou esclarecimentos complementares, quando for o caso, os quais deverão ser apresentados no prazo de 48 (quarenta e oito) horas, contados da solicitação.

16.6 Ocorrendo inabilitação ou desclassificação de todos os licitantes, a Administração poderá fixar aos mesmos o prazo de 08 (oito) dias úteis para a apresentação de nova documentação ou de outras propostas escoimadas das causas referidas nos incisos I e II do Art. 48 da Lei nº 8666/93.

17.DOS RECURSOS

17.1 Dos atos da Comissão Permanente de Licitação, decorrentes da aplicação da Lei nº 8.666/93 cabem:

I - Recurso, no prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, nos casos de:

- a) habilitação ou inabilitação do licitante;
- b) julgamento das propostas;
- c) anulação ou revogação da licitação;
- d) rescisão do Contrato, a que refere o inciso I do Art. 79, da Lei n.º 8.666/93.
- e) aplicação das penas de advertência, suspensão temporária ou de multa;



Estado do Espírito Santo

II - Representação, no prazo de 05 (cinco) dias úteis da intimação da decisão relacionada com o objeto da licitação ou do Contrato, que não caiba recurso hierárquico;

III - Pedido de reconsideração de decisão, do Ordenador de Despesa e/ou Designado por ele no prazo de até 05 (cinco) dias úteis a partir da intimação do ato.

17.2 A intimação dos atos referidos no item **17.1**, alíneas "a", "b", "c" e "d", excluídos os relativos a advertência e multa de mora, e do inciso III, será feita através de publicação na imprensa oficial, salvo para os casos previstos na letra "a" e "b", se presentes os prepostos dos licitantes no ato em que foi adotada a decisão, quando poderá ser feita por comunicação direta aos interessados e lavrado em ata.

17.3 O recurso previsto nas alíneas "a" e "b", do inciso I, do item **17.1**, terá efeito suspensivo, podendo o Ordenador de Despesa e/ou Designado por ele, motivadamente, e presentes razões de interesse público, atribuir eficácia suspensiva aos demais recursos.

17.4 Interposto o recurso será comunicado aos demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

17.5 O recurso será dirigido à autoridade superior através da Comissão Permanente de Licitação, que poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 dias úteis, ou nesse mesmo prazo, fazê-lo subir, devidamente informado, devendo, neste caso, a decisão ser proferida dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contado do recebimento do recurso, sob pena de responsabilidade.

17.6 Nenhum prazo de recurso, representação ou pedido de reconsideração se inicia ou corre sem que os autos do processo estejam com vista franqueada ao interessado.

17.7 Somente poderá interpor recurso, o representante legal da empresa ou pessoa que detenha poderes para tanto, devidamente comprovado através de instrumento procuratório público ou particular com firma reconhecida ou contrato social que credencie o peticionário/requisitante.

17.8 Os recursos interpostos sem fundamento, com fins de tumultuar, frustrar ou retardar o procedimento licitatório, serão encaminhados através de traslado ao Ministério Público para oferecimento de denúncia contra o pseudo-recorrente, conforme disposto nos artigos 100 e 101 da Lei 8.666/93.

18. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

18.1 Nos termos do que prescreve a Lei nº 8.666/93, 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 a 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.

18.2 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 aplicados as seguintes sanções, previstas na legislação pertinente:

a) advertência (art. 87, I, da Lei Federal 8.666/93);

b) multa (arts. 86 e 87, II, da Lei Federal 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 8.666/93), ou

II - 05 (cinco) anos (art. 7º, da Lei Federal 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 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 8.666/93).

18.2.1 A reabilitação de idoneidade de que trata o inciso IV deste artigo 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.



Estado do Espírito Santo

18.2.2 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.

18.2.3 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.

18.3 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 pelo Ordenador de Despesa e/ou Designado por ele onde se origina o processo, na hipótese de licitação em andamento ou pelo gestor, na hipótese de contrato em execução.

18.3.1 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.

18.3 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.

18.4 Obedecido o devido processo legal na forma constante deste Decreto, será aplicada ao licitante ou contratado multa pecuniária que deverá estar prevista no instrumento convocatório ou no contrato, a ser aplicada pelo Ordenador de Despesa e/ou Designado por ele 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;

18.4.1 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.

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

18.4.3 Não sendo exercida a faculdade prevista no 13.4.1 e verificada a insuficiência da garantia para satisfação integral da multa, o saldo remanescente será descontado de pagamentos devidos ao contratado.

18.4.4 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.

18.4.5 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 da Câmara Legislativa do Município.

18.4.6 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.

18.4.7 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.

18.4.8 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.

18.4.9 A pena de multa poderá ser aplicada cumulativamente com as demais sanções restritivas de direitos constantes deste Decreto.



Estado do Espírito Santo

18.4.10 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.

18.4.11 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.

18.4.12 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.

18.5 A suspensão temporária, a ser aplicada pelo Presidente da Câmara Municipal de São Mateus, 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;

f) falhar ou fraudar na execução do contrato;

g) comportar-se de modo inidôneo;

18.5.1 As sanções previstas no inciso III, alíneas “e”, “f” e “g” deste item, após aplicadas, serão informadas obrigatoriamente ao Ministério Público, pelo Presidente da Câmara Municipal de São Mateus, para as providências cabíveis.

18.6 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada pelo Presidente da Câmara Municipal de São Mateus.

18.6.1 Poderão ser considerados inidôneos, as empresas ou profissionais que, em razão dos contratos regidos pela Lei 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.

18.7 Após o exaurimento 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



Estado do Espírito Santo

por despacho motivado do Ordenador de Despesa e/ou Designado por ele onde se origina a denúncia, cujo extrato será publicado no Diário Oficial e lançado em Cadastros próprios.

18.7.1 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.

18.8 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.

19.DA ADJUDICAÇÃO

19.1 A adjudicação relativa ao objeto desta Concorrência, se efetivará através das emissões da nota de empenho e da Ordem de Serviço.

19.2 A vencedora obrigará-se a assinar o respectivo Contrato de execução dos serviços no prazo máximo de 05 (cinco) dias, a partir da data de recebimento da notificação para tal fim.

19.2.1 O prazo de convocação poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado pela parte durante o seu transcurso e desde que ocorra motivo justificado aceito pela Administração.

19.3 É facultado à Administração, quando o convocado não assinar o termo de contrato, não aceitar ou não retirar o instrumento equivalente no prazo e condições estabelecidos, ainda que por impedimentos de ordem operacional, financeira ou institucional, convocar os licitantes remanescentes na ordem de classificação, conforme art. 64 da Lei n.º 8.666/93, para fazê-lo em igual prazo e nas mesmas condições propostas pelo primeiro classificado, inclusive quanto aos preços atualizados em conformidade com o ato convocatório, ou revogar a licitação independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei n.º 8.666/93.

