



**COMPROVANTE**  
**RETIRADA DE EDITAL**

EMPRESA: \_\_\_\_\_

CNPJ: \_\_\_\_\_

ENDEREÇO: \_\_\_\_\_

CIDADE: \_\_\_\_\_ ESTADO: \_\_\_\_\_

CEP: \_\_\_\_\_ FONE: (     ) \_\_\_\_\_

E-MAIL: \_\_\_\_\_

FAX: \_\_\_\_\_

**MODALIDADE:** Concorrência Pública nº 008/2013.

**PROCESSO Nº:** 8.727/2013.

**OBJETO:** CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA.

Obtivemos, através do acesso [www.aracruz.es.gov.br](http://www.aracruz.es.gov.br).

Visando à comunicação futura entre esta Prefeitura e sua empresa, solicitamos a Vossa Senhoria preencher o recibo de retirada de edital e remetê-lo ao Setor de Licitação, por meio de fax.: 27 -3296-1092 ou do e-mail [licitacao@aracruz.es.gov.br](mailto:licitacao@aracruz.es.gov.br)

A não remessa do recibo exime a Prefeitura Municipal de Aracruz da responsabilidade da comunicação, por meio de fax ou e-mail, de eventuais esclarecimentos e retificações ocorridas no instrumento convocatório, bem como de quaisquer informações adicionais, não cabendo posteriormente qualquer reclamação.

Local: \_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2013

Nome por extenso: \_\_\_\_\_

RG nº: \_\_\_\_\_

**ASSINATURA**



## EDITAL

## CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 008/2013

## PROCESSO Nº 8.727/2013

O MUNICÍPIO DE ARACRUZ, Estado do Espírito Santo, através da Comissão Permanente de Licitação, designada pela Portaria nº.12.052 de 18 de janeiro de 2013, torna público, para conhecimento dos interessados que de acordo com as disposições da Lei Federal nº 12.232 de 29/04/2010, Leis nºs. 4.680 18/06/1965 e 8.666 de 21/06/1993 e suas alterações e demais legislações aplicáveis, fará realizar na data, horário e local, abaixo assinalados, licitação na modalidade **CONCORRÊNCIA PÚBLICA**, do tipo "**MELHOR TÉCNICA**", na forma de execução indireta, em regime de empreitada por preço unitário, objetivando a **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**, conforme descrição no Anexo I (Termo de Referência) e II (briefing) e demais especificações do Edital.

**Local/horário/dia para entrega dos envelopes "A", "B", "C", "D":** Os envelopes citados, contendo respectivamente a(s) proposta(s) técnica(s) e a(s) proposta(s) de preço(s), deverão ser protocolizados no protocolo geral da PMA, na Rua Padre Luiz Parenzi, nº 710, Aracruz ES (antigo Fórum), **até às 13 horas do dia 03/10/2013, iniciando-se a abertura dos envelopes às 14 horas, no di 03/10/2013, na sala da Comissão de Licitação, na Av. Morobá, nº 20, Bairro Morobá, Aracruz - ES.**

**Local/horário/dia para entrega do envelope "E":** O envelope citado, contendo os Documentos de Habilitação, **NÃO** deverá ser entregue na data acima. Em momento oportuno, a Comissão Permanente de Licitação 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, conforme disposto no item 6.21.

## 1. OBJETO E DESCRIÇÃO DOS SERVIÇOS

1.1 - A presente Concorrência Pública tem por objeto a **contratação de agência de publicidade e propaganda, empresa especializada na prestação de serviços técnicos de projetos de divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos e instituições da administração municipal de Aracruz, compreendendo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação**, bem como:

O planejamento e à 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 publicitárias;

À criação, produção, impressão e montagem de painéis, faixas, cartazes, banners, storyboards, folders, outdoors, informativos (impressos e online), anúncios para jornais e revistas, manuais, livretos, panfletos, revistas, cartilhas, convites, cartas, ilustrações, cartões de visita, cartões de protocolo, envelopes; produção de textos diversos e templates; gravação de áudio e veiculação de propaganda volante, criação, produção e veiculação de dingos, spots e programetes para rádio; VTs e programetes para TV aberta; produção de vídeos; criação de campanhas institucionais; identidade visual; produção de conteúdo para canais em mídias sociais; entre outros, para atender ao município de Aracruz, conforme descrição no Anexo II (briefing) e demais especificações do edital;

À criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, com o objetivo de expandir os efeitos das mensagens e ações publicitárias, "vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza".



1.2 - Salienta-se de imediato, que as propostas técnicas, de preços e documentação de habilitação devem ser apresentadas em conformidade com as condições e exigências contidas no **Termo de Referência e Briefing (Anexos I e II)** e demais anexos que integram esta Concorrência.

## 2. ANEXOS

2.1 - Integram o presente Edital, independentemente de transcrição, os seguintes anexos:

Anexo I - Termo de Referência

Anexo II - "Briefing"

Anexo III - Tabela Checagem De Itens – Plano De Comunicação Publicitária

Anexo IV - Tabela Checagem De Itens – Conjunto De Informações Do Proponente

Anexo V - Tabela de Pontuação dos Itens – Plano de Comunicação Publicitária

Anexo VI - Tabela de Pontuação Dos Itens – Conjunto de Informações Do Proponente

Anexo VII - Carta Resumo da Proposta de Preços - Modelo

Anexo VIII- Declaração de Inexistência de Superveniência de Fato Impeditivo – Modelo

Anexo IX- Declaração conforme art. 7º, inc. XXXIII da Constituição da República.

Anexo X -Minuta de Contrato.

Anexo XI- Tabela de preços do SINAPRO (Sindicato das Agências de Propaganda do Espírito Santo).

Anexo XII - Cronograma Físico Financeiro

## 3. FONTES DE RECURSOS FINANCEIROS

3.1. As despesas decorrentes da presente licitação correrão à conta das seguinte dotação orçamentária:

930	CÓDIGO REDUZIDO
20	SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO
001	SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO
24	Comunicações
131	Comunicação Social
059	PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO
2811	Publicidade e Marketing de ações comuns aos órgãos
33903992000000	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL
10000000	Recursos do Tesouro

## 4. CONDIÇÕES GERAIS DE PARTICIPAÇÃO

4.1 - Poderá participar da presente licitação toda e qualquer empresa cadastrada ou não no Município de Aracruz que, na fase inicial de habilitação preliminar, comprove possuir os requisitos mínimos de qualificação exigidos no edital para execução de seu objeto.

4.1.1 - As licitantes poderão adquirir o Edital junto ao **site da PMA** ([www.aracruz.es.gov.br](http://www.aracruz.es.gov.br) - Links úteis - licitação) ou junto à Comissão Permanente de Licitação, trazendo CD, pendrive, **ou mídia gravável, para copiar o edital e anexos, na Av. Morobá, nº 20, Bairro Morobá - Aracruz/ES.**

4.2.- Não será admitida a participação nesta licitação de empresas que:

- a - Estejam cumprindo pena de suspensão temporária de participar em licitação e/ou impedimento de contratar com o Município de Aracruz;
- b - Tenham sido declaradas inidôneas para licitar ou contratar com a Administração Pública, não ocorrendo a reabilitação;
- c - Entre seus dirigentes, gerentes, sócios, responsáveis e técnicos, haja alguém que mantenha vínculo empregatício com o Município de Aracruz;
- d - Estejam em Processo de Falência;
- e - Se façam representar por pessoa sem a devida autorização.
- f - Estejam enquadradas no artigo 9º da Lei nº 8.666/93 e suas alterações.



**Obs: A autorização de representação dar-se-á através de Carta Credencial específica para se manifestar na presente licitação em nome do proponente, com poderes para assinar ata, receber recursos e demais comunicações da Comissão Permanente de Licitação, inclusive para desistir do direito de recurso tanto da decisão de habilitação, quanto de classificação, além das demais atribuições que forem transferidas para o representante, devendo ser entregue em mãos na sessão de abertura da licitação, observando também as disposições acerca de comprovação de microempresa ou empresa de pequeno porte.**

## **5. PRAZOS E VALOR ORÇADO DA CONTRATAÇÃO**

5.1. A Contratada deverá iniciar a execução dos serviços imediatamente após o recebimento da Ordem de Serviços:

5.1 - O prazo estimado para a execução dos serviços, fica fixado em **12 (doze) meses**, contado a partir da data da emissão da Ordem de Serviços pelo Contratante, excluindo-se o dia do início e incluindo-se o do vencimento. Somente se iniciam ou vencem os prazos estabelecidos em dia de expediente no órgão Contratante.

5.2 - O prazo de execução poderá ser prorrogado na forma do artigo 57, II da Lei 8.666/93.

5.2 - Os prazos de início de execução, de conclusão e de entrega dos serviços, admitem prorrogações, mantidas as demais cláusulas do Contrato, assegurada a manutenção de seu equilíbrio econômico-financeiro, desde que ocorra algum dos motivos enumerados no art. 57, § 1º da Lei 8.666/93.

5.3 - O **valor orçado** pela Administração para a execução dos serviços mencionados no subitem 1.1 é de **R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais)**.

## **6. APRESENTAÇÃO E RECEBIMENTO DOS DOCUMENTOS DA PROPOSTA TÉCNICA, DA PROPOSTA DE PREÇOS E DA HABILITAÇÃO**

6.1 - Os interessados em participar da presente Concorrência deverão apresentar, com exceção do **Envelope "E"**, à Comissão Permanente de Licitação no dia, hora e local definidos no preâmbulo deste Edital, envelopes distintos, fechados e indevassáveis.

6.2 - As empresas licitantes poderão fazer-se representar nas fases do procedimento licitatório, por qualquer das seguintes pessoas:

a) representante legal da licitante (exemplo: sócio, proprietário, dirigente) mediante cópia autenticada do ato constitutivo, comprovando tal condição;

b) procurador, mediante apresentação de procuração por instrumento público ou particular com firma reconhecida, acompanhado do ato constitutivo, como propósito de aferir a legitimidade da outorga de poderes ao procurador, ou;

c) pessoa devidamente credenciada por intermédio de Carta Credencial específica para esta licitação acompanhada do ato constitutivo, com o propósito de aferir a legitimidade do credenciamento.

6.2.1 - Qualquer que seja a pessoa representante (representante legal, procurador ou representante credenciado) deverá a mesma se identificar durante a sessão pública desta licitação mediante documento de identidade com foto.

6.2.2 - Cada licitante credenciará apenas um representante, que será o único admitido a intervir no procedimento licitatório e a responder por todos os atos e efeitos previstos neste edital, em nome da representada.

6.2.3 - Nenhum interessado poderá participar da presente licitação representando mais de uma licitante.

6.2.4 - O não-credenciamento de representante impedirá qualquer pessoa presente de se manifestar e responder pelo licitante, sem prejuízo do direito de oferecimento dos envelopes.



6.2.5 - Fica assegurado aos licitantes, a qualquer tempo, mediante juntada dos documentos ora exigidos, a substituição do seu representante.

6.3 - Todos os envelopes deverão ser apresentados conforme informações ilustradas abaixo, com exceção do **A**” – **PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – Via não identificada** que será fornecido pela Prefeitura Municipal de Aracruz e distribuído com as informações devidamente impressas, uma vez que não deve conter informações que identifiquem o licitante.

**ENVELOPE A – PROPOSTA TÉCNICA**

**PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA NÃO IDENTIFICADA**

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACRUZ  
SECRETARIA MUNICIPAL DE SUPRIMENTOS  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
**CONCORRÊNCIA Nº 008/2013**

**ENVELOPE B – PROPOSTA TÉCNICA**

**PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - VIA IDENTIFICADA**

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACRUZ  
SECRETARIA MUNICIPAL DE SUPRIMENTOS  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
RAZÃO SOCIAL: \_\_\_\_\_  
REPRESENTANTE LEGAL: \_\_\_\_\_  
**CONCORRÊNCIA Nº 008/2013**

**ENVELOPE C – PROPOSTA TÉCNICA**

**CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE**

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACRUZ  
SECRETARIA MUNICIPAL DE SUPRIMENTOS  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
RAZÃO SOCIAL: \_\_\_\_\_  
REPRESENTANTE LEGAL: \_\_\_\_\_  
**CONCORRÊNCIA Nº 008/2013**

**ENVELOPE D – PROPOSTA DE PREÇOS**

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACRUZ  
SECRETARIA MUNICIPAL DE SUPRIMENTOS  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
RAZÃO SOCIAL: \_\_\_\_\_  
REPRESENTANTE LEGAL: \_\_\_\_\_  
**CONCORRÊNCIA Nº 008/2013**

**ENVELOPE E – HABILITAÇÃO**

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACRUZ  
SECRETARIA MUNICIPAL DE SUPRIMENTOS  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
RAZÃO SOCIAL: \_\_\_\_\_  
REPRESENTANTE LEGAL: \_\_\_\_\_  
**CONCORRÊNCIA Nº 008/2013**

6.4 - O Envelope “A”, reservado à **via não identificada** do **Plano de Comunicação Publicitária** da Proposta Técnica será concedido pela Secretaria Municipal de Comunicação - SECOM em formato padrão e com as informações devidamente impressas, uma vez que não deve conter informações que identifiquem o licitante, devendo ser retirado pela empresa participante na sala da Comissão Permanente de Licitação -SEMSU/CPL **entre os dias 02 de Setembro a 06 de Setembro de 2013**, sito na Av. avenida Morobá, nº 20, bairro Morobá, Aracruz-ES, telefone: 027-3296-4013 no horário de 08:00h às 11:00h e 12:00h às 17:30h, mediante assinatura de comprovante de retirada do envelope.



6.5 - Não poderá constar do **Envelope "A" – PROPOSTA TÉCNICA**, reservado à **via não identificada** do Plano de Comunicação Publicitária, qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do mesmo, bem como dos documentos nele contidos.

6.6 - O **Envelope B" – PROPOSTA TÉCNICA**, reservado à **via identificada** da Proposta Técnica, terá material de mesmo teor da via não identificada - **Envelope "A"**, sem os exemplos de peças referentes à Idéia Criativa; apresentando em seu exterior a devida identificação conforme modelo constante do item 6.3.

6.7 - Os envelopes **"A"** e **"B"** deverão ser livres de qualquer informação adicional à constante do mesmo.

6.8 - Os envelopes **C" – PROPOSTA TÉCNICA - Conjunto de Informações do Proponente e D" - PROPOSTA DE PREÇOS** poderão adotar formato a critério da empresa participante, apresentando em seu exterior a devida identificação conforme modelo constante do item 6.3.

6.9 - Não serão recebidos envelopes encaminhados por via postal, nem documentos apresentados por meio de disco magnético ou cópias em fax, mesmo autenticadas.

6.10 - Não será considerada para qualquer efeito a data em que tenham sido postados os envelopes ou a entrega em local diferente do endereço indicado.

6.11 - Todas as folhas da documentação da Proposta Técnica, Proposta de Preços 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. O não atendimento ao solicitado implicará na perda do direito a futuras reclamações quanto a um eventual extravio de documentos durante a tramitação do processo.

6.12 - **As propostas técnicas deverão ser apresentadas em 3 (três) invólucros distintos**, destinados um para a **via não identificada** do Plano de Comunicação Publicitária (**Envelope "A"**), um para a **via identificada** do Plano de Comunicação Publicitária (**Envelope "B"**) e outro para o Conjunto de Informações do Proponente (**Envelope "C"**), integrantes da proposta técnica que consistirá de um conjunto de textos e anexos.

6.13 – **ENVELOPES "A" PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA NÃO IDENTIFICADA e "B" PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA.**

6.13.1 – A via identificada do plano de comunicação publicitária (**Envelope "B"**) terá o mesmo teor da via não identificada (**Envelope "A"**), sem os exemplos de peças referentes à idéia criativa conforme estabelecido no art. 9º, § 2º da Lei 12.232/10.

6.13.2 - O conteúdo da via não identificada (**Envelope "A"**) e da via identificada (**Envelope "B"**) do Plano de Comunicação Publicitária, com exceção da(s) peça(s) da **Idéia Criativa**, deverá ser apresentado seguindo formatação padrão, a saber:

a) Papel formato A4, com 75 a 90 gr/m<sup>2</sup>, na cor branca; encadernação espiral na cor preta; capa transparente e contracapa na cor preta.

b) Fonte Arial e suas variações de formatação (normal, negrito, itálico, sublinhado); corpo 12; cor preta; alinhamento justificado; espaçamento entre linhas 1,5; espaçamento de parágrafos 6 pontos (antes e depois); margens de Página em configuração Normal (Superior: 2,5 cm / Inferior: 2,5 cm / Esquerda: 3 cm / Direita: 3 cm).

c) Sem numeração de linhas; com numeração de página no canto inferior direito em fonte Arial, corpo 9, cor preta.

d) Os textos, no total, não poderão exceder a **13 (treze) laudas** com no máximo 30 (trinta) linhas cada uma. Os anexos, **para cada tópico que os admita**, não serão em número superior a 05 (cinco).



e) O conteúdo da **via identificada** do Plano de Comunicação Publicitária (**Envelope “B”**) deverá ter encadernação em mesma formatação e teor da **via não identificada (Envelope “A”)**, sem os exemplos de peças referentes à “Idéia Criativa”.

6.13.3 - Para efeito de avaliação na fase de julgamento das Propostas Técnicas, o licitante deverá apresentar uma campanha simulada sobre o tema hipotético, conforme “**Briefing**” no **Anexo II**, contendo Plano de Comunicação Publicitária.