19.4 Farão parte integrante do Contrato, todos os documentos referidos neste Edital e quaisquer de seus anexos, independentemente de transcrição.

20.DO PRAZO CONTRATUAL E PRORROGAÇÃO

20.1 O Prazo de vigência inicialmente previsto para o contrato decorrente da presente licitação será de **12 (doze) meses**, a contar da emissão da ordem de serviço, podendo, a critério da Câmara Municipal, ser prorrogado, até o limite previsto no art. 57, II, da Lei 8.666/93.

21.DA GARANTIA CONTRATUAL

21.1 Não se aplica.

22.DA CONTRATAÇÃO DE TERCEIROS

22.1 As condições da contratação de terceiros constam da Cláusula sexta da minuta do termo de contrato, parte integrante deste edital.

23.DAS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

23.1 As condições de pagamento constam da Cláusula oitava da minuta do termo de contrato, parte integrante deste edital.

24.DO REAJUSTAMENTO

24.1 As condições de reajustamento constam da Cláusula terceira da minuta do termo de contrato, parte integrante deste edital.

25.DA RESPONSABILIDADE DAS PARTES

25.1 As responsabilidades das Partes constam da cláusula sétima da minuta do termo de contrato, constante da parte integrante deste edital.

26.DO RECEBIMENTO DOS SERVIÇOS



Estado do Espírito Santo

26.1 Para o recebimento dos serviços deverá ser observado o disposto nos Art. 73 e 74 da Lei N.º 8.666/93.

26.2 Aceitos os serviços, a responsabilidade da CONTRATADA pela qualidade, correção e segurança nos trabalhos, subsiste na forma da Lei.

27. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

27.1 Somente serão considerados pela Comissão, em qualquer fase deste procedimento consultas, pleitos ou reclamações, que tenham sido formuladas por escrito e devidamente protocoladas no Protocolo Geral da Câmara Municipal de São Mateus-ES.

27.1.1 Não serão aceitos consultas, pleitos ou reclamações verbais ou por e-mail ou qualquer outro meio eletrônico de comunicação.

27.2 Não serão levados em consideração fatos ou alegações não invocadas até o encerramento dos trabalhos e que por isso não constem em ata;

27.3 A licitante vencedora, ou na ordem, a que lhe suceder, estará sujeita às penalidades prevista nos artigos 86 e 87 da Lei n.º 8.666/93, correspondente à pena de multa, a ser aplicada em caso de infringência de qualquer das cláusulas contratuais celebradas e/ou da proposta apresentada.

27.4 Fica, desde já, esclarecido que a Câmara Municipal de São Mateus poderá introduzir na Minuta de Contrato as alterações julgadas necessárias para assegurar maior garantia da perfeita execução das obras, de comum acordo entre as partes.

27.5 Até a data da assinatura do instrumento contratual, poderá a Câmara Municipal excluir Licitantes, em despacho motivado, sem direito a indenização e sem prejuízo de outras sanções, caso venha ter ciência de fato ou circunstância, anterior ou posterior ao julgamento da Licitação, que revele inidoneidade ou falta de capacidade financeira, técnica ou administrativa.

27.6 A intimação e divulgação do julgamento das fases desta Licitação serão por comunicação direta ou por escrito aos interessados, exceto no caso de revogação ou anulação, quando se dará ciência por publicação oficial.

27.7 Os autos físicos do processo, incluso o projeto básico e este edital estão a disposição para consulta junto a CPL, no endereço sede da Câmara Municipal de São Mateus.

27.7.1 Somente a Comissão Permanente de Licitação está autorizada a prestar oficialmente, informações ou esclarecimentos a respeito desta Licitação. As eventuais informações de outras fontes não deverão ser consideradas como oficiais e não poderão ser motivos de quaisquer questionamentos ou demandas futuras por parte das Licitantes.

27.8 Toda a publicidade dos atos relativos aos procedimentos da presente licitação se dará por meio do Site Oficial do Municipal.

27.9 Estará ressalvado ao Município, o direito de revogar a presente Concorrência, por interesse público decorrente de fato superveniente, devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar a revogação, ou anulá-la por ilegalidade total ou parcial, de ofício ou por provocação de terceiros, mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, dando ciência de sua decisão às licitantes participantes, sem que a estas caiba direito de reclamação ou indenização, ressalvada a hipótese do art. 59, parágrafo único da Lei 8.666/93.

27.10 São partes integrantes deste Edital os seguintes documentos:

- **Anexo I** - Termo de Referência;
- **Anexo II** - Briefing;
- **Anexo III** - Tabela de Pontuação dos Itens – Plano de Comunicação Publicitária;
- **Anexo IV** - Tabela de Pontuação Dos Itens – Conjunto de Informações do Proponente;
- **Anexo V** - Modelo de Proposta de Preços;
- **Anexo VI** - Modelo de Carta Credencial;
- **Anexo VII** - Modelo de Declaração que aceita as condições do edital;
- **Anexo VIII** - Termo Declaratório;
- **Anexo IX** - Minuta de Contrato;
- **Anexo X** - Tabela de preços do SINAPRO (Sindicato das Agências de Propaganda do Espírito



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES

Estado do Espírito Santo



Santo).

São Mateus-ES, 18 de maio de 2023.

PAULO SÉRGIO DOS SANTOS FUNDÃO

Presidente da Câmara Municipal de São Mateus (ES)



ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA

1. INTRODUÇÃO

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

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 Câmara Municipal de São Mateus - ES.

2.2 DETALHAMENTO DO OBJETO

2.2.1 Integram o objeto deste Termo de Referência, 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) 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 terão a finalidade de:

a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da Câmara Municipal de São Mateus/ES, 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, 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 do presente Termo de Referência 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 Câmara Municipal de São Mateus, 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 termo de referência, 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 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 subcomissão especialmente constituída para, em caráter temporário, analisar e julgar as propostas técnicas apresentadas pelas licitantes em um processo licitatório.

Veiculação: A transmissão de mensagens 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

4.1 A Câmara Municipal de São Mateus 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.

4.2 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.

4.3 Tendo em vista que a Câmara Municipal de São Mateus é um município estratégico no desenvolvimento econômico da região Norte capixaba, a comunicação da administração pública precisa se renovar, se adequando às novas plataformas disponíveis, e ampliar seu horizonte, não se restringindo apenas à sua população local.

4.4 Com a possibilidade de receber grandes investimentos, como é o caso do Complexo Industrial, Câmara Municipal de São Mateus precisa dialogar com comunidade e o chefe do executivo, mas também com outros entes federados, já que existem, inclusive, empresas de outros Estados e até de outros países com a intenção de se instalar no município.

4.5 Além disso, a Câmara Municipal de São Mateus busca 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 Câmara Municipal de São Mateus precisa continuar publicizando todas essas possibilidades com a região, no intuito de atrair novos investidores.