6.14 - O **PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA (Envelope “A”)** versará sobre os seguintes quesitos, a serem apresentados na ordem abaixo determinada:

a) **Raciocínio Básico:** Constituído de **texto**, em que a licitante deve expressar seu entendimento sobre a Prefeitura Municipal de Aracruz, suas linhas de atuação e suas necessidades de comunicação.

b) **Estratégia de Comunicação Publicitária:** Constituída de **texto** em que a licitante exporá o conceito e o partido temático que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação da Prefeitura Municipal de Aracruz, defendendo essa opção, examinando e descartando conceitos alternativos.

c) **Idéia Criativa:** Apresentação em forma de **texto** da síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um slogan, que constitua uma proposta de solução para o problema específico de comunicação. A idéia criativa deverá ser acompanhada de **anexos**, sendo estes exemplos de peças que a corporifiquem objetivamente, apresentados sob a forma de roteiros e textos datilografados, limitados a um para cada tipo de peça, em número máximo de 05 (cinco) anexos, podendo ser anexados “lay outs”, “story boards”, “monstro de rádio”, etc. Roteiros para materiais em vídeo poderão ser ilustrados/exemplificados exclusivamente por meio de storyboards, sendo proibida a anexação “monstro de TV”, sob pena de desclassificação.

6.15 - As peças da Ideia Criativa, constantes do envelope A, deverão ser impressas em formato a critério da agência, e obrigatoriamente afixadas sobre pranchas avulsas de papel cartão na cor preta, verso em papel Kraft, entre 200 a 500 gr/m<sup>3</sup>, sem encadernação, sem capa ou película protetora, em tamanho e formato que permitam sua anexação ao envelope sem danificação, rasura ou alteração do mesmo ou das próprias peças.

6.16 - Qualquer peça de mídia eletrônica (monstro de rádio e peças para internet, dentre outros) deverá ser gravada em CD ou DVD, armazenado em estojo de tampa acrílica e fundo preto, espessura de 0,5 a 1 cm, com capa em papel branco tamanho 12 x 12 cm, sem textura, gramatura livre, que especifique em texto o tipo de peça (fonte Arial, cor preto, corpo 10) conforme exemplo abaixo:

#### **PROPOSTA TÉCNICA IDEIA CRIATIVA – MIDIA ELETRÔNICA CONCORRÊNCIA Nº 008/2013**

6.16.1 - O mesmo texto deverá ser impresso em etiqueta branca, redonda com orifício central, afixada sobre o CD/DVD.

6.16.2 - Os arquivos gravados em CD/DVD deverão ser nominados conforme a peça que representam. Ex: monstro\_radio.mp3: Arquivos de áudio devem ser gravados no formato .MP3.

6.17 - **Estratégia de Mídia:** De acordo com as informações do Briefing e com as respectivas verbas colocadas como referencial para a campanha, o licitante deverá demonstrar através de **textos**:

a) A capacidade para atingir e sensibilizar os principais públicos da campanha, permitida a inclusão de tabelas.

b) A simulação de plano de distribuição das peças de que trata o quesito Idéia Criativa, acompanhada de texto em que se explicitem e justifiquem as premissas.

c) A utilização dos recursos mediante apresentação da distribuição percentual da verba disponível, nas rubricas de estudo e pesquisa, produção e veiculação, justificando a aplicação.



6.17.1 - Tabelas de simulação do plano de distribuição das peças serão consideradas como **anexo único**, formatados com bordas na cor preta, fio 1pt; fonte arial e suas variações de formatação, corpo 7 a 9, na cor preta; preenchimento de células nas cores branco e/ou graduações de preto e cinza; sem adição de recursos visuais e gráficos de qualquer natureza.

6.17.2 - O licitante quando da elaboração da simulação do plano de mídia e bem como nos custos de produção, que trata o quesito Idéia Criativa, obrigatoriamente, deverá utilizar como base para cada proposta técnica os valores dos custos de criação, produção e veiculação das respectivas tabelas (valor cheio), sem considerar os percentuais que serão ofertados nas respectivas propostas de preço.

6.18 - O **Envelope “B”** deverá ser providenciado pelo próprio licitante, devendo ser opaco, lacrado e identificado conforme definido no item 6.3 deste Edital.

### 6.19 - ENVELOPE “C” PROPOSTA TÉCNICA – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE

6.19.1 - O **Conjunto de Informações do Proponente – Envelope “C”** versará sobre os seguintes quesitos, a serem apresentados na ordem abaixo determinada:

6.19.1.1 - **Capacidade de Atendimento:** Tanto geral, considerando-se a totalidade dos setores da licitante, quanto específica, no que diz respeito ao setor de atendimento propriamente dito.

6.19.1.1.1 - Sob a forma de **TEXTO**, o licitante apresentará:

a) **Capacidade de atendimento:** discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de peça avulsa ou campanha e a elaboração de plano de mídia.

b) As informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

6.19.1.1.2 - Sob a forma de **ANEXO**, o licitante apresentará:

a) **Quantificação e qualificação do perfil dos profissionais**, nominal ou não, que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor do licitante (estudo e pesquisa, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia e atendimento), devendo o licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão à linha de atuação.

b) **Relação nominal dos principais clientes atendidos** pelo licitante, com especificação do período de atendimento de cada um deles.

c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis atualmente ou a ser contratados.

d) 02 (dois) atestados fornecidos por veículos de comunicação (de grande porte) - pessoas jurídica de direito público ou privado, em papel timbrado, comprovando a pontualidade no atendimento por parte do licitante dos compromissos por ela assumidos em nome de seus clientes. Os atestados deverão ser apresentados em original ou em cópia autenticada em cartório.

e) 02 (dois) atestados fornecidos por cliente – pessoas jurídica de direito público ou privado, em papel timbrado, comprovando aptidão do licitante para desempenho da atividade pertinente compatível em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação e para o desempenho dos respectivos serviços. Os atestados deverão ser apresentados em original ou em cópia autenticada em cartório.

6.19.1.2 - **Repertório: Sob a forma de texto** que indique o desempenho do proponente na prestação de serviços publicitários a outros clientes, tanto do setor público quanto do setor privado, acompanhado de reprodução de peças, em número máximo de 03 (três) filmes de TV (DVD) 03 (três) spots de rádio (CD), 03 (três) anúncios de jornal, 03 (três) anúncios de revista, 03 (três) peças de internet e até 03 (três) peças de “mídia externa”, com as respectivas fichas técnicas e apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.



6.19.1.2.1 - Cada peça deverá conter **ficha técnica**, a ser contabilizada como anexo, com a identificação do licitante, data de produção, relação dos profissionais envolvidos no trabalho, período de veiculação e a indicação de pelo menos 02 (dois) veículos que a divulgaram.

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

6.19.1.3 - **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação:** Apresentar até 03 (três) "cases stories;" sob **forma de texto** descritivo dos problemas enfrentados, das soluções encontradas e dos resultados alcançados. Os "cases" deverão ser endossados pelos respectivos anunciantes, por meio de assinatura e carimbo do cliente, permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças de qualquer tipo para cada relato.

6.19.2 - O conjunto de textos referente ao **Conjunto de Informações do Proponente** não poderá exceder o total de 7 (sete) laudas, com no máximo 30 (trinta) linhas cada.

6.19.3 - Tanto para o quesito **Repertório** quanto para o quesito **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação** somente serão aceitas como válidas peças e campanhas de comunicação desenvolvidas e veiculadas de 2010 até a data da entrega dos envelopes "A", "B", "C" e "D", constante no preâmbulo deste edital.

6.19.4 - É proibido constar do **Envelope "C"**, reservado ao **Conjunto de Informações do Proponente**, assim como dos documentos nele contidos, qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que se refira à Proposta Técnica - **Envelope "A" - via não identificada - Plano de Comunicação Publicitária** no que se refere à Ideia Criativa e que desta maneira identifique a autoria da mesma, sendo passível de **desclassificação**.

6.19.5 - O **Envelope "C"** deverá ser providenciado pelo próprio licitante, devendo ser opaco, lacrado e identificado conforme definido no item 6.3 deste Edital.

## 6.20 - Envelope "D" PROPOSTA DE PREÇOS

6.20.1 - A Proposta de Preços deverá ser apresentada conforme modelo constante do **Anexo VII** atendendo aos seguintes requisitos:

6.20.1.1 - 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.

6.20.1.2 - 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.

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

6.20.1.4 - 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.

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

6.20.1.6 - Ter indicação de que o prazo de validade da proposta será de 90 (noventa) dias, contados da data marcada para o seu recebimento, ficando estabelecido que na omissão será considerado esse prazo.

6.20.1.7 - 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 50% sobre os valores da tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda no Espírito Santo -SINAPRO-ES, referente aos custos internos.

6.20.1.7.a) São limítrofes os seguintes percentuais para a composição da Proposta de Preços: alínea a) até 50% de desconto; alínea b) honorários de até 15%; alínea c) honorários de até 10%.

6.20.1.8 – O **Envelope “D” – PROPOSTA DE PREÇOS** deverá ser providenciado pelo próprio licitante, devendo ser opaco, lacrado e identificado conforme definido no item 6.3 deste Edital.

**6.21 - Envelope “E”- DOCUMENTAÇÃO DE HABILITAÇÃO: (os documentos de habilitação serão apresentados apenas pelos licitantes classificados no julgamento final das propostas)**

6.21.1 - Os documentos relativos à habilitação deverão ser apresentados **em uma só via**, em original ou cópia reprográfica autenticada em Cartório, ou publicação em órgão da imprensa oficial, **devidamente numerados e rubricados por seu representante legal**, na ordem seguinte:

#### **6.21.1.1 - Habilitação Jurídica**

a) Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais. No caso de alterações será admitido o Estatuto ou o Contrato Social consolidado e aditivos posteriores, se houver. Para as sociedades por ações, deverão ser apresentados os documentos de eleição de seus administradores e; no caso de sociedades civis, da diretoria em exercício;

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

c) Documento Oficial de Identificação com foto dos proprietários, sócios ou gerentes, diretores e procuradores, conforme o caso.

d) Declaração de Inexistência de fato superveniente impeditivo à participação na licitação, em papel timbrado da empresa, assinada por seu representante legal.

e) As empresas licitantes deverão apresentar declaração de aceitação de todas as condições deste edital.

f) Declaração do licitante, em papel timbrado da empresa, assinada por seu representante legal, de que não possui em seu quadro de pessoal empregado(s) com menos de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e de 16 (dezesesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, nos termos do inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição Federal.

#### **6.21.1.2 - Regularidade Fiscal e Trabalhista**

a) Prova de Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas do Ministério da Fazenda (**Cartão CNPJ**), atualizada;

b) Prova de inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual (com situação ativa) ou Municipal (**Alvará de Funcionamento**), relativo ao domicílio ou sede da proponente, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto do certame.

c) Certidão de Regularidade perante o **INSS** -Instituto Nacional de Seguridade Nacional, com validade na data de realização da Licitação;

c.1) A regularidade perante o INSS será comprovada por meio de Certidão Negativa de Débito emitida pelo próprio INSS ou pela RECEITA FEDERAL DO BRASIL.

d) Certidão de Regularidade de Situação CRS -perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - **FGTS**, expedida pela Caixa Econômica Federal, com validade na data de realização da Licitação;



e) Certidões de Regularidade de situação quanto aos encargos tributários federais (certidões emitidas pela **Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e pela Secretaria da Receita Federal**);

e.1) A regularidade perante a Secretaria da Receita Federal e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional poderá também ser comprovada por Certidão Conjunta, conforme Portaria Conjunta PGFN/RFB nº 2, de 31 de agosto de 2005.

f) Certidão Negativa de Débito para com a **Fazenda Estadual** da sede da licitante e da sua filial no Estado do Espírito Santo, quando houver, com validade na data de realização da Licitação;

g) Certidão de Regularidade com a **Fazenda Pública do Município sede da empresa e com o Município de Aracruz**, com validade na data de abertura da licitação.

h) Prova de inexistência de débitos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de **certidão negativa expedida pela Justiça do Trabalho**, de acordo com da Lei Federal nº 12.440/2011.

#### 6.21.1.3 - Qualificação Técnica

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

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

#### 6.21.1.4 - Qualificação Financeira

a) Certidão negativa de falência expedida pelo cartório distribuidor da sede do licitante. Não constando no documento o prazo de validade, será considerada emitida até 30 (trinta) dias imediatamente anteriores à data de sua apresentação.

b) Prova de possuir capital social, não inferior a 10% (dez por cento) do valor estimado do serviço ou ainda a comprovação prevista no art. 31, § 3º da Lei 8.666/93, com a atualização através de índice oficial para a data de abertura das propostas.

c) Balanço Patrimonial, inclusive com os demonstrativos contábeis, correspondentes ao último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da Lei, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 03 (três) meses da data de apresentação da proposta, vedado à apresentação de balancetes ou balanços provisórios.

c-1) O Balanço dos licitantes constituídas sob a forma de Sociedade por Ações deverá ser apresentado em publicação no Diário Oficial.

c-2) As demais empresas deverão apresentar o Balanço autenticado, certificado por Contador inscrito no Conselho Regional de Contabilidade Competente, no qual estejam mencionados expressamente, o termo de abertura e encerramento, o número das folhas do Livro Diário em que o Balanço se acha regularmente transcrito.

c-3) Os licitantes com menos de 1 (um) ano de existência apresentarão Balancete do mês anterior ao da realização da licitação, autenticado por profissional credenciado na forma exigida na aliena c-2;

d) CAPACIDADE FINANCEIRA: Através do balanço serão calculados os seguintes parâmetros:

#### ÍNDICE DE LIQUIDEZ CORRENTE E GERAL (ILG)

O Índice de Liquidez Geral é o resultado final do exame da Capacidade Financeira apurada em balanço, segundo a fórmula abaixo, pela qual é conhecida a responsabilidade de solução dos compromissos do licitante.



$$\text{ILG} = \frac{\text{AC} + \text{RLP}}{\text{PC} + \text{ELP}}$$

em que:

**AC** - Ativo Circulante

**RLP** - Realizável a Longo Prazo

**PC** - Passivo Circulante

**ELP** - Exigível a Longo Prazo

d-1) O índice de Liquidez Geral (ILG) deverá ser igual ou maior que 1,00.

### ÍNDICE DE LIQUIDEZ CORRENTE

O Índice de Liquidez Corrente (ILC) mostra a capacidade de pagamento a curto prazo e será calculada através da seguinte fórmula:

$$\text{ILC} = \frac{\text{AC}}{\text{PC}}$$

Onde:

AC - Ativo circulante

PC - Passivo circulante

d-2) O ILC (Índice de Liquidez Corrente) deverá ser igual ou maior que 1,00.

### 6.21.2 - CRITÉRIO DE JULGAMENTO DA FASE DE HABILITAÇÃO

6.21.2. Será inabilitada a licitante que deixar de atender alguma das exigências de habilitação enumeradas nos itens 6.21.1.1 à 6.21.1.4.

### 6.22 - OBSERVAÇÃO

- a) - O Demonstrativo da Capacidade Financeira poderá ser preenchido pelo licitante, competindo a CPL proceder à conferência dos elementos dele constantes.
- b) - A documentação apresentada será anexada ao processo e, **caso seja cópia, esta deverá estar autenticada em cartório**, não se aceitando autenticação no momento da abertura.
- c) - Caso as certidões expedidas pelas fazendas estadual e municipal não tragam consignados os respectivos prazos de validade, a Comissão Permanente de Licitação considerará como máximos os prazos vigentes no Estado do Espírito Santo 90 (noventa) dias e no Município de Aracruz 60 (sessenta) dias.
- d) - Para efeito de apresentação dos documentos e certidões acima mencionados não serão aceitos quaisquer protocolos.
- e) - A CPL se reserva ao direito de proceder 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 comissão, além de incorrer nas sanções previstas neste edital.
- f) - A aceitação dos dados via "internet", conforme o caso, ficará condicionada à confirmação de sua validade pela Comissão Permanente de Licitação.
- g) - **Solicita-se aos licitantes que apresentem sua documentação na ordem disposta no presente edital.**

## 7. DOS CRITÉRIOS E DO JULGAMENTO DA(S) PROPOSTA(S) TÉCNICA(S) (ENVELOPES "A" E "C")



7.1 - As propostas técnicas serão julgadas tendo por base os conteúdos exigidos no item 6.19 do edital, devendo constar todos os documentos indicados.

7.2 - A Comissão Permanente de Licitação, no dia e hora indicados, em sessão pública, procederá a abertura do **Envelope "A" – PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - via não identificada** e **Envelope "C" – PROPOSTA TÉCNICA – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE** e os encaminhará à Subcomissão Técnica responsável pela análise e julgamento.

7.3 - Para o julgamento das propostas serão adotados os seguintes procedimentos:

7.3.1 - A pontuação técnica é a somatória das notas atribuídas a cada quesito técnico.

7.3.2 - Para fins de qualificação técnica, será considerada a somatória dos quantitativos de cada licitante.

7.4 - Na apreciação das **Propostas Técnicas** será considerada a linha de atuação desenvolvida, sendo certo que a pontuação máxima é de **100 (cem) pontos**, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:

7.4.1 - **Plano de Comunicação Publicitária 65 (sessenta e cinco) pontos** a serem distribuídos conforme abaixo:

Plano De Comunicação Publicitária		Máximo de pontos
Quesito: Raciocínio Básico		
A	Acuidade da compreensão das características do município de Aracruz e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3 pontos
B	Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação da Prefeitura de Aracruz.	3 pontos
C	Acuidade da compreensão do papel da Prefeitura de Aracruz no atual contexto social, político e econômico.	2 pontos
D	Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura com seus públicos.	2 pontos
Pontuação máxima		10 pontos

Plano De Comunicação Publicitária		Máximo de pontos
Quesito: Estratégia de Comunicação Publicitária		
A	Adequação do conceito à natureza e qualificação da Prefeitura de Aracruz e a sua comunicação e/ou seu problema específico de comunicação.	4 pontos
B	Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	3 pontos
C	A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Prefeitura de Aracruz com seus públicos.	3 pontos
Pontuação máxima		10 pontos

Plano De Comunicação Publicitária		Máximo de pontos
Quesito: Ideia Criativa		
A	Adequação ao problema específico de comunicação da Prefeitura de Aracruz.	4 pontos
B	Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	4 pontos
C	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	4 pontos
D	Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	3 pontos



E	Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	3 pontos
F	Pertinência às atividades da Prefeitura de Aracruz e sua inserção na sociedade.	3 pontos
G	Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	3 pontos
H	Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	3 pontos
I	Exequibilidade das peças.	3 pontos
Pontuação máxima		30 pontos

Plano De Comunicação Publicitária		Máximo de pontos
Quesito: Estratégia de Mídia		
A	Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	3 pontos
B	Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	3 pontos
C	Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquesitos A e B.	3 pontos
D	Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	3 pontos
E	Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos de comunicação.	3 pontos
Pontuação máxima		15 pontos

7.4.2 - **Conjunto de Informações do Proponente 35 (trinta e cinco) pontos** a serem distribuídos conforme abaixo:

Conjunto de Informações do Proponente		Máximo de pontos
Quesito: Capacidade de Atendimento		
A	Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias dos profissionais envolvidos, sendo computado, para efeito de pontuação, os 05 (cinco) melhores avaliados.	3 pontos
B	Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do contrato.	3 pontos
C	Adequação das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão disponíveis durante a execução do contrato.	3 pontos
D	Informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição da Prefeitura de Aracruz, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	3 pontos
E	Operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura e o proponente.	3 pontos
Pontuação máxima		15 pontos

Conjunto de Informações do Proponente		Máximo de pontos
Quesito: Repertório		
A	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação da Prefeitura de Aracruz.	4 pontos
B	Ideia criativa.	4 pontos
C	Qualidade da execução e acabamento.	4 pontos
D	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3 pontos
Pontuação máxima		15 pontos

Conjunto de Informações do Proponente		Máximo de pontos
Quesito: Relato de Soluções de Problemas (cases)		
A	Relevância dos resultados apresentados.	2 pontos



B	Clareza e lógica da exposição.	1 ponto
C	Evidência de planejamento publicitário.	1 ponto
D	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1 ponto
Pontuação máxima		5 pontos

7.4.3 - A cada um dos sub 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

7.5 - A Subcomissão Técnica, individualmente, analisará e julgará o **Plano de Comunicação Publicitária (Envelope “A” – via não identificada)**, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas neste edital, conforme Tabela de Checagem de Itens -Plano de Comunicação Publicitária -**Anexo III** deste Edital e atribuindo notas aos quesitos conforme Tabela de Pontuação dos Itens -Plano de Comunicação Publicitária -**Anexo V** deste Edital.

7.5.1 - É vedada a aposição, em qualquer parte da via não identificada (**Envelope “A”**) do **Plano de Comunicação Publicitária**, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do **invólucro “B”**, conforme § 2º do art. 9º da Lei 12.232/10.

7.5.2 - É vedada a aposição no invólucro destinado ao **Conjunto de Informações do Proponente (Envelope “C”)**, assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do Plano de Comunicação Publicitária, em qualquer momento anterior à abertura do invólucro **B;** conforme estabelecido no § 2º do art. 9º da Lei 12.232/10;

7.5.3 - A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica que fará o julgamento conforme.

7.6 - A nota de cada licitante corresponderá ao somatório das notas de todos os quesitos.

7.7 - A **Subcomissão Técnica** elaborará ata de julgamento do **Plano de Comunicação Publicitária** e encaminhará à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com as propostas, as planilhas com as pontuações e a justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

7.8 - A **Subcomissão Técnica**, individualmente, analisará e julgará o **Conjunto de Informações do Proponente (Envelope “C”)**, desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas neste instrumento convocatório, conforme Tabela de Checagem de Itens - Conjunto de Informações do Proponente -**Anexo IV** deste Edital e atribuindo notas aos quesitos conforme Tabela de Pontuação dos Itens - Conjunto de Informações do Proponente -**Anexo VI** deste Edital.

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



7.10 - A **Subcomissão Técnica** reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas.

7.10.1 - 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 comissão técnica e passará a compor o processo de licitação.

7.11 - A **Comissão Permanente de Licitação** estabelecerá o dia e a hora para realização de sessão pública visando apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

7.11.1 - abertura dos invólucros com a via identificada (**Envelope “B”**) do Plano de Comunicação Publicitária.

7.11.2 - cotejo entre as vias identificadas (**Envelope “B”**) e não identificadas (**Envelope “A”**) do plano de comunicação publicitária, para identificação de sua autoria.

7.11.3 - elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos da proposta técnica.

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

7.12 - Em caso de empate no resultado geral das propostas técnicas, terá preferência o licitante que, na ordem a seguir:

7.12.1 - obtiver a maior nota no quesito Ideia Criativa.

7.12.2 - obtiver a maior nota no quesito Estratégia de Mídia.

7.12.3 - obtiver a maior nota no quesito Estratégia de Comunicação Publicitária.

7.12.4 - obtiver a maior nota no quesito Raciocínio Básico.

7.13 - Persistindo o empate, será estabelecido o critério do § 2º do art. 45, da Lei 8.666/93.

7.14 - Será desclassificada a Proposta que:

7.14.1 - não atender às exigências do presente Edital e de seus Anexos.

7.14.2 - não alcançar, no resultado geral, a nota mínima de 70 (setenta) pontos.

7.14.3 - obtiver nota 0 (zero) em quaisquer dos quesitos a que se refere este capítulo.

7.15 - Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica, até que expirem os prazos para interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do **envelope “B”**, reservado à via identificada.

7.16 - Será classificada em primeiro lugar, na fase da Proposta Técnica, o licitante que obtiver a maior pontuação no somatório das notas dos quesitos.

## **8. DOS CRITÉRIOS DE JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS, HABILITAÇÃO E JULGAMENTO FINAL DO CERTAME**

8.1 - Os **ENVELOPES “D” -PROPOSTA DE PREÇOS** serão mantidos fechados sob a guarda da Comissão de Licitação, que os rubricará, juntamente com os representantes credenciados dos licitantes.



8.2 -Divulgada a classificação final das Propostas Técnicas, será concedido prazo para recurso, em publicação em veículo impresso regional de grande circulação, no Diário oficial do Estado do Espírito Santo e no site da Prefeitura Municipal de Aracruz, sendo designados, dia e hora para abertura dos envelopes contendo as Propostas de Preços dos licitantes classificados tecnicamente.

8.3. -Decorrido o prazo recursal, não havendo interposição de recursos, a Comissão Permanente de Licitação, no dia e hora designados, procederá à abertura do **ENVELOPE “D” - Proposta de Preços** e verificará quanto ao atendimento das especificações contidas no item 6.20 e **Anexo VII**, fazendo constar em ata os respectivos preços propostos pelos licitantes em ordem crescente de valores.

8.3.1 - A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela, como segue:  $P = P1 + P2 + P3$ . **A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.**

Desconto/Honorários	Pontos (P)
<i>Desconto em percentual sobre os custos internos, baseados na tabela referencial de custos em real do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo - SINAPRO/ES:</i>	$P1 = 40 \times \frac{\text{Desconto percentual}}{\text{maior desconto percentual}}$
<i>Honorário em percentual incidente sobre custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, quando não geram veiculação:</i>	$P2 = 30 \times \frac{\text{honorário em percentual}}{\text{menor honorário em percentual}}$
<i>Honorário em percentual incidente sobre os custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, quando geram veiculação:</i>	$P3 = 30 \times \frac{\text{honorário em percentual}}{\text{menor honorário em percentual}}$
<i>Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos ‘desconto’ e ‘honorários’ serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes da Proposta de Preços, sem o símbolo ‘%’.</i>	

8.4 -A Comissão Permanente de Licitação procederá à negociação das condições propostas, com o proponente melhor classificado, com base nos orçamentos detalhados apresentados e respectivos preços unitários e tendo como referência o limite representado pela proposta de menor preço entre os licitantes que obtiveram a valorização mínima.

8.5 - No caso de impasse na negociação anterior, o licitante será desclassificado e procedimento idêntico será adotado, sucessivamente, com os demais proponentes, pela ordem de classificação, até a consecução de acordo para a contratação;

8.6 - As propostas de preços serão devolvidas intactas aos licitantes que não forem preliminarmente classificados ou que não obtiverem a valorização mínima estabelecida para a proposta técnica.

8.7 -Da sessão de abertura dos **envelopes “D”**, será lavrada ATA circunstanciada, que será rubricada por todos os licitantes presentes e pela Comissão Permanente de Licitação e seu resultado será publicado no veículo de imprensa oficial do Estado do Espírito Santo, em jornal de grande circulação regional e no site da Prefeitura Municipal de Aracruz , abrindo prazo para interposição de recurso, conforme disposto na [alínea b do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993](#);

8.8 - Ato contínuo, a Comissão Permanente de Licitação convocará os licitantes classificados no julgamento final das propostas técnicas e de preços para apresentação dos documentos de habilitação -**Envelope “E”**, os quais serão recebidos e abertos em sessão pública.

8.9 -Os documentos de habilitação estão relacionados no item 6.21.



8.10 - Da sessão de recebimento e abertura do envelope **E**;" será lavrada ATA circunstanciada, que será rubricada por todos os licitantes presentes e pela Comissão Permanente de Licitação. Serão considerados **habilitados** os licitantes que atenderem integralmente as condições previstas no **item 6.21** deste Edital.

8.11 - Comunicado o resultado da Habilitação e decorrido o prazo para recurso sem a sua interposição, tendo deste havido renúncia ou desistência expressa por todos os licitantes, a Comissão Permanente de Licitação procederá ao Julgamento Final da Licitação, dando ao mesmo a publicidade conforme estabelecido em lei.

8.12 - Ultrapassada a fase de habilitação, a Comissão de Licitação não mais poderá inabilitar os licitantes por motivos relacionados com a habilitação jurídica, a qualificação econômico-financeira e a regularidade fiscal, salvo em razão de fatos supervenientes ou conhecidos após o julgamento.

## **9. DOS RECURSOS E DA IMPUGNAÇÃO AO ATO CONVOCATÓRIO**

9.1 - Dos atos da administração referente a esta licitação cabem os recursos previstos na **Lei 8.666/93 e suas alterações**, especialmente o disposto no seu art. 109.

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

9.2.1 - Habilitação ou inabilitação da licitante;

9.2.2 - Julgamento das Propostas;

9.2.3 - Anulação ou Revogação da Licitação;

9.2.4 - Indeferimento do pedido de inscrição em registro cadastral, sua alteração ou cancelamento;

9.2.5 - Rescisão do contrato, a que se refere **inciso I do artigo 79, da Lei 8.666/93**;

9.2.6 - Aplicação das penas de advertência, suspensão temporária ou de multa.

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

9.4 - Pedido de reconsideração, ao Prefeito Municipal, no caso de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com Administração Pública, no prazo de 10 (dez) dias úteis da intimação do ato.

9.5 - O recurso previsto nos itens 9.2.1 e 9.2.2 terá efeito suspensivo, podendo a autoridade competente, motivadamente e presentes razões de interesse público, atribuir ao recurso interposto, eficácia suspensiva aos demais recursos.

9.6 - Interposto, o recurso será comunicado os demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo de 05 (cinco) dias úteis;

9.7 - Os recursos deverão observar os seguintes critérios:

9.7.1 - Serem dirigidos à Comissão Permanente de Licitação, datilografados e devidamente fundamentados e se for o caso, acompanhado de documentação pertinente;

9.7.2 - Serem devidamente instruídos com o contrato social e a qualificação da empresa recorrente e de seu representante legal.

9.7.3 - Serem assinados por representantes legais do licitante ou procurador com poderes específicos, hipótese em que deverá ser anexado o instrumento procuratório;

9.7.4 - Serem apresentados no protocolo da Prefeitura Municipal de Aracruz, sito na Rua Padre Luiz Parenzi, n.º 710 - Centro -Sede, Aracruz - ES, no prazo legal, caso contrário não serão considerados.



9.8 - A Comissão Permanente de Licitação - CPL - poderá reconsiderar sua decisão, no prazo de 05 (cinco) 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.

9.9 - Decairá o direito de impugnar os termos do presente Edital perante a Administração, o licitante que, tendo os aceito sem objeção, venha apontar depois do julgamento, faltas ou irregularidades que o viciaram, hipótese em que tal comunicação não terá efeito de recurso.

9.10 - Estará sempre ressalvado ao Município de Aracruz, antes de concretizar a contratação, o direito de revogar a licitação por interesse público ou conveniência administrativa, devendo anulá-la por ilegalidade, de ofício ou mediante provocação de terceiros, do que dará ciência aos interessados.

## **10. ADJUDICAÇÃO E CONTRATAÇÃO**

10.1 - Após a homologação do resultado da licitação pelo Município de Aracruz, a adjudicação do serviço objeto desta licitação se efetivará através de contrato a ser firmado com a empresa vencedora, de acordo com a minuta do contrato constante do edital, que define os direitos e obrigações do Município e da Contratada, independentemente de transcrição.

10.2 - A empresa vencedora será convocada pelo Município de Aracruz, por escrito, para assinatura do respectivo contrato no prazo de 05 (cinco) dias corridos a partir da data da convocação. Se esta não aceitar assinar o instrumento contratual no prazo estabelecido, o Município poderá convocar na ordem de igual prazo e nas mesmas condições propostas pela primeira classificada, ou revogar a licitação independentemente das sanções administrativas previstas no artigo 87 da Lei 8666/93, consolidada.

**10.3 - No ato da assinatura do contrato, a Contratada se obriga a apresentar o comprovante de garantia de execução do contrato, sendo o valor da garantia de 2% (dois por cento), sobre o valor contratual.**

10.4 – Em conformidade com o § 1º do art. 56, da Lei Federal 8.666/1193 caberá ao Licitante Vencedor optar por uma das seguintes modalidades de garantia:

10.4.1 – Caução em Dinheiro;

10.4.2 – Título da dívida pública;

10.4.3 – Seguro-garantia;

10.4.4 – Fiança bancária.

10.5 - O valor da garantia e o seu prazo de validade deverão ser atualizados nas mesmas condições de atualização do contrato firmado, até a expedição do Termo de Execução Definitiva dos Serviços.

10.6- A garantia de execução do contrato será restituída mediante requerimento da Contratada, após a expedição do Termo de Execução Definitiva.

10.7 - O título da dívida pública a ser ofertado deverá ser emitido sob forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda, como dispõe o inciso I, do art. 56 da Lei 8.666/1993.

10.8 - Quando se tratar de caução em dinheiro, a mesma deverá ser recolhida pelo licitante vencedora através do DUA - Documento Único de Arrecadação no Código dos Tributos - Outras Receitas Correntes nº 4610.

10.9 - Na hipótese da garantia ser prestada mediante Carta Fiança Bancária, esta deverá ser apresentada com firma reconhecida a conter expressa renúncia aos benefícios referidos no Código Civil e no Código Comercial. O Banco fiador deverá ter filial preferencialmente no Município de Aracruz ou na Região Metropolitana da Grande Vitória - ES.



10.10 - Em se tratando de fiança bancária, título da dívida pública ou seguro-garantia, o documento pertinente deverá ser apresentado a SECOM, sito na Av. Morobá, nº 20, Bairro Morobá- Aracruz-ES.

10.11 - Ocorrendo aumento no valor contratual por acréscimo dos serviços, respeitando o limite de 25% (vinte e cinco por cento) a contratada deverá proceder ao reforço da garantia inicial no mesmo percentual estabelecido no subitem 10.3 deste edital.

10.12 - Havendo prorrogação do prazo formalmente admitida pela Administração, deverá a contratada reapresentar quaisquer das modalidades de garantia previstas neste Edital e por essa escolhida, de forma a abranger o período de prorrogação, retendo a Administração dos créditos da contratada, enquanto não efetivar tal garantia, o valor a ela correspondente.

## **11. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA**

a . Realizar, com seus próprios recursos e/ou mediante a contratação de terceiros, todos os serviços relacionados ao objeto desta licitação, de acordo com as especificações estipuladas pelo Contratante.

b. Centralizar na Secretaria Municipal de Comunicação (SECOM) a gestão da publicidade da Prefeitura de Aracruz, submetendo todo material a ser produzido pela contratada à análise prévia da SECOM.

c. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na elaboração dos serviços objeto deste certame, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela SECOM.

d. Substituir, a qualquer tempo, a pedido da SECOM, específica ou definitivamente, qualquer profissional da equipe técnica da empresa que esteja realizando ou esteja designado para executar trabalho(s) para a Prefeitura.

e. Estar apta, a qualquer tempo, a prestar os serviços previstos ou os inerentes ao objeto contratado, destacando pessoa disponível para o atendimento das solicitações da Prefeitura durante todo o período da vigência do contrato.

f. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir, integralmente, à Prefeitura, descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens.

g. Negociar sempre as melhores condições de preço para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre as obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias.

h. Fazer cotação prévia de preços para todos os serviços a serem prestados por terceiros e apresentar, no mínimo, 03 (três) orçamentos, com indicação dos mais adequados para sua execução.

h.1) Se não houver possibilidade de obter 03 (três) orçamentos, a agência deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

i. Obter a aprovação prévia da SECOM, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada ao objeto deste certame.

j. Responsabilizar-se por produtos e/ou serviços realizados por terceiros, zelando pelos cumprimentos dos prazos e pela qualidade da entrega final.

k. Submeter à aprovação da SECOM a contratação de serviços ou compra de matéria de empresa em que a agência ou seus funcionários tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial.

l. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta, etc.) aprovadas pela SECOM.



m. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da SECOM, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários, desde que essas ocorrências não tenham sido causadas pela própria agência.

n. Só divulgar informações que envolvam o nome do contratante, acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mediante sua prévia e expressa autorização.

o . Prestar esclarecimentos à SECOM sobre eventuais atos ou fatos noticiados que envolvam a agência, independentemente de solicitação.

p. Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que der causa.

q. Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.

r. Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste certame, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

s. 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.