4.6 A presente contratação terá também o interesse de ser suficiente para as demandas, viabilizando, por exemplo, a divulgação de suas atividades, sem causar prejuízos à população com a falta dela.

4.7 Entre questões necessárias de divulgação para, inclusive, melhorar a arrecadação própria do município, estão às campanhas publicitárias de suas leis, Decretos e Atos Administrativos.

4.8 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 os princípios da legalidade, da impessoalidade, da moralidade, da publicidade (informação) e o princípio da eficiência.

4.9 Deste modo, a administração municipal legislativa 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 sob as mudanças e aperfeiçoamento das Leis, além de prestar contas da gestão, mostrando aos munícipes como têm 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.

4.10 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.

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

4.12 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.

4.13 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.



4.14 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 Federal nº 12.232/10.

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 Câmara Municipal de São Mateus, 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, 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 população para adotar comportamentos que lhe tragam benefícios individuais ou coletivos e que melhorem a sua qualidade de vida.

Publicidade Institucional, que se destina a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos da Câmara Municipal de São Mateus, 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.

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 os 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 mesmas quantidades 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 e a transparência das ações de governo legislativo.

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 DE LICITAÇÃO

6.1 Conforme preconiza o art. 5º da Lei Geral de Publicidade de nº 12.232/2010, a modalidade escolhida será a de **Concorrência Pública**, adotando o Critério do Tipo “**Melhor Técnica**”.

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.

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 da Câmara Municipal de São Mateus.

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\$ 600.000,00 (seiscentos mil 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.

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:

0010- CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS



001010 – CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS
0010001010.0103100012.001 – MANUTENÇÃO E DESENVOLVIMENTO DAS ATIVIDADES
DA CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS
33903900000 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURIDICA
(FICHA 012)

10. DAS 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 na presente Concorrência implica, tacitamente, para a licitante, a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação o **Invólucro A**, conforme previsto no Edital e Termo de Referência as informações necessárias ao cumprimento desta, a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes no Edital e de seus anexos, a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor, e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

10.6 Em cumprimento ao item 10.5 deste Termo de Referência, todas as licitantes interessadas, deverão retirar na Comissão Permanente de Licitação, e em até 10 (dez) dias anterior a sessão de abertura da presente licitação, o invólucro de Via não Identificada (A).

10.7 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

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 uma **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



Estado do Espírito Santo

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, previamente cadastrados.

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 Após o sorteio dos membros titulares da Subcomissão Técnica proceder-se-á ao sorteio dos suplentes, que serão ordenados por grupo (pertencente ou não à Administração Municipal) e conforme a ordem do sorteio até que todos sejam sorteados.

11.6 A Subcomissão Técnica terá as seguintes atribuições:

- a) Conferir, analisar, pontuar, julgar e classificar as propostas técnicas;
- b) Manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão de Licitação.

11.7 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. 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.

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

12.4 O julgamento das Propostas Técnica e de Preço (percentual de desconto) e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados no Edital.

12.5 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.

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

12.7 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.

12.8 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 sejam retirados, a Comissão Especial 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:



Estado do Espírito Santo

I - Invólucro A: Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária (Via NÃO Identificada) - Invólucro previamente fornecido pela CONTRATANTE.

II - Invólucro B: Proposta Técnica - Plano de Comunicação Publicitária (Via Identificada)

III - Invólucro C: Proposta Técnica - Conjunto de Informações do Proponente.

IV - Invólucro D: Proposta Comercial - Invólucro identificado com Nome empresarial e CNPJ da licitante.

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

13.7 O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente a Comissão Especial de Licitação através de ofício – protocolo e retirado na CPL conforme item 10.6 deste termo de referência.

14. PROPOSTA TÉCNICA

14.1 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.

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



Estado do Espírito Santo

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 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 entre títulos e entre parágrafos;
- Alinhamento justificado do texto;
- Texto e numeração de páginas 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’;
- 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.

14.4.1.1 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.

14.4.2 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”.

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

14.4.3 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.

14.4.4 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”.

14.4.5 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 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.



Estado do Espírito Santo

14.4.6 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.

14.4.7 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.

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

14.5 O **Plano de Comunicação Publicitária (Invólucro “A” e “B”)** versará sobre os **quesitos** 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 São Gabriel da Palha, 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 Câmara Municipal de São Mateus, 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 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;
- c) 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 de monstro de rádio e internet só poderão ser apresentados em formato digital, gravados separadamente em CD ou DVD-Rom, em formato de dados na raiz do CD/ DVD-Rom, não podendo serem dispostos dentro de pastas e subpastas, o CD/ DVD-Rom deverá ser armazenado em estojo de tampa acrílica e fundo preto, espessura de 0,5 a 1cm, com capa em papel branco, tamanho 12cmx12cm, sem textura, gramatura livre, que especifique em texto o tipo de peça (fonte arial, cor “automático”, corpo 10.



Estado do Espírito Santo

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;
- 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.

14.5.3.4.1 Na apresentação de proposta de hot site 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:

- a) Os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;
- b) Deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;



Estado do Espírito Santo

c) 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 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 entre títulos e entre parágrafos;
- Alinhamento justificado do texto;
- Texto e numeração de páginas em fonte ‘Arial’ e suas variações de formatação (normal, negrito, itálico, sublinhado), cor ‘automático’, tamanho ‘12 pontos’.
- O conjunto de textos referente ao Conjunto de Informações do Proponente não poderá exceder o total de 10 (quinze) laudas.
- 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.

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

14.8.2 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 14.7.1. deverá ser editada em papel A4.

14.8.3 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 14.7.1 **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.

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



Estado do Espírito Santo

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 da Câmara Municipal de São Mateus, 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.

14.11 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.

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. As peças devem ter sido veiculadas, expostas ou distribuídas a partir de **01/01/2010**.

14.11.1.1 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.

14.11.1.2 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 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 14.11 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”, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de 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 01/01/2010.



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 Câmara Municipal de São Mateus.

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 14.12.1, 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.