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

u. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a Prefeitura.

u.1) Em casos de contratação de terceiros para execução de serviços complementares, exigir nos eventuais contratos, no que couber, as mesmas condições do contrato firmado com a Prefeitura.

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

w. Responder perante a Prefeitura e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto desta concorrência.

x. Responsabiliza-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a Prefeitura.

y. 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 contrato a ser firmado após esta concorrência.

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

aa. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedades ou direitos autorais, relacionados com os serviços objeto desta Concorrência.

bb. Disponibilizar à SECOM, até o décimo dia do mês subsequente, relatórios de produção e veiculação autorizadas no mês anterior;



cc. Disponibilizar à SECOM, até o décimo dia do mês subsequente, por meio da cópia em DVD ou envio virtual, o conjunto de peças produzidas no período, em sua versão final e aprovada, para fins de arquivamento e registro.

dd. Manter, durante o período de, no mínimo 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas oriundas deste instrumento.

ee. 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.

## **12. OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**

a. Fornecer os elementos básicos e dados complementares necessários para o perfeito desenvolvimento dos serviços.

b. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a agência.

c. Comunicar, por escrito, à agência, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 2 (dois) dias úteis.

d. Efetuar os pagamentos conforme previsto neste edital.

## **13. RESPONSABILIDADE DA CONTRATADA**

13.1 - A Contratada assumirá total responsabilidade por danos causados ao Município de Aracruz ou a terceiros, decorrentes da execução do serviço, isentando-o de todas as reclamações que possam surgir, sejam elas resultantes de atos de seus prepostos ou de quaisquer pessoas físicas ou jurídicas empregadas ou ajustadas na execução do serviço.

13.2 - A eventual aceitação dos serviços por parte do Contratante não eximirá a Contratada da responsabilidade de quaisquer erros, imperfeições ou vícios que eventualmente venham a se verificar posteriormente, circunstâncias em que as despesas de conserto ou modificação correrão por conta exclusiva da Contratada.

13.3 - Obriga-se a Contratada a manter, durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações com ele assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação.

13.4 - A Contratada é responsável pelos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais ou comerciais decorrentes da execução do Contrato.

13.5 - A inadimplência da Contratada em referência aos encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e/ou comerciais não transferem à Administração Pública a responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto do contrato ou restringir a regularização e o uso do objeto do serviço.

## **14. FISCALIZAÇÃO**

14.1 - A fiscalização da execução dos serviços será feita pelo Contratante, através de servidor designado pelo Secretário de Comunicação, de forma a fazer cumprir, rigorosamente, os prazos e condições do presente Edital, a proposta e as disposições do contrato.

14.1.1 - Caberá ao gestor ou fiscal do contrato verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos pelo Contratante à Contratada e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela Contratada.

14.2 - Fica a Contratada obrigada a permitir e facilitar, a qualquer tempo, a fiscalização dos serviços objeto do presente Contrato, facultando o livre acesso a todos os registros e documentos pertinentes com o negócio ora



contratado, sem que essa fiscalização importe, a qualquer título, em responsabilidade por parte do Município de Aracruz.

14.3 - A fiscalização verificará o cumprimento das especificações e aplicações, bem como a quantidade, qualidade e aceitabilidade dos serviços.

14.4 - A fiscalização poderá a qualquer tempo, solicitar a substituição de elementos da equipe da Contratada, mediante justificativa, devendo o atendimento ser feito no prazo máximo de 05 (cinco) dias corridos.

14.5 - A fiscalização poderá sustar a execução de qualquer trabalho que esteja sendo feito em desacordo com disposto no CONTRATO.

14.6 - Fica acordado que a fiscalização não terá qualquer poder para eximir a Contratada de qualquer obrigação prevista neste instrumento.

## **15. FORMA DE PAGAMENTO**

15.1 - O pagamento do preço pactuado será efetuado de acordo com os serviços realizados e aceitos, devendo a Contratada proceder à abertura de solicitação de pagamento no Protocolo, localizado na sede desta Prefeitura, sito na Avenida Morobá, nº 20, Bairro Morobá -Aracruz-ES, encaminhando a Nota Fiscal/Fatura para pagamento, que ocorrerá de acordo com as normas legais vigentes no país, nos termos do artigo 40, inciso XIV, alínea a da lei 8.666/93.

15.2 - É vedada a antecipação de pagamentos sem a contraprestação dos serviços.

15.3 - Os pagamentos só serão efetuados mediante apresentação dos documentos enumerados na cláusula terceira da minuta de contrato (anexo X).

15.4 - Os documentos de cobrança da Contratada, compostos de 01 (uma) via da Nota Fiscal/Fatura ou de Fatura com a respectiva Nota Fiscal e 01 (uma) via do documento fiscal do fornecedor com o comprovante do respectivo serviço, serão liquidados, salvo em casos prévia e expressamente autorizados pelo Contratante, da seguinte forma:

15.4.1 - Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos, da descrição dos descontos negociados e, respectivos comprovantes de veiculação, conforme item 15.1.

15.4.2 - Produção: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e, respectivos comprovantes, conforme item 15.1.

15.4.3 - Outros serviços de terceiros: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com o CONTRATANTE, sendo pagos conforme item 15.1.

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

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

15.7 - Pertencem ao Contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermediário de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação (art. 15, parágrafo único da Lei Federal nº 12.232/2010).

## **16. REAJUSTAMENTO**

16.1 - Os preços contratados serão fixos pelo período de 12 (doze) meses.



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

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

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

16.3 - A solicitação de reajustamento deverá ser de iniciativa da Contratada, mediante apresentação analítica do aumento dos custos, no formato da planilha de custos e formação de preços apresentadas na época do procedimento licitatório.

16.4 - A qualquer tempo a Contratada 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.

16.5 - Os efeitos financeiros do pedido de reequilíbrio econômico-financeiro do contrato serão considerados a partir da data de recebimento da solicitação da Contratada pelo Contratante.

16.6 - 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.

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

## **17. MULTAS E PENALIDADES**

17.1 - O não cumprimento deste contrato no “todo” ou em “parte” sujeitará a Contratada a todas as penalidades previstas em Lei e no presente instrumento, a saber:

### **I - advertência - nos casos de:**

- a) desistência parcial da proposta, devidamente justificada;
- b) cotação errônea parcial ou total da proposta, devidamente justificada;

### **II - multas - nos seguintes casos e percentuais:**

- a) por atraso injustificado na execução do Contrato/Ordem de Serviço até 30 (trinta) dias: 0,3% (três décimos por cento) ao dia sobre o valor total contratado;
- b) por atraso injustificado na execução do Contrato/Ordem de Serviço, superior a 30 (trinta) dias: 15% (quinze por cento) sobre o valor global contratado, com possibilidade de cancelamento da Nota de Empenho ou rescisão contratual;
- c) por desistência da proposta, após ser declarada vencedora, sem motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pelo Comissão de Licitação: 15% (quinze por cento) sobre o valor global da proposta;
- d) recusa do adjudicatário em receber o contrato, a Ordem de Serviços, dentro de 05 (cinco) dias úteis contados da data da convocação: 15% (quinze por cento) sobre o valor global da proposta;



e) por inexecução total ou parcial injustificada do Contrato/Ordem de Serviços: 20% (vinte por cento) sobre o valor total da proposta ou sobre a parcela não executada, respectivamente.

### **III - suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de licitar e contratar com a Administração:**

a) por atraso injustificado na execução do Contrato/Ordem de Serviços, superior a 31 (trinta e um) dias: até 03 (três) meses;

b) por desistência da proposta, após ser declarada vencedora, sem motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Administração: até 01 (um) ano;

c) por recusa do adjudicatário em assinar/receber, o contrato, a Ordem de Serviços, dentro de até 05 (cinco) dias úteis da data da convocação: até 01 (um) ano;

d) por inexecução total ou parcial injustificada do Contrato/Ordem de Serviços: até 02 (dois) anos.

IV - declaração de inidoneidade para licitar 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, que poderá ser concedida sempre que a Licitante ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes.

17.2 - As multas previstas no inciso II serão descontadas, de imediato, do pagamento devido ou cobradas judicialmente, se for o caso.

17.3 - As sanções previstas nos incisos I, III e IV do item 17.1, poderão ser aplicadas juntamente com a do inciso II, facultada a defesa prévia da Contratada no respectivo processo, no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

17.4 - A suspensão do direito de licitar e contratar com a Administração será declarada em função da natureza e gravidade da falta cometida.

17.5 - A declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a Administração Pública será declarada em função da natureza e gravidade da falta cometida.

17.6 - A sanção prevista no inciso IV, do item 17.1 é da competência do Secretário responsável pela homologação da licitação, facultada a defesa da Contratada no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias da abertura de vista, podendo a reabilitação ser requerida após 02 (dois) anos de sua aplicação ou antes, se devidamente justificada e aceita pela autoridade que a aplicou.

## **18. RESCISÃO**

18.1 - De acordo com o previsto na Cláusula Décima Primeira da minuta de contrato.

## **19. SUBCONTRATAÇÃO E CONTRATAÇÃO DE TERCEIROS**

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

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

19.2.1 - Somente poderão ser contratadas as atividades complementares que se enquadrem na descrição do § 1º do art. 2º da Lei 12.232/2010.

19.2.2 - Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo Contratante poderão fornecer ao Contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato (art. 14 da Lei 12.232/10).



19.2.3 - Para a contratação de terceiros haverá a necessidade de seguir os procedimentos de seleção descritos no art. 14, §§ 1º, 2º, 3º da Lei 12.232/10.

## **20. ALTERAÇÕES**

20.1 - Quaisquer modificações ou alterações a serem introduzidas no Edital, terão divulgação pela mesma forma que se deu o texto original com a consequente reabertura do prazo inicialmente estabelecido, exceto quando, inquestionavelmente a alteração não afetar a formulação das propostas.

20.2 - O Município de Aracruz se reserva o direito de anular ou revogar, total ou parcialmente, a presente, fato que deverá estar devidamente comprovado nos autos, através de parecer do Setor Competente da Prefeitura Municipal.

20.3 - Caso as datas previstas para entrega e abertura das Propostas relativas à licitação sejam declaradas feriados ou ponto facultativo, aqueles eventos serão realizados no primeiro dia útil subsequente, no mesmo local e hora previstos.

20.4 - Os casos omissos serão resolvidos pela CPL, à vista das disposições legais vigentes, aplicáveis ao assunto. Ao Município se reserva prerrogativas de reexame da matéria, a seu critério, desde que tal se justifique ou recomende.

20.5 - O contrato poderá ser alterado, com as devidas justificativas, nos seguintes casos:

20.5.1 - Unilateralmente pela Administração:

- a - Quando houver modificação das especificações, para melhor adequação técnica aos seus objetivos;
- b - Quando necessária a modificação do prazo ou do valor contratual em decorrência de acréscimo ou diminuição quantitativa de seu objetivo, observados os limites legais estabelecidos nos parágrafos 1º e 2º do artigo 65 da Lei 8.666/93;

20.5.2 - Por acordo entre as partes:

- a - Quando necessária à modificação do regime de execução do serviço, em face de verificação técnica da inaplicabilidade dos termos contratuais originários;
- b - Quando necessária a modificação da forma de pagamento, por imposição de circunstâncias supervenientes, mantido o valor inicial atualizado, vedada a antecipação do pagamento, com relação ao cronograma financeiro fixado, sem a correspondente contraprestação da execução do serviço.

## **21. SEGURANÇA DO TRABALHO**

A licitante vencedora deverá:

21.1 - Assegurar o bom andamento dos trabalhos em consonância com as normas e padrões existentes sobre o assunto, incluindo treinamento de pessoal.

21.2 - No desenvolvimento dos serviços observar as normas de segurança do trabalho e higiene, assumindo inteira responsabilidade por quaisquer danos oriundos do descumprimento dessas obrigações.

## **22. DISPOSIÇÕES GERAIS:**

22.1 - A Contratada deverá cumprir o limite legal da jornada de trabalho, assim como respeitar todas as determinações contidas nas legislações trabalhistas e previdenciárias.



22.2 - A CPL poderá convocar servidores do Município de Aracruz e/ou profissionais de reconhecida capacidade técnica, ligados ou não ao Poder Executivo do Município de Aracruz, desde que não vinculados direta ou indiretamente a quaisquer dos licitantes, para assessorá-la no processamento e no julgamento das propostas.

22.3 - A CPL se reserva o direito de proceder a buscas, diligências e extrair certidões para averiguar a veracidade das informações constantes nos documentos apresentados, caso julgue necessário, estando sujeita à **inabilitação** e/ou **desclassificação**, o licitante que apresentar documentos e/ou proposta em desacordo com as regras estabelecidas neste Edital, além de incorrer nas sanções previstas neste Edital, concomitantemente com legislações específicas.

22.4 - A Comissão Permanente de Licitação -CPL, submeterá o conteúdo dos **envelopes "A" e "C"** - Proposta Técnica à análise e julgamento pela Subcomissão Técnica, formada para esse fim específico, em atendimento ao § 1º do art. 10 da Lei 12.232/10.

22.5 - Das reuniões de abertura dos envelopes Proposta Técnica, Proposta de Preços e Habilitação, serão lavradas atas circunstanciadas, que deverão ser assinadas pelos membros da SEMAD/CPL e demais presentes, e mencionarão todos os licitantes, as reclamações porventura feitas e demais ocorrências que interessarem ao julgamento desta licitação. Os interessados que estiverem ausentes serão devidamente intimados do resultado da reunião, na forma da lei.

22.6 - Qualquer licitante, através de seu representante legal, poderá fazer constar em ata seus reclames, ficando a critério da CPL considerá-los ou não, todavia, não possuindo efeito de recurso, que tem seu próprio procedimento.

22.7- Ocorrendo **inabilitação** de todos os licitantes ou **desclassificação** de todas as propostas, a Administração Municipal **PODERÁ** fixar aos licitantes o prazo de até 08 (oito) dias úteis para a apresentação de nova documentação ou de outras propostas escoimadas das causas que as levaram à inabilitação ou à desclassificação, de acordo com o § 3º do art. 48 da Lei 8.666/93.

22.8 - Ficará a Contratada obrigada a permitir e facilitar, a qualquer tempo, a Fiscalização dos serviços, facultando o livre acesso dos fiscais aos registros e documentos pertinentes com o negócio contratado.

22.9 - Esclarecimentos de dúvidas de caráter técnico legal na interpretação dos termos deste Edital serão dirimidas mediante solicitação por escrito, endereçado ao Presidente da CPL do Município de Aracruz, no horário de 12h00min às 18h00min de segunda à sexta-feira.

22.10 - A Licitante vencedora será a única e exclusiva responsável pelos salários de seus empregados, bem como por todas as exigências de Legislação Trabalhista, Fiscal e de Previdência Social, não existindo de modo algum, entre seus empregados e o Município de Aracruz vínculo de qualquer natureza, correndo por conta da licitante vencedora, também todas as despesas com rescisão e indenizações, em função do contrato que vier a ser firmado.

22.11 - A recusa injustificada da licitante vencedora em assinar o contrato, dentro do prazo estabelecido pelo Edital, caracteriza o descumprimento total da obrigação assumida, sujeitando-se às penalidades estabelecidas.

22.12 - Estará sempre ressalvado ao Município de Aracruz, antes da assinatura do Contrato e em razão de fato superveniente devidamente comprovado, o direito de revogar ou anular esta Licitação, de acordo com o art. 49 da Lei n.º 8.666/93.

ARACRUZ - ES, 16 de Agosto de 2013.

**Idelblandes Zamperlini**  
Presidente da Comissão Permanente de Licitação  
Prefeitura Municipal de Aracruz



## ANEXO I

### TERMO DE REFERÊNCIA

#### 1. OBJETO

Contratação de serviços de PUBLICIDADE prestados por **INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA**, para a **Secretaria Municipal de Comunicação**.

#### 2. DESCRIÇÃO DO OBJETO

Contratação de agência de publicidade e propaganda, empresa especializada na prestação de serviços técnicos de projetos de divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos e instituições da administração municipal de Aracruz, compreendendo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão de execução externa e a distribuição, bem como:

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 os resultados das campanhas publicitárias;

A criação, produção, impressão e montagem de painéis, faixas, cartazes, banners, storyboards, folders, outdoors, informativos (impressos e online), anúncios para jornais e revistas, manuais, livretos, panfletos, revistas, cartilhas, convites, cartas, ilustrações, cartões de visita, cartões de protocolo, envelopes; produção de textos diversos e templates; gravação de áudio e veiculação de propaganda volante, criação, produção e veiculação de dings, spots e programetes para rádio; VTs e programetes para TV aberta; produção de vídeos; criação de campanhas institucionais; identidade visual; produção de conteúdo para canais em mídias sociais; entre outros, para atender ao município de Aracruz, conforme descrição no Anexo II (briefing) e demais especificações do edital;

A criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, com o objetivo de expandir os efeitos das mensagens e ações publicitárias.

#### 3. JUSTIFICATIVA

A comunicação realizada por uma instituição pública relaciona-se às disposições legais de um Estado de direito, que tem, dentre suas obrigações, fornecer aos cidadãos as informações indispensáveis ao funcionamento da sociedade, por meio da divulgação da oferta de serviços prestados e da prestação de contas de suas realizações.