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 pontos
A	Acuidade da compreensão das características da Câmara Municipal de São Mateus e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3 Pontos
B	Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de São Mateus.	2 Pontos
C	Acuidade da compreensão das necessidades de comunicação da Câmara Municipal de São Mateus para enfrentar esse problema.	2 Pontos
D	Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal de São Mateus com seus públicos.	2 Pontos
E	Acuidade da compreensão do papel Câmara Municipal de São Mateus no atual contexto social, político e econômico.	1 Ponto
Pontuação Máxima		10 Pontos

Plano de Comunicação Publicitária: Estratégia de Comunicação Publicitária		Máximo pontos
A	Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e qualificação da Câmara Municipal de São Mateus e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação	3 Pontos

**CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES****Estado do Espírito Santo**

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 Câmara Municipal de São Mateus 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 Câmara Municipal de São Mateus.	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 Câmara Municipal de São Mateus, 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 pontos
A	Adequação ao problema específico de comunicação da Câmara Municipal de São Mateus.	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 Câmara Municipal de São Mateus 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 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 Câmara Municipal de São Mateus.	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 abaixo:

Conjunto de Informações do Proponente Quesito: Capacidade de Atendimento		Máximo pontos
A	Qualidade e o 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 Câmara Municipal de São Mateus.	3 Pontos
E	Operacionalidade do relacionamento entre a Câmara Municipal de São Mateus 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 Câmara Municipal de São Mateus, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	1 Ponto
Pontuação Máxima		15 Pontos

Conjunto de Informações do Proponente Quesito: Repertório		Máximo pontos
A	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação da Câmara Municipal de São Mateus.	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 pontos
A	Relevância dos resultados apresentados.	2 Pontos
B	Clareza e lógica da exposição das informações prestadas.	1 Pontos
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

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 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 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.

15.8 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.

15.9 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.

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

16. PROPOSTA COMERCIAL

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, 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.

16.1.1.1 Ocorrendo a ausência de qualquer dos requisitos supra relacionados, poderá a Comissão de Licitação determinar sua correção em audiência 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



Estado do Espírito Santo

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.
- 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 deste Termo de Referência, 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 % (quinze 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 % (dez 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;
- b) O menor percentual de honorários incidente sobre os custos de serviços de terceiros,



Estado do Espírito Santo

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 (percentual de desconto %) 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**.

18.3 No caso de impasse na negociação disposta no inciso II do § 1º da Lei 8.666/93, procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com os demais proponentes, pela ordem de classificação, até a consecução de acordo para a contratação.

18.4 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.

19. DOS 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 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 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) em papel timbrado da empresa contratante, assinado por seu representante legal, discriminando o teor da contratação e os dados da empresa contratada.
- Somente serão aceitos atestados de capacidade Técnica que houver a identificação da:
 - Empresa Pública – em papel timbrado do órgão contratante, carimbo do responsável e assinatura;
 - Empresa Privada – em papel timbrado da empresa, razão social, nº do CNPJ, endereço e telefone, carimbo de CNPJ e devidamente assinada.
- c) 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.
- d) 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.
- d.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 15 (quinze) dias, contados da data da assinatura do Contrato.

19.1.2 Qualificação Econômico-financeira



Estado do Espírito Santo

a) Balanço patrimonial e demonstrações contábeis referentes ao último exercício social, comprovando índices de Liquidez Geral (ILG), Liquidez Corrente (ILC), Índice de Endividamento Geral – IEG e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um);

Índice de Liquidez Geral - ILG igual ou superior a 1,00 (um)

ILG = Ativo Circulante + Realizável à Longo Prazo/Passivo/Circulante + Exigível à Longo Prazo

Índice de Liquidez Corrente - ILC igual ou superior a 1,00 (um)

ILC = Ativo Circulante/Passivo Circulante

Índice de Endividamento Geral – IEG igual ou inferior a 1,00 (um)

IEG = Passivo Circulante + Exigível à Longo Prazo/Ativo Total

Solvência Geral - SG superiores a 1 (um)

SG= Ativo Total/ Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo

b) **Certidão Negativa de Falência, Recuperação Judicial e Extrajudicial** expedida pelo distribuidor da sede da pessoa jurídica, concomitante com a certidão negativa dos distribuidores cíveis do município sede da empresa, com data não superior a 30 (trinta) dias de sua emissão, quando não for expresso sua validade observada a data de validade definida no instrumento.

20. DA GARANTIA CONTRATUAL

20.1 Não se aplica.

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 15 (quinze) 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 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



Estado do Espírito Santo

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 constantes nas alíneas do item 17.3, 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, 03 (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 está dispensado do procedimento previsto no subitem 21.1.7.1.

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 03 (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.



Estado do Espírito Santo

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, 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 06 (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, 05 (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.



Estado do Espírito Santo

21.1.16 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.

21.1.16.1 Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA ao CONTRATANTE até o prazo máximo de 02 (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 02 (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 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,



Estado do Espírito Santo

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 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 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 da Câmara Municipal de São Mateus.

24. DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

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

24.2 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 Câmara Municipal de São Mateus.

25. DA FORMA DE PAGAMENTO

25.1 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



Estado do Espírito Santo

definidos pela **administração pública**, MEDIANTE APRESENTAÇÃO DAS CERTIDÕES ABAIXO RELACIONADAS, **JUNTAMENTE COM AS NOTAS FISCAIS**:

25.1.1 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 São Mateus-ES.

25.2 Não será admitida a antecipação de pagamento.

25.3 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.

25.4 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.

25.5 Os pagamentos poderão ser sustados nos seguintes casos:

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

25.6 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.

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

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS - ES

Avenida Jones dos Santos Neves, 70 – Centro – São Mateus - ES – CEP: 29941-900

25.8 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 $I = (6/100)/365$).

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

25.9.1 Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, 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.

25.9.2 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.

25.9.3 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 (uma) em CD contendo fotos de todo(s) o(s) material(ais) produzido(s),



Estado do Espírito Santo

para serem anexados junto ao processo de pagamento, em até 30 (trinta) dias consecutivos após o mês de produção.

25.9.4 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.

25.9.5 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.

25.9.6 Os prestadores de serviços especializados, como também os veículos de divulgação, emitem suas notas fiscais (não faturamento) diretamente em nome do órgão público contratante, como cliente/anunciante, porém com as notas fiscais fazendo referência à agência de publicidade contratada e sendo apresentadas pelos veículos de divulgação e pelos fornecedores de serviços especializados à própria agência contratada, e não ao contratante.

25.9.7 A agência fica responsável pela emissão de fatura ou outro documento de cobrança equivalente pelo valor dos serviços prestados pelos veículos de divulgação e pelos fornecedores de serviços especializados, discriminando e juntando os respectivos documentos fiscais de origem, e pela emissão de nota fiscal pelo dos seus honorários e comissões, quando houver, e pela apresentação para pagamento pela administração, juntamente com os documentos comprobatórios da execução dos serviços. A fatura ou o documento de cobrança pode ser dispensado no caso em que as informações dos serviços prestados pelos veículos de divulgação e pelos fornecedores de serviços especializados forem discriminadas na nota fiscal da agência de propaganda.

25.9.8 O órgão público contratante, ao efetuar a liquidação da despesa, procede com a retenção e o recolhimento dos tributos federais em nome da agência de publicidade, dos veículos de divulgação e dos demais prestados de serviços relacionados na fatura ou no documento de cobrança equivalente ou ainda na própria nota fiscal da agência, na proporção de suas receitas.

25.9.9 O pagamento será realizado em nome da agência de publicidade, a quem compete repassar aos veículos de divulgação e fornecedores de serviços especializados o quinhão de suas receitas, deduzido das retenções realizadas pelo órgão competente.