Para cumprir esta tarefa, a Prefeitura de Aracruz conta com a Secretaria Municipal de Comunicação, que tem como política de comunicação o interesse público. Cabe a esta secretaria a responsabilidade de disponibilizar todas as informações relativas às ações dos diversos setores da administração municipal, de modo amplo e democrático, zelando pela pluralidade e objetividade das informações.

A contratação de empresa prestadora de serviços de publicidade e propaganda é ferramenta essencial para o cumprimento dessa missão, razão pela qual se dá início a este processo licitatório.

#### 4. DA EXECUÇÃO DOS SERVIÇOS

A contratada deverá iniciar a execução do serviço imediatamente após a emissão da Ordem de Serviço.

#### 5. DO ACOMPANHAMENTO E FISCALIZAÇÃO

O acompanhamento e fiscalização do contrato serão feitos por servidor designado pelo secretário Municipal de Comunicação, que ficará responsável por atestar as notas fiscais relativas à execução dos serviços.

#### 6. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA



- a. Realizar, com seus próprios recursos e/ou mediante a contratação de terceiros, todos os serviços relacionados ao objeto desta licitação, de acordo com as especificações estipuladas pela Prefeitura.
- b. Centralizar na Secretaria Municipal de Comunicação (SECOM) a gestão da publicidade da Prefeitura de Aracruz, submetendo todo material a ser produzido pela contratada à análise prévia da SECOM.
- c. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na elaboração dos serviços objeto deste certame, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela SECOM.
- d. Substituir, a qualquer tempo, a pedido da SECOM, específica ou definitivamente, qualquer profissional da equipe técnica da empresa que esteja realizando ou esteja designado para executar trabalho(s) para a Prefeitura.
- e. Estar apta, a qualquer tempo, a prestar os serviços previstos ou os inerentes ao objeto contratado, destacando pessoa disponível para o atendimento das solicitações da Prefeitura durante todo o período da vigência do contrato.
- f. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir integralmente à Prefeitura descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens.
- g. Negociar sempre as melhores condições de preço para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre as obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias.
- h. Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, 03 (três) orçamentos, com indicação da mais adequada para sua execução.
- i) Se não houver possibilidade de obter 03 (três) orçamentos, a agência deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.
- i. Obter a aprovação prévia da SECOM, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada ao objeto deste certame.
- j. Responsabilizar-se por produtos e/ou serviços realizados por meio de contratação de terceiros, zelando pelos cumprimentos dos prazos e pela qualidade da entrega final.
- k. Submeter à aprovação da SECOM a contratação de serviços ou compra de material de empresa em que a agência ou seus funcionários tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial.
- l. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta etc.) aprovadas pela SECOM.
- m. Tomar providências imediatamente em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da SECOM, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários, desde que essas ocorrências não tenham sido causadas pela própria agência.
- n. Só divulgar informações que envolvam o nome do contratante, acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mediante sua prévia e expressa autorização.
- o. Prestar esclarecimentos à SECOM sobre eventuais atos ou fatos noticiados que envolvam a agência, independentemente de solicitação.
- p. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas no certame.
- q. Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que der causa.



- r. Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.
- s. Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste certame, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- t. 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.
- u. Apresentar, quando solicitado pela SECOM, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- v. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a Prefeitura.
- v.1) Em casos de contratação de terceiros para execução de serviços complementares, exigir nos eventuais contratos, no que couber, as mesmas condições do contrato firmado com a Prefeitura.
- w. manter, por si, seus prepostos e contratados, total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da SECOM.
- x. Responder perante a Prefeitura e terceiros por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora ou de sua omissão na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou por erro seu em quaisquer serviços objeto desta concorrência.
- y. Responsabiliza-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a Prefeitura.
- z. 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 contrato a ser firmado após esta concorrência.
- aa. Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a agência adotará as providências necessárias no sentido de preservar a Prefeitura e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará a Prefeitura das importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias, a contar da data do efetivo pagamento.
- bb. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedades ou direitos autorais, relacionados com os serviços objeto desta concorrência.
- cc. Disponibilizar à SECOM, até o décimo dia do mês subsequente, relatórios de produção e veiculação autorizadas no mês anterior.
- dd. Disponibilizar à SECOM, até o décimo dia do mês subsequente, por meio de cópia em DVD ou envio virtual, o conjunto de peças produzidas no período, em sua versão final e aprovada, para fins de arquivamento e registro.
- ee. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo probatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas oriundas deste instrumento.
- ff. A agência não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interessados dos contratantes, 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. DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE**



- a. Fornecer os elementos básicos e dados complementares necessários para o perfeito desenvolvimento dos serviços.
- b. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a agência.
- c. Comunicar, por escrito, à agência, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas úteis.
- d. Efetuar os pagamentos conforme previsto no Edital.

## 8. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA DA EMPRESA CONTRATADA

- a. Comprovante de registro ou inscrição da licitante na entidade profissional competente: Sindicato das Agências de Propaganda de sua base territorial ou Associação Brasileira de Agência de Publicidade -ABAP, para atendimento do art. 30, inciso I da Lei 8.666/93.
- b. Certificado de Qualificação Técnica atestando que o licitante tem qualificação técnica de funcionamento, 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.

## 9. DOS RECURSOS E DOTAÇÕES ORÇAMENTÁRIAS

- a. O objeto da presente licitação no valor de R\$ 2.000.000,00 (Dois milhões de reais), sendo que R\$ 500.000,00 (Quinhentos mil reais) serão utilizados no exercício de 2013 e o restante, no exercício de 2014.
- b. As despesas decorrentes dos serviços apresentados neste Termo de Referência correrão à conta dos recursos específicos consignados no Orçamento do Município de Aracruz constantes nas seguintes dotações:

	Dotação Orçamentária	Subelemento
Secretaria Municipal de Comunicação		
	930	3903982000000
		33903983000000

## 10. DA PROPOSTA TÉCNICA

- a. A proposta técnica deverá ser apresentada em 03 (três) invólucros distintos, destinados um para a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária (envelope A); um para a via identificada do Plano de Comunicação Publicitária (envelope B); e outro para o Conjunto de Informações do Proponente (envelope C), integrantes da proposta técnica que consistirá de um conjunto de textos e anexos.
- b. As vias identificadas (envelope A) e não identificadas (envelope B) do Plano de Comunicação Publicitária deverão ser apresentadas seguindo formatação padrão, a saber:
  - i. Papel formato A4, com 75 a 90 gr/m<sup>3</sup>, na cor branca; encadernação espiral na cor preta; capa transparente e contracapa na cor preta.
  - ii. Fonte Arial e suas variações de formação (normal, negrito, itálico, sublinhado); corpo 12; cor preta; alinhamento justificado; espaçamento entre linhas 1,5; espaçamento de parágrafos 6 pontos (antes e depois); margens de página em configuração Normal (Superior: 2,5 cm / Inferior: 2,5 cm / Esquerda: 3 cm / Direita: 3 cm).
  - iii. Sem numeração de linhas; com numeração de página no canto inferior direito em fonte Arial; corpo 9 e cor preta.
  - iv. Os textos, no total, não poderão exceder a 13 (treze) laudas com no máximo 30 linhas cada uma. Os anexos, para cada tópico que os admita, não serão em número superior a 05 (cinco).



- c. O envelope A, reservado à via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária da Proposta Técnica, será concedido pela Secretaria Municipal de Comunicação -SECOM em formato padrão e com as informações devidamente impressas, uma vez que não deve conter informações que identifiquem o licitante, em data e local especificados pelo edital.
- d. O envelope B, reservado à via identificada do Plano de Comunicação Publicitária, terá material de mesmo teor da via não identificada (envelope A), sem exemplos de peças referentes à ideia criativa, apresentando em seu exterior a devida identificação conforme modelo constante do edital.
- e. A licitante, através dos seus representantes legais devidamente credenciados, deverá retirar junto à Comissão Permanente de Licitação, em data, local e horário determinados por este edital, o invólucro padronizado destinado à apresentação da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.
- f. A via identificada do Plano de Comunicação Publicitária deverá ter encadernação em mesma formatação e teor da via não identificada, sem a anexação de peças referentes à ideia criativa.
- g. Para efeito de avaliação nesta fase a licitante deverá apresentar uma campanha simulada sobre o tema hipotético, conforme Briefing no Anexo II, contendo Plano de Comunicação Publicitária e o Conjunto de Informações do Proponente.
- h. O Plano de Comunicação Publicitária versará sobre os seguintes quesitos, a serem apresentados na ordem abaixo determinada:
- i. Raciocínio Básico: Constituído de texto, em que a licitante deve expressar seu entendimento sobre a Prefeitura Municipal de Aracruz, suas linhas de atuação e suas necessidades de comunicação.
- ii. Estratégia de Comunicação Publicitária: Constituída de texto em que a licitante exporá o conceito e o partido temático que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a comunicação da Prefeitura Municipal de Aracruz, defendendo essa opção, examinando e descartando conceitos alternativos.
- iii. Ideia Criativa: Apresentação em forma de texto da síntese da estratégia de comunicação publicitária, expressa sob a forma de uma redução de mensagem, que pode ou não assumir a forma de um slogan, que constitua uma proposta de solução para o problema específico de comunicação. 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, limitados a um para cada tipo de peça, em número máximo de 05 (cinco) anexos, podendo ser anexados layouts, storyboards, etc. Roteiros para materiais em vídeo poderão ser ilustrados/exemplificados exclusivamente por meio de storyboards.
1. As peças da Ideia Criativa, constantes do envelope A, deverão ser impressas em formato a critério da agência e obrigatoriamente afixadas sobre pranchas avulsas de papel cartão na cor preta, verso em papel Kraft, entre 200 a 500 gr/mm<sup>3</sup>, sem encadernação, sem capa ou película protetora, em tamanho e formato que permitam sua anexação ao envelope sem danificação, rasura ou alteração do mesmo ou das próprias peças.
2. Qualquer peça de mídia eletrônica deverá ser gravada em CD ou DVD, armazenado em estojo de tampa acrílica e de fundo preto, espessura de 0,5 a 1 cm; com capa em papel branco tamanho 12 x 12 cm, sem textura, gramatura livre, que especifique em texto o tipo de peça (fonte Arial, cor preto, corpo 10) conforme exemplo abaixo.
- PROPOSTA TÉCNICA**  
**IDEIA CRIATIVA -MÍDIA ELETRÔNICA**  
**CONCORRÊNCIA Nº 008/2013**
3. O mesmo texto deverá ser impresso em etiqueta branca, redonda com orifício central afixada sobre o CD/ DVD.
4. Os arquivos gravados em CD/ DVD deverão ser nominados conforme a peça que representam. Ex: monstro\_radio.mp3. Arquivos de áudio devem ser gravados no formato MP3.



iv. Estratégia de Mídia: De acordo com as informações dos briefing e com a verba colocada como referencial para a campanha, a licitante deverá demonstrar através de textos:

1. A capacidade para atingir e sensibilizar os principais públicos da campanha, permitida a inclusão de tabelas.
2. A simulação de plano de distribuição das peças de que trata o quesito Ideia Criativa, acompanhada de texto em que se explicitem e justifiquem as premissas.
3. A utilização dos recursos mediante apresentação da distribuição percentual da verba disponível, nas rubricas de estudo e pesquisa, produção e veiculação, justificando a aplicação.
4. Tabelas de simulação de plano de distribuição das peças serão consideradas como anexo único, formatados com bordas na cor preta, fio 1pt; fonte Arial e suas variações de formatação, corpo 7 a 9, na cor preta; preenchimento de células na cores branco e/ou graduações de preto e cinza; sem adição de recursos visuais e gráficos de qualquer natureza.
5. A licitante, quando da elaboração da simulação do plano de mídia e bem como nos custos de produção, que trata o quesito Ideia Criativa, obrigatoriamente, deverá utilizar como base para a proposta técnica os valores dos custos de criação, produção e veiculação das respectivas tabelas (valor cheio), sem considerar os percentuais que serão ofertados nas respectivas propostas de preço.

i. O conjunto de Informações do Proponente versará sobre os seguintes quesitos, a serem apresentados na ordem abaixo determinada:

i. Capacidade de Atendimento: Tanto geral, considerando-se a totalidade dos setores da licitante, quanto específica, no que diz respeito ao setor de atendimento propriamente dito.

1. Sob a forma de TEXTO, a licitante apresentará:

a. Capacidade de atendimento: discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento da licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem cumpridos em condições normais de trabalho para a criação de peça avulsa ou campanha e a elaboração de plano de mídia.

b. As informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição do CONTRATANTE, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

2. Sob a forma de ANEXO, a licitante apresentará

a. Quantificação e qualificação do perfil dos profissionais, nominal ou não, que serão postos à disposição da linha de atuação, de maneira discriminada, por setor da licitante (estudo e pesquisa, planejamento, criação, produção de rádio, cinema e televisão, produção gráfica, mídia e atendimento), devendo a licitante indicar, caso a caso, quantos profissionais de cada nível servirão à linha de atuação.

b. Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante, com especificação do período de atendimento de cada um deles.

c. As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis atualmente ou a serem contratados.

d. Atestados fornecidos por veículos de comunicação (de grande porte) – pessoas jurídicas de direito público ou privado, em papel timbrado, comprovando a pontualidade no atendimento por parte do licitante dos compromissos por ela assumidos em nome de seus clientes. Os atestados deverão ser apresentados em original ou em cópia autenticada em cartório.

e) Atestados fornecidos por cliente – pessoas jurídica de direito público ou privado, em papel timbrado, comprovando aptidão do licitante para desempenho da atividade pertinente compatível em características, quantidades e prazos com o objeto da licitação e para o desempenho dos respectivos serviços. Os atestados deverão ser apresentados em original ou em cópia autenticada em cartório.



ii. Repertório: Sob a forma de texto que indique o desempenho do proponente na prestação de serviços publicitários a outros clientes, tanto no setor público quanto do setor privado, acompanhado de reprodução de peças, em número máximo de 03 (três) filmes de TV (DVD), 03 (três) spots de rádio (CD), 03 (três) anúncios de jornal, 03 (três) anúncios de revista, 03 (três) peças de internet e até 03 (três) peças de mídia externa, com as respectivas fichas técnicas e apresentação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver.

1. Cada peça deverá conter ficha técnica, a ser contabilizada como anexo, com a identificação da licitante, data de produção, relação dos profissionais envolvidos no trabalho, período de veiculação e a indicação de pelo menos 02 (dois) veículos que a divulgaram.

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

iii. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: Apresentar até 03 (três) cases stories, sob forma de texto descritivo dos problemas enfrentados, das soluções encontradas e dos resultados alcançados. Os cases deverão ser endossados pelos respectivos anunciantes, por meio de assinatura e carimbo do cliente, permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças de qualquer tipo para cada relato.

iv. O conjunto de textos referente ao Conjunto de Informações do Proponente não poderá exceder o total de 07 (sete) laudas, com no máximo 30 (trinta) linhas cada.

v. Tanto para o quesito Repertório quanto para o quesito Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação somente serão aceitas como válidas peças e campanhas de comunicação desenvolvidas e veiculadas de 2010 até a data da entrega dos envelopes "A", "B", "C" e "D", constante no preâmbulo do edital.

vi. É proibido constar do envelope C, reservado ao Conjunto de Informações do Proponente, assim como dos documentos nele contidos, qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que se refira à Proposta Técnica e que desta maneira identifique a autoria da mesma, sendo passível de desclassificação.