26. DO REAJUSTAMENTO

26.1 Os preços contratados serão fixos e irremovíveis pelo prazo de 12 (doze) meses.

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

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

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

26.3 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.

26.4 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.

26.5 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.



Estado do Espírito Santo

26.6 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.

26.6.1 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 de a empresa solicitar reequilíbrio econômico-financeiro o Município terá como base a formação dos custos, verificando item por item o motivo do desequilíbrio.

27. DA FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

27.1 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.

27.1.1 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.

27.1.1.1. 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.

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

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

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

27.5 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.

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

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

27.8 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.

27.9 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.

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

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

27.11.1 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.

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



28. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

28.1 O presente Termo de Referência foi elaborado pela **COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO E CERIMONIAL/CMSM/ES**, estando em consonância com o interesse e a conveniência da Câmara Municipal de São Mateus, bem como com as disposições legais e normativas aplicáveis. Maiores informações poderão ser obtidas através da Comissão Permanente de Licitação.

28.2 A Comissão de Licitação, previamente à publicação do edital de licitação de que trata este Termo de Referência, deverá se encarregar de promover a divulgação da Lista de Profissionais visando à formação da Subcomissão Técnica, nos moldes da previsão legal.

28.3 Os invólucros reservados à condução do certame serão concedidos pela Câmara Municipal de São Mateus - Coordenadoria de Comunicação e Cerimonial - 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 em até 10 (dez) dias anterior ao certame.

28.4 Integram este Termo de Referência:

Anexo I: Briefing

Anexo II: Tabelas de pontuação;

Anexo III: Modelo de Proposta de Preços;

Anexo IV: Tabela de preços SINAPRO (Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo).



ANEXO II

BRIEFING

Este briefing tem por objetivo ajudar na elaboração de propostas pelos participantes desta Concorrência Pública, que visa a contratação de uma Agência de Comunicação, Publicidade e Propaganda para a prestação de serviços de comunicação, publicidade e propaganda para a Câmara Municipal de São Mateus-ES.

1. INTRODUÇÃO:

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

A Câmara Municipal de São Mateus busca a contratação de uma empresa de comunicação, com objetivo de instrumentalizar seu próprio órgão de comunicação, seja com o apoio técnico de serviços ao quais não dispõe, seja para promover a efetiva divulgação de serviços de publicidade legal, institucional ou promocional das ações, atos e demais medidas capitaneadas pelo Legislativo, através dos diversos meios de comunicação, bem como o planejamento, concepção e execução, de acordo com a política de comunicação adotada pelo órgão público. Os serviços prestados devem se pautar pelos princípios constitucionais, tendo como principais referências:

- a) A PUBLICIDADE DOS ATOS LEGISLATIVOS**, seja em televisão, rádio, impressos e internet, e demais ações pertinentes à Casa, deve ser realizada de modo a tornar acessível ao cidadão as informações sobre os trabalhos do Legislativo municipal e suas consequências no cotidiano da população. Tal comunicação tem a obrigação de ser clara, objetiva e educativa, visando a aproximação entre população e Câmara Municipal de São Mateus. Da mesma forma, buscar a valorização do trabalho do Parlamento como instituição, acentuando o efeito sobre o dia a dia da sociedade e dos cidadãos nas decisões emanadas por esse Poder.
- b) O CARÁTER EDUCATIVO** deve ser sempre uma referência nas ações realizadas, buscando orientar/conscientizar a população acerca de fatos e/ou valores relevantes para a comunidade como, por exemplo, a cidadania, liberdades públicas, direito de voto, o patriotismo; assim como sobre o zelo com equipamentos públicos, posto que serve à educação, formação ou aprimoramento da consciência comunitária. Nossa Casa possui um amplo calendário de eventos do gênero, que pouco tem contado com a participação do público, em função de limitações operacionais.

2. INFORMAÇÕES DO CLIENTE

Atualmente, a Câmara Municipal de São Mateus é composta por 11 vereadores para um mandato de 4 (quatro anos). O Poder Legislativo exerce três funções primordiais, de acordo com a Constituição Federal: legislar, fiscalizar a administração pública e representar a população. Pode ser considerado o mais democrático e transparente dos três poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário). Entendemos que é preciso que a comunicação do poder legislativo ganhe independência para não confundir a população sobre os diferentes trabalhos realizados pelos distintos poderes, já que aos olhos do povo, especialmente Legislativo e Executivo caminham em sintonia.

Os vereadores, em conjunto com a sociedade, apresentam propostas de políticas públicas que melhorem a vida da população em seus mais diversos aspectos. Além das funções definidas



Estado do Espírito Santo

constitucionalmente, a Câmara Municipal de São Mateus tem exercido nos últimos anos um papel destacado na intermediação junto ao governo para o atendimento das necessidades em importantes áreas como Educação, Saúde, Segurança e Infraestrutura.

Igualmente tem sido chamada a mediar eventuais conflitos, quando interesses de determinados setores se contrapõem às decisões governamentais. O trabalho realizado pelo Legislativo é de relevante importância para o desenvolvimento da cidade. Por isso, a comunicação é fator fundamental. O objetivo principal da política de comunicação da Câmara, portanto, é tornar acessível ao cidadão todos os trabalhos desenvolvidos pelo agente público mais próximo do povo, que é o vereador.

3. OBJETIVOS INSTITUCIONAIS

- Estimular a participação popular no debate e na definição de políticas públicas e prioridades sociais;
- Contribuir para o conhecimento e a compreensão da legislação municipal;
- Disseminar informações de interesse dos diversos segmentos sociais, serviços e direitos dos cidadãos;
- Contribuir para a transparência e compreensão dos atos, funções e responsabilidades do Legislativo Municipal.

4. OBJETIVO DE COMUNICAÇÃO

Informar à sociedade a relevância e abrangência do papel da Câmara Municipal, tanto em relação às suas funções constitucionais, como em relação aos outros papéis que vêm assumindo nos últimos anos e de que forma essa atuação pode impactar efetivamente na vida deles, além de promover a aproximação do cidadão da atividade parlamentar, fazendo-o entender que o Legislativo é o meio pelo qual sua vontade pode ser efetivamente manifestada. Assim, a campanha deve buscar conscientizar a sociedade sobre a importância do Poder Legislativo e contribuir para seu fortalecimento.

5. PROBLEMA A SER RESOLVIDO

Dar maior publicidade à sociedade sobre o papel da Câmara Municipal, bem como à função do Legislativo e ao trabalho por ele desenvolvido. Conscientizar a população em geral para que participe das sessões e reuniões, leve sugestões, tenha voz e vez na política legislativa do município.

6. TEMA BÁSICO

Promover a cidadania. O foco é divulgar as ações do Legislativo, destacando as diretrizes do trabalho desenvolvido. A ideia é ampliar as possibilidades de acesso às informações, entre as mais diversas classes sociais, alcançando os diversos públicos existentes no município. O trabalho deve nortear-se pelos conceitos de inovação, dinamismo, transparência e participação popular.