## 11. DO JULGAMENTO DA(S) PROPOSTA(S) TÉCNICA(S) (ENVELOPES A E C)

a. A Comissão Permanente de Licitação, no dia e hora indicados, em sessão pública, procederá à abertura do Envelope A - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA - via não identificada; e Envelope C - PROPOSTA TÉCNICA - CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONETE e os encaminhará à Subcomissão Técnica responsável pela análise e julgamento.

b. Na apreciação das Propostas Técnicas será considerada a linha de atuação desenvolvida, sendo certo que receberá um máximo de 100 (cem) pontos, distribuídos entre os diversos tópicos de julgamento, da seguinte forma:

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

Plano de Comunicação Publicitária		Máximo de pontos
Quesito: Raciocínio Básico		
A	Acuidade da compreensão das características do município de Aracruz e das atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária.	3 pontos
B	Acuidade da compreensão do problema específico de comunicação da Prefeitura de Aracruz.	3 pontos
C	Acuidade da compreensão do papel da Prefeitura de Aracruz no atual contexto social, político e econômico.	2 pontos
D	Acuidade da compreensão da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura com seus públicos.	2 pontos
Pontuação máxima		10 pontos

Plano de Comunicação Publicitária		Máximo de pontos
Quesito: Estratégia de Comunicação Publicitária		
A	Adequação do conceito à natureza e qualificação da	4 pontos



	Prefeitura de Aracruz e a sua comunicação e/ou seus problemas específicos de comunicação.	
B	Consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa.	3 pontos
C	A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Prefeitura de Aracruz com seus públicos.	3 pontos
Pontuação máxima		10 pontos

Plano de Comunicação Publicitária		Máximo de pontos
Quesito: Ideia Criativa		
A	Adequação ao problema específico de comunicação da Prefeitura de Aracruz.	4 pontos
B	Originalidade da combinação dos elementos que a constituem.	4 pontos
C	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	4 pontos
D	Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta.	3 pontos
E	Cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações.	3 pontos
F	Pertinência às atividades da Prefeitura de Aracruz e sua inserção na sociedade.	3 pontos
G	Desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados.	3 pontos
H	Compatibilização da linguagem das peças aos meios propostos.	3 pontos
I	Exequibilidade das peças.	3 pontos
Pontuação máxima		30 pontos

Plano de Comunicação Publicitária		Máximo de pontos
Quesito: Estratégia de Mídia		
A	Conhecimento dos hábitos de leitura e audição dos segmentos de público prioritários.	3 pontos
B	Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos.	3 pontos
C	Consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação aos subquestos A e B.	3 pontos
D	Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças.	3 pontos
E	Criatividade e inovação nas soluções de mídia e não mídia para atingir os objetivos.	3 pontos
Pontuação máxima		15 pontos

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

Conjunto de Informações do Proponente		Máximo de pontos
Quesito: Capacidade de Atendimento		
A	Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias dos profissionais envolvidos, sendo computado, para efeito de pontuação, os 05 (cinco) mais bem avaliados.	3 pontos
B	Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do contrato.	3 pontos
C	Adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão disponíveis durante a execução do contrato.	3 pontos
D	Informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição da Prefeitura de Aracruz, sem ônus	3 pontos



	adicional, durante a vigência do contrato.	
E	Operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura e o proponente.	3 pontos
Pontuação máxima		15 pontos

Conjunto de Informações do Proponente		Máximo de pontos
Quesito: Repertório		
A	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação da Prefeitura de Aracruz.	4 pontos
B	Ideia criativa.	4 pontos
C	Qualidade da execução e acabamento.	4 pontos
D	Simplicidade da forma sob a qual se apresenta.	3 pontos
Pontuação máxima		15 pontos

Conjunto de Informações do Proponente		Máximo de pontos
Quesito: Relato de Soluções de Problemas (cases)		
A	Relevância dos resultados apresentados.	2 pontos
B	Clareza e lógica da exposição.	1 ponto
C	Evidência de planejamento publicidade.	1 ponto
D	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução.	1 ponto
Pontuação máxima		5 pontos

iii. A cada um dos subquesitos do Plano de Comunicação Publicitária e dos Conjuntos 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

iv. A Subcomissão Técnica, individualmente, analisará e julgará o Plano de Comunicação Publicitária (envelope A'' - via não identificada), desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas neste edital, conforme Tabela de Checagem de Itens -Plano de Comunicação Publicitária e atribuindo notas aos quesitos conforme Tabela de Pontuação dos Itens -Plano de Comunicação Publicitária.

v. É vedada a aposição a qualquer parte da via não identificada (Envelope A') do Plano de Comunicação Publicitária, de marca, sinal ou palavra que possibilite a identificação do seu proponente antes da abertura do invólucro B; conforme § 2º do art. 9º da Lei 12.232/2010.

vi. É vedada a aposição ao invólucro destinado ao Conjunto de Informações do Proponente (Envelope C); assim como dos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique a autoria do Plano de Comunicação Publicitária, em qualquer momento anterior à abertura dos invólucros B; conforme estabelecido no § 2º do art. 9º da Lei 12.232/2010.

vii. A nota do quesito corresponderá à média aritmética das notas de cada membro da Subcomissão Técnica.

viii. A nota de cada licitante corresponderá ao somatório das notas de todos os quesitos.



ix. A Subcomissão Técnica elaborará ata de julgamento do Plano de Comunicação Publicitária e encaminhará à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com propostas, as planilhas com pontuações e justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

x. A Subcomissão Técnica, individualmente, analisará e julgará o Conjunto de Informações do Proponente (Envelope C), desclassificando-se as que desatenderem quaisquer das exigências legais ou estabelecidas neste instrumento convocatório, conforme Tabela de Checagem de Itens -Conjunto de Informações do Proponente -e atribuindo notas aos quesitos conforme Tabela de Pontuação dos Itens -Conjunto de Informações do Proponente.

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

xii. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas.

1. 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 comissão e passará a compor o processo da licitação.

xiii. A Comissão Permanente de Licitação estabelecerá o dia e a hora para realização de sessão pública visando apuração do resultado geral das propostas técnicas, com os seguintes procedimentos:

Abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária.

Cotejo entre as vias identificadas e não identificadas do plano de comunicação publicitária, para a identificação de sua autoria.

Elaboração de planilha geral com as pontuações atribuídas a cada um dos quesitos de cada proposta técnica.

Proclamação do resultado do julgamento geral da proposta técnica, registrando-se em ata as propostas desclassificadas e a ordem de classificação.

xiv. Em caso de empate no resultado geral das propostas técnicas, terá preferência a licitante que, na ordem a seguir, sucessivamente:

1. obtiver a maior nota no quesito Ideia Criativa;
2. obtiver a maior nota no quesito Estratégia de Mídia;
3. obtiver a maior nota no quesito Estratégia de Comunicação Publicitária;
4. obtiver a maior nota no quesito Raciocínio Básico.

xv. Persistindo o empate, será estabelecido o critério do § 2º do art. 45, da Lei nº 8.666/1993.

xvi. Será desclassificada a proposta que:

1. não atender às exigências do presente edital e de seus anexos;
2. não alcançar, no resultado geral, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
3. obtiver nota 0 (zero) em quaisquer dos quesitos a que se referem este capítulo.

xvii. Se houver desclassificação de alguma proposta técnica por descumprimento de disposições do instrumento convocatório, ainda assim será atribuída pontuação a seus quesitos, a ser lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em invólucro fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expirem os prazos para a interposição de recursos relativos a essa fase da licitação, exceto nos casos em que o descumprimento resulte na identificação do proponente antes da abertura do envelope B, reservado à via identificada.



c. Será classificada em primeiro lugar, na fase da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação no somatório das notas dos quesitos.

d. Divulgada a classificação final das Propostas Técnicas, serão designados, em publicação em veículo impresso regional de grande circulação, dia e hora para abertura dos envelopes contendo as Propostas de Preços das licitantes classificadas tecnicamente.

e. As propostas de preços serão avaliadas e ranqueadas pela Comissão Especial de Licitação de acordo com a fórmula abaixo. A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela, como segue:  $P = P1 + P2 + P3$ . A Proposta de Preços que obtiver a maior nota será considerada como a de menor preço.

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Desconto em percentual sobre os custos internos, baseados na tabela referencial de custos em real do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo -SINAPRO/ES:	$P1 = 40 \times \frac{\text{Desconto percentual}}{\text{maior desconto percentual}}$
Honorário em percentual incidente sobre custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, quando não geram veiculação:	$P2 = 30 \times \frac{\text{honorário em percentual}}{\text{menor honorário em percentual}}$
Honorário em percentual incidente sobre os custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, quando geram veiculação:	$P3 = 30 \times \frac{\text{honorário em percentual}}{\text{menor honorário em percentual}}$

## 12. FORMA DE PAGAMENTO

12.1 O pagamento do preço pactuado será efetuado de acordo com os serviços realizados e aceitos, devendo a Contratada proceder à abertura de solicitação de pagamento no Protocolo, localizado na sede desta Prefeitura, sito na Avenida Morobá, nº 20, Bairro Morobá -Aracruz-ES, encaminhando a Nota Fiscal/Fatura para pagamento, que ocorrerá de acordo com as normas legais vigentes no país, nos termos do artigo 40, inciso XIV, alínea "a" da lei 8.666/93.

12.2 - É vedada a antecipação de pagamentos sem a contraprestação dos serviços.

12.3 - Os documentos de cobrança da Contratada, compostos de 01 (uma) via da Nota Fiscal/Fatura ou de Fatura com a respectiva Nota Fiscal e 01 (uma) via do documento fiscal do fornecedor com o comprovante do respectivo serviço, serão liquidados, salvo em casos prévia e expressamente autorizados pela Contratante, da seguinte forma:

12.3.1 - Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos, da descrição dos descontos negociados e, respectivos comprovantes de veiculação, conforme item 15.1.

12.3.2 - Produção: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e, respectivos comprovantes, conforme item 15.1.

12.3.3 - Outros serviços de terceiros: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com o CONTRATANTE, sendo pagos conforme item 15.1.

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



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

### **13. REAJUSTAMENTO**

13.1 - Os preços contratados serão fixos e irrevogáveis pelo prazo de 12 (doze) meses.

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

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

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

13.3 - A solicitação de reajustamento deverá ser de iniciativa da Contratada, mediante apresentação analítica do aumento dos custos, no formato da planilha de custos e formação de preços apresentadas na época do procedimento licitatório.

13.4 - A qualquer tempo a Contratada 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.

13.5 - 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.

13.6 - 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.

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

**Anderson Segatto Ghidetti**  
Secretário de Comunicação (interino)  
Secretaria de Comunicação - Prefeitura de Aracruz



## **ANEXO II**

### **BRIEFING**

#### **PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACRUZ**

#### **SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO**

### **CENÁRIO**

O município de Aracruz, localizado no litoral noroeste do Espírito Santo, vem se destacando no cenário capixaba por meio de sua projeção econômica. Empresas já instaladas aumentam sua gama de atividades e novos empreendimentos se instalam.

Essa onda de investimentos expande, naturalmente, a prosperidade econômica para o interior do Estado. No caso de Aracruz, destaque para a modernização, ampliação e diversificação de portos, prospecção de petróleo, gás e derivados, desenvolvimento do potencial turístico e produção de celulose. Tudo isso leva à instalação de outra cadeia de negócios: os fornecedores de produtos e serviços essenciais para dar suporte aos grandes investimentos.

Esse movimento macro é sentido em todas as esferas do município, alterando sua dinâmica e levando a sociedade a se adaptar a novas realidades e necessidades. Novos investimentos significam também mais pessoas habitando, trabalhando e consumindo na região.

O poder público assume, portanto, papel central no sentido de abrir caminhos para a ampliação e instalação de serviços que possam suprir necessidades em todas as áreas, quais sejam saúde, transporte, segurança, infraestrutura e educação, prioritariamente.

Por outro lado, Aracruz passa por um momento político que merece atenção, pois a população se encontra receosa e sem confiança no poder público, devido a momentos turbulentos por que passou a política local nos últimos anos, com a administração anterior. O trabalho agora é voltado para recuperar a confiança do cidadão aracruzensense para que a Prefeitura consiga alavancar ações em conjunto com toda a comunidade.

### **OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO**

- Formar no cidadão a consciência do coletivo e despertar o amor e o respeito por sua cidade;
- Mostrar aos cidadãos os projetos da administração, fazendo-o entender a importância do trabalho desenvolvido;
- Apontar que é importante construir escolas, mas que também é importante investir na capacitação de professores, por exemplo;
- Deixar o cidadão informado sobre tudo o que a administração está fazendo por ele e os benefícios dos atos do município em curto, médio e longo prazos;
- Divulgar as ações do executivo municipal com suas implicações e limites formais e legais;
- Mostrar com transparência os seus atos e suas consequências;
- Implantar o sentimento de transparência entre os munícipes, de maneira que fique evidente que só não se informa quem realmente não tiver interesse;



- Apresentar como a prefeitura percebe as demandas da sociedade e como ela responde e busca atender a estas necessidades;
- Apresentar os trabalhos do município antes, durante e depois de sua efetivação;
- Gerar consciência social, compreendendo os problemas comuns aos municípios em crescimento.

### **PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

A população, em geral, costuma observar os grandes projetos, aqueles palpáveis, realizados pela administração municipal. No entanto, sabe-se que não é a quantidade de obras, por exemplo, que determina a qualidade de um bom serviço prestado pela administração. Por isso, um dos maiores problemas é a não valorização, por falta de conhecimento, de atividades qualitativas que a prefeitura desenvolve no dia a dia.

É necessário que a comunicação institucional atue para que a população veja além da pavimentação de ruas ou construções em geral e entenda os benefícios de cada trabalho que se desenvolve a médio e longo prazos.

Há também baixo aproveitamento dos meios de comunicação para a divulgação dos atos da administração pública. É necessário identificar as estruturas formais e informais de comunicação presentes no município e região. Com essas premissas contempladas, aponta-se a necessidades de um planejamento de comunicação institucional sólido e a sua devida e legal implantação.

Em 2013, um dos principais problemas de saúde enfrentado pelo estado do Espírito Santo foi o aumento no número de casos de dengue, o que levou o município de Aracruz a uma epidemia da doença. Em março, o prefeito decretou situação de emergência na saúde, devido o aumento significativo de notificações e confirmações de pessoas com a doença. Até o mês de julho foram notificados 1.967 casos, sendo 387 confirmados por laboratório.

Com essa medida, o município pode contratar mais médicos para atender a crescente demanda nas unidades de saúde e, além disso, foi possível instalar duas unidades móveis no Pronto-Atendimento (PA) da Fundação, Hospital e Maternidade São Camilo, onde foi possível fazer uma triagem no atendimento de pacientes e, desta forma, desafogar o PA do município.

Com base nessas informações, a campanha para a concorrência será desenvolvida para a Secretaria Municipal de Saúde (SEMSA), com o objetivo de alertar para a prevenção e redução do aumento de focos no município, levando em consideração que aproximadamente 80% dos criadouros do *Aedes aegypti* são encontrados nas residências.

Para reverter esse quadro, é imprescindível a compreensão e colaboração da população aracruzensa, de todos os segmentos da sociedade, uma vez que a conscientização e o empenho de cada um dos habitantes pode levar a resultados positivos no combate à dengue.

#### **3.1. Das peças**

Criação e produção de Vt's, com tempo mínimo de 30";

Criação e produção de Spots para rádio e carro de som, com tempo mínimo de 30";

Criação, produção e impressão de cartazes para outdoors;

Criação, produção e impressão de banners físicos;

Criação e produção de banners virtuais (sites);



- Criação, produção e impressão de anúncio para jornais, no tamanho de ½ (meia) página;
- Criação, produção e impressão de anúncio para revistas, no tamanho de 01 (uma) página;
- Criação, produção e impressão de folder com duas dobras, no tamanho de 29,9cm x 21cm;
- Criação, produção e impressão de faixa, no tamanho de 4 x 1,5 metros, para instalar nas unidades de saúde do município;
- Criação e produção de dingo de 30”;
- História em quadrinhos (storyboards) para os professores da rede municipal de ensino trabalharem com os alunos em sala de aula.

## O MUNICÍPIO DE ARACRUZ

### História

O município de Aracruz iniciou-se como aldeamento jesuíta denominado Aldeia Nova, à margem do rio Piraqueaçu, em 1556. No decorrer de sua formação, o município teve diversos nomes como Santa Cruz, Sauaçu e, finalmente, Aracruz.

Durante o período colonial e imperial, a região não teve um papel de destaque tanto na política quanto na econômica do Espírito Santo. Em 1832, o imigrante italiano Pietro Tabacchi, chegou à região de Santa Cruz e fundou a Fazenda Nova Trento, em homenagem à sua terra natal. Foi ele, inclusive, o responsável pela vinda de famílias italianas saídas do Porto de Gênova, no final do século XIX.

Com a Resolução nº 2, no dia 3 de abril de 1848, foi criado o Município de Santa Cruz (hoje, Aracruz), com sede na Vila de Santa Cruz. Mas, somente em 1891, a Vila de Santa Cruz foi elevada à categoria de cidade, com base no decreto estadual nº 19. O local tornou-se próspero, com um porto fluvial, no rio Piraqueaçu, muito movimentado. No entanto, o desenvolvimento do porto foi prejudicado pela construção da Estrada de Ferro Vitória-Minas, e da BR-101, em 1940.

A transposição da sede foi aprovada na Câmara de Vereadores, em 1948. No entanto, houve descontentamento de grande parte da população do distrito Santa Cruz. No dia da mudança, foi chamado, inclusive, reforço policial, pois se temia reação pública. A transferência ocorreu somente dois anos depois, durante o governo de Luiz Theodoro Musso. Vale ressaltar que a transposição da sede foi feita com o intuito de unir os vários distritos, dado que a nova sede encontrava-se estrategicamente localizada no centro do município.

### Informações Gerais

**Área:** 1.423.874 km<sup>2</sup>

**Localização:** Da capital Vitória até o município, pela rodovia ES-010, são 60 km. Pela BR-101, o percurso é de 83 km

**Distritos:** Riacho, Jacupemba, Guaraná, Santa Cruz, Santa Rosa e Sede

**PIB:** R\$ 2.837.565,00 (IBGE/20010)

**PIB per capita:** R\$ 34.711,98 (IBGE/2010)

**População:** 81.832 habitantes (IBGE/2010)

*Edital Concorrência Pública 008/2013. Contratação de serviços de Publicidade.proc.8.727/2013*



**Microrregião:** Polo Linhares (Sooretama, Rio Bananal, Linhares, João Neiva, Ibraçu e Aracruz), região norte do Estado do Espírito Santo

**Limites:** Ao norte com Linhares, ao sul com Fundão, a leste com Oceano Atlântico, a oeste com Ibraçu e João Neiva

**Clima:** Tropical Litorâneo com inverno seco e temperatura em torno de 28° C

**Altitude:** a sede fica a 50 metros de altitude acima do nível do mar

**Vias de Acesso:** BR-101, ES-010, ES-124, ES-257 e ES-261

**Recursos Hídricos:** Os principais rios que cortam o município são o Piraqueaçu e o Piraquê-Mirim.

### **Economia**

A economia do município de Aracruz tem suas principais atividades econômicas diversificadas da seguinte forma:

- Setor primário: agropecuária e pesca;
- Setor secundário: comércio e serviços;
- Setor terciário: indústria de celulose, metalúrgica, naval, entre outras.

### **Logística**

Aracruz é um município de fácil acesso e de excelente estrutura logística, o que possibilita boas perspectivas comerciais. Os principais modais de transporte que consolidam as vantagens competitivas da região são: rodoviário, via BR-101; ferroviário, por meio do ramal que liga o Porto de Barra do Riacho à Estrada de Ferro Vitória-Minas; marítimo, por meio de Portocel; e aeroviário, pelo aeroporto privado da empresa Fibria.