A agência deverá apresentar um mínimo de 5 e um máximo de 10 peças, que devem ser veiculadas nos diferentes veículos e mídias.

7. PÚBLICO-ALVO

População, de todos os bairros, de todas as classes sociais, com idade a partir de 7 anos.

8. EXPECTATIVA DA CAMPANHA

Divulgar para a população o programa de trabalho da Câmara Municipal de São Mateus, seus serviços e os benefícios que ele traz para a população.

9. PERÍODO DA CAMPANHA



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES

Estado do Espírito Santo



30 (trinta) dias.

10. ORÇAMENTO PARA CAMPANHA

Cada licitante deverá desenvolver uma campanha publicitária de acordo com as informações disponíveis no briefing, tendo como referencial uma verba máxima de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais).

11. MÍDIAS

A Comunicação Publicitária deve se preocupar em adequar as mensagens ao universo cultural dos segmentos de público, ressaltar os benefícios das ações para a sociedade em geral e não só para o público diretamente atingido, observar as normas para uso das marcas publicitárias do Poder Legislativo Municipal, aplicar os recursos com eficiência e racionalidade.

As ações devem ser informativas, educativas e estimular a participação popular e democratização da gestão pública. Utilizar-se de veículos tradicionais de comunicação de massa e das mídias alternativas e comunitárias.

**CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES****Estado do Espírito Santo****ANEXO III****TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS**
Conforme texto original de responsabilidade do órgão requisitante

Plano De Comunicação Publicitária					
Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor	Nota do Julgador
Raciocínio Básico	Acuidade da compreensão das características da Câmara Municipal de São Mateus 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	
	Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de São Mateus.	2	Ótimo	2	
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não Atendeu	0,2	
			Não Apresentou	0	
	Acuidade da compreensão das necessidades de comunicação da Câmara Municipal de São Mateus 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 Câmara Municipal de São Mateus 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 Câmara Municipal de São Mateus no atual contexto social, político 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	Nota do Julgador
	Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e qualificação da Câmara Municipal de São Mateus e a sua comunicação.	3	Ótimo	3	
			Bom	2,4	
			Regular	1,8	
			Não Atendeu	0,3	
			Não Apresentou	0	
	Consistência lógica e a Pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos.	2	Ótimo	2	
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não Atendeu	0,2	
			Não Apresentou	0	
	A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Câmara Municipal de São Mateus com seus públicos.	2	Ótimo	2	
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	

**CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES****Estado do Espírito Santo**

Estratégia de Comunicação Publicitária	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor	Nota do Julgador
Estratégia de Comunicação Publicitária	Adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de São Mateus.	1	Não Atendeu	0,2	
			Não Apresentou	0	
			Ótimo	1	
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária.	1	Não Atendeu	0,1	
			Não Apresentou	0	
			Ótimo	1	
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
	A capacidade de articular os conhecimentos sobre a Câmara Municipal de São Mateus, 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	Não Atendeu	0,1	
			Não Apresentou	0	
			Ótimo	1	
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
Pontuação Máxima Estratégia de Comunicação Publicitária: 10 pontos					
Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor	Nota do Julgador
Ideia Criativa	Adequação ao problema Específico de comunicação da Câmara Municipal de São Mateus.	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 Elementos que dos 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		
		Bom	2,4		
		Regular	1,8		
		Não Atendeu	0,3		



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES

Estado do Espírito Santo



	Pertinência às atividades da Câmara Municipal de São Mateus e à sua inserção nos contextos social, político e econômico.	3	Não Apresentou	0	
			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 apresentados.	2	Ótimo	2	
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não Atendeu	0,2	
			Não Apresentou	0	
	Desdobramentos comunicativos que enseja, Compatibilização dalinguagem 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

Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor	Nota do Julgador
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	
			Não Apresentou	0	
	Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	2	Ótimo	2	
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não Atendeu	0,2	
			Não Apresentou	0	
	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	
			Não Apresentou	0	
	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	
			Não Apresentou	0	
Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	2	Ótimo	2		
		Bom	1,6		
		Regular	1,2		
		Não Atendeu	0,2		
		Não Apresentou	0		



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES

Estado do Espírito Santo



	Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.	2	Ótimo	2	
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não Atendeu	0,2	
	Pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de São Mateus.	2	Ótimo	2	
			Bom	1,6	
			Regular	1,2	
			Não Atendeu	0,2	
Pontuação Máxima Estratégia de Mídia: 15 pontos					

**ANEXO IV****TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS**
Conforme texto original de responsabilidade do órgão requisitante

CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE					
Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor	Nota do Julgador
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	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 Câmara Municipal de São Mateus.	4	Ótimo	4	
			Bom	3,2	
			Regular	2,4	
			Não Atendeu	0,4	
			Não Apresentou	0	
	Operacionalidade do relacionamento entre da Câmara Municipal de São Mateus e a licitante, esquematizado na proposta.	1	Ótimo	1	
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não Atendeu	0,1	
			1	Ótimo	1
Bom				0,8	
Regular				0,6	
Não Atendeu				0,1	
Pontuação Máxima Capacidade de Atendimento: 15 pontos					
Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor	Nota do Julgador
	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação da Câmara Municipal de São Mateus.	4	Ótimo	4	
			Bom	3,2	
			Regular	2,4	
			Não Atendeu	0,4	
			Não Apresentou	0	
	Ideia criativa e sua pertinência ao problema	4	Ótimo	4	

**CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES****Estado do Espírito Santo**

Repertório	que a licitante se propôs a resolver.		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	
			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	Nota do Julgador
Relato de Solução 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.	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	1	Ótimo	1	
Bom			0,8		
Regular			0,6		
Não Atendeu			0,1		
Não Apresentou			0		

Pontuação Máxima Resolução de Problemas: 5 pontos



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES

Estado do Espírito Santo



Tabela de pontuação – Plano de Comunicação Publicitaria: 65 Pontos

Quesito	Subquesito	Pontuação máxima	Nota membro avaliador
PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA	Raciocínio Básico	10	
	Estratégia de Comunicação Publicitária	10	
	Ideia Criativa	30	
	Estratégia de Mídia e Não Mídia	15	
Pontual máxima: 65			



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES

Estado do Espírito Santo



NOME JULGADOR: _____

CAMPANHA: _____

Plano de Comunicação Publicitária		Máximo de Pontos	Nota do Membro Avaliador
Quesito: Raciocínio Básico			
A	Acuidade da compreensão das características da Câmara Municipal de São Mateus e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3 Pontos	
B	Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação da Câmara Municipal de São Mateus.	2 Pontos	
C	Acuidade da compreensão do da Câmara Municipal de São Mateus no atual contexto social, político e econômico.	2 Pontos	
D	Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Câmara Municipal de São Mateus com seus públicos.	2 Pontos	
E	Acuidade da compreensão do papel da Câmara Municipal de São Mateus no atual contexto social, político e econômico.	1 Ponto	
Pontuação Máxima:		10 Pontos	