### **Agricultura**

Entre as principais culturas do município, destacam-se banana, coco, cacau, café, silvicultura, além da apicultura e agropecuária, com destaque para o gado leiteiro.

### **Turismo**

O turismo de Aracruz é um dos mais diversificados do Estado: desde belas praias a roteiros de agroturismo. Essas são algumas das características que apontam o município como uma das principais cidades da Rota do Verde e das Águas. Com 47 km de extensão litorânea, Aracruz conta com uma variedade de praias localizadas em balneários com total infraestrutura turística para atender à crescente demanda durante a alta estação.

Entre as principais praias do município estão Barra do Sahy, Mar Azul, Putiri, Praia dos Padres, Coqueiral e Santa Cruz. A mais badalada é a de Barra do Sahy, visitada principalmente por turistas mineiros e pessoas da região centro-oeste do país.

Entre os distritos de Guaraná e Jacupemba, estão os roteiros do agroturismo de Aracruz: Delícias da Nona, Doces Sabores do Campo e Encantos das Águas. Seus principais atrativos são pesque-pague, trilhas, restaurantes com fogão à lenha, passeios a cavalo, comidas e produtos típicos da região.

### **Dias festivos**

- 03/04 – Emancipação político-administrativa do município (feriado municipal).



- 24/06 – Festa do padroeiro da cidade – São João Batista (feriado municipal).

## **Cultura, Esporte e Lazer**

### *Cultura*

Em Aracruz, são promovidos projetos ligados a diversas manifestações culturais, especialmente no intuito de preservar tradições históricas como as bandas de congo e as comunidades indígenas (onde o município é o único no estado que possui índios ainda vivendo em aldeias).

### *Lazer e Esporte*

O esporte é um dos principais atrativos do verão no município, por meio de campeonatos de futebol, vôlei de praia e surfe. Na baixa estação, ganham destaque o futsal, campeonatos regionais de futebol, basquete e outras modalidades, que se unem às atividades escolares, dando oportunidades esportivas aos jovens.

***Observação:*** *O Briefing deve ser desenvolvido com base na Instrução Normativa nº 2, de 27.04.93, da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, de acordo com as características e necessidades de comunicação da PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACRUZ.*



## ANEXO III

## TABELA CHECAGEM DE ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO

CHEGAGEM DE ITENS - PLANO DE COMUNICAÇÃO			
Título da campanha:			
Forma de Apresentação	Plano de Comunicação	SIM	NÃO
Formatação	Máximo de 13 laudas		
	Configurações padrão (fontes, cor, espaçamento, etc)		
	Páginas numeradas conforme padrão		
	Máximo de 30 linhas por lauda		
Texto	a) Raciocínio Básico		
	b) Estratégia de Comunicação Publicitária		
	c) Ideia Criativa		
Anexo	c.1) Peças apresentadas conforme padrão		
Texto	e) Estratégia de Mídia		
Anexo	e.1) Simulação de plano de distribuição das peças		



## ANEXO IV

## TABELA CHECAGEM DE ITENS – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE

CHECAGEM DE ITENS -CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE			
Agência:			
Forma de Apresentação	Capacidade de Atendimento	SIM	NÃO
Texto	Capacidade de atendimento, obrigações e prazos		
	Informações de comunicação disponíveis ao cliente		
Anexo	Quantificação e qualificação do perfil de profissionais		
	Relação nominal dos principais clientes atendidos		
	Instalações, infraestrutura e recursos materiais		
	02 (dois) atestados fornecidos por veículos e 02 (dois) atestados fornecidos por fornecedores		
	Repertório		
Texto	Cases com peças e problemas resolvidos		
Anexo	Ficha técnica das peças		
	Máximo de 3 (três) peças para cada exemplo		
	Materiais especulativos condenados pela legislação		
	Relatos de Soluções de problemas de Comunicação		
Texto	a) Apresentação de no máximo 03 (três) cases stories”		
Anexo	b) Peças referentes aos cases		
	c) Material atestado pelo cliente		

**ANEXO V**  
**TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA**

(B) Conjunto de Informações do Proponente					
35 (trinta e cinco) pontos a serem distribuídos conforme abaixo:					
Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor do parâmetro	
Capacidade de Atendimento	Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias dos profissionais envolvidos, sendo computado, para efeito de pontuação, os 05 (cinco) melhor avaliados.	3	Ótimo	3	
			Bom	2,4	
			Regular	1,8	
			Não Atendeu	0,3	
			Não Apresentou	0	
	Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do contrato.	3	Ótimo	3	
			Bom	2,4	
			Regular	1,8	
			Não Atendeu	0,3	
			Não Apresentou	0	
	Adequação das instalações, a infra-estrutura e os recursos materiais que estarão disponíveis durante a execução do contrato.	3	Ótimo	3	
			Bom	2,4	
			Regular	1,8	
			Não Atendeu	0,3	
			Não Apresentou	0	
	Informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição da Prefeitura de Aracruz, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	3	Ótimo	3	
			Bom	2,4	
			Regular	1,8	
			Não Atendeu	0,3	
			Não Apresentou	0	
	Operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura e o proponente	3	Ótimo	3	
			Bom	2,4	
			Regular	1,8	
			Não Atendeu	0,3	
			Não Apresentou	0	
Pontuação máxima Capacidade de Atendimento: 15 pontos					
Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor do parâmetro	
Repertório	Pertinência e afinidade do	4	Ótimo	4	



	repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação da Prefeitura de Aracruz.				
			Bom	3,2	
			Regular	2,4	
			Não Atendeu	0,4	
			Não Apresentou	0	
	Ideia criativa.	4	Ótimo	4	
			Bom	3,2	
			Regular	2,4	
			Não Atendeu	0,4	
			Não Apresentou	0	
	Qualidade da execução e acabamento	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	
Pontuação máxima Repertório: 15 pontos					
<b>Quesitos</b>	<b>Aspectos Avaliados</b>	<b>Pontuação Máxima</b>	<b>Parâmetro</b>	<b>Valor do parâmetro</b>	
Resolução de Problemas (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	1	Ótimo	1	
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não Atendeu	0,1	
			Não Apresentou	0	
	Evidência de planejamento Publicitária	1	Ótimo	1	
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não Atendeu	0,1	
			Não Apresentou	0	
	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	1	Ótimo	1	
			Bom	0,8	
			Regular	0,6	
			Não Atendeu	0,1	
			Não Apresentou	0	
Pontuação máxima Resolução de Problemas: 5 pontos					

**ANEXO VI**  
**TABELA DE PONTUAÇÃO DOS ITENS – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES DO PROPONENTE****(B) Conjunto de Informações do Proponente**

35 (trinta e cinco) pontos a serem distribuídos conforme abaixo:

Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor parâmetro	do
Capacidade de Atendimento	Tempo de experiência profissional em atividades publicitárias dos profissionais envolvidos, sendo computado, para efeito de pontuação, os 05 (cinco) melhor avaliados.	3	Ótimo	3	
			Bom	2,4	
			Regular	1,8	
			Não Atendeu	0,3	
	Qualidade dos profissionais que ficarão responsáveis pela execução do contrato.	3	Não Apresentou	0	
			Ótimo	3	
			Bom	2,4	
			Regular	1,8	
	Adequação das instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão disponíveis durante a execução do contrato.	3	Não Atendeu	0,3	
			Não Apresentou	0	
			Ótimo	3	
			Bom	2,4	
Informações de comunicação a serem colocadas regularmente à disposição da Prefeitura de Aracruz, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.	3	Regular	1,8		
		Não Atendeu	0,3		
		Não Apresentou	0		
		Ótimo	3		
Operacionalidade do relacionamento entre Prefeitura e o proponente	3	Bom	2,4		
		Regular	1,8		
		Não Atendeu	0,3		
		Não Apresentou	0		



Não Apresentou 0

Pontuação máxima Capacidade de Atendimento: 15 pontos

Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor do parâmetro
Repertório	Pertinência e afinidade do repertório apresentado à necessidade e perfil de comunicação da Prefeitura de Aracruz.	4	Ótimo	4
			Bom	3,2
			Regular	2,4
			Não Atendeu	0,4
	Ideia criativa.	4	Não Apresentou	0
			Ótimo	4
			Bom	3,2
			Regular	2,4
	Qualidade da execução e acabamento	4	Não Atendeu	0,4
			Não Apresentou	0
			Ótimo	4
			Bom	3,2
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	3	Regular	2,4	
		Não Atendeu	0,4	
		Não Apresentou	0	
		Ótimo	3	
		Bom	2,4	
		Regular	1,8	
		Não Atendeu	0,3	
		Não Apresentou	0	

Pontuação máxima Repertório: 15 pontos

Quesitos	Aspectos Avaliados	Pontuação Máxima	Parâmetro	Valor do parâmetro
Resolução de Problemas (cases)	Relevância dos resultados	2	Ótimo	2
			Bom	1,6
			Regular	1,2
			Não Atendeu	0,2
	Clareza e lógica da exposição	1	Não Apresentou	0
			Ótimo	1
			Bom	0,8
			Regular	0,6
	Evidência de planejamento Publicitária	1	Não Atendeu	0,1
			Não Apresentou	0
			Ótimo	1
			Bom	0,8
			Regular	0,6



Consistência das relações de causa e efeito entre problema e1 solução

Não Atendeu	0,1
Não Apresentou	0
Ótimo	1
Bom	0,8
Regular	0,6
Não Atendeu	0,1
Não Apresentou	0

Pontuação máxima Resolução de Problemas: 5 pontos



**ANEXO VII**

**MODELO - CARTA RESUMO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

AO  
MUNICÍPIO DE ARACRUZ  
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

**CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 008/2013**

**Prezados Senhores,**

1) Pela presente, submetemos à apreciação de V.S<sup>as</sup>., a nossa Proposta relativa à Concorrência Pública nº 008/2013, assumindo inteira responsabilidade por quaisquer erros ou omissões que venham a ser verificados na preparação da mesma e declarando aceitar as condições prescritas nos documentos da licitação em epígrafe.

2) A validade desta proposta é de 90 (noventa) dias, a partir da data de sua apresentação.

3) Declaramos que, na vigência do Contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a) **Desconto** em percentual sobre os **custos internos**, baseados na tabela referencial de custos em real do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Espírito Santo - SINAPRO/ES: \_\_\_\_\_% (\_\_\_\_\_por cento).

b) **Honorário** em percentual incidente sobre custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, **quando não geram veiculação**: \_\_\_\_\_%(\_\_\_\_\_por cento).

c) **Honorário** em percentual incidente sobre os custos dos serviços e suprimentos externos orçados junto a fornecedores especializados, **quando geram veiculação**: \_\_\_\_\_%(\_\_\_\_\_por cento).

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2013.

\_\_\_\_\_  
**Assinatura do representante legal ou procurador credenciado**



## ANEXO VIII

### MODELO - DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO IMPEDITIVO

AO  
MUNICÍPIO DE ARACRUZ  
ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

**Concorrência Pública Nº 008/2013**

LOCAL E DATA

Prezados Senhores,

Em atendimento à determinação do Edital referenciado, em seu subitem 6.21.1.1, letra "d", declaramos sob as penalidades cabíveis, que inexistem quaisquer fatos impeditivos para a habilitação de nossa empresa para apresentar proposta objeto desta licitação.

Por ser verdade, firmamos a presente declaração para que produza seus efeitos de direito.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

Nome(s) e assinatura(s) do (s) responsável (eis) legal (ais) pela proponente



**ANEXO IX**

**DECLARAÇÃO ART. 7º, INC. XXXIII DA CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA.**

**Concorrência Pública n º 008/2013**

À PREFEITURA MUNICIPAL DE ARACRUZ  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

A empresa \_\_\_\_\_ inscrita no CNPJ sob nº \_\_\_\_\_, por intermédio de seu representante legal o(a) Sr(a). portador(a) da Carteira de Identidade nº \_\_\_\_\_ e do CPF nº \_\_\_\_\_ DECLARA, para fins do disposto no inciso XXXIII, do art. 7º da Constituição Federal, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

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

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
Representante Legal/Procurador



## ANEXO X

## MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS QUE ENTRE SI CELEBRAM O MUNICÍPIO DE ARACRUZ E A EMPRESA \_\_\_\_\_

O **MUNICÍPIO DE ARACRUZ/ES**, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ/MF sob o nº 27.142.702/0001-66, com sede na Avenida Morobá, nº 20, Bairro Morobá, Aracruz - ES, doravante denominado **CONTRATANTE**, neste ato representado pelo Secretário Municipal de Comunicação, \_\_\_\_\_, nacionalidade, estado civil, profissão, portador do CPF nº \_\_\_\_\_ e da CI nº \_\_\_\_\_, residente \_\_\_\_\_, e a Empresa \_\_\_\_\_, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ/MF sob o nº \_\_\_\_\_, estabelecida na \_\_\_\_\_ doravante denominada **CONTRATADA**, representada pelo (a) Sr. (a) \_\_\_\_\_, nacionalidade, estado civil, profissão, portador do CPF nº \_\_\_\_\_ e da CI nº \_\_\_\_\_, residente \_\_\_\_\_, tendo em vista o julgamento da CPL datado de \_\_\_\_\_, objeto da Concorrência Pública nº 008/2013, devidamente homologado pelo Secretário Municipal de Comunicação, resolvem assinar o presente CONTRATO, de acordo com a Lei nº 12.232/2010, Lei nº 8.666/93 consolidada e demais Legislações pertinentes, que reger-se-á pelas cláusulas e condições seguintes:

## CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO DO CONTRATO

1.1 - O presente instrumento tem por objeto a **contratação de agência de publicidade e propaganda, empresa especializada na prestação de serviços técnicos de projetos de divulgação de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos e instituições da administração municipal de Aracruz, compreendendo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão de execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação**, bem como:

O planejamento e à 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 publicitárias;

À criação, produção, impressão e montagem de painéis, faixas, cartazes, banners, storyboards, folders, outdoors, informativos (impressos e online), anúncios para jornais e revistas, manuais, livretos, panfletos, revistas, cartilhas, convites, cartas, ilustrações, cartões de visita, cartões de protocolo, envelopes; produção de textos diversos e templates; gravação de áudio e veiculação de propaganda volante, criação, produção e veiculação de dingos, spots e programetes para rádio; VTs e programetes para TV aberta; produção de vídeos; criação de campanhas institucionais; identidade visual; produção de conteúdo para canais em mídias sociais; entre outros, para atender ao município de Aracruz, conforme descrição no Anexo II (briefing) e demais especificações do edital de Concorrência Pública nº 008/2013, parte integrante deste contrato para todos os efeitos, independente de transcrição; ;

À criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, com o objetivo de expandir os efeitos das mensagens e ações publicitárias, "vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza".

## CLÁUSULA SEGUNDA - DOS PRAZOS

2.1 - O prazo estimado para execução do serviço fica fixado em **12 (doze) meses**, a contar da data da emissão da "Ordem de Serviços" pelo Contratante, excluindo-se o dia do início e incluindo-se o do vencimento, podendo ser prorrogado, a critério da administração.



2.2 - 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 Prefeitura Municipal de Aracruz consignará em seus orçamentos respectivos as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

2.3 - Os prazos de início de execução, de conclusão e de entrega dos serviços, admitem prorrogações, mantidas as demais cláusulas do Contrato, assegurada a manutenção de seu equilíbrio econômico-financeiro, desde que ocorra algum dos motivos enumerados no art. 57, § 1º da Lei 8.666/93.

### **CLÁUSULA TERCEIRA - DO VALOR E, DAS CONDIÇÕES DE REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO DOS SERVIÇOS**

3.1 - Pela execução dos serviços previstos na Cláusula Primeira, o Contratante pagará à Contratada o valor anual de R\$ ..... (.....) de acordo com a proposta comercial.

3.2 - O pagamento do preço pactuado será efetuado de acordo com os serviços realizados e aceitos, devendo a Contratada proceder à abertura de solicitação de pagamento no Protocolo, localizado na sede desta Prefeitura, sito na Avenida Morobá, nº 20, Bairro Morobá -Aracruz-ES, encaminhando a Nota Fiscal/Fatura para pagamento, que ocorrerá de acordo com as normas legais vigentes no país, nos termos do artigo 40, inciso XIV, alínea a da lei 8.666/93.

3.4 - É vedada a antecipação de pagamentos sem a contraprestação dos serviços.

3.5 - Os pagamentos só serão efetuados mediante apresentação dos seguintes documentos:

- a - Nota Fiscal dos Serviços;
- b - Certidão Negativa de Débito junto à Fazenda Pública Municipal -todas as faturas;
- c - Prova da garantia de execução do contrato -1º Fatura
- d - Prova de recolhimento junto ao INSS e FGTS referente aos serviços cobrados -todas as faturas;
- e - Prova de pagamento de pessoal referente aos serviços cobrados - todas as faturas;
- f - Certidão Negativa de Débito do INSS -última fatura;

3.6 - Os documentos de cobrança da Contratada, compostos de 01 (uma) via da Nota Fiscal/Fatura ou de Fatura com a respectiva Nota Fiscal e 01 (uma) via do documento fiscal do fornecedor com o comprovante do respectivo serviço, serão liquidados, salvo em casos prévia e expressamente autorizados pelo Contratante, da seguinte forma:

3.6.1 - Veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança, tabelas de preços dos veículos, da descrição dos descontos negociados e, respectivos comprovantes de veiculação, conforme item 3.2.

3.6.2 - Produção: mediante apresentação dos documentos de cobrança, demonstrativos de despesas e, respectivos comprovantes, conforme item 3.2.