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do quesito **Raciocínio Básico**:



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES

Estado do Espírito Santo



NOME JULGADOR: _____

CAMPANHA: _____

Plano de Comunicação Publicitária		Máximo de Pontos	Nota do Membro Avaliador
Quesito: Estratégia de Comunicação Publicitária			
A	Adequação do conceito à natureza e qualificação da Câmara Municipal de São Mateus e a sua comunicação e/ou seus problemas específicos de comunicação.	3 Pontos	
B	Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	2 Pontos	
C	A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Câmara Municipal de São Mateus 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 Câmara Municipal de São Mateus	1 Ponto	
E	A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária	1 Ponto	
F	A capacidade de articular os conhecimentos sobre da Câmara Municipal de São Mateus, 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	

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do quesito **Estratégia de Comunicação Publicitária**:



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES

Estado do Espírito Santo



NOME JULGADOR: _____

CAMPANHA: _____

Plano de Comunicação Publicitária		Máximo de Pontos	Nota do Membro Avaliador
Quesito: Idéia Criativa			
A	Adequação ao problema específico de comunicação da Câmara Municipal de São Mateus.	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 Câmara Municipal de São Mateus e sua inserção na sociedade.	3 Pontos	
H	Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	2 Pontos	
I	Desdobramentos comunicativos que enseja, compatibilização da linguagem das peças aos meios e aos públicos propostos.	2 Pontos	
J	Exequibilidade das peças.	2 Pontos	
Pontuação Máxima:		30 Pontos	

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do quesito **Idéia Criativa**:



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES

Estado do Espírito Santo



NOME JULGADOR: _____

CAMPANHA: _____

Plano de Comunicação Publicitária		Máximo de Pontos	Nota do Membro Avaliador
Quesito: Estratégia de Mídia e Não Mídia			
A	Conhecimento dos hábitos de leitura e audição 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 subquesitos 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.	2 Pontos	
F	Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa	2 pontos	
G	Pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstrada no uso dos recursos de comunicação próprios da Câmara Municipal de São Mateus.	2 Pontos	
Pontuação Máxima:		15 Pontos	

Justificativa(s) para a (s) razão(ões) que fundamentou (aram) a pontuação do quesito **Estratégia de Mídia e Não Mídia**:



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES

Estado do Espírito Santo



Tabela de pontuação – Conjunto de Informações do Proponente: 35 Pontos

Quesito	Subquesito	Pontuação Máxima	Nota do Membro Avaliador
CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE	Capacidade de atendimento	15	
	Repertório	15	
	Relato de solução de problemas de comunicação	5	
Pontuação Máxima: 35 pontos			



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES



Estado do Espírito Santo

ANEXO V

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À Câmara Municipal de São Mateus
Concorrência Pública nº 001/2023
Validade da Proposta: 60 (sessenta) 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 Câmara Municipal de São Mateus, 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 Câmara Municipal de São Mateus, 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 Câmara Municipal de São Mateus, incidentes sobre os preços 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 2023

(nome da licitante)

Representante legal

ANEXO VI

À Câmara Municipal de São Mateus



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES



Estado do Espírito Santo

Comissão Permanente de Licitação
Ref.: Concorrência Pública nº 001/2023

CARTA DE CREDENCIAMENTO

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
Firma Reconhecida em Cartório ou Assinatura Eletrônica
CPF
Cargo



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES

Estado do Espírito Santo



ANEXO VII

CONCORRÊNCIA PÚBLICA 001/2023

DECLARAÇÃO DE QUE ACEITA AS CONDIÇÕES DO EDITAL

Local, de de 2023

Ao

Presidente da CPL da Câmara Municipal de São Mateus-ES

A empresa (nome da empresa), inscrita no CNPJ sob nº (número do CNPJ), por intermédio do seu(ua) representante legal Sr (a). (nome do representante), portador (a) da Carteira de identidade nº (número da identidade) e inscrito no CPF (número do CPF), DECLARA para os devidos fins que aceita as condições do edital da concorrência pública nº 000/2023 e caso seja vencedora da licitação, executará os serviços pelos preços propostos e aceitos pelo município.

Por ser verdade, firmamos a presente para que surta os devidos efeitos legais.

(Carimbo CNPJ e Assinatura do Representante da Empresa) Nome do Representante



ANEXO VIII

TERMO DECLARATÓRIO

À Câmara Municipal de São Mateus-ES
Comissão Permanente de Licitação

Concorrência Pública nº 001/2023

Em cumprimento as determinações da Lei 8.666/93, lei complementar 123/2006, para fins de participação na Concorrência nº 0001/2023, 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 Câmara Municipal de São Mateus e/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 0001/2023.
- 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/ou 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 conforme requerido no anexo IV e verdadeiro seu conteúdo, e que tem consciência de que poderá ser processado por crime de falsidade ideológica na hipótese de falsear na presente declaração sujeitando-se à pena de reclusão, de um a cinco anos, e multa.
- h)** E quanto a 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 Câmara Municipal de São Mateus 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.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES
Estado do Espírito Santo



Local e data

Assinatura do representante legal da empresa



ANEXO IX

MINUTA DE CONTRATO

Contrato nº -----/----

Processo nº 00524/2022

Concorrência nº 001/2023

CONTRATO PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE AGENCIAMENTO DE PUBLICIDADE, QUE ENTRE SI CELEBRAM A CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS E -----

A CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS/ES, inscrito no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica do Ministério da Fazenda sob o nº , com sede na cidade de São Mateus, Estado do Espírito Santo, na , doravante denominado **CONTRATANTE**, neste ato representado pelo seu, Senhor, e a empresa com sede em....., na....., inscrita no CNPJ/MF sob o nº....., doravante denominada **CONTRATADA**, neste ato representada, brasileiro, residente e domiciliado em....., inscrito no CPF/MF sob o nº, portador da Carteira de Identidade nº, resolvem celebrar o presente contrato, para prestação de serviços de publicidade, nos termos do procedimento licitatório **Concorrência Pública nº 001/2023, Processo nº 00524/2022**, de acordo com a Lei Federal nº 12.232/2010 e de forma complementar as Leis 8.666/93, Lei 4.680/65, Lei Complementar 123/2006, Lei 14.356/22 e demais disposições pertinentes, mediante os termos e condições a seguir.

CLÁUSULA PRIMEIRO – DO OBJETO

1.1 Constitui objeto deste contrato a 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 sua distribuição **por meio de agência de publicidade e propaganda** 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.

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 Câmara Municipal de São Mateus, 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 da Câmara Municipal de São Mateus, 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 8.666/93 e suas alterações e da lei 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 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 e/ou Revisão 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.

3.7 Os efeitos financeiros do pedido de reequilíbrio econômico-financeiro e/ou revisão 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 e/ou revisão do 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 publicação**, sendo que sua eficácia dar-se-á após sua publicação, o que deverá ocorrer na forma do art. 61 da Lei 8.666/93 e suas alterações, podendo ser prorrogado, na forma do artigo 57, II da Lei 8.666/93, sendo que o início da execução dos serviços somente se darão após o recebimento da Ordem de Serviços.

4.2 A execução dos serviços obedecerá às disposições contidas no Edital de Concorrência nº 000/2023, 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.



Estado do Espírito Santo

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 8.666/93, sendo que a Câmara Municipal de São Mateus consignará em seus orçamentos respectivos as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

CLÁUSULA QUINTA - DOS RECURSOS ORÇAMENTARIOS

5.1 Os recursos necessários ao pagamento das despesas inerentes a este Contrato correrão à conta dos recursos específicos, consignados no Orçamento da Câmara Municipal de São Mateus constantes nas seguintes dotações:

Órgão: Câmara Municipal de São Mateus

0010- CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS

001010 – CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS

0010001010.0103100012.001 – MANUTENÇÃO E DESENVOLVIMENTO DAS ATIVIDADES DA CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS

3390390000 – OUTROS SERVIÇOS DE TERCEIROS – PESSOA JURIDICA (FICHA 012)

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 12.232/2010.

6.1.2 Os fornecedores contratados deverão estar previamente cadastrados pela Câmara Municipal de São Mateus (art. 14 da Lei 12.232/10).

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

7.1.3 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 7.2.1.1e 7.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias 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.



Estado do Espírito Santo

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 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 Câmara Municipal de São Mateus, 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, 05 (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.



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 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 02 (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.

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.



Estado do Espírito Santo

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 obrigar-se-á 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 10 (dez) 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;
- d) Prova de regularidade perante a Fazenda Estadual, onde for sediada;
- e) Prova de regularidade perante a Fazenda Municipal da sede do Licitante.

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;



Estado do Espírito Santo

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:

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS - ES

Avenida Jones dos Santos Neves, 70 – Centro – CEP:29941-900 – São Mateus - ES

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:

$$EM = I \times N \times VP$$

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).

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 10 (dez) 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 10 (dez) 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 (uma) em CD contendo fotos de todo(s) o(s) material(ais) produzido(s), para serem anexados junto ao processo de pagamento, em até 10 (dez) 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 10 (dez) 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 ____ (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 ____ (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.

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 Federal nº 57.690/66 e alterado pelo Decreto Federal 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 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 Os prestadores de serviços especializados, como também os veículos de divulgação, emitem suas notas fiscais (não faturamento) diretamente em nome do órgão público contratante, como cliente/anunciante, porém com as notas fiscais fazendo referência à agência de publicidade contratada e sendo apresentadas pelos veículos de divulgação e pelos fornecedores de serviços especializados à própria agência contratada, e não ao contratante.

8.12.8 A agência fica responsável pela emissão de fatura ou outro documento de cobrança equivalente pelo valor dos serviços prestados pelos veículos de divulgação e pelos fornecedores de



Estado do Espírito Santo

serviços especializados, discriminando e juntando os respectivos documentos fiscais de origem, e pela emissão de nota fiscal pelo dos seus honorários e comissões, quando houver, e pela apresentação para pagamento pela administração, juntamente com os documentos comprobatórios da execução dos serviços. A fatura ou o documento de cobrança pode ser dispensado no caso em que as informações dos serviços prestados pelos veículos de divulgação e pelos fornecedores de serviços especializados forem discriminadas na nota fiscal da agência de propaganda.

8.12.9 O órgão público contratante, ao efetuar a liquidação da despesa, procede com a retenção e o recolhimento dos tributos federais em nome da agência de publicidade, dos veículos de divulgação e dos demais prestados de serviços relacionados na fatura ou no documento de cobrança equivalente ou ainda na própria nota fiscal da agência, na proporção de suas receitas.

8.12.10 O pagamento será realizado em nome da agência de publicidade, a quem compete repassar aos veículos de divulgação e fornecedores de serviços especializados o quinhão de suas receitas, deduzido das retenções realizadas pelo órgão competente.

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.

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



Estado do Espírito Santo

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 Federal 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 a 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 aplicados as seguintes sanções, previstas na legislação pertinente:

- a) advertência (art. 87, I, da Lei Federal 8.666/93);
- b) multa (arts. 86 e 87, II, da Lei Federal 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 8.666/93), ou,
 - II.05 (cinco) anos (art. 7º, da Lei Federal 10520/2002 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 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 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 da Câmara Municipal de São Mateus.

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 pelo Ordenador de Despesa e/ou Designado por ele 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 na forma constante, será aplicada ao licitante ou contratado multa pecuniária que deverá estar prevista no instrumento convocatório ou no contrato, a ser aplicada pelo Presidente da Câmara Municipal de São Mateus, 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;



Estado do Espírito Santo

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 Não sendo exercida a faculdade prevista no 13.4.1 e 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 da Câmara Municipal de São Mateus.

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 constantes deste Decreto.

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 Câmara Municipal de São Mateus 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;



Estado do Espírito Santo

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;
- 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, pelo Ordenador de Despesa e/ou Designado por ele para as providências cabíveis.

10.6 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública será aplicada pelo Ordenador de Despesa e/ou Designado por ele onde se origina a denúncia.

10.6.1 Poderão ser considerados inidôneos, as empresas ou profissionais que, em razão dos contratos regidos pela Lei 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 exaurimento 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 pelo Ordenador de Despesa e/ou Designado por ele onde se origina a denúncia, cujo extrato será publicado no Sítio Oficial e Mural de avisos da Câmara Municipal 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 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 A Câmara Municipal de São Mateus 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 DO CONTRATO

13.1 Não se aplica.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – DO REPRESENTANTE DA CONTRATADA

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

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 e/ou outro que se faz necessário, 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 11.9.90 (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.



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES



Estado do Espírito Santo

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – DO FORO

16.1 Fica eleita a Vara da Fazenda Pública Municipal de São Mateus-ES, Comarca da Capital, para dirimir quaisquer dúvidas ou contestação oriunda direta ou indiretamente deste instrumento, renunciando-se expressamente a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

E por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 04 (quatro) vias de igual teor e forma juntamente com 02 (duas) testemunhas, igualmente signatárias.

São Mateus-ES, ---- de março de 2023.

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS
CONTRATANTE

CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

Nome
CPF

Nome
CPF



CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO MATEUS – ES

Estado do Espírito Santo



ANEXO X

**TABELA DE PREÇOS DO SINAPRO (SINDICATO DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO
ESPÍRITO SANTO)**

(em arquivo anexo)