3.6.3 - Outros serviços de terceiros: mediante a entrega dos serviços solicitados, dos documentos de cobrança e respectivos comprovantes, nos vencimentos previamente ajustados com o CONTRATANTE, sendo pagos conforme item 3.2.

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

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

3.9 - O Contratante não pagará, sem que tenha autorizado prévia e formalmente, nenhum compromisso que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros, sejam ou não instituições financeiras.

3.10 - Os pagamentos a terceiros por serviços prestados, incluídos os de veiculação, serão efetuados, pela Contratada, nos prazos e condições previamente aprovados pelo Contratante e expressos pelos fornecedores



em documentos fiscais, considerando que o Contratante repasse à Contratada os recursos necessários dentro do prazo determinado.

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

3.12 - A Contratada apresentará ao Contratante, cópias dos respectivos documentos fiscais que comprovem os pagamentos feitos a terceiros, até 10 (dez) dias consecutivos após sua realização.

3.13 - O pagamento será efetuado somente após a comprovação e atestação da realização do serviço por parte da pessoa que for designada para o acompanhamento e fiscalização de sua execução, com o visto do titular da Secretaria Municipal de Comunicação.

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

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

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

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

3.14.4 - Pertencem ao Contratante as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermediário de agência de propaganda, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos pelo veículo de divulgação (art. 15, parágrafo único da Lei Federal nº 12.232/2010).

3.14.5 - 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.

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

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

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

3.14 - 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.

### 3.15 - DESCONTO DE AGÊNCIA

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



### **3.16 - DIREITOS AUTORAIS**

3.16.1- O valor dessa cessão é considerado incluso nas modalidades de remuneração definidas nesta Cláusula.

3.16.2 - O 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.

3.16.3 - 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 o CONTRATANTE escolha uma das opções.

3.16.4 - 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.

3.16.5 - Quando o 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:

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;

estabeleçam que o 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.

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

3.16.7 - 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.

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

### **CLÁUSULA QUARTA - DO REAJUSTAMENTO**

4.1 - 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.

4.2 - Sobre a planilha de custos da Contratada incidirá como índice de reajuste anual, a variação percentual do IPCA/IBGE

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

4.4 - A solicitação de reajustamento deverá ser de iniciativa da Contratada, mediante apresentação analítica do aumento dos custos, no formato da planilha de custos e formação de preços apresentadas na época do procedimento licitatório.



4.5 - A qualquer tempo a Contratada 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.

4.6 - Os efeitos financeiros do pedido de reequilíbrio econômico-financeiro do contrato serão considerados a partir da data de recebimento da solicitação da Contratada pelo Contratante.

## **CLÁUSULA QUINTA - DA GARANTIA DO CONTRATO**

**5.1 - No ato da assinatura do contrato, a Contratada se obriga a apresentar o comprovante de garantia de execução do contrato, sendo o valor da garantia de 2% (dois por cento), sobre o valor contratual.**

5.2 - Em conformidade com o § 1º do art. 56, da Lei Federal 8.666/1193 caberá à Contratada optar por uma das seguintes modalidades de garantia:

5.2.1 - Caução em Dinheiro;

5.2.2 - Título da dívida pública;

5.2.3 - Seguro-garantia;

5.2.4 - Fiança bancária.

5.3 - O valor da garantia e o seu prazo de validade deverão ser atualizados nas mesmas condições de atualização do contrato firmado, até a expedição do Termo de Execução Definitiva dos Serviços.

5.4 - A garantia de execução do contrato será restituída mediante requerimento da Contratada, após a expedição do Termo de Execução Definitiva.

5.5 - O título da dívida pública a ser ofertado deverá ser emitido sob forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério da Fazenda, como dispõe o inciso I, do art. 56 da Lei 8.666/1993.

5.6 - Quando se tratar de caução em dinheiro, a mesma deverá ser recolhida pela Contratada através do DUA - Documento Único de Arrecadação no Código dos Tributos - Outras Receitas Correntes nº 4610.

5.7 - Na hipótese da garantia ser prestada mediante Carta Fiança Bancária, esta deverá ser apresentada com firma reconhecida a conter expressa renúncia aos benefícios referidos no Código Civil e no Código Comercial. O Banco fiador deverá ter filial preferencialmente no Município de Aracruz ou na Região Metropolitana da Grande Vitória - ES.

5.8 - Em se tratando de fiança bancária, título da dívida pública ou seguro-garantia, o documento pertinente deverá ser apresentado à COMUC situada na Avenida Morobá, nº 20, Bairro Morobá – Aracruz-ES.

5.9 - Ocorrendo aumento no valor contratual por acréscimo dos serviços, respeitando o limite de 25% (vinte e cinco por cento) a contratada deverá proceder ao reforço da garantia inicial no mesmo percentual estabelecido no subitem 5.1 desta cláusula

5.10 - Havendo prorrogação do prazo formalmente admitida pela Administração, deverá a contratada reapresentar quaisquer das modalidades de garantia previstas e por esta escolhida, de forma a abranger o período de prorrogação, retendo a Administração dos créditos da contratada, enquanto não efetivar tal garantia, o valor a ela correspondente.

## **CLÁUSULA SEXTA - DA DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA**



6.1 - Os recursos financeiros para pagamento dos encargos resultantes do presente contrato correrão por conta da seguinte dotação orçamentária:

<b>930</b>	<b>CÓDIGO REDUZIDO</b>
20	SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO
001	SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO
24	Comunicações
131	Comunicação Social
059	PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO
2811	Publicidade e Marketing de ações comuns aos órgãos
33903992000000	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE INSTITUCIONAL
10000000	Recursos do Tesouro

## **CLÁUSULA SÉTIMA - DAS OBRIGAÇÕES DAS PARTES**

### **7.1 - DA CONTRATADA**

a. Realizar, com seus próprios recursos e/ou mediante a contratação de terceiros, todos os serviços relacionados ao objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pelo Contratante.

b. Centralizar na Secretaria Municipal de Comunicação (SECOM) a gestão da publicidade da Prefeitura de Aracruz, submetendo todo material a ser produzido pela Contratada à análise prévia da SECOM.

c. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento na elaboração dos serviços objeto deste ajuste, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela SECOM.

d. Substituir, a qualquer tempo, a pedido da SECOM, específica ou definitivamente, qualquer profissional da equipe técnica da empresa que esteja realizando ou esteja designado para executar trabalho(s) para a Prefeitura.

e. Estar apta, a qualquer tempo, a prestar os serviços previstos ou os inerentes ao objeto contratado, destacando pessoa disponível para o atendimento das solicitações da Prefeitura durante todo o período da vigência do contrato.

f. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações junto a terceiros e transferir integralmente à Prefeitura descontos especiais (além dos normais, previstos em tabelas), bonificações, reaplicações, prazos especiais de pagamento e outras vantagens.

g. Negociar sempre as melhores condições de preço para os direitos autorais de imagem e som de voz (atores e modelos) e sobre as obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias.

h. Fazer cotação de preços para todos os serviços de terceiros e apresentar, no mínimo, 03 (três) orçamentos, com indicação do mais adequado para sua execução.

h.1) Se não houver possibilidade de obter 03 (três) orçamentos, a agência deve apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

i. Obter a aprovação prévia da SECOM, por escrito, para assumir despesas de produção, veiculação e qualquer outra relacionada ao objeto deste contrato.

j. Responsabilizar-se por produtos e/ou serviços realizados por meio de contratação de terceiros, zelando pelos cumprimentos dos prazos e pela qualidade da entrega final.

k. Submeter à aprovação da SECOM a contratação de serviços ou compra de material de empresa em que a agência ou seus funcionários tenham, direta ou indiretamente, participação societária ou qualquer vínculo comercial.



l. Orientar a produção e a impressão das peças gráficas (folhetos, cartazes, mala-direta etc.) aprovadas pela SECOM.

m. Tomar providências imediatamente em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da SECOM, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com terceiros e os honorários, desde que essas ocorrências não tenham sido causadas pela própria agência.

n. Só divulgar informações que envolvam o nome do Contratante, acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, mediante sua prévia e expressa autorização.

o. Prestar esclarecimentos à SECOM sobre eventuais atos ou fatos noticiados que envolvam a agência, independentemente de solicitação.

p. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na licitação.

q. Cumprir todas as leis e posturas federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que der causa.

r. Cumprir a legislação trabalhista com relação a seus funcionários e, quando for o caso, com relação a funcionários de terceiros contratados.

s. Assumir, com exclusividade, todos os impostos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste ajuste, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

t. 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.

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

v. Administrar e executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com terceiros, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante terceiros e a Prefeitura.

v.1.) Em casos de contratação de terceiros para execução de serviços complementares, exigir nos eventuais contratos, no que couber, as mesmas condições do contrato firmado com a Prefeitura.

w. manter, por si, seus prepostos e contratados, total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da SECOM.

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

y. Responsabiliza-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a Prefeitura.

z. 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 contrato a ser firmado.

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



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

cc. Disponibilizar à SECOM, até o décimo dia do mês subsequente, relatórios de produção e veiculação autorizadas no mês anterior.

dd. Disponibilizar à SECOM, até o décimo dia do mês subsequente, por meio de cópia em DVD ou envio virtual, o conjunto de peças produzidas no período, em sua versão final e aprovada, para fins de arquivamento e registro.

ee. Manter, durante o período de, no mínimo, 05 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas oriundas deste instrumento.

ff. 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.

gg. A Contratada obrigará-se a desenvolver os serviços objeto deste Contrato sempre em regime de atendimento à fiscalização, dispondo esta de amplos poderes para atuar no sentido do fiel cumprimento do contrato.

hh - Cabe à Contratada, permitir e facilitar à fiscalização a inspeção dos serviços, em qualquer dia e hora, devendo prestar todos os informes e esclarecimentos solicitados.

ii - A Contratada não poderá, em nenhuma hipótese, iniciar os serviços sem a devida liberação da Secretaria Municipal de Comunicação, através da emissão da Ordem de Serviços. Qualquer ação por parte da empresa, que implique em desobediência a esta recomendação, será de total responsabilidade da mesma, não cabendo a Municipalidade nenhum ônus.

## 7.2 - DO CONTRATANTE

a. Fornecer os elementos básicos e dados complementares necessários para o perfeito desenvolvimento dos serviços.

b. Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a agência contratada.

c. Comunicar, por escrito, à agência, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 02 (dois) dias úteis.

d. Efetuar os pagamentos conforme previsto na cláusula terceira.

## CLÁUSULA OITAVA - DAS PENALIDADES

8.1 - O não cumprimento deste contrato no “todo” ou em “parte” sujeitará a Contratada a todas as penalidades previstas em Lei e no presente instrumento, a saber:

### I - multas - nos seguintes casos e percentuais:

a) por atraso injustificado na execução do Contrato/Ordem de Serviço até 30 (trinta) dias: 0,3% (três décimos por cento) ao dia sobre o valor total contratado;

b) por atraso injustificado na execução do Contrato/Ordem de Serviço, superior a 30 (trinta) dias: 15% (quinze por cento) sobre o valor global contratado, com possibilidade de cancelamento da Nota de Empenho ou rescisão contratual;

c) por desistência da proposta, após ser declarada vencedora, sem motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pelo Comissão de Licitação: 15% (quinze por cento) sobre o valor global da proposta;



d) recusa do adjudicatário em receber o contrato, a Ordem de Serviços, dentro de 05 (cinco) dias úteis contados da data da convocação: 15% (quinze por cento) sobre o valor global da proposta;

e) por inexecução total ou parcial injustificada do Contrato/Ordem de Serviços: 20% (vinte por cento) sobre o valor total da proposta ou sobre a parcela não executada, respectivamente.

## **II - suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de licitar e contratar com a Administração:**

a) por atraso injustificado na execução do Contrato/Ordem de Serviços, superior a 31 (trinta e um) dias: até 03 (três) meses;

b) por desistência da proposta, após ser declarada vencedora, sem motivo justo decorrente de fato superveniente e aceito pela Administração: até 01 (um) ano;

c) por recusa do adjudicatário em assinar/receber, o contrato, a Ordem de Serviços, dentro de até 05 (cinco) dias úteis da data da convocação: até 01 (um) ano;

d) por inexecução total ou parcial injustificada do Contrato/Ordem de Serviços: até 02 (dois) anos.

**III - declaração de inidoneidade para licitar 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, que poderá ser concedida sempre que a Contratada ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes.**

8.2 - As multas previstas no inciso I serão descontadas, de imediato, do pagamento devido ou cobradas judicialmente, se for o caso.

8.3 - As sanções previstas nos incisos II e III do item 8.1, poderão ser aplicadas juntamente com a do inciso I, facultada a defesa prévia da Contratada no respectivo processo, no prazo de 05 (cinco) dias úteis.

8.4 - A suspensão do direito de licitar e contratar com a **Administração** será declarada em função da natureza e gravidade da falta cometida.

8.5 - A declaração de inidoneidade para licitar e contratar com a **Administração Pública** será declarada em função da natureza e gravidade da falta cometida.

8.6 - A sanção prevista no inciso III, do item 18.1 é da competência do Secretário responsável pela homologação da licitação, facultada a defesa da Contratada no respectivo processo, no prazo de 10 (dez) dias da abertura de vista, podendo a reabilitação ser requerida após 02 (dois) anos de sua aplicação ou antes, se devidamente justificada e aceita pela autoridade que a aplicou.

## **CLÁUSULA NONA - DA FISCALIZAÇÃO**

9.1 - A fiscalização da execução doS serviçoS será feita pelo Contratante, por intermédio da Secretaria Municipal de Comunicação, de forma a fazer cumprir rigorosamente prazos e condições da Concorrência Pública nº 008/2013, a proposta e as disposições deste contrato.

9.2 - Caberá ao gestor ou fiscal do contrato verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos pelo Contratante à Contratada e às condições de contratação de fornecedores de serviços especializados pela Contratada.

9.2.1 - Fica designado o servidor..... da Secretaria Municipal de Comunicação para acompanhar e fiscalizar a execução do presente Contrato.



9.3 - Fica a Contratada obrigada a permitir e facilitar, a qualquer tempo, a fiscalização dos serviços objeto do presente Contrato, facultando o livre acesso a todos os registros e documentos pertinentes com o negócio ora contratado, sem que essa fiscalização importe, a qualquer título, em responsabilidade por parte do Contratante.

9.4 - A fiscalização verificará o cumprimento das especificações e aplicações, bem como a quantidade, qualidade e aceitabilidade dos serviços.

9.5 - A fiscalização poderá a qualquer tempo, solicitar a substituição de elementos da equipe da Contratada, mediante justificativa, devendo o atendimento ser feito no prazo máximo de 05 (cinco) dias corridos.

9.6 - A fiscalização poderá sustar a execução de qualquer trabalho que esteja sendo feito em desacordo com disposto neste CONTRATO.

9.7 - Fica acordado que a fiscalização não terá qualquer poder para eximir a Contratada de qualquer obrigação prevista neste instrumento.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA - DA SUBCONTRATAÇÃO E CONTRATAÇÃO DE TERCEIROS**

10.1 - É vedada a subcontratação de outra agência de propaganda para execução dos serviços compreendidos no objeto do presente contrato

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

10.2.1 - Só poderão ser contratadas as atividades complementares que se enquadrem na descrição do § 1º do art. 2º da Lei 12.232/2010.

10.2.2 - Somente pessoas físicas ou jurídicas previamente cadastradas pelo Contratante poderão fornecer ao Contratado bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto do contrato (art. 14 da Lei 12.232/10).

10.2.3 - Para a contratação de terceiros haverá a necessidade de seguir os procedimentos de seleção descritos no art. 14, §§ 1º, 2º, 3º da Lei 12.232/10.

#### **CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DA RESCISÃO**

11.1 - O Contratante poderá declarar rescindido o Contrato, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial, sem que assista à Contratada direito a qualquer indenização nos seguintes casos:

- a - inexecução total ou parcial do Contrato, ensejando as consequências contratuais e as previstas em lei.
- b - o não cumprimento ou cumprimento irregular de cláusulas contratuais, especificações e prazos;
- c - desatendimento das determinações regulares da autoridade designada para acompanhar e fiscalizar a sua execução, assim como a de seus superiores.
- d - atraso injustificado dos serviços;
- e - decretação de falência ou dissolução da sociedade;
- f - 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.
- g - a rescisão do Contrato poderá ainda ocorrer nos termos e de acordo com o estabelecido nos artigos 79 e 80 da Lei nº 8666/93.



## **CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

12.1 - Mediante processo devidamente instruído, o Contratante poderá acrescer ou diminuir o volume de serviços, em conformidade com os §§ 1º e 2º do art. 65 da Lei 8.666/93, bem como acrescer o prazo decorrente de alterações do projeto, inclusão ou exclusão de serviços.

## **CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - DA PUBLICIDADE DO CONTRATO**

13.1 - A administração Municipal deverá publicar o resumo deste Instrumento de Contrato até o quinto dia útil do mês subsequente ao mês de assinatura, na Imprensa oficial, em conformidade com o parágrafo único do art. 61 da lei 8666/93.

## **CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - DO FORO**

14.1 - Fica eleito pelas partes, o foro da Comarca de Aracruz, para dirimir qualquer dúvida oriunda do presente contrato, renunciando-se a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

14.2 - E por estarem assim, justos e acordados, assinam o presente instrumento em três vias de igual teor na presença das testemunhas abaixo assinadas.

ARACRUZ - ES, ..... de ..... de 2013.

Contratante

Contratada



**ANEXO XI**

**Tabela de preços do SINAPRO (Sindicato das Agências de Propaganda do Espírito Santo)**

**EM ARQUIVO ANEXO**



## **ANEXO XII**

### **Cronograma Físico Financeiro**